



Mesurar el que importa: dades i estratègia en el sector cultural

Publicat per [Interacció](#) [1] el 11/03/2013 - 12:32 | Última modificació: 12/03/2026 - 09:35

Com el “big data” pot transformar decisions, impactes i relats en el sector cultural

“L'enfocament actual en l'ús de dades en el sector cultural és inadequat i caduc. El sector, en conjunt, està perdent l'oportunitat d'obtenir el màxim rendiment financer i operatiu que derivaria d'una millor utilització de les dades. A més, una gestió més intel·ligent permetria comprendre millor i possiblement ampliar l'impacte cultural i social de la despesa pública.” Diagnòstics com aquest s'han repetit sovint en debats professionals i informes sectorials. El que dona rellevància a aquest cas és que el diagnòstic s'acompanya d'una proposta concreta de canvi: la incorporació sistemàtica de metodologies de *big data*.

L'informe parteix d'un objectiu clar: fer entendre als equips directius i responsables d'organitzacions culturals la urgència d'aprofitar aquest potencial i incentivar l'adopció d'un model de presa de decisions basat en dades, conegut com *data to drive decisions* (DDD). No es tracta només d'acumular informació. Es tracta de transformar-la en criteri operatiu, orientació estratègica i capacitat d'avaluació.

El concepte *big data* continua sent imprecís. S'utilitza habitualment per descriure l'augment simultani de volum, velocitat i varietat de dades generades per la digitalització, especialment les que provenen d'entorns en xarxa. El valor no rau tant en la quantitat com en la capacitat d'interpretació i connexió entre fonts diverses.

Els autors proposen un itinerari de maduració en l'ús de dades aplicat a la decisió. Aquest procés culmina en un tercer nivell, anomenat DDD3, definit per una visió integrada centrada en el públic usuari i basada en totes les dades disponibles, tant físiques com digitals. En aquest estadi, els indicadors d'activitat deixen de ser centrals i es prioritzen indicadors d'impacte per orientar gestió i governança.

Segons el McKinsey Global Institute, l'aplicació d'aquest enfocament pot generar beneficis en cinc dimensions: segmentació d'audiències i personalització de propostes, transparència institucional, suport analític a la decisió amb possibilitats d'automatització, estímul a l'experimentació i a la innovació en models de servei, i millora de la comprensió del valor creat. Aquest darrer punt resulta especialment rellevant en cultura, ja que el mètode permet aproximar-se a la mesura dels valors intrínsecs definits per John Holden, aquells que tradicionalment s'han considerat més difícils d'avaluar.

El repte de fons es podria resumir així: comptar allò que realment importa. La qüestió oberta no és tècnica sinó estratègica. El sector cultural disposa d'eines per fer el salt. El que determinarà el resultat serà la voluntat d'incorporar-les a la pràctica quotidiana de govern i gestió.

Consulta el document complet en PDF: [Counting What Counts](#) [2]

Categories: Informe

Categories: Informes i documents

Etiquetes: cultura digital

Etiquetes: innovació cultural

Etiquetes: economia de la cultura

Etiquetes: recerca cultural



- [3]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2013/bigdata>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e130055.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/3352>