

El tercer espai de la cultura

Publicat per [Pep Salazar](#) [1] el 19/10/2015 - 09:55 | Última modificació: 10/06/2026 - 13:19

INTERACCIÓ 15

L'artista multimèdia nord-americà Randall Packer va ser pioner en representar la fusió de l'espai físic (primer espai) amb el virtual (segon espai), en un mateix lloc que pot ser habitat en xarxa per usuaris remots, simultàniament o de forma asíncrona. En aquesta nova dimensió se l'anomena el tercer espai. El concepte d'hibridació dels espais físics i virtuals, es dona a partir que els participants en el tercer espai, estan essencialment en espais físics remots, i fa referència a una dimensió social etèria, tecnològica i connectada: la comunitat compartida. Es tracta d'un espai on es desdibuixa la noció d'allò que és real i allò que és virtual, segurament perquè la importància no és l'espai en si, sinó el contingut, o el fet d'allò que està succeint en un moment concret. La clau per poder ser participi d'aquesta nova realitat és l'accés en aquest tercer espai, que permet als participants establir una relació amb els altres i amb l'entorn del contingut. Parlem d'una forma de relació social diferent de com l'havíem entès fins ara, una forma de cultura diferent a la coneguda fins aquest moment.

La tecnologia i la connectivitat estan canviant molts aspectes de la societat actual. Les ciutats, les relacions, la comunicació i també la cultura. L'accés a l'art es dona cada dia a través de canals més transversals i menys obvis, de tal manera que podem accedir a una quantitat inimaginable de contingut cultural des de diversos dispositius i ubicacions. Hi ha, però, dues àrees bàsiques de l'espectre cultural que han canviat essencialment: la creació i l'accés. Aquest canvi ha vingut per quedar-se i evolucionar. La forma en què produïm i consumim art i cultura pot ser, i és, radicalment diferent a les lògiques establertes fins no fa molt de temps.

Pensem en la música. Fa poc temps, els sintetitzadors solien ser voluminosos kits connectats entre ells que servien per poder produir música. Ara, aquesta mateixa tecnologia pot ser totalment replicada en una aplicació per dispositius mòbils. Fins fa poc temps, per poder gaudir de la música, havíem d'estar presents en un concert, o bé adquirir qualsevol bé de consum relacionat, com pot ser el disc. Ara, amb aquesta nova tendència, ja no som propietaris, sinó que som usuaris d'un servei amb accés il·limitat. La propietat individual de la cultura pot formar part de l'imaginari en poc temps, la qual cosa pot ser un avantatge, però també un risc.

Aquest fet, es produeix també en l'espai d'exhibició i consum cultural. L'espai físic, ara, ha de competir amb l'espai virtual. L'espai físic és la zona de confort de la cultura: el coneixem, el vivim, el notem, el sentim i ens el creiem. Sempre ens ha acompanyat. El concepte "equipament cultural" forma part de la nostra realitat i de la nostra manera d'entendre i apostar per la cultura. Li atorguem veritat cultural i ens pensem que és més cert perquè hi formem part. Es tracta de l'espai públic compartit, allà on les ciutats han creat el seu ecosistema cultural, de consum i, en menor impacte, també un ecosistema creatiu.

Existeixen però, altres models que estan irrompent amb molta força, i sobretot estan sent entesos com a naturals per les generacions més joves. Un segon exemple és el de l'art visual, especialment en l'àmbit de la fotografia. Molts artistes contemporanis, joves i no tan joves, que treballen sota el paraigua d'un col·lectiu, són capaços de fer les tres fases bàsiques del sistema, des d'una mateixa plataforma i, fins i tot, des d'un mateix dispositiu. Avui



dia és possible crear, promocionar i fer distribució de l'obra fotogràfica a través d'una tauleta digital. Aquest esquema talla amb tot el preestablert fins aleshores: trenca l'espai creatiu, ja no calen grans estudis amb molta inversió; trenca l'espai d'exhibició, les galeries d'art ja no són indispensables; i trenca amb el negoci, la figura de l'intermediari o agent també està en dubte. El creador passa a comunicar-se directament amb el consumidor.

Aquest és el clar reflex de la finíssima frontera entre l'espai real i l'espai virtual en el món de la cultura, és el que anomenem el tercer espai. Aquesta nova dimensió està estressant al model clàssic, que no sap com sobreviure dins una societat hiperconnectada, exigent i poc pacient. No obstant això, el gran risc dels nous models és la pèrdua de valoració de l'obra.

El consumidor li resta valor, ja que pot obtenir l'obra que anhela de manera immediata i, encara que no sempre hi pot accedir de forma gratuïta, sí que la pot gaudir adequant-se a les seves possibilitats. Avui en dia, es poden llogar obres d'art digital per minuts i/o dies per tal de fer-ne un ús puntual, o fins i tot es poden adquirir de manera definitiva a un preu molt més reduït, ja que els costos i les intermediacions són infinitament menors. Per tant la cotització clàssica de l'obra d'art es redueix en l'imaginari, i ja ningú vol pagar més del que pot.

El consumidor està predisposat a pagar per una experiència, ara bé, aquesta ha de ser adequada a allò esperat. L'usuari forma part de la cadena de valor, ja no és només un receptor, sinó que forma part activa del procés.

Les ciutats han vehiculat l'oferta cultural a partir dels equipaments, i han fet que els ciutadans tinguin un accés material a la cultura -visitant un museu, abonant-se a un teatre o formant part dels usuaris de biblioteques. La tecnologia actual, està fent variar alguna d'aquestes experiències de manera molt incipient. Els espais reals, estan jugant amb tecnologies d'espais virtuals, es genera una experiència nova, tot acostant els dos mons, i es reforça la tendència a provar i estar al dia.

Però la tecnologia avança molt de pressa, i encara està en fase expansiva. Quan sentim que algun museu ha instal·lat solucions de realitat augmentada en la seva visita, normalment descobrim que han instal·lat dispositius que ofereixen "informació augmentada". Som lluny d'assimilar quina serà la tendència de fusió dels espais, i com les sensacions, les emocions pròpies de la cultura en l'espai físic, es poden transmetre en un espai virtual. La tecnologia permetrà en un futur pròxim, i de manera força massiva, endinsar-nos en un espai virtual sensorial, on les emocions i els sentits es desenvoluparan de la mateixa manera que els coneixem avui.

El primer espai (físic) no ha de ser mai substituït pel segon (virtual), més aviat al contrari. Ambdós han de ser espais que conviuen, que sumen i que innoven. Serà clau en els anys vinents acceptar la realitat de l'espai virtual, donar-li el valor que té i entendre que som partícips d'una nova estructura social i cultural. Hi ha molts reptes engrescadors a solucionar d'ara en endavant. Un de rellevant és la posició de les administracions públiques entorn del tercer espai, que cal regular i emmarcar dins el sistema, tot adaptant la legislació i les dinàmiques a la realitat creixent, i no a la inversa.

Seria recomanable que les administracions públiques enfoquessin els reptes com a oportunitats, i es convertissin en una plataforma d'activació, creació i acompanyament del creador així com del ciutadà en aquest espai virtual. L'administració pública, amb certa tendència al paternalisme cultural, ha de funcionar com a facilitadora dels nodes tant de creació com de cultura ja existents i dels nous i imprevisibles que estan naixent.

Un segon repte, però no menys important, és la capacitat de sector econòmic de la cultura davant el repte digital. La difícil monetització dels espais virtuals actuals, fan que estiguem davant una possible bombolla digital. Plataformes que semblen solides com Spotify o Apple Música, amaguen carències financeres greus que fan trontollar el sistema. Cal trobar un model sostenible on l'usuari entengui i valori la missió de la plataforma. Fer forta a la indústria cultural digital, farà forta la indústria cultural general, així com la cultura en tots els seus àmbits.

I davant dels reptes sempre neixen noves oportunitats.

Gràcies a l'esclat digital i a la interconnexió global, la generació de talent local és cada dia més forta. La detecció i especialització d'aquest talent local, donarà pas a la diferenciació i al lideratge de les ciutats entorn de la creativitat i l'ús de les tecnologies. La capacitat de transformació és massiva. La capacitat d'accés a la cultura és avui més oberta que mai, i la tecnologia mòbil ha afegit una nova dimensió a Internet. Aquest nou entorn de mobilitat ens dona connectivitat absoluta i constant, per tant possibilita l'accés a continguts i també a la creació. Existeix l'oportunitat de generar uns espais inclusius, oberts i emocionants, gràcies a la capacitat transformadora de l'espai virtual.



Una aposta ferma per generar punts locals de creativitat, amb la creença que la creativitat és l'eina de maduresa social. Espais diversos, oberts i àgils. Espais, bé siguin reals, bé siguin virtuals, que desemboquin en la trobada del tercer espai.

La realitat és que no hi ha una solució única a un repte tan polièdric i transformador, però sí que existeixen eines per tal de començar a resoldre'l. La solució més bàsica i útil a la vegada, continua sent una gran coneguda, i, alhora, gran desaprofitada: l'educació. Educar en la complexitat creativa, educar en els valors digitals, educar en l'essència de la cultura, adaptada a la realitat actual. La cultura, sigui analògica o digital, és real igual. Cal educar per apoderar i capacitar, cal adoctrinar per evitar escletxes i entendre que la frontera entre l'espai "real" i l'espai "virtual" ja s'ha trencat.

Categories: Interacció 2015

Categories: Interacció: jornades

Categories: Activitats Interacció

Etiquetes: participació cultural

Etiquetes: governança cultural

Etiquetes: drets culturals

Etiquetes: valor públic de la cultura

Etiquetes: innovació cultural

- [2]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2015/tercer-espai-cultura>

Enllaços:

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

[2] <https://interaccio.diba.cat/node/6037>