

La cultura digital no substitueix els models anteriors: els obliga a combinar-se

Publicat per [Interacció](#) [1] el 21/04/2016 - 12:40 | Última modificació: 17/06/2026 - 08:50

Què fa que alguns sectors culturals creixin en l'era digital mentre d'altres perden valor? Aquest estudi del Forum d'Avignon i Kurt Salmon proposa una resposta contundent: la clau no és la digitalització en si mateixa, sinó la capacitat d'hibridar models de negoci, fonts d'ingressos i mecanismes de finançament.

L'informe parteix d'una idea inspiradora: la digitalització és una força "entròpica". Destruïx valor en alguns àmbits, com va passar amb la música enregistrada o la premsa, però alhora crea noves oportunitats de producció, distribució i accés a la cultura. La qüestió és saber en quines condicions aquesta transformació genera més valor del que destrueix.

Els autors comparen quatre sectors culturals globals -música, vídeo, videojocs i llibre- i arriben a una conclusió central: els sectors que desenvolupen nous models de negoci més ràpidament que no pas avança la digitalització dels seus consumidors són els que aconsegueixen créixer. Ho anomenen la "fórmula de la hibridació". No n'hi ha prou amb digitalitzar productes; cal combinar venda, subscripció, lloguer, publicitat, dades, drets, patrocini, micromecenatge i altres fonts d'ingressos.

El document és especialment interessant perquè qüestiona alguns llocs comuns. La digitalització no provoca necessàriament la desaparició dels mercats culturals. De fet, els consumidors digitals tendeixen a consumir més cultura i, en alguns casos, estan disposats a destinar-hi més recursos. El problema no és tant la manca de demanda com la capacitat dels sectors per adaptar-se als nous comportaments culturals.



La transformació digital no elimina els formats anteriors. Els obliga a conviure dins ecosistemes cada vegada més híbrids.

L'estudi també aporta una reflexió rellevant per a les polítiques culturals. La digitalització incrementa enormement



la diversitat de continguts disponibles i facilita l'autoproducció i l'autodistribució. Tanmateix, aquesta diversitat produïda no implica necessàriament una diversitat consumida. Les plataformes multipliquen les obres disponibles, però l'atenció continua concentrant-se en una minoria de creadors i productes culturals.

Per això els autors defensen que la sostenibilitat del sector no depèn només del mercat. Requereix una combinació de drets d'autor adaptats al context digital, nous mecanismes de redistribució del valor, enginyeria cultural capaç de combinar recursos públics i privats, i institucions disposades a innovar sense renunciar a la seva funció cultural.

Més que anunciar la victòria definitiva de la cultura digital, aquest informe descriu una transició. El repte no és escollir entre allò físic i allò digital, sinó construir models capaços de connectar-los i sostenir-los alhora.

Referència

Forum d'Avignon i Kurt Salmon. (2015). *Have the cultural and creative sectors found the formula for development in the digital age? The imperative of moving towards business-model hybridisation to sustain and promote culture.* Forum d'Avignon.

[Text complet \(pdf\)](#) [2]

Categories: Informe

Categories: Informes i documents

Etiquetes: cultura digital

Etiquetes: sectors culturals i creatius

Etiquetes: economia de la cultura

Etiquetes: innovació cultural

Etiquetes: finançament de la cultura

- [3]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2016/cultura%20digital%20>

Enllaços:

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

[2] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e160023.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/6519>