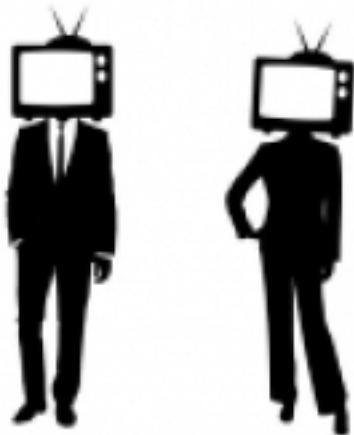


Estudi: Cultura, pantalles, pandèmia. La digitalització dels serveis culturals als municipis

Publicat per [Interacció](#) [1] el 15/06/2021 - 15:01



L'estudi 'Cultura, pantalles, pandèmia' és el resultat d'un procés de treball promogut des del [Centre d'Estudis i Recursos Culturals](#) [2] (CERC) amb l'objectiu de copsar com s'estan incorporant els llenguatges digitals a l'acció cultural dels municipis. El treball s'emmarca en la voluntat de la Diputació de Barcelona d'incentivar la reflexió en clau local per tal de conèixer, analitzar i donar un marc conceptual a la realitat del territori.

La pandèmia de la Covid-19 va accelerar la digitalització de molts àmbits de les vides de les persones i de la seva activitat social i cultural. El fet que el confinament arribés d'un dia per l'altre i de manera imprevista va fer que aquests processos es fessin de manera precipitada, poc reflexionada i amb les eines i els recursos que cadascú tenia més a mà. Des de les àrees de cultura dels ajuntaments també es va virtualitzar molt ràpidament bona part de l'activitat, tot donant lloc a estratègies molt creatives i amb una espontaneïtat poc habitual en els contextos institucionals.

El procés de treball que dona lloc al document 'Cultura, pantalles, pandèmia' s'inicia la tardor de 2020, quan s'ha acabat el confinament domiciliari i es reprenen algunes activitats culturals amb adaptacions per ajustar-se als protocols Covid. És el primer moment del "retorn a la presencialitat" en el qual es pot començar a fer balanç de l'experiència de digitalització, a detectar mancances i forteses en aquest àmbit i, en definitiva, a pensar de quina manera els llenguatges digitals poden enriquir i complementar l'acció cultural dels ajuntaments sense la urgència dels mesos anteriors.



Samuel Zeller | Unsplash

L'exercici queda reflectit en l'informe "Cultura, pantalles, pandèmia" que neix amb el propòsit que la reflexió que s'hi recull pugui servir de suport en el disseny de polítiques culturals locals en un context de digitalització creixent.

S'hi identifiquen cinc elements que configuren l'experiència digital als municipis: estratègia de cultura digital, entorn del fet digital, estructura organitzativa, recursos i experiència dels usuaris.

Al document es proposen, a més, algunes línies de treball per continuar avançant en la incorporació dels llenguatges digitals als ajuntaments, cinc escenaris de futur que poden ajudar en la definició, el disseny i l'aplicació d'una estratègia digital a escala local.

1. La cultura digital i les organitzacions

Si es vol apostar per la cultura digital en clau estratègica el paper de les institucions esdevé clau. Cal que s'entengui, en primer terme, que la transformació digital no implica tant unes eines concretes com una actitud oberta vers la renovació constant, i que es requereixen equips amb competències digitals.

L'horizontalitat, la transversalitat i una comunicació fluida s'han d'estendre a les institucions i a les seves relacions amb la ciutadania.

2. Treball en xarxa, formació i recursos compartits

En segon lloc, es planteja la necessitat d'impulsar el treball en xarxa, formació en eines digitals i recursos compartits amb altres institucions, i es plantegen dues línies d'acció complementàries. Una primera línia es centra en l'àmbit local i les necessitats culturals del propi territori, i la segona passa per obrir processos de col·laboració amb altres municipis i les institucions supralocals per tal de construir uns objectius comuns que permetin compartir recursos de manera transversal i coordinada.

3. Coneixement dels públics i l'experiència dels usuaris

Un àmbit de l'acció cultural local en què queda camí per recórrer és aquell relacionat amb el coneixement dels públics i l'experiència dels usuaris. El treball de camp ha posat de manifest que pocs municipis en tenen un coneixement sistemàtic i que sovint es confia en la intuïció i l'expertesa de l'equip en el moment de dissenyar les propostes culturals.

El treball remarca la importància de treballar amb dades de manera sistemàtica. I, de retruc, la importància que als ajuntaments hi hagi persones capacitades per fer aquesta feina i que, a més, tinguin temps per dedicar-s'hi.

4. La bretxa digital

Lligat a l'experiència dels usuaris, un aspecte que cal tenir en consideració és tot allò que pot generar o ampliar les fractures o bretxes digitals, associades a les desigualtats econòmiques, socioculturals, d'edat, de gènere o de salut. Tenir-ho en compte serà crucial si es vol desenvolupar una estratègia de cultura digital que arribi a tothom, no amplii les desigualtats existents i afavoreixi el desplegament dels drets culturals.

5. Relació amb el sector cultural

El sector cultural es compon de múltiples subsectors amb perfils molts diversos i és important que des dels ajuntaments es compti amb tots ells de cara al disseny i l'aplicació d'una estratègia digital. Cal donar veu a tot el ventall d'organitzacions culturals locals per tal de definir una estratègia de cultura digital coordinada, i obrir portes a col·laboracions amb organitzacions, entitats i companyies que es troben als marges del sector cultural, però que sovint treballen amb continguts de cultura digital. Això enfortirà l'ecosistema cultural i pot aportar-hi riquesa, varietat i connexió amb més persones.

6. Aposta política

El desplegament de la cultura digital en l'àmbit local requereix una aposta clara des de les administracions públiques i des dels governs que les encapçalen. La falta d'una acció decidida pot ser el principal escull que n'impedeixi el desenvolupament. Al document es desplega aquesta aposta política en deu elements que es



considera que han d'acompanyar una estratègia de cultura digital:

1. Inversió en cultura digital (assignació de recursos).
2. Disseny d'una estratègia de cultura digital, amb assessorament extern si escau.
3. Ampliació de les xarxes de treball als agents locals que es mouen en aquest àmbit.
4. Formació bàsica i avançada, tant interna (equip tècnic) com externa (agents culturals i ciutadania), que inclogui eines basades en programari lliure.
5. Incorporació de propostes digitals i híbrides en la programació cultural, més enllà de la digitalització d'activitats presencials.
6. Impuls d'aliances dins del mateix ajuntament i amb altres institucions per desenvolupar una estratègia digital coordinada.
7. Impuls d'una transformació institucional cap a maneres de fer més transversals i desjerarquitzades.
8. Millora de la comunicació municipal per tal que sigui multicanal i multidireccional, així com dels indicadors i els processos de recollida de dades.
9. Reflexió i acció per reduir les bretxes digitals. Aprofundiment en la relació entre la cultura i l'educació.
10. Reforçament de les infraestructures de comunicació i consideració de la possibilitat d'oferir el wifi com a servei públic des dels equipaments.

Podeu consultar i descarregar-vos l'estudi:

Pivetta, E. (2021). [Cultura, pantalles, pandèmia. La digitalització dels serveis culturals als municipis](#) [3]. Diputació de Barcelona. Centre d'Estudis i Recursos Culturals

Accediu a la presentació. [Cliqueu aquí](#) [4]

Podeu adquirir l'estudi "[Cultura, pantalles, pandèmia](#) [5]" a la llibreria de la Diputació de Barcelona.

Categories: Informe d'anàlisi
Etiquetes: transformació digital
Etiquetes: administració local
Etiquetes: COVID-19
Etiquetes: pandèmia
Etiquetes: polítiques públiques



- [6]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2021/06/estudi-cultura-pantalles-pandemia>

Enllaços:

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

[2] <https://www.diba.cat/es/web/cerc/>

[3] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e210027.pdf>

[4] <https://interaccio.diba.cat/news/2021/06/cultura-pantalles-pand%C3%A8mia-video>

[5] https://llibreria.diba.cat/cat/libro/cultura-pantalles-i-pandemia_65460

[6] <https://interaccio.diba.cat/node/8655>