

El mes de setembre de l'any 2018 l'associació Confluència.cat va posar en marxa El Món de Demà, un espai de reflexió que, més enllà de la informació o la opinió, vol acumular coneixement constructiu a través de la veu d'acadèmics i científics socials joves o responsables institucionals que no són veus habituals del debat públic. Cada quinze dies El Món de demà és al Cercle posarà a l'abast del soci un article valuós de la proposta que aquesta plataforma posa en circulació.

Carles Sora

Director del Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia de la Universitat Politècnica de Catalunya. Doctor en comunicació digital per la Universitat Pompeu Fabra. Va ser professor del Departament de Comunicació de la UPF i investigador visitant del Massachusetts Institute of Technology. Ha publicat i presentat la seva recerca en diversos fòrums i revistes internacionals. Actualment fa recerca en mitjans immersius i impacte social.

Innovació i tecnologia per reimpulsar la cultura

Es fa difícil recordar una crisi social que hagi tingut un impacte tan devastador en el sector de la cultura i les arts. A finals de l'any passat la UNESCO alertava en un informe que les mesures sanitàries derivades de la covid-19 han estat dramàtiques per a les indústries creatives a nivell mundial. L'informe de la societat d'autors europea GESAC indica que les treballadores de les arts escèniques han perdut el 2020 un 90% dels ingressos. I els museus han deixat de rebre un 70% de les visites presencials durant el 2020.

“La presencialitat de la visita no hauria de ser el centre de tota l'activitat, ni la raó de fricció entre el digital i el presencial. No es tracta de substituir, sinó de trobar relacions complementàries entre els continguts i les audiències”

I mentre les sales de concerts, els centres i els museus tancaven, les institucions i els artistes que oferien gratuïtament a internet continguts guanyaven milers de visites i subscripcions en les seves webs i xarxes socials. Les plataformes de cinema en línia rebien milions de noves subscripcions, la venda de videojocs assolía rècords històrics, així com les consultes de continguts electrònics a les biblioteques. Fins i tot, espais emblemàtics com la Galeria dels Uffizi de Florència ha batut rècord de visites de públic jove gràcies a les seves publicacions a TikTok. La cultura, finalment i per necessitat, assaltava internet. Les institucions que ja vivien en la transició digital van poder reaccionar més satisfactòriament consolidant projectes digitals que fins al moment no es consideraven del tot prioritaris.

Audiències digitals

Un dels debats i reptes més importants que s'ha evidenciat és que fins ara havíem vinculat de forma gairebé exclusiva l'activitat cultural al voltant del "moment" de la visita, però les restriccions actuals de distanciament social, malgrat els esforços de moltes institucions, ho ha fet insostenible. Les institucions culturals són molt vulnerables quan es trenca el seu model presencial, més encara quan en alguns casos el seu públic, continguts i comunicació han viscut orientades al sector turístic.

La presencialitat de la visita no hauria de ser el centre de tota l'activitat, ni la raó de fricció entre el digital i el presencial. No es tracta de substituir, sinó de trobar relacions complementàries entre els continguts i les audiències. La visita hauria de considerar-se com un cicle de vida que comença molt abans de la visita de l'espectador a l'espai, que esdevé "present" durant la visita i que es completa posteriorment. I com es gestiona aquest cicle de la visita? Doncs amb les dades dels usuaris i allà on fins ara no volíem mirar: a les entranyes de les xarxes, en les noves i massives plataformes de comunicació que són Youtube, Discord, Twitch o les xarxes socials.

“El cicle d'internet és un cicle constant, sense portes ni hores de visita. És un diàleg obert que espera proximitat”

Durant els darrers mesos són molts els exemples d'esdeveniments en línia ben realitzats que han ofert continguts més enllà de les seves parets, cosa que a més pot permetre saltar-se moltes fronteres geogràfiques i temporals. Un aspecte que trobo molt menystingut per la majoria d'entitats culturals, especialment les que es dediquen a les arts en viu, és l'arxiu.

Internet ofereix una oportunitat única perquè l'arxiu (digitalitzat) dialogui amb el present de la institució, fins i tot amb els fets més destacats de l'actualitat. El teatre, l'essència de l'art en viu, ho ha intentat oferint continguts en línia, crear-ne d'específics per a internet i recuperant arxiu, com és el cas de "l'escenari digital" del Teatre Lliure.

El cicle d'internet és un cicle constant, sense portes ni hores de visita. És un diàleg obert que espera proximitat. Sí, proximitat. La comunicació digital pot generar bones relacions entre els consumidors de cultura i els productors. Tot depèn del temps i les habilitats digitals de què disposem.

Les llibreries en són un bon exemple: aquelles que han sabut atendre i obrir canals de comunicació directes amb els lectors han pogut frenar la mossegada del gegant de venda en línia. Tant és el canal: televisió, ràdio o internet, el que volem són bons continguts i bons prescriptors. Per què hi ha streamers que doblen les audiències de la televisió? Perquè com a bons comunicadors que són saben quins missatges han de transmetre al seu públic. Durant la pandèmia hem arribat a nous públics, el repte que ara tenim és conservar-los.

Digitalitzar i sumar en la cadena de valor

Estem entrant en un nou cicle. Necessitem accedir a nous públics que viuen d'esquena als circuits culturals establerts, generar continguts que lluitaran per una atenció global de forma atemporal, amb consumidors exigents respecte a la qualitat i els continguts que oferim quan paguen per accedir-hi. Necessitem innovar, tant en continguts com en tecnologia.

“Assaltar internet requereix innovar i transformar tecnològicament, no únicament digitalitzar. A què esperen els museus, el patrimoni o les arts en viu per buscar aliances amb les empreses de videojocs o de realitat virtual?”

I tots aquests reptes són assumibles per a una única institució? Doncs evidentment no. És hora de sumar espais complementaris. Destaquen en aquest sentit el cas de Filmin, on una plataforma de vídeo a demanda que coneix molt bé els seus usuaris s'ha unit amb festivals de cinema que no podien projectar en sales amb molt bons resultats. O el cas del festival Sónar amb la seva aliança amb el mitjà local Betevé i l'Ideal centre d'arts digitals per a oferir uns concerts immersius fascinants que vam gaudir des de casa, i que posteriorment segueix programant la televisió.

“Una de les poques certeses col·lectives que aquest període ens està deixant és que la cultura ha estat un espai necessari contra el desassossec que vivim. L'altra és que és un sector extremadament fràgil davant de les crisis i que el nostre model actual està excessivament centrat en la venda de tiquets”

Assaltar internet requereix innovar i transformar tecnològicament, no únicament digitalitzar. A què esperen els museus, el patrimoni o les arts en viu per buscar aliances amb les empreses de videojocs o de realitat virtual? Els concerts que s'han dut a terme amb milions d'espectadors virtuals a Fortnite durant aquests mesos situen nous escenaris de consum que encara ni podem imaginar.

Una de les poques certeses col·lectives que aquest període ens està deixant és que la cultura ha estat un espai necessari contra el desassossec que vivim. L'altra és que és un sector extremadament fràgil davant de les crisis i que el nostre model actual està excessivament centrat en la venda de tiquets. Però a internet tampoc et regalen res perquè malgrat les bones iniciatives i intents d'assaltar l'arena digital, els models actuals de monetització que ens ofereix la xarxa no són suficients per a sostenir els projectes.

En els plans de projecció i recuperació de la cultura és imperatiu que des de les institucions, l'administració i la recerca es generin debats sobre innovació en tecnologia i cultura que ajudin a posicionar nous models de relació amb els públics, potser també més equilibrats entre la visita presencial i els ecosistemes digitals.

La Barcelona líder en recerca tecnològica hauria de poder establir laboratoris d'innovació al servei de les indústries creatives i culturals, que teixeixin aliances entre el gran potencial tecnològic i emprenedor de la ciutat, i els reptes de transformació digital del sector cultural.

Barcelona podria liderar aquest canvi transformador a nivell europeu si el seu sector cultural troba aliances locals disposades a impulsar la investigació en nous formats, plataformes i tecnologies. L'alternativa de seguir a l'espera del que vagin innovant en cultura digital altres països mentre recuperem de forma lenta un sector que necessita un gran impuls no sembla una bona opció. És l'hora d'afrontar l'assalt a internet, i de fer-ho sumant.