

**Taula Permanent Pensament i Debat**  
**Reial Acadèmia Catalana de les Belles Arts de Sant Jordi**

**Sessió: Vers un art deliberatiu**  
**Barcelona, 27 de febrer de 2013**

Xavier Cubeles, Fundació Barcelona Media i professor del Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra.

L'evolució recent de les activitats artístiques i culturals, així com les perspectives del seu desenvolupament els propers anys, estan directament condicionades per l'avenç de les tecnologies digitals. Com s'ha esdevingut al llarg de la història, el progrés tècnic en l'esfera de la informació i la comunicació ha transformat amb el pas del temps aquestes activitats, tot impulsant canvis en els processos de creació, producció, distribució i consum. Així, amb la introducció progressiva de nous suports i canals de difusió cultural, es modifiquen profundament l'economia i els mercats culturals, i apareixen noves pràctiques socials relacionades amb la cultura i les arts.

Els suports emergents actualment per a la transmissió i l'emmagatzematge de la informació són multimèdia, digitals i interactius, i estan plantejant canvis substancials en el concepte de l'obra artística. Això es posa de manifest, sobretot, en tres qüestions. D'una banda, es dilueix el concepte d'original de l'obra cultural, que en tecnologia digital és difícil o impossible de determinar. D'altra banda, pren força el concepte d'obra evolutiva (en la qual hi poden intervenir més d'un autor/creador al llarg del temps) perquè –almenys de forma potencial– els continguts poden evolucionar (probablement de forma indefinida) a mesura que avanci la tecnologia digital. Així mateix, els canvis en curs també tenen efectes directes en relació als drets de propietat intel·lectual, institució jurídica que ha tingut un rol central en el desplaçament de la cultura i de les arts els dos darrers segles i que està en una profunda crisi (plantejant-se propostes alternatives per a la seva regulació, com els *creative commons*).

Entre les transformacions que s'estan esdevenint, cal destacar molt especialment l'aparició d'una nova forma de comunicació, que el professor Manuel Castells<sup>1</sup> ha denominat autocomunicació de masses (*mass self-communication*), que es deriva del fet que les persones poden establir comunicació amb una audiència global a través d'Internet. És autocomunicació perquè s'autogenera la producció del missatge, s'escullen els potencials

---

<sup>1</sup> Castells, M., 2009, *Comunicació i poder*, Editorial UOC.

receptors, i s'autoseleccionen els continguts recuperats o rebuts. Aquesta nova forma de comunicació ha assolit molt ràpidament un extraordinari impacte econòmic, social i cultural, com s'observa en l'accelerada introducció de les denominades xarxes socials. En l'actualitat, per tant, hi ha tres formes de comunicació: la comunicació interpersonal, la comunicació de masses i l'autocomunicació de masses, que conviuen, interactuen i es complementen (sense reemplaçar-se).

Certament, resulta difícil preveure quins seran els efectes d'aquesta transformació sobre les activitats culturals i artístiques, com també en molts altres àmbits de la societat, de la política i de l'economia. No obstant això, tot fa pensar que la revolució en curs serà molt profunda, com s'ha esdevingut al llarg de la història amb la successiva aparició de noves formes de comunicació (edició de llibres i de premsa, audiovisual, etc.).

Per copsar plenament l'abast d'aquests canvis cal emmarcar-los en el context del procés de profunda transformació del model social, econòmic i cultural existent fins ara. Des d'una perspectiva general, la consideració de la crisi com una etapa de dificultats passatgeres s'ha esvaït de forma progressiva. Paral·lelament, es tendeix a reconèixer de manera cada cop més àmplia que s'estan produint canvis molt importants que semblen conduir les societats i els mercats vers la configuració d'un nou paradigma organitzatiu. La gravetat i la durada de les dificultats actuals, juntament amb la incertesa creixent que hi ha respecte del futur, han reforçat la consideració de la crisi present com un període de canvi sistèmic o estructural.

Davant la transcendència de la situació actual, l'economista J. E. Stiglitz<sup>2</sup> ha apel·lat a aprofitar la crisi com a oportunitat "per construir un nou tipus de vida econòmica i social". En paraules d'una altra economista, Carlota Pérez<sup>3</sup>, el ventall del que és possible és molt ampli, i "només amb imaginació, determinació i coneixement serà possible obtenir tot el potencial de benestar que el nou paradigma tecnoeconòmic pot proporcionar". Entre els principals factors que determinen les oportunitats de desenvolupament en el futur hi ha les possibilitats permanentment renovades que les tecnologies de la informació i la comunicació posen a disposició dels agents econòmics, socials i culturals, els reptes d'una mundialització àmpliament generalitzada, i els imperatius ambientals que suposen introduir l'exigència de la sostenibilitat en els patrons de producció i de consum.

---

<sup>2</sup> Stiglitz, Joseph E., 2010, *Caída libre. El libre mercado y el hundimiento de la economía mundial*, Altea Taurus Alfaguara, S.A.

<sup>3</sup> Pérez, C., 2009, "La otra globalización. Retos del colapso financiero", *Problemas del desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, Vol. 40, núm. 157, abril-juny 2009 <<http://www.carlotaperez.org/download/CPLaOtraGlobalizacion.pdf>> [Consulta: 20 de gener de 2013]

El desenllaç d'aquesta transició també es determinarà en funció del paper que juguin les diferents forces i interessos implicats. Davant d'això, cal plantejar-se quin pot o ha de ser el rol de la cultura i de les arts per donar resposta als reptes existents. Com assenyala Raymond Williams en la seva obra de referència *Cultura i societat* publicada l'any 1958, "la idea de cultura es basa en una metàfora: la cura del creixement natural". "Hi ha idees, i maneres de pensar amb llavors de vida a dins, i n'hi ha d'altres, potser molt enfonsades en el nostre esperit, amb llavors d'una mort general. En la mesura que sabrem destriar-les, i que donant-los un nom les podrem reconèixer, tindrem literalment la mesura del nostre futur". I també afirmava: "la crisi humana és sempre una crisi de comprensió: és allò que compremem de debò, que podem portar a terme". Des d'aquesta perspectiva, la cultura i les arts han de participar activament en la descoberta del nou paradigma emergent i en la configuració d'una visió el més àmpliament compartida de les solucions a adoptar.

Amb l'emergència de la *mass-self-communication*, les denominades xarxes socials configuren una nova àgora on comencen a plantejar-se processos de deliberació pública, en els quals les arts i la cultura també hi són presents. La comunicació i el debat en aquest nova plaça pública encara tenen un caràcter emergent i, per tant, plantegen seriosos interrogants respecte del seu valor i impacte en tots els àmbits (social, cultural i àdhuc econòmic). Com ha assenyalat Manuel Castells, en l'autocomunicació de masses hi ha una part important que s'assembla més a l'autisme electrònic que a la comunicació real: s'estima que el 52% dels blogs s'escriuen per a un mateix.

Previsiblement, aquests nous canals de comunicació digitals evolucionaran de manera molt intensa els propers anys. El sentit d'aquesta evolució estarà condicionat per la innovació tecnològica i, sobretot, per la innovació institucional, social i cultural. La importància que la innovació cultural i artística té en aquest procés es posa clarament de manifest en la necessitat d'investigar i crear "nous formats" d'expressió cultural i artística. Per il·lustrar-ho es pot fer un paral·lelisme històric: un cop descoberta la "tecnologia cinematogràfica", es van necessitar al voltant de dues dècades per establir el llargmetratge com a un dels formats estàndard de la creació audiovisual.

Una ullada pacient i experta dels continguts que es difonen a través d'Internet permet constatar com ja actualment hi ha una gran abundància de "nous formats culturals no estabilitzats" en la seva forma i continguts, així com tampoc en el seu model econòmic que els faci viables. Per exemple, els denominats "documental web", que es poden definir com "una mescla de fotografies, vídeos, sons, textos i altres elements gràfics, que es

presenten associats a les potencialitats de la participació a la xarxa digital (fòrums socials, xats, geolocalització, bases de dades, etc.)”<sup>4</sup>

En aquest context de canvi, també apareixen els processos de *Crowdsourcing* o de col·laboració massiva: com la *Crowd Creation* (procés de creació col·lectiva en grups més o menys amplis), la *Crowd Voting* (procés de valoració o puntuació col·lectiva de qüestions determinades), el *Crowd Wisdom* (procés que recull l'opinió o el coneixement d'un grup, i no només l'opinió d'un únic expert per resoldre una determinada qüestió), o el *Crowd Funding* (procés per obtenir recursos o mecenatge de forma col·lectiva). Totes aquestes noves eines de comunicació permeten la introducció de noves formes de treball col·laboratiu, de debat i de presa de decisions col·lectives en art i cultura, que complementen les dinàmiques de treball utilitzades fins ara i amb conseqüències difícils de preveure.

Les relacions entre creativitat, cultura, tecnologia, societat i economia formen part dels fonaments que expliquen l'evolució històrica de Catalunya els tres últims segles i, molt especialment, del procés de Revolució industrial i de la Renaixença. El 1763, quan es gestava el nou paradigma econòmic que impulsaria el fort creixement del segle XIX, es creà la Junta de Comerç a Barcelona amb l'objectiu d'estimular l'activitat econòmica del país i el comerç amb Amèrica. El 1775, la Junta de Comerç creà l'Escola Gratuïta del Disseny, que posteriorment es denominaria Escola de Nobles Arts, per formar els treballadors creatius que es requerien per al desenvolupament competitiu de la nova indústria emergent. La història de la Reial Acadèmia Catalana de les Belles Arts de Sant Jordi està estretament vinculada a aquesta institució docent, de la qual en sorgirien més endavant l'Escola Superior de Belles Arts i l'Escola d'Arts i Oficis Artístics.

Sens dubte, la superació de les dificultats actuals i l'aprofitament de les oportunitats existents s'assoliran, en bona part, en funció de la capacitat per explotar plenament les capacitats creatives i innovadores del país, tant a nivell individual com col·lectiu. L'actitud, competència i esforç de les persones que promogueren institucions com l'Escola Gratuïta del Disseny o la Reial Acadèmia Catalana de les Belles Arts de Sant Jordi en el seu moment, són claus.

---

<sup>4</sup> Gantier, S., Bolka, L., 2011, "L'experiencie immersive du web documentaire: études de cas et pistes de reflexion", a *Les Cahiers du Journalisme* núm. 22/23 <[http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/22\\_23/08\\_BOLKA\\_GANTIER.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/22_23/08_BOLKA_GANTIER.pdf)>.