Ara Pirineus, 14/10/20

La cultura cerdana a les xarxes socials

La dinamització de les xarxes de les entitats culturals cerdanes ha estat discreta



SANDRA ADAM *Historiadora de l'art i professora*

Durant el confinament hem consumit cultura. Hem visitat virtualment museus d'arreu del món, llegit llibres pendents o participat en actes culturals telemàtics. Des de casa hem entrat a través de les xarxes en moltes institucions del món però, i de Cerdanya? **La dinamització de les xarxes de les entitats culturals cerdanes ha estat discreta**. Si fem un tomb pels canals digitals dels museus cerdans de seguida ens adonem que la presència és irregular. La majoria tenen perfil a les xarxes socials però si ens hi endinsem tots ells pateixen d'una dinamització i participació feble des que es van obrir. Segurament aquest fet té a veure amb el que explicava en **Gerard Cunill**

, director del Museu Municipal de Llívia, en l'article ' La manca de professionals de la cultura al Pirineu'.

Però, si volem anar més enllà, hi ha algunes iniciatives que ja són presents a les xarxes des de fa anys. L' **Associació Universitària de Cerdanya** fa nou anys va començar a penjar contingut íntegre al seu canal de Youtube; l' **Arxiu Comarcal de Cerdanya** fa quatre anys que hi penja algunes de les xerrades que organitza i, recentment, els treballadors de la **Biblioteca Comtat de Cerdanya** recomanen llibres a través de Booktrailers. El problema ve quan mirem les estadístiques i de seguida ens adonem que la majoria de publicacions no arriben al centenar de visualitzacions. Malgrat aquesta lleu participació, els intents es mantenen: aquest darrer cap de setmana el **Museu Municipal de Llívia** ha ofert la possibilitat de seguir algun dels actes de les **Jornades Europees de Patrimoni 2020** per via telemàtica.

Cal invertir en les xarxes socials? Per descomptat ja que permeten arribar a diferents públics i ens fan presents en el dia a dia de les persones. A més faciliten la promoció, la difusió i l'accés al patrimoni cultural. **El consum a la carta ha arribat per quedar-se** i no només és una pràctica dels mil·lènials sinó que els *boomers*, nascuts entre 1946 i 1964, ja hi estan completament immersos. Els museus, centres culturals i institucions s'han d'adaptar a les noves maneres de consumir però **cal que el producte estigui ben dinamitzat i sobretot ben editat**.