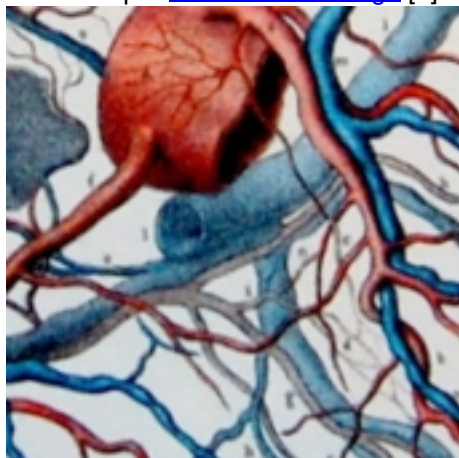


Si no circula, mor

Publicat per [Maria Farràs Drago](#) [1] el 09/10/2013 - 14:14 | Última modificació: 16/04/2015 - 14:58



Coincidint amb la publicació del contingut dels [posts del blog LAB en Creative Commons](#) [2], i a tall de ressenya del llibre *Spreadable Media. Creating value in a Networked Culture* de Henry Jenkins, Sam Ford i Joshua Green (2013), aquest post analitza com el contingut circula per la xarxa posant de rellevància els dilemes de la cultura de la participació, les noves formes d'adquisició de valor i de circulació de continguts, i com això afecta museus i institucions culturals.

El nou model híbrid sorgit de la tensió entre el tradicional model prescriptiu i el col·laboratiu és el que descriu el llibre [Spreadable Media](#) [3]. Un nou model que determina com el material es comparteix a través i entre cultures de maneres més participatives. Aquest canvi de *distribució* a *circulació* de continguts assenyalava un moviment cap a un model més participatiu de cultura, que no veu el públic com un simple consumidor de missatges prefabricats, sinó com persones que donen forma, comparteixen, recontextualitzen i remesclen continguts de múltiples maneres. I ho fan en àmplies comunitats i xarxes, per servir els seus propis interessos. Les institucions culturals ja hem pogut comprovar com el [públic virtual](#) [4] ha anat adquirint importància, i sovint és més nombrós que el presencial. La xarxa ens permet expandir la vida dels continguts més enllà de les activitats, però encara topem amb reticències a l'hora d'alliberar continguts. Per què no facilitar aquesta circulació?

Podem traduir el concepte **spread** com propagació o disseminació. Segons els autors, fa referència a les formes de circulació mediàtica, als recursos que faciliten la difusió d'uns continguts per sobre d'uns altres, les estructures econòmiques que donen suport o restringeixen aquesta circulació, els atributs dels textos mediàtics que fan que una comunitat vulgui compartir-ho i les xarxes socials que enllacen la gent a través de l'intercanvi de bits de significat. Un context que, sens dubte, pot resultar-nos familiar a museus i institucions culturals.

EL CIRCUIT

Gràcies a la tecnologia popularment coneguda com a Web 2.0, s'han anat traçant els vasos comunicants d'aquest sistema circulatori que genera dues visions enfrontades: la que hi diposita esperances de millora i apoderament, i l'empresarial, que busca com capturar i explotar aquesta cultura de la participació. Això comporta un seguit de contradiccions, conflictes i divisions entre els interessos dels productors i les audiències, que, d'una banda, fa que la lliure circulació del contingut pels mitjans es mantingui com una pràctica impugnada, i, de l'altra, evidencia que les audiències no sempre accepten cegament els termes de la Web 2.0, ans al contrari, cada cop es reafirmen més en els seus propis interessos. Per entendre-ho, cal reconèixer la varietat i complexitat del tipus de valor generat amb l'intercanvi de contingut.

[5]

[Richard Sennett](#) [6] explica com els artesans antigament eren recompensats de maneres intangibles com el reconeixement, la reputació, l'estatus, la satisfacció i, per sobre de tot, l'orgull de la feina ben feta. Del canvi



d'aquest sistema a un altre on esdevenien contribuïdors anònims i intercanviables d'una cadena de muntatge en va resultar el concepte de treball alienador. L'obra de Sennett permet comprendre per què els participants es poden comprometre en feines que no els comporten benefici econòmic o, fins i tot, que els poden comportar despeses però que són taxades per sistemes alternatius de valor. Igual com els artesans de Sennett, els milions d'usuaris que puguen vídeos a Youtube o escriuen blogs, comparteixen continguts que els interessin perquè obtenen valor d'altres maneres: l'autopromoció, el desig de diàleg i discurs, de reforçar relacions socials, d'augmentar comunitats a través de la circulació de missatges... Cal descriure aquestes audiències com a «compromeses», reconeixent que aquestes comunitats persegueixen els seus propis interessos, estan connectades i informades a través de les xarxes socials. Manuel Borja-Villel feia una crida a un [canvi radical en els museus](#) [7] en una entrevista on reivindicava «*ir contra la idea de que la cultura solo es válida cuando tiene un valor contable*». I també, cal aprendre a respondre a les expectatives reals dels nostres seguidors, que també busquen reconeixement, influir en la cultura i expressar-se ells mateixos.

Al cor del model «spreadable media» hi ha la idea que l'audiència és més que dades, que les seves discussions col·lectives i reflexions i la seva implicació activa a valorar i fer circular el contingut són generatives. Per això, cal escoltar amb honestedat el que les audiències tenen a dir-hi. Escoltar demanda una resposta activa: no tan sols recollir dades, sinó accions concretes. Tal actitud pot implicar acostar-se fins al que les audiències estan dient: agrair-los el seu entusiasme, oferint suport o recursos addicionals, fer-los arribar preocupacions o corregint malentesos. En altres casos, pot portar a canvis interns i no totes les institucions estan preparades o disposades a escoltar.

Les institucions culturals anem adonant-nos-en, tal com demostren iniciatives com la plataforma de la [Comunidad de Medialab Prado](#) [8], on els usuaris poden crear i coordinar projectes o participar com a col·laboradors en treballs d'altres usuaris; les comunitats en línia de [Rhizome Community](#) [9] i [Tate Collectives](#) [10], on els usuaris troben un espai per compartir i debatre sobre l'art que els interessa, o el projecte [Transcriu-me](#) [11] de la Biblioteca de Catalunya, que crida a la col·laboració de la gent per transcriure els documents que la biblioteca va digitalitzant. La cultura en xarxa està donant lloc a formes més elaborades de co-creació i «[produsage](#) [12]» que ens fan reconsiderar les relacions entre institucions i audiències. Es tracta d'un altre model de col·laboració en el qual els participants treballen plegats per aconseguir quelcom que cadascú per la seva banda no aconseguiria.

[>> SEGUIR LLEGINT AL BLOG CCCB LAB](#) [13]

Categories: Creativitat, innovació i Tics

- [14]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/blogs/2013/10/09/si-no-circula-mor>

Enllaços:

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

[2] <http://blogs.cccb.org/lab/creative-commons/>

[3] <http://spreadablemedia.org/>

[4] http://blogs.cccb.org/lab/article_analitzant-el-public-virtual/

[5] <http://www.vimeo.com/76506925>

[6] http://www.cccb.org/ca/autor-richard_sennett-16370

[7] <http://www.laprensa.com.ar/413623-La-memoria-de-la-creacion.note.aspx>

[8] <http://comunidad.medialab-prado.es/es>

[9] <http://rhizome.org/community/>

[10] <http://collectives.tate.org.uk/>

[11] <http://transcriu.bnc.cat/>

[12] <http://en.wikipedia.org/wiki/Produsage>

[13] http://blogs.cccb.org/lab/article_si-no-circula-mor/

[14] <http://interaccio.diba.cat/node/4314>