

Tendencias culturales que ya están aquí (2015)

Publicat per [Carne Rodríguez](#) [1] el 14/01/2015 - 15:56 | Última modificació: 08/10/2018 - 09:22

[L'estraperlista](#) [2]

De origen latín, la palabra tendencia procede del participio tendens del verbo tendo 'extender, tender, dirigirse a', cuya raíz verbal y sufijo se traduce en 'la cualidad de lo que tiende'. Como sustantivo, femenino y singular sus significados más comunes son 1. inclinación natural que una persona tiene hacia una cosa o 2. idea o corriente que sigue determinada dirección.

Un año más el rádar se pone en marcha para detectar las tendencias que nos aguardan y que nos pueden ayudar a pensar proyectos culturales que aglutinen nuevas necesidades e intereses, o mejorar actividades que ya estemos llevando a cabo, sabemos que la complejidad y la heterogeneidad es lo que caracteriza a nuestro sector, es decir, lo que el lenguaje esperántico de la acción cultural interpreta de un espectacular avance tecnológico que ha permitido mejoras en el acceso a la cultura y de una sociedad líquida e impredecible como la que nos ha tocado vivir. He aquí una síntesis de las prácticas y tendencias que destacaría en este año que empieza:



SOBRE CONSUMO CULTURAL

- Consumo colaborativo. Si [en el año anterior](#) [3] hablábamos del consumo a la carta, ahora se da cada vez más a menudo la convivencia entre ese servicio con otro tipo de consumo de raíz más colectiva, lo individual interactúa con lo colectivo para beneficio de ambas partes, una especie de evolución del peer to peer en algunos casos: es el año de madurez del consumo colaborativo.



[El consumo colaborativo](#) [4] parte del principio de generar confianza entre extraños e intercambiar recursos o bienes, como servicios, propiedades o conocimiento sin contratos de por medio y a menudo mediante códigos de buenas prácticas y valoraciones del servicio aportadas por los mismos usuarios. Ejemplos que podrían aplicarse también en la gestión cultural, como compartir espacios de trabajo, una oficina o un local de ensayo, los coworking, el [wifi compartido](#) [5], el intercambio de conocimientos o los bancos del tiempo, las monedas alternativas ([Ecosols](#) [6]), la redistribución de entradas entre particulares ([TicketBis](#) [7] en España, Argentina y Brasil), el intercambio de libros [Livralivro](#) [8] en Brasil, la venta y exhibición de obra artística [Artspace](#) [9] o International New Media Gallery [INMG](#) [10] una plataforma online de curaduría con lo último en imagen en movimiento, fotografía y digital art en la que el visitante interactúa con la performance visual, ilustran este tipo de servicios que cada vez irán más en aumento porque permiten explotar los recursos propios, ahorrar, gestionar con facilidad, intercambiar vivencias, participar y generar bienestar, un tipo de experiencia compartida entre grupos de personas o colectivos con principios parecidos; más que un tipo de consumo es una filosofía de vida, mucho más sostenible y placentera que otras, un acertado consumo responsable...

Llegiu tot l'article a : [l'estraperlista](#) [2]

Categories: Gestió cultural

Etiquetes: comunicació

Etiquetes: practiques

Etiquetes: llenguatge i llengües

Etiquetes: gestió cultural

- [11]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/blogs/2015/01/14/tendencias-culturales-2015>

Enllaços:

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

[2] <https://lestraperlista.wordpress.com/2015/01/13/tendencias-culturales-que-ya-estan-aqui-2015/>

[3] <https://lestraperlista.wordpress.com/2014/01/19/tendencias-culturales-que-ya-estan-aqui/>

[4] http://www.consumocolaborativo.com/2015/01/02/2014-vaya-ano-para-el-consumo-colaborativo/?utm_source=rss#038;utm_medium=rss&utm_campaign=2014-vaya-ano-para-el-consumo-colaborativo

[5] <https://corp.fon.com/es>

[6] <http://www.firaesc.org/moneda-social/>

[7] <http://www.ticketbis.com/?zanpid=1990443532917658624>

[8] <http://www.livralivro.com.br/>

[9] <http://www.artspace.com/>

[10] <http://www.inmg.org/>

[11] <http://interaccio.diba.cat/node/5581>