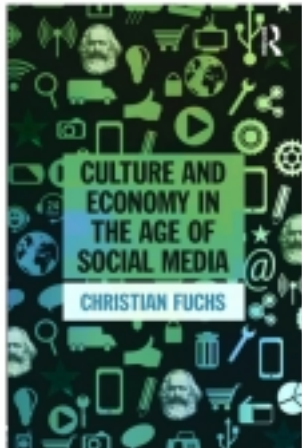


Culture and economy in the age of social media: com entendre i canviar les xarxes socials

Publicat per [Interacció](#) [1] el 08/03/2017 - 10:29 | Última modificació: 08/03/2017 - 11:50



[Christian Fuchs](#) [2] | [Routledge](#) [3]

Qui determina les ideologies a Internet? Qui se'n beneficia, i quina relació s'estableix amb el treball i el lleure? És clar que les xarxes socials són un dels nexes essencials entre cultura i economia, avui dia. Les plataformes com **Twitter** i **Facebook** són importants per entendre les noves configuracions que determinen el **valor simbòlic i material de la cultura**, tant en l'àmbit individual com en el col·lectiu. Partint d'aquestes premisses, «**Culture and economy in the age of social media**» constata que **els mitjans corporatius estan fortament controlats, políticament i econòmicament**. Però, hi ha **alternatives?**

Christian Fuchs proposa una **revisió de les aproximacions teòriques contemporànies a la cultura i el treball** per analitzar el present i el futur de les seves interaccions, tenint en compte el paradigma digital. Amb aquest objectiu, **l'autor repassa la noció de materialisme cultural de Raymond Williams**, donant per superada la perspectiva de l'idealisme cultural, el qual li serveix per argumentar que **la cultura pot ser considerada com una forma de treball dirigida** amb l'objectiu de legitimar els interessos econòmics i polítics de les classes i els grups dominants.

La primera part del llibre qüestiona intel·lectualment el tipus de vida capitalista, fent una distinció entre les diverses accepcions de «treball» («work» i «labour») per a un canvi fonamentat en el coneixement. **La segona part tracta** aspectes culturals i polítics de l'**economia del temps** a les xarxes socials, per determinar **com s'hi crea valor i quina relació té amb el treball i el lleure**, seguint les teories de **Marx**. Aquesta és la base per dirimir els termes que conformen la dinàmica capitalista a les xarxes socials en l'era global, dels quals s'ocupa **la tercera part** del llibre, parant especial **atenció a l'emergència de plataformes xineses** com Baidu, Weibo i Renren, comparades amb Google, Twitter i Facebook, respectivament, per comprendre les transformacions econòmiques, polítiques, socials i culturals més importants.

Finalment, **la quarta part** de «[Culture and economy in the age of social media](#) [4]» presenta les **alternatives a la «colonització d'Internet»**: la mobilització radical per **un nou servei públic dels mitjans** ha de formar part de l'**estratègia de llarg recorregut que desafii el neoliberalisme**, segons l'autor. Una reforma que ha de posar en qüestió els oligopolis de les grans companyies multinacionals i apoderar els ciutadans per posar en marxa **noves plataformes públiques** no comercials i expandir que les que ja funcionen. En paraules de Christian Fuchs: [Occupy Media](#) [5]!

Podeu consultar aquest [llibre](#) [4] al [Centre d'Informació i Documentació](#) [6]

[Inicieu sessió](#) [7] o [registreu-vos](#) [8] per a enviar comentaris



Etiquetes: internet

Etiquetes: Xina

Etiquetes: materialisme cultural

Etiquetes: neoliberalisme

Etiquetes: valor

Etiquetes: economia

Etiquetes: globalització

- [9]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2017/culture-economy-age-social-media>

Enllaços:

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

[2] <http://fuchs.uti.at/>

[3] <https://www.routledge.com/>

[4] <http://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=45454>

[5] <http://fuchs.uti.at/books/occupymedia-the-occupy-movement-and-social-media-in-crisis-capitalism/>

[6] <http://www.diba.cat/web/cerc/cidoc>

[7] <https://interaccio.diba.cat/>

[8] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[9] <https://interaccio.diba.cat/node/6875>