



<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Algunes reflexions sobre la cultura digital*

Charlie Gere

Cap del Departament de Mitjans,
Cinema i Estudis Culturals
Universitat de Lancaster (Regne Unit)
c.gere@lancaster.ac.uk

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Resum

Aquest article examina algunes de les implicacions dels transcendents canvis que comporten les noves tecnologies digitals, sobretot amb relació a les concepcions del subjecte, el consumidor i la comunitat.

Paraules clau

web 2.0, cultura digital, internet dels objectes

Some thoughts on Digital Culture

Abstract

This essay considers some of the implications of the momentous changes being brought about by new digital technologies, particularly in relation to conceptions of the subject, the consumer and community.

Keywords

web 2.0, digital culture, internet of things

Un dels processos que acompanya l'actual cultura digital és la sensació de canvi vertiginós. La complexitat de la tecnologia i el ritme creixent en què es desenvolupa fan que les coses canviïn a una gran velocitat. La tecnologia sempre ha causat canvis en nosaltres i en la nostra relació amb el medi: la diferència ara és el ritme a què aquest canvi té lloc. Durant els primers milions d'anys d'ús d'eines per part d'hominoides i d'humans, els canvis foren si fa no fa imperceptibles. En els últims vint o trenta mil anys, les transformacions van començar a agafar ritme; en arribar a l'era moderna, la tecnologia ja es desenvolupa a una velocitat increïble (almenys, al món «desenvolupat»), i en l'últim centenar d'anys hem assistit a una transformació tecnològica i a un desenvolupament

molt més important i ràpid que en tota la història de la humanitat anterior.

Una de les conseqüències d'aquest ritme accelerat de creixement és que ens resulta cada vegada més difícil arribar a entendre del tot què està passant, fins al punt de fer-se gairebé impossible. Tot i que som conscients de molts altres desenvolupaments tecnològics i de les problemàtiques que els acompanyen, com ara l'energia i l'armament nuclears, la producció industrial i els seus efectes sobre el medi, la disminució de reserves energètiques i la cerca de fonts d'energia renovables i sostenibles, és possible que la nostra confrontació més intensa amb la tecnologia i la màxima experiència de la seva capacitat de transformació es produeixi pels

* Extret de la introducció i de la conclusió de la segona edició del meu llibre *Digital Culture* (Reaktion Books, 2002/2008).



<http://dighum.uoc.edu>

Algunes reflexions sobre la cultura digital

mitjans de comunicació, que estan mudant i desenvolupant-se de maneres extraordinàries mai no vistes. Aquesta afirmació és especialment certa si parlem dels mitjans digitals, com ara internet i el web, la telefonia mòbil o el vídeo digital, que ens permeten fer coses que ja fèiem abans més sovint i amb menys dificultat, o fer coses que abans pràcticament no podíem ni imaginar.

I no és sols que estan transformant el món: és que ens transformen a nosaltres mateixos i modifiquen com entenem qui som. Ho canvien tot, incloent-hi la mateixa idea de *mitjà*, un terme que a hores d'ara ja és del tot conflictiu. El problema és aquest: qualsevol transformació radical ocasionada pels mitjans és, gairebé per definició, impossible d'entendre en la seva profunditat en el moment en què s'està produint. Aquesta situació es dona perquè la nostra comprensió del món està estructurada i se'ns fa accessible pels mitjans (entenen ara el terme en un sentit ampli que inclou, per exemple, el llenguatge). De fet, no hi ha ni pot haver-hi un punt fora dels mitjans des del qual puguem tenir una mena de perspectiva privilegiada i lliure de concepcions prèvies sobre qualsevol aspecte de la nostra existència, i menys encara sobre els mitjans mateixos.

A tall d'exemple comparatiu, podem entrar a considerar com podria haver entès el desenvolupament de la impremta una persona europea de finals del segle xv. Per molta cultura que tingués, sembla difícil que pogués copsar totes les implicacions d'aquella nova tecnologia comunicativa, ni els transcendents efectes que havia de tenir per a Occident, la cultura mundial i la societat. La seva mentalitat es devia haver format dins una determinada «ecologia dels mitjans» i per tant no podia estar preparada per a entendre les noves condicions dels mitjans que apareixien. És molt més probable que a les acaballes del segle xv la impremta encara es veiés com una continuació de les pràctiques d'escrivans i copistes que n'augmentava l'eficiència, una mena de pròtesi o de substitut de la mà per a la producció de textos: no es devia veure com el mitjà que havia de transformar totalment el context intel·lectual.

Potser ens trobem ara en un moment molt similar pel que fa a la comprensió de les transformacions ocasionades per les noves tecnologies. Però pensar així podria ser caure en el parany d'entendre els actuals canvis tecnològics i dels mitjans en termes de transformacions precedents. Una mica com els estratèges militars, de qui se sol dir que sempre es preparen, més que pensant en la pròxima batalla, en altres maneres de disputar la batalla precedent, només podem entendre els nous mitjans pensant en els antics. Probablement, la capacitat d'entendre completament les implicacions i les transformacions que va significar la impremta només es pot atènyer quan la cultura de la impremta s'ha començat a substituir per la cultura electrònica, «postimpremta». Si fóssim capaços d'entendre les transformacions que ens envolten, significaria que no són veritables transformacions, sinó meres evolucions de la situació actual.

Tot el que podem fer, per tant, és radiografiar els canvis que observem amb l'esperança de mantenir una certa capacitat

d'entendre una situació en canvi permanent. Malgrat totes les prediccions catastrofistes sobre l'anomenat *efecte 2000*, el nou mil·lenni no va assistir al col·lapse dels sistemes informàtics dels bancs, ni dels sistemes de gestió de l'assistència social, ni tampoc a una fallada general d'equips mèdics, sistemes de climatització, ascensors, xarxes elèctriques, sistemes de control de trànsit terrestre o aeri ni de cap altre sistema amb tecnologia digital; ni tampoc no es va produir cap llançament accidental de míssils nuclears. No obstant això, el segle tot just havia començat quan va ocórrer un esdeveniment apocalíptic que, tot i no estar causat per la tecnologia digital ni guardar-hi relació, va demostrar el caràcter precàriament interconnectat de la cultura digital emergent.

El 6 de setembre de 2001 es va inaugurar a la galeria Postmasters de Nova York una exposició de l'artista Wolfgang Staehle anomenada 2001. Staehle ja tenia un reconeixement com a pioner en el món de l'art amb ús d'internet. El 1991 havia fundat *The Thing*, un tauler de notícies en la xarxa que es va convertir en un dels primers i més influents fòrums de debat sobre teoria i art dels nous mitjans. En l'època de l'exposició a la Postmasters, Staehle ja estava en possessió d'una tècnica característica que incloïa la projecció d'imatges digitals d'alta resolució sobre els murs de sales d'exposició. El que feia insòlites aquelles projeccions era que les imatges eren en directe i procedien de la realitat: s'actualitzaven en un marge de pocs segons. El que l'espectador contemplava era més o menys el que s'estava esdevenint en el mateix moment de visió.

Per a l'exposició de la Postmasters, Staehle va projectar tres d'aquelles imatges a temps real: una del Fernsehturm, la característica i inconfusible torre de televisió de Berlín; una altra de Comburg, un monestir prop de Stuttgart; la tercera era una vista del Baix Manhattan des d'una càmera situada a Brooklyn. Vistes en circumstàncies normals, les imatges de Staehle transmeten una vivència d'immobilitat i quietud, malgrat ser imatges més o menys en viu, i provoquen, de manera molt intel·ligent, una reflexió sobre la diferència entre imatges en viu i imatges fixes i sobre temes de més gran abast, com ara el temps i la representació. En el cas de la imatge del Baix Manhattan, aquesta immobilitat fou destrossada cinc dies després d'una manera absolutament excepcional i imprevisible: el World Trade Center, que dominava la perspectiva projectada, va ser atacat i destruït per dos avions segrestats.

A Staehle no li van agradar ni la fama imprevista i innecessària ni una certa mala aurèola que l'atac terrorista va donar a la seva exposició. Però fos com fos, allò va ajudar a traçar una important connexió entre la tecnologia a temps real que usava Staehle i el context en què els atacs van ocórrer i es van transmetre. Staehle estava aprofitant l'enorme potencial de les noves xarxes digitals i de les noves tecnologies per a posar a la disposició de tothom de manera immediata la informació i les representacions. Aquesta immediata transformava la nostra relació amb els esdeveniments que estan ocorrent i fins i tot en transforma la natura.

Tot això queda adequadament reflectit en el títol d'un llibre sobre els atemptats que va escriure l'expert en Orient Mitjà i



<http://digithum.uoc.edu>

Algunes reflexions sobre la cultura digital

professor Fred Halliday: *Two Hours that Shook the World* ['Dues hores que van sacsejar el món']. El títol de Halliday fa clarament un joc amb el de l'obra, ja clàssica, en què el periodista John Reed va relatar el seu testimoni de la revolució bolxevic d'octubre de 1917: *Deu dies que sacsejaren el món* (1919). La diferència entre els dos títols sintetitza admirablement la velocitat creixent a què ocorren els esdeveniments que transformen el món. Aquesta acceleració està directament relacionada amb la creixent ubiqüitat i disponibilitat dels mitjans (digitals i de qualsevol altra mena), els quals permeten contemplar tots aquests esdeveniments. Les notícies de la Revolució Russa només van circular per mitjans impresos com ara els periòdics; arribats a l'11 de setembre, els atemptats es van poder veure des de tot el món més o menys mentre ocorrien, i tothom en va poder veure els resultats, incloent-hi el dramàtic esfondrament de les torres.

A més, tot això va ser possible no sols per mitjans dominants com ara la televisió, sinó també per webs informatius. De fet, la demanda de notícies va ser tan gran que internet poc menys que es va col·lapsar i molta gent en va sortir i va tornar a la ràdio i a la televisió. Així i tot, la velocitat a què les notícies dels atemptats van fer la volta al món palesa l'alt grau d'interconnexió que hi ha al planeta, deguda en bona part als nous mitjans i a les noves tecnologies. En poc de temps, els taulers de notícies i les sales de xat de la xarxa es van omplir de relats de testimonis presencials, d'imatges, debats, teories sobre conspiracions i acusacions sobre els atemptats.

El que s'entreveu ara no és un model jeràrquic de comunicació de massa que va del centre cap a fora: més aviat es tracta d'un paradigma més escampat i distribuït que circula de baix a dalt. Les empreses de comunicació cada vegada es veuran més obligades a tenir en consideració les expectatives d'un nou tipus de consumidor (i potser fins i tot d'un nou tipus de subjecte): aquell que no vol ser tractat com un consumidor invisible, anònim i passiu, sinó com un usuari actiu dels mitjans, acostumat a crear les seves maneres pròpies de respondre a necessitats i desitjos. Sovint s'esmenten els blogs com un dels principals fenòmens de l'anomenada *web 2.0*, nom donat a la concepció de la xarxa com a espai per a la col·laboració i la comunicació recíproca.

Entre aquests desenvolupaments hi ha els programaris de xarxes socials, com ara MySpace, Bebo, FaceBook i Second Life (el qual serveix per a què els usuaris interactuïn compartint un espai virtual de tres dimensions), o YouTube, Flickr i del.icio.us (que permeten carregar en el web, respectivament, vídeos, fotos i adreces d'interès); programaris d'intercanvi de fitxers com ara Napster i BitTorrent (que permeten compartir música en formats digitals i vídeos); potents motors de cerca, el més famós dels quals és Google; noves formes de debat i d'autoexpressió, com blogs i podcasts, i noves formes d'organitzar i distribuir el coneixement, com Wikipedia. Cal destacar molt especialment les comunitats en línia impulsades per MySpace i altres llocs web similars (Bebo i Facebook, per exemple) i els programaris per a compartir fitxers

com Flickr i del.icio.us. Tots aquests mitjans porten a una nova comprensió de com fer possible que els mitjans responguin a les necessitats personals i de mercat.

És possible que en un primer estadi molta gent no utilitzi aquests sistemes. Així i tot, determinaran com s'estructuraran els mitjans i la consideració que rebran. Aquestes transformacions en els mitjans que porten les noves tecnologies arriben fins i tot a canviar com pensem en nosaltres mateixos. Ja no som consumidors passius de mitjans, sinó que cada vegada som més productors actius. Pensem en un exemple banal com aquest: amb formes tecnològiques com Tivo o iPod podem programar el contingut dels mitjans al nostre gust, sense haver de seguir la presentació que proposen les televisions o les companyies de discos. Ben mirat, aquest no és un fenomen nou ni estrictament digital: des del moment en què van aparèixer cintes de vídeo i cassetts d'àudio per a gravar, ja no estàvem obligats a veure un programa en el mateix moment en què s'emetia ni a escoltar el contingut d'un disc en el mateix ordre en què s'editava. Tot i que pugui semblar de poca importància, el fet és que allò ja va alterar la relació amb els productes dels mitjans, fos televisió o música. En l'època en què es va estendre la disponibilitat de mecanismes d'enregistrament d'àudio i de vídeo també van produir-se els inicis del mostreig i la remesclosa en música popular, en què material ja creat es reutilitza per a crear noves peces. Aquestes tècniques poden veure's com un primer pas en la tendència actual a anar del consum passiu a la producció activa. Hi ha, però, una diferència important entre aquests primers fenòmens analògics i les noves formes digitals de controlar el consum de continguts: en aquells primers casos analògics persistia la subordinació als mitjans principals (discos, ràdio, televisió), que continuaven determinant de manera general com es consumien els seus continguts; en el cas de les noves tecnologies s'està produint una alteració fonamental, profunda i radical de la relació que mantenim amb els mitjans.

Les xarxes socials com FaceBook o MySpace ens donen informació de com s'està consumint el web 2.0. Navegar per qualsevol d'aquestes dues xarxes és una experiència fascinant amb un cert punt *voyeur*. Les pàgines de cada usuari es poden personalitzar i contenen informació personal, fotografies d'amics que també són a la xarxa MySpace, un missatge que indica quants amics té l'usuari i missatges d'aquests amics de contingut freqüentment personal. (Quan MySpace va començar, una de les persones que s'identificava com a fundador de la xarxa, Tom Anderson, era el primer «amic» en línia que cada subscriptor tenia. Fent clic en un enllaç de cada pàgina es poden veure fotos i enllaços de tots els amics d'un usuari i en Tom sempre hi és sempre a la llista. D'aquí va néixer el lema satíric que algunes persones llueien en samarretes per compadir-se d'elles mateixes: «Tom és l'únic amic que tinc». Arribada la primavera de 2008, Tom tenia 221.036.100 amics. Arran de la compra de MySpace per la News Corporation de Robert Murdoch, Tom ha passat a ser una identitat corporativa i ja no és una referència a una persona concreta.)



<http://digithum.uoc.edu>

Algunes reflexions sobre la cultura digital

La personalització de la pàgina que fan els usuaris i la presentació d'informació personal constitueixen una creació del jo. Els missatges són enllaços a les pàgines d'altres usuaris, per la qual cosa es pot navegar per complexes xarxes de connexions. MySpace també té enllaços a música i a vídeos de llocs com YouTube. Tant MySpace com FaceBook ofereixen un tast del que és un nou tipus de comunitat que ja no està limitat per la ubicació física, perquè es crea a partir dels interessos comuns i de l'autodefinició pels mitjans. Això pot significar que davant els nous mitjans digitals i les xarxes assistim a l'aparició d'una nova «cultura participativa» de cooperació o solidaritat més grans; però també pot significar que la cultura digital corre el risc de produir un guirigall de mitjans que entren en competència, d'autopromoció constant i d'interacció incorporada sense substància, en una societat cada vegada més atomitzada. Però potser encara és possible i necessària una altra resposta que superi aquesta oposició entre una cooperació més gran i una atomització creixent. Vivim en un món on cada vegada estem més units i alhora més separats per les xarxes mundials de tecnologies comunicatives. No ens ha de sorprendre, doncs, que el concepte «d'amistat» es faci més visible i important, al mateix temps que altres formes tradicionals de comunitat es desgasten i es desenvolupen noves formes de subjectivitat i de connexió. No obstant això, en una situació en què Tom pot afirmar tenir més de dos-cents milions d'amics, el mateix concepte d'amistat necessita un replantejament. Per tant, el que potser necessita aquesta cultura digital cada vegada més interconnectada és una nova «política de l'amistat», una nova conceptualització de la relació entre el jo i l'altre, i noves formes d'entendre les comunitats.

Potser haurem d'expandir la noció que tenim sobre qui o què pot formar part d'una comunitat futura, sobretot vist el potencial creixent de participació. A la dècada de 1950 i 1960 es va suggerir, de manera totalment seriosa, que els ordinadors serien capaços

d'arribar a alguna forma d'intel·ligència, fins i tot de consciència. El concepte d'intel·ligència artificial, basat en una concepció modernista i antiquada de la cognició com a procés interior, ha quedat molt desacreditat. Però alguns desenvolupaments més recents, molts dels quals van sorgir de la intel·ligència artificial, ens estan posant al davant objectes i tecnologies capaços d'actuar, comunicar, significar i participar, encara que aquestes capacitats no semblin incloure res de semblant a la intel·ligència humana o a la consciència. N'és un exemple la recerca sobre el desenvolupament de formes senzilles de comportament intel·ligent a partir de la combinació de robòtica i xarxes neuronals, tal com ha fet el científic de la computació Rodney Brooks a l'Institut Tecnològic de Massachussets. No sembla possible, però, que en un futur previsible vegem robots ni tan sols mínimament intel·ligents pertorbant la nostra vida quotidiana. En canvi, ja hi ha desenvolupaments més petits i potser menys impressionants que plantegen preguntes sobre la capacitat de la tecnologia per a actuar i participar. S'està posant de moda una nova expressió, *l'internet dels objectes*, que fa referència al nou món d'aparells interconnectats en xarxa que poden comunicar-se els uns amb els altres i amb altres sistemes i entitats.

Totes aquestes evolucions palesen la transcendència dels canvis que estan tenint lloc en la cultura digital, canvis que afecten tots els aspectes de la vida, i que es fan més difícils de percebre a mesura que es fan habituals i deixem de parar-hi atenció. Arribem a un punt en què les tecnologies digitals ja no són simples eines, sinó que cobren un caràcter cada vegada més participatiu en una cultura cada vegada més participativa, per a bé o per a mal. La necessitat de continuar reflexionant és més urgent que mai, sobretot tenint en compte que la tecnologia es va fent més i més invisible a mesura que es fa part inseparable de l'estructura de la nostra existència.

CITACIÓ RECOMANADA

GERE, CHARLIE (2010). «Algunes reflexions sobre la cultura digital». A: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital» [dossier en línia]. *Digithum*, núm. 12. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].
<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-gere/n12-gere>>
ISSN 1575-2275



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista i la institució que la publiquen (*Digithum*; FUOC); no en feu un ús comercial i no en feu obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.



Charlie Gere
 Cap del Departament de Mitjans,
 Cinema i Estudis Culturals
 Universitat de Lancaster (Regne Unit)
 c.gere@lancaster.ac.uk

Lancaster University
 Bailrigg, LA1 4YD, UK

Charlie Gere és professor de Recerca sobre Nous Mitjans i cap del Departament de Mitjans, Cinema i Estudis Culturals a la Universitat de Lancaster. És autor de *Digital Culture* (2002/2008), *Art, Time and Technology* (2006), *Non-Relational Aesthetics* (2008) i *Art After God* (de pròxima aparició, 2011), i coeditor de *White Heat Cold Logic* (2008) i *Art Practice in a Digital Culture* (2010), a més d'autor de molts articles i capítols de llibres. Va ser president de CHArt (Ordinadors i Història de l'Art) de 2001 a 2009; investigador principal de 2002 a 2005 del projecte de recerca CACHE (Arts per Ordinador, Contextos, Històries, etcètera), finançat per AHRC (Consell d'Investigacions d'Arts i Humanitats), i un dels conservadors de l'exposició FEEDBACK a Gijón (Astúries) el 2007.