DOPPIOZERO

Cooperazione, condivisione, co-creazione

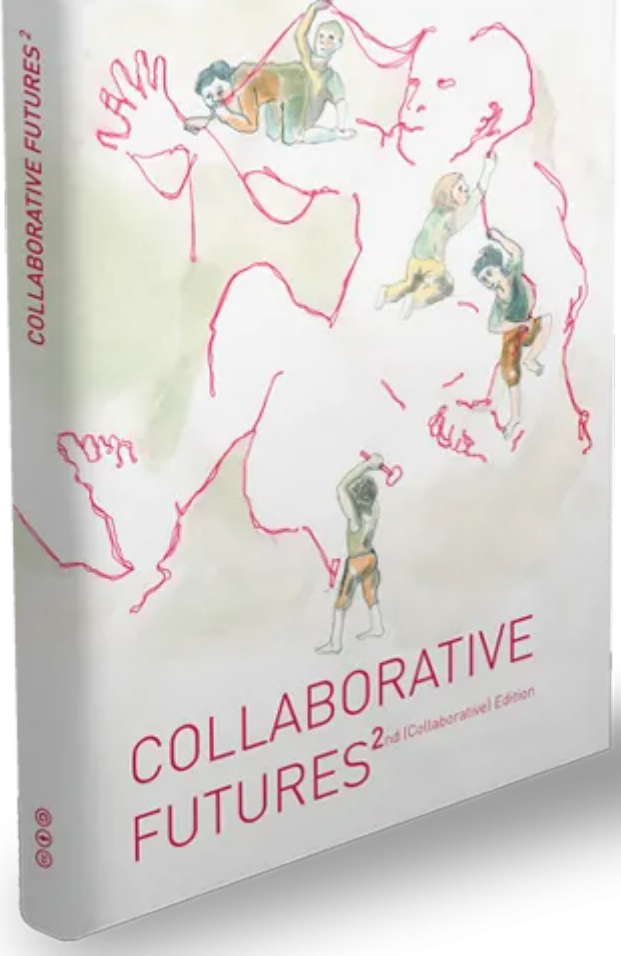
Tiziano Bonini

17 Aprile 2013

Cooperazione, condivisione, co-creazione, sono parole sempre più frequenti nei domini delle industrie culturali (media, arte e design), dei social media, del marketing e della social innovation. Sono tutte parole che hanno a che fare con pratiche collaborative attraverso la rete: un gruppo di persone, anche sconosciute e spazialmente disperse, riescono a collaborare realizzando un progetto creativo comune grazie alla connessione e all'organizzazione in reti.

Fin qui tutto bene. Però ultimamente c'è un po' l'abitudine ad abusare di queste parole, con una certa leggerezza e una certa ingenuità. A forza di abusarne poi, si finisce per depotenziarne la forza, come quando si ripete che internet è democratico, come un mantra imparato a memoria, poi si finisce per minare le reali potenzialità democratiche delle reti tecnologiche.

Proviamo quindi a definirne meglio i confini e lo facciamo parlando di un bell'articolo dal titolo “What Is Collaboration Anyway?” compreso nella raccolta di saggi "The Social Media Reader" curato da Michael Mandiberg ed uscito per la New York University Press (2012). L'articolo è un estratto dal libro di Alan Hyde, Alan Toner e altri, Collaborative Futures.



Condividere è solo il primo passo

In cosa consiste la collaborazione all'interno di reti digitali? Fino a che punto alcune pratiche sono collaborative e da che punto si possono invece considerare “sfruttamento” dei contenuti generati dagli utenti? L'articolo prova a rispondere a queste domande e parte con questa frase: “La condivisione di contenuti da sola non significa di per sé collaborare”. La condivisione di contenuti sulle piattaforme sociali è un atto - sostengono gli autori – fortemente identitario. Nel giorno dell'anniversario della morte di Kurt Cobain pubblico sul mio profilo Facebook il video di You Tube di *Come as you are* non tanto perché voglio regalare ai miei amici un video introvabile ma soprattutto perché voglio affermare le mie radici musicali, i miei gusti. Queste condivisioni dicono molto su ciò che siamo, su chi vogliamo essere, su come vogliamo essere decodificati on line. Il lavoro che facciamo per condividere questi contenuti, fossero anche contenuti licenziati in

maniera aperta sotto Creative Commons, non è il frutto di un lavoro collaborativo ma di un atto individuale slegato da un progetto comune. Dalla parte opposta di questi atti, che legano fortemente il link all'autore della condivisione, c'è l'esempio di Wikipedia, dove chi lavora per compilare una scheda non è riconosciuto come autore. La condivisione di un particolare sapere su Wikipedia non è un atto identitario e solitario, ma è il frutto di un progetto collaborativo. Tra questi due estremi, in mezzo, le forme collaborative in rete prendono varie forme e sfumature.

Aggregare non è collaborare

Per collaborare, secondo gli autori, è necessario che i partecipanti siano al corrente di essere parte di un progetto collaborativo e che ne condividano gli obiettivi. Gli autori fanno due esempi di progetti non collaborativi basati sull'aggregazione di contenuti generati dagli utenti. Il primo è quello del musicista israeliano Kutiman (ma come lui, potremmo citarne altre centinaia) che nel 2009 ha raccolto una serie di video amatoriali postati su You Tube di musicisti che suonavano di fronte a una web cam. Ha campionato alcuni frammenti di questi video e ne ha tratto nuovi video musicali frutto del montaggio (mash up) delle tante clip estratte dai video amatoriali. Il risultato è stato una serie di 7 video intitolati "ThruYou – Kutiman Mixes You Tube" (in ogni caso Kutiman non si è appropriato dei contenuti altrui, li ha aggregati in maniera creativa, citando nei credits gli autori originali dei video da lui campionati). In questo progetto, sostengono gli autori, non c'è collaborazione tra diversi musicisti attraverso la rete, ma il lavoro di un singolo autore che remixa contenuti generati da altri. I musicisti campionati e coinvolti nel remix non hanno partecipato intenzionalmente.

Questo primo esempio mette già in luce un nodo oscuro delle pratiche "collaborative": se non c'è intenzionalità non c'è collaborazione. Eppure quanti giornali aggregano contenuti generati dagli utenti dando vita a contenuti propri (che generano per loro un profitto) senza riconoscere loro nemmeno i credits? Quante foto pubblicate su Instagram dagli utenti vengono riprese dai giornali per essere confezionate a corredo di articoli o sotto forma di gallerie?

Aggregare contenuti altrui è sempre eticamente sbagliato? Oppure lo è quando viene fatto per generare un profitto (i giornali) e non lo è quando il fine è creativo/artistico (Kutiman)? Basta citare le fonti (gli utenti) per essere legalmente al riparo? Basta appellarsi al fatto che questi contenuti sono stati rilasciati pubblicamente e appartengono quindi a tutti e tutti possono ri-usarli come vogliono? Gli autori non tracciano una linea netta, perché sono più concentrati sul significato di /collaborazione/ e su cosa non lo è ma è ovvio che queste pratiche aggregative e non collaborative sollevano domande etiche e

legali alle quali le attuali leggi sul copyright e sulla privacy riescono a dare risposte monche: o troppo rigide o completamente assenti.
Il secondo criterio, oltre a quello dell'intenzionalità, è quello della condivisione degli obiettivi. Qui gli autori fanno l'esempio degli sviluppatori del web che cercano di ottimizzare la struttura e i contenuti dei siti web al fine di essere meglio indicizzati dall'algoritmo (PageRank) di ricerca di Google. Ottimizzando i propri siti, contribuiscono all'aumento di precisione dell'algoritmo, eppure quest'ultimo non è un loro obiettivo. La stessa cosa può essere detta sugli utenti di Twitter, Flickr, You Tube ecc: contribuendo con il loro lavoro (scrivendo tweet, caricando fotografie e video ecc..) contribuiscono al miglioramento della piattaforma tecnologica, ma senza che questo sia un loro obiettivo comune.

11 Criteri per valutare la collaborazione
Cos'è allora questa “collaborazione”? La parte più interessante del loro articolo è quella finale, dove viene compilata una preziosa lista di “criteri per la collaborazione”, una serie di criteri che aiutano a valutare la forza, la solidità, la riuscita di un progetto collaborativo e restituiscono una definizione sfumata di /collaborazione/. La collaborazione è qui misurata lungo un continuum che va da un basso grado di intensità (progetti che non rispondono a quasi nessun criterio) ad un alto grado di collaborazione (progetti che rispondono a tutti e 11 i criteri)

1) Intenzionalità
I partecipanti a questo progetto sono coscienti di prenderne parte? E' necessario aderire consapevolmente? Oppure è sufficiente una minima attività di tagging o la mera esecuzione di un comando in un ambiente tecnologico? (es. l'uso dell'hashtag)

2) Condivisione degli obiettivi
La partecipazione è motivata dal raggiungimento di obiettivi comuni o da interessi personali?

3) Controllo delle modalità di partecipazione
Le strutture e le regole della partecipazione sono accessibili e aperte? Possono essere messe in discussione e rinegoziate? I partecipanti sono interessati a metterle in discussione o le accettano passivamente?

4) Meccanismi di coordinazione
E' necessaria l'attenzione umana per coordinare l'integrazione dei contributi oppure questo compito è assolto da meccanismi automatici?

5) Proprietà
A chi appartiene l'opera frutto del progetto collaborativo? Chi è escluso o incluso nella divisione dei possibili utili?

6) Trasferimento delle competenze
La collaborazione produce un trasferimento di competenze all'interno del gruppo? E' simile alle *community of practice*, gruppi di persone che condividono una passione o un problema e che migliorano la propria conoscenza ed esperienza attraverso la cooperazione, lo scambio e l'interazione tra loro.

7) Identità
Il processo di partecipazione favorisce una maggiore identità di gruppo?

8) Scala (Grandezza, Durata, Velocità, Spazio, Scopi)
La scala del progetto collaborativo influisce molto sulle dinamiche della collaborazione. Quanto è grande il numero dei partecipanti? Quanto deve durare la collaborazione? Quanto tempo prende la partecipazione? Quanto è veloce il processo decisionale? La collaborazione avviene su un territorio limitato o su uno spazio geografico esteso? Quanto è facile o complessa l'azione collaborativa più basica? Quanto complesso e ambizioso è l'obiettivo comune?

9) Topologia della Rete (*Network Topology*)
In che modo sono connessi i partecipanti tra loro? I contributi sono connessi tra loro o sono aggregati attraverso un unico collo di bottiglia? Il modello di partecipazione è accentrato o distribuito?

10) Accessibilità
Chiunque può partecipare o ci sono dei filtri e delle selezioni? I partecipanti possono prendere parte solo su invito?

11) Uguaglianza
Tutti i contributi sono uguali nello scopo? C'è un piccolo gruppo di partecipanti che contruibuisce alla maggior parte del lavoro? Il controllo sul progetto è ugualmente distribuito tra i partecipanti o ci sono dei meccanismi gerarchici?

Queste domande sono tutte questioni fondamentali sia per disegnare e mettere a punto un qualsiasi progetto collaborativo sia per valutare la qualità delle differenti forme e pratiche collaborative presenti oggi in Internet. Saper distinguere quando si tratta di collaborazione, co-creazione, o semplice aggregazione è fondamentale

per la nostra vita digitale, per poter liberamente decidere se prendere parte ad un progetto e non esserne inconsapevolmente sfruttati.
Mettere in condivisione la propria macchina, i propri libri, la propria musica, i propri film, la propria casa con altri sconosciuti attraverso piattaforme tecnologiche è una pratica collaborativa (sebbene non di alta intensità) perché ha un obiettivo comune (avere tutti un accesso maggiore e facilitato a beni materiali e immateriali) ed è svolta consapevolmente. Ma la qualità di questa collaborazione cambia molto se possiamo decidere e negoziare collettivamente le regole di questa condivisione o se bisogna subire le regole imposte della piattaforma tecnologica che ne permette la condivisione, perché questa piattaforma è una società privata basata su software proprietari e orientata al profitto.
Come ha detto poco tempo fa Michel Bauwens in un talk intitolato “Let's collaborate” è ora che gli utenti creino un sindacato di Facebook, per rinegoziare le regole del gioco.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

