

## **L'aprenentatge i l'essència dels productors culturals en els espais d'afinitat de mescles en línia basats en els fans<sup>72</sup>**

191

Colin Lankshear i Michele Knobel

### Introducció

Aquest capítol vol explorar algunes dimensions de la participació dels joves dins dels nous tipus d'estructures i d'escenaris per a la construcció d'empreses en col·laboració al voltant d'interessos i causes compartits. Aquests nous tipus d'estructures i escenaris són el que James Gee (2007) anomena espais d'afinitat, dels quals hi ha molts tipus. Els tipus d'espais d'afinitat en línia que tindrem en compte ací són els que serveixen de suport i escaparata a la producció cultural dels afeccionats a les icones i els artefactes culturals populars. Aquests són els afeccionats que representen el seu «*fandom*» fent noves versions de material original a través d'actes d'escriptura de *fanfiction*, *fanart*, i la producció d'artefactes de multimèdia combinant música, imatges, text, i altres mitjans de comunicació en proporcions variades. Nosaltres defensarem que la dita activitat té algunes implicacions interessants i importants per a les relacions comprensives entre l'aprenentatge, la identitat i la capacitat des d'una perspectiva educativa.

### Els espais d'afinitat

En *Good Video Games + Good Learning*, James Gee (2007: capítol 6) desenvolupa la idea dels espais d'afinitat que es construeixen en les àrees dels interessos, els entusiasmes i les causes compartits, i que constitueixen un tipus especial d'espai social. Encara que Gee desenvolupa aquest concepte específicament respecte als videojocs, la idea dels espais d'afinitat té una aplicació molt més àmplia. Poden trobar-se espais d'afinitat al voltant d'àrees de l'activitat humana que són tan diverses com posseir un tipus concret d'automòbil, crear pel·lícules de machinima, ser un activista social de l'ecologia, practicar la salut holística i, en

<sup>72</sup> Traductor: Xavier Montero Horche.

general, ser un afeccionat de gairebé qualsevol cosa (ibíd.: 101). Segons Gee, els espais d'afinitat són una forma cada vegada més comuna i important d'afiliació social en el món de l'alta tecnologia neo-capitalista de hui (2007: 96), i tenen implicacions de llarg abast per al futur de l'aprenentatge. Els espais d'afinitat són una forma d'espai social, però es caracteritzen per trets que no tots els espais socials posseeixen.

#### A ELS ESPAIS SOCIALS

Els espais socials generalment estan fets del que Gee anomena «generadors» i «portals», així com de la manera en la qual les persones interactuen amb el contingut que defineix un espai social concret i la manera en la qual interactuen entre si al voltant d'aquest contingut.

Per «generadors» Gee vol dir qualsevol cosa que proporciona el contingut sobre el qual tracta un espai social. Això és el contingut al qual les persones donen significat, de manera que poden relacionar-se amb aquests significats i poden relacionar-se amb altres persones al voltant d'aquests significats. Un programa de televisió, amb les seues escenes, els seus personatges i els seus guions, proporciona el contingut amb el qual els espectadors es relacionen quan donen significat al show, reflexionen sobre els significats i els discuteixen o els debaten amb uns altres. Un espai social sorgeix al voltant del programa, que esdevé *el locus* d'un sistema social. El contingut d'un programa de televisió concret serà dissenyat i organitzat d'una manera concreta per aquells que el creen, i això tindrà molt a veure amb qui es pren el show seriósament, es compromet amb ell, etcètera. Cada espai social, diu Gee, té «una organització de contingut»: com es dissenya o s'organitza el seu contingut. Els espais socials també tenen el que Gee anomena una «organització interactiva». Això es refereix a la manera en la qual les persones es comprometen amb l'espai social, organitzen els seus pensaments, les seues creences, els seus valors, les seues accions i les relacions socials pel que fa al contingut de l'espai: això inclou la interacció amb el contingut i la interacció amb altres persones sobre el contingut.

Els portals són els mitjans o els canals pels quals les persones entren en un espai social. Gee descriu un portal com «qualsevol cosa que dona accés al contingut i a la manera de relacionar-se amb aquest contingut, sol o amb altres persones» (Gee 2007: 94). En el cas d'un programa de televisió popular, el propi programa televisat serà un portal (així com un generador). Però pot haver-hi molts altres tipus de portals, com els enregistraments del programa, els llibres i les revistes

(o els articles) sobre el programa, un lloc web oficial per al programa, les crítiques del programa, les presentacions de conferències sobre ell, els llocs web (les pàgines web, els blocs, els fòrums de debat, les sales de xat), etcètera. L'espai social del programa de televisió, doncs, es refereix a les moltes «situacions» àmpliament dispersades de «l'escena social» total en les quals les persones interactuen amb el programa com a sistema significant que inclou la interacció de l'un amb l'altre sobre el programa. Gee parla del videojoc d'estratègia de temps real *Age of Mitology* com un espai social els portals del qual inclouen el propi joc (en la seua forma de jugador individual i multi-jugador), així com la «guia de l'estratègia, els llocs web oficials i els llocs web de l'afecionat» (2007: 96).

Els espais socials, doncs, tenen dimensions físiques i virtuals. Cada vegada més, el compromís en els espais socials té lloc en línia, i els exemples d'espais d'afinitat considerats en aquest capítol subratllen la importància de l'activitat i la interacció en línia.

#### B ELS ESPAIS D'AFINITAT

Com he apuntat prèviament, de cap manera tots els espais socials són espais d'afinitat en el sentit que tractem ací. Els espais d'afinitat estan marcats en primer lloc per les persones que tenen una afinitat amb el que tracta l'espai, el seu contingut. Es junten al voltant d'un enfocament comú d'un interès o una causa. No estan allí perquè comparteixen certs atributs personals o assignats, i no estan allí perquè senten afinitat mútua, encara que això podria passar eventualment a través de relacions compartides i gaudides al voltant de l'enfocament de l'afinitat. Però no ho necessita. Els participants en els espais d'afinitat poden fins i tot no conèixer-se mai (cf. Gee 2007: 98). Més enllà del fet que els participants compartisquen una afinitat sobre el contingut de l'espai, els espais d'afinitat són definits per un ventall de trets o qualitats. Gee posa l'accent sobre el fet que els espais d'afinitat no són «tot o res» per naturalesa. Més aviat, diu, qualsevol espai social que posseeix més d'aquests trets que un altre espai social «és més d'un espai d'afinitat que l'altre o s'acosta més al que és un espai d'afinitat paradigmàtic» (Gee 2007: 98).

Per a aconseguir un sentit dels trets que Gee identifica com les característiques dels espais d'afinitat considerarem breument el lloc web [www.machinima.com](http://www.machinima.com) com a exemple de portal per a un espai social definit per un interès en l'ús dels motors de vídeo-jocs com a recursos per a

fer pel·lícules de machinima. Per ser més específic, contemplarem el lloc des del punt de vista d'una persona jove interessada a usar el motor de joc Halo per a fer pel·lícules. En aquest lloc web ell o ella podrà accedir a un canal de Halo especialitzat que conté mostres produïdes per afeccionats que usen el motor de joc (organitzat per clips o programes destacats, més recents, més populars, per sèries, i pel conjunt complet de programes presentats pel lloc), un bloc especialitzat, i els articles relacionats amb el machinima de Halo. Ella/ell també trobarà canals especialitzats en altres motors de joc. En la pàgina d'inici ell/ella trobarà vincles per a fòrums que debaten aspectes de machinima; concursos i premis recents; notícies que proporcionen actualitzacions de descàrregues i esdeveniments de machinima, així com sol·licituds perquè els participants prenguen part en noves produccions; articles sobre temes diversos i aspectes de la creació de machinima, organitzats per categoria, popularitat, novetat, autor, etc.; un espai comunitari que proporciona vincles organitzats per les categories més importants d'interessos i objectius dels participants; i una secció Machinima 101 que proporciona consells, guies didàctiques i kits per a principiants per als novicis i recursos per als participants més experimentats que volen pujar de nivell, així com un fòrum de «recerca d'ajuda», vincles a importants debats per a principiants, informació i anuncis de noves descàrregues de jocs amb els recursos per a crear machinima; FAQs (és a dir, les preguntes més freqüents); etc. Per a abreujar podem dir que en aquest lloc trobem «entrades» per a pràcticament qualsevol que vulga relacionar-se amb el contingut dels motors de joc per a crear machinima en general, i el Halo en particular, i/o qui vulga relacionar-se amb altres persones que comparteixen aquest interès.

#### C 11 TRETS D'ESPAIS D'AFINITAT

Farem un llistat dels 11 trets que defineixen els espais d'afinitat segons Gee i aleshores il·lustrarem aquests per la referència a l'espai d'afinitat de creació de machinima basat en el Halo. (Els lectors no familiaritzats amb el machinima en general, i la creació del machinima basat en el Halo en particular, poden desitjar anar a la pàgina del canal de Halo en <http://www.machinima.com/channel/view&id=8> i seleccionar qualsevol dels programes llistats, o comprovar una sèrie o un dels programes més populars.)

Gee identifica els trets dels espais d'afinitat de la manera següent:

- L'esforç comú, no la raça, la classe, el gènere, o la incapacitat, és fonamental

- Els novicis i els experts i tots els altres comparteixen l'espai comú
- Alguns portals són generadors forts
- L'organització del contingut és transformada per l'organització interactiva
- Animen el coneixement intensiu i extensiu
- Animen el coneixement individual i distribuït
- Animen el coneixement dispersat
- Usen i honren el coneixement tàcit
- Hi ha moltes formes i rutes diferents per a la participació
- Hi ha moltes rutes diferents per a l'estatus
- El lideratge és permeable i els líders són recursos (cf. Gee 2007: 98-101)

Els participants que usen el portal de machinima.com com a punt d'entrada en l'espai d'afinitat de creació de pel·lícules basades en el Halo ho fan així a causa del seu interès a fer machinima i no a causa dels atributs personals o demogràfics. El participant conegut públicament com Deekor en machinima.com no té cap perfil formal: l'edat, el gènere, la nacionalitat, l'etnicitat, la classe social són desconeguts i irrellevants dins d'aquest espai. El que conta és el que porten a machinima.com i el que en prenen, i com es relacionen amb els altres i amb els recursos que hi ha a la seua disposició per a aconseguir els seus propòsits. És més, els participants de tot l'espectre de machinima, des dels novicis als fundadors del gènere, i des de persones l'interès principal de les quals en la vida és aquest als qui en la vida no podrien produir més que una sola mostra, contribueixen a construir i formar l'espai de diverses maneres, tot i que siga només per fer un comentari sobre un artefacte concret. Ells donen i prenen coses diferents de l'espai segons els seus propòsits, els nivells, les energies, etc., i fins a aquest punt constitueixen parcialment les seues identitats i entren en la constitució de la identitat d'altres (en major o menor grau).

Portals com machinima.com proporcionen els contextos perquè els participants formen machinima basat en el Halo i els recursos per a fer-ho creant i compartint noves tècniques, somiant nous escenaris perquè els personatges visquen i es desenvolupen, modificant els «decorats» que ofereix el motor de joc, etc. D'aquesta manera el portal machinima.com actua com un fort generador, que permet als participants «generar nous signes i relacions entre els signes» per a l'espai de machinima de Halo. D'altra banda, les relacions entre les persones

que utilitzen el portal influeixen en la natura de la mateixa machinima tant en la pràctica com en els recursos originals, els motors del joc, usats per a fer machinima. Inicialment, la comprovació que es podria utilitzar per a fer pel·lícules machinima és un «pirateig». No es tracta d'una cosa per a la qual els jocs i els seus motors hagen estat dissenyats o ideats. Molt ràpidament, però, els dissenyadors i les empreses de jocs començaren a modificar els seus productes per a permetre la seua utilització no només com a jocs sinó també com a recursos per a la producció cultural de la creació de pel·lícules per part dels afeccionats. A aquest nivell, els afeccionats exerceixen poder efectiu en relació amb els negocis i les decisions de disseny d'algunes empreses molt grans (per exemple, empreses de jocs com *Bioware*, *Blizzard*, i fins i tot *Microsoft* inclouen ara machinima per a crear els seus recursos en els jocs nous).

Machinima.com anima que els participants obtinguen i comparteixen tant el coneixement intensiu com l'extensiu. Difonen el coneixement intensiu els participants que comparteixen l'habilitat per a «canviar paràmetres de la càmera com la velocitat i l'altura de la càmera i filmar amb les vores llises alterant els arxius config» (<http://www.machinima.com/article/view&cid=491>). Com a contrast, els autors de guies didàctiques per als debutants o els principiants i els articles que abasten una àmplia gamma de temes i les preguntes més freqüents (per exemple, <http://www.machinima.com/article/view&cid=464>) creen i comparteixen el coneixement extensiu. «De manera semblant, machinima.com anima i permet que les persones obtinguen tant el coneixement individual (emmagatzemat en els seus caps) com que aprenguen a usar i contribuir al coneixement distribuït (Gee 2007: 99), així com a usar el coneixement dispersat. Per a produir machinima hi ha coses que alguns participants necessiten retenir en els seus caps. Més enllà d'això poden necessitar l'accés a coneixements puntuals en moments en els quals no sàprien seguir. També necessiten confiar en el coneixement que es guarda en les «eines intel·ligents» (Gee 2007: 126), com usar les eines d'escriptura per a «programar» que els personatges realitzen certes rutines dins de certs escenaris en els quals els autors de Machinima els col·loquen (cf. Hancock i Ingram 2007). Aquest coneixement que els participants no duen en el seu cap és distribuït (en el lloc, en els caps d'altres persones, en la programació dels personatges i els suports, etc.). Sempre que un portal (a través dels seus dissenyadors i altres participants) apunta a una font de coneixement més enllà del lloc anima a l'ús del coneixement dispersat distribuït en una xarxa més àmplia. Això ocorre rutinàriament en els fòrums en machinima.com.

En la vida quotidiana hi ha coses que els individus saben però no poden articular, algunes de les quals són coses que serien capaces d'articular donats les oportunitats i l'estímul per a aprendre a fer-les d'una manera apropiada i eficaç. El coneixement que els individus tenen, però que no poden expressar, és el que Gee anomena el coneixement tàcit. Els espais d'afinitat usen i honren el coneixement tàcit i també creen contextos, oportunitats i suport perquè els qui posseeixen sabers tàcits aprenguen a articular el seu coneixement. Machinima.com presenta convocatòries perquè els jugadors de jocs i els admiradors de machinima s'unisquen en equips de producció de machinima, treballant per mitjà d'internet amb altres persones sense importar on estan ni qui són. Això crea les oportunitats per a usar el coneixement tàcit, com quan un membre d'un equip produeix un efecte, però no pot explicar com l'ha fet. Al mateix temps, altres membres de l'equip o de l'espai d'afinitat poden ajudar, estructurant qüestions o preguntant en comunicació parlada en temps real perquè la persona repasse de nou el que ha fet. De manera semblant, la creació de machinima basada en el Halo ofereix moltes maneres diferents perquè les persones hi participen i rutes per a la seua participació a través de portals com machinima.com. Per a alguns la participació podria comprendre només la confecció d'un correu ocasional a un fòrum de debat o la descàrrega d'una mostra al lloc. Uns altres poden participar com a administradors del lloc, contribuir a les guies didàctiques, impulsar la publicitat per a ajudar a mantenir la solvència i el creixement del portal, etc. Com és d'esperar hi ha moltes i variades rutes cap a l'estatus. Per tant hi ha rutes diverses cap a l'estatus a través de portals com machinima.com. Els especialistes poden ser àmpliament coneguts per resoldre problemes concrets o desenvolupar certes tècniques. Els productors que despleguen el seu treball en el lloc poden arribar a ser coneguts i respectats pel seu treball. Un individu que proporciona contestacions fiables regulars a les preguntes més freqüents o qui publica un article o una guia didàctica que són ben rebuts poden deixar la seua marca, juntament amb uns altres que organitzen esdeveniments, etc.

Finalment, Gee (2007: 101) defensa que encara que els espais d'afinitat com *Age of Mitology* (o, en el cas present, Machinima basat en el Halo) i els seus portals poden tenir líders en el sentit de les persones que dissenyen el motor de joc o dissenyen el lloc web, el lideratge pren formes més amples dins dels espais d'afinitat. És més, «el límit entre els líders i els seguidors són vagues i permeables perquè els participants en

general poden generar contingut que esdevé part de la definició i caracteritza l'espai en conjunt.» En una base diària el lideratge està a dotar de recursos i habilitar als altres i no, com en molts altres tipus d'espais socials, a «[ordenar] les persones al voltant o [crear]... jerarquies» que esdevenen rígides i atrinxerades. Per tant, molts participants, i tipus diferents de participants, poden experimentar el lideratge de maneres diferents, en moments diferents i a escales diferents.

#### D ELS ESPAIS D'AFINITAT I ELS MOVIMENTS SOCIALS

No hi ha cap manera que els espais d'afinitat de realització de noves versions basades en els admiradors o qualsevol altra activitat cultural popular o d'oci poguera considerar-se com un moviment social en el sentit dels moviments socials que sorgiren com focus per a l'activisme polític i social durant les últimes cinc dècades més o menys. Això no vol dir, no obstant això, que en un període de canvi de les configuracions socials, econòmiques i polítiques no hi haja cap relació significativa entre el concepte i les operacions materials dels espais d'afinitat i les formes socio-políticament importants de moviment social. Tres punts mereixen la pena.

Primer, Gee (2007: 101), seguint a Beck (1999), apunta que de fet, els activistes socials, si la seua causa és l'ecologia, l'anti-globalització, o els vals escolars, també s'organitzen sovint a ells mateixos i als altres com espais d'afinitat. En els dits espais, persones que poden compartir poc i fins i tot diferir dramàticament en altres temes s'afilien al voltant de la seua causa comuna i les pràctiques associades amb la seua adhesió a espais d'afinitat que tenen la majoria o tots els trets [definitoris dels espais d'afinitat].

Segon, com hem vist, els espais d'afinitat estan caracteritzats per «modus operandi» genèrics o lògics: un que no podria descriure's de manera irraonable com radicalment democràtic dins del marc de referència de l'afinitat particular. Això significa que les persones que s'identifiquen amb qualsevol interès o causa dins d'un ventall divers, sense tenir en compte d'on poden sorgir, pot adoptar el mode «pla», extensiu i distribuït dels espais d'afinitat. A més dels espais d'afinitat de la cultura popular basada en els fans, i els fomentats al voltant de les causes dels activistes socials (per exemple, CreativeCommons.org i els blocaires de la «cultura lliure» afiliats, els esdeveniments de Second Life, etc.; els espais d'afinitat units al voltant de partits o moviments polítics; els espais activistes mediambientals), també en trobem de reli-



giosos (per exemple, MyChurch) i les variants comercials (per exemple, LinkedIn.com).

Com Rifkin (2000) i Gee (2000-2001) apunten, els espais d'afinitat són cada vegada més comuns sota les condicions d'un nou capitalisme globalitzat i altament tecnològic.

*Molts negocis organitzen els dits espais per als seus clients. Per exemple, la companyia que fa l'automòbil Saturn crea llocs i activitats web (per exemple, reunions socials, fulls informatius, sales de xat d'Internet) al voltant de les quals els seus clients poden identificar-se com a propietaris de Saturn. Els negocis en la nova era capitalista (Gee, Peli & Lankshear 1996) d'equips connectats a una xarxa informàtica, amb funcions entrecreuades, dispersats, i els treballs basats en projectes sovint busquen crear espais d'afinitat per a motivar, organitzar, i dotar de recursos als seus «companyans» (busquen evitar el terme «treballador» que implica una relació de cap-treballador tradicional en la qual un grup «mana» l'altre). (Gee 2007: 101)*

199

Mereix la pena comentar ací que els moviments socials sociopolítics convencionals freqüentment esdevenen fortament jeràrquics, ortodoxos, inflexibles i atrinxerats, tenint com a resultat de vegades la implosió, la fragmentació, la ineficàcia, la pèrdua d'energia i la desaparició eventual. Des d'aquest punt de vista no és irraonable el fet de pensar que la participació activa en els espais d'afinitat dinàmics ben poguera servir com a «aprenentatge» per a la reconfiguració i la construcció dels moviments activistes socials.

Tercer, i de manera significativa, de fet, les pràctiques d'afinitat basades en els fans del remesclat han proporcionat una punta de llança important en el que pot traduir-se justament com un moviment social contemporani important: el moviment per a disputar el control de la propietat corporativa dels drets de propietat literària i les condicions restrictives de «licències per a l'ús». Quant a posar a disposició recursos per a les pràctiques del remesclat ha estat una motivació important que informa el desenvolupament de *Creative commons* (CreativeCommons.org) i les iniciatives relacionades (cf. Lessig 2004; Lankshear i Knobel 2006: 106-108).

Nosaltres ens tornem ara cap al «remesclat» com a forma de producció cultural i identificarem i descriurem breument alguns espais d'afinitat de remesclat típics.

### Espais d'afinitat de mesclat i de remesclat

Fins fa poc la idea de la «remescla» com la pràctica de prendre artefactes culturals i combinar-los i manipular-los en un nou tipus de mescla creativa estava gairebé completament associada amb la música gravada. La pràctica «de separar diversos instruments i components que constitueixen un enregistrament i tornar a mesclar-los en alguna cosa que sembla completament diferent» ([ethnomus.ucr.edu/remixculture/remixhistory.htm](http://ethnomus.ucr.edu/remixculture/remixhistory.htm)) es féu molt popular durant els anys noranta a través d'un ventall de gèneres musicals, principalment, en la música hip-hop, house, i jungle, però també en la música pop del corrent principal, i el *rhythm and blues*, i fins i tot en la música metal (ibíd.).

Mentre aquesta continua sent la idea dominant del «remesclat», el seu ventall conceptual s'ha estès recentment com a conseqüència de les diverses formes de remesclat digital que permeten els ordinadors. Això inclou, però va molt més allà de mesclar la música exclusivament. També inclou la mescla d'imatges digitals, sons i animació, i el concepte que s'aplica ara a remesclar tota classe d'artefactes oposats. Els joves estan acollint això a una escala massiva i el remesclat està en augment fonamentalment en les seues pràctiques de donar significat i expressar idees (Lessig 2004). Des del punt de vista de la producció cultural juvenil, diverses pràctiques de remesclat s'han fet especialment populars i han produït innombrables espais d'afinitat. Aquests inclouen el fanfiction, els fans del manga i l'anime, l'ús del photoshop i els vídeos de música d'anime (AMV) (ex., Lankshear i Knobel 2006: Capítol 4).

En la resta d'aquest capítol ens referirem principalment als exemples de fanfiction; no obstant això, ens referirem ací també breument a alguns espais d'afinitat típics associats amb altres tipus de remesclat.

#### A ELS ESPAIS D'AFINITAT DELS AFECCIONATS DEL MANGA

El manga és un gènere gràfic estilitzat referit generalment als «còmics japonesos» (Sanchez 2003). El manga sorgí com una forma cultural popular al final dels quaranta i primers anys cinquanta, així com el treball d'Osamu Tezuko, que és més conegut potser per als públics no japonesos per la sèrie animada de televisió *Astro Boy*. Allà per 1999 el manga, ja fora en sèrie o reunit en la forma de la novel·la gràfica, comprenia el 40 per cent del llibre de Japó i les vendes de les revistes (Allen i Ingulsrud 2003).

Les traduccions angleses del manga començaren al final dels vuitanta, i ràpidament tingueren èxit com textos de lectura populars per

als joves angloparlants (per exemple, sobretot les novel·les convertides en sèrie *Yu-Gi-Oh!* i Bola de drac Z, i les col·leccions de la sèrie *Shonen Jump*). En els països angloparlants, els afeccionats al manga (generalment es remeteren a usar el terme japonès per a l'afeccionat: «otaku») són principalment adolescents i adults joves. Les dones són una proporció considerable de lectors dels manga (Lent 2003). Els EUA és el mercat més gran per als manga fora de Japó, amb al voltant de 100 milions de dòlars gastats en els manga en 2002, i, encara que les vendes globals del llibre estan «creixent entre l'1 i el 2 per cent anualment, les vendes dels manga mostren un augment de tres xifres» (ibíd.: 40). Durant 2006, les vendes dels manga impresos estaven entre \$170 i \$220 milions de dòlars americans (Devin 2007).

Els mangues populars han generat molta activitat de l'otaku i els diversos espais d'afinitat dedicats als afeccionats del manga en la forma d'art del fan: d'imatges individuals a còmics sencers creats pels afeccionats (i conegut com «dojinshi»), a través de re-mescles de clips d'una gamma d'anime comercial per a crear una narrativa completament nova (per exemple, *tfkog.net*). Alguns exemples típics de portals per als espais d'afinitat del manga-anime ofereixen art del fan que inclou el *Toriyama World* ([toriyamaworld.com/fans/manga.html](http://toriyamaworld.com/fans/manga.html)), i *Temple O'Trunks* ([templeotrunks.com/images/fanmanga/index.html](http://templeotrunks.com/images/fanmanga/index.html)). En el lloc de Temple O'Trunks hom trobarà una selecció d'imatges escanejades d'art de manga comercial que trobem en llibres i en cartes, adhesius, cartells etc. (per exemple, [templeotrunks.com/images/trunks\\_scans/trunks\\_celestrian/scan1.jpg](http://templeotrunks.com/images/trunks_scans/trunks_celestrian/scan1.jpg)), al costat de dibuixos fets pels fans ([templeotrunks.com/images/fan\\_art/FUTRUNKS.jpg](http://templeotrunks.com/images/fan_art/FUTRUNKS.jpg) i [templeotrunks.com/images/fan\\_art/DBZPIC.jpg](http://templeotrunks.com/images/fan_art/DBZPIC.jpg)). Així, dins dels espais d'afinitat de fans del manga, els otaku escanegen manga, dibuixen manga, envien manga a llocs que l'arxiven per què el públic el veja i l'analitzi, estableixen llistes de debat basades en el correu electrònic per a criticar l'art de fan, i organitzen i administren llocs web que es dediquen a mostrar les mescles.

#### B ELS ESPAIS D'AFINITAT DELS FANS DELS ANIME I DE AMV

Anime és una forma abreujada «d'animació» que s'identifica en general amb l'animació que s'origina a Japó ([en.wikipedia.org/wiki/Anime](http://en.wikipedia.org/wiki/Anime)), tan distint de les animacions de Disney i de variants similars. Molt anime, encara que no tot, és influenciat pels estils artístics i les narracions que es troben en els còmics del manga. L'anime entra tant

en la forma de sèrie de televisió animada com en la forma de videojocs i jocs d'ordinador, i en diversos gèneres de pel·lícula que inclouen la ciència-ficció, històries d'aventura, comentari social i mediambiental, la història del món, la fantasia medieval, l'acció, etcètera. Molts afeccionats usen les capacitats d'edició digital i àudio dels ordinadors per a produir anime d'afecionat de diversos tipus (per exemple, anime de transformer, anime de nina/joguets/criatura, anime basat en video-jocs, anime de ciència-ficció, etc. Veure Lankshear i Knobel 2006: 119). Uns altres (fora de Japó) produeixen versions subtítulades de l'animació comercial japonesa en els seus idiomes locals per al consum de parlants no japonesos (sent com a conseqüència denominats generalment «fansubs»). I uns altres componen vídeos anime de mescles per a música per a crear vídeos de Música Anime organitzats en els portals d'especialistes de AMV com newgrounds.com, animesuki.com i animemusicvídeos.org, així com en llocs web no especialitzats que comparteixen vídeo com youtube.com.

Hi ha centenars d'anime de fans en línia i portals de vídeos de música anime alguns dels quals atenen les necessitats d'afinitats específiques com els Transformers ([www.tfcog.net](http://www.tfcog.net)) i *Bleach* ([www.bleach-portal.net](http://www.bleach-portal.net)), mentre altres, com UK-Anime.net ([www.uk-anime.net](http://www.uk-anime.net)) són llocs paraigua que organitzen vídeos de música anime generats des d'una multitud de diferents sèries i recursos de l'anime.

El portal de TFCog per als transformers ([tfcog.net](http://tfcog.net)), desenvolupat per dos afeccionats (canadenc i suec respectivament), ofereix notícies, fòrums, vincles a altres portals de transformers, abundants recursos de producció que es poden descarregar gratuïtament (efectes de so, música, fins i tot imatges), transcripcions de programes, una extensa galeria de produccions recents d'afecionats, preguntes freqüents/ajuda, arxius, convocatòries per a audicions, pàgines de projecte, etc. El portal d'AMV ([animemusicvídeos.org](http://animemusicvídeos.org)) és una comunitat dedicada a la creació, debat i general gaudi de vídeos de música d'anime fets per fans. Té com a objectius crear un lloc on «les persones que gaudeixen i creen els vídeos de música d'anime poden reunir-se, compartir idees, aprendre els uns dels altres i finalment tenir a tots creant i gaudint millors vídeos» ([animemusicvídeos.org/home/about.php](http://animemusicvídeos.org/home/about.php)). A aquest efecte, ofereix diversos fòrums de debat i anuncis, guies de com es fa, preguntes més freqüents, una eina de recerca d'ús fàcil per a localitzar els vídeos de música anime enviats pels membres, un espai de crítiques/opinions i una capacitat de regeneració del lloc per a informar dels virus i oferir

suggeriments per a millorar el lloc. L'11 de novembre de 2007 informà que tenia més de 860.000 usuaris registrats que havien enviat més de 900.000 artefactes.

#### C ELS ESPAIS D'AFINITAT DE FICCIO DE FANS

La ficció de fan, o el «fanfic» per als seus afeccionats, es refereix a la pràctica on els partidaris d'un fenomen dels mitjans de comunicació o literari com un programa de televisió, una pel·lícula, dibuixos animats (incloent-hi l'anime), vídeo-jocs, còmic, o llibre escriuen històries originals basades en els seus personatges. Els escriptors de fanfic innoven de manera aparentment interminable sobre textos de la pantalla i escrits.

Les distintes sèries d'*Star Trek* són fonts molt populars per a escriure fanfic. Altres programes de televisió o animacions que atreuen nombrosos escriptors del fanfic actualment inclouen a Sakura caçadora de cartes, House, L'espantaocells i la senyora King, Àngel, Galàctica: 2003, *Stargate*, Atlàntida, Llei & Ordre, SVU, Lizzie McGuire, Les xiques Gilmore, i Xena: la princesa guerrera. Les pel·lícules populars inclouen La Guerra de les galàxies, El rei Lleó, Matrix, Moulin Rouge, X-men i Pirates del Carib. Els llibres inclouen Harry Potter, El fantasma de l'opera, Una sèrie d'infortunats esdeveniments i la Bíblia, entre molts altres.

La ficció de fan ja era una pràctica arrelada abans del desenvolupament d'internet i bona part de l'activitat del fanfic continua fora de l'entorn en línia. No obstant això, l'emergència, el creixement i el desenvolupament d'internet han tingut un impacte massiu en la magnitud i la cultura del fanfic. Ha permès que una quantitat gairebé infinitament major de persones de la qual era abans possible participen activament contribuint i criticant el fanfic, i nombrosos portals del fanfic en línia existeixen per a acomodar aquesta afinitat florent. Algunes afinitats, com *Star Trek*, tenen múltiples portals dedicats només a ells (veure [ex-astris-scientia.org/links.htm#fan](http://ex-astris-scientia.org/links.htm#fan)).

Fanfiction.net (fanfiction.net) continua sent el portal en línia de *fanfiction* més important i atén desenes d'afinitats específiques a través de tot l'espectre dels mitjans de comunicació dirigits al fanfic. Fundat en 1998 el portal té un format de fòrum d'arxiu- més-debat que es pot buscar. Fanfiction.net acull desenes de milers de fanfics, organitzats per categories. La pàgina d'inici proporciona «una ullada» del lloc. La major part de la pàgina està ocupada amb notícies sobre els recents

desenvolupaments en el lloc (per exemple, notícies que els fòrums poden tenir ara moderadors, o que s'ha establert una fallida tècnica del programari). Hi ha una senzilla barra de menú en la part superior de la pàgina. Els usuaris poden usar aquest menú per a trobar treballs que han estat enviats recentment per correu al portal, accedir a les diferents comunitats del fanfic, investigar el lloc (pel pseudònim de l'autor, el títol de la història o el resum), anar als fòrums de debat associats amb cada categoria de fanfic (en novembre de 2006 hi havia al voltant de 250 fòrums només per a l'anime), usar el directori del lloc (organitzat pels pseudònims i les categories i comunitats de fanfic), i usar el diccionari i l'enciclopèdia en línia del lloc. Fent clic en cada vincle del fanfic mostra tres sub-vincles: un per a accedir al propi text escrit del fanfic, un per a accedir als detalls sobre l'autor, i un per a llegir o enviar crítiques d'aquest article concret d'escrit de fanfic, i perquè l'autor classifiqui aquest article segons el protocol del lloc.

Els fòrums de fanfiction.net proporcionen als afeccionats i/o als autors concrets de treballs un espai per a sotmetre temes a debat amb altres usuaris que comparteixen interessos similars. Els fòrums són moderats sovint per voluntaris i tenen regles específiques de participació, incloent-hi el requisit que tot el debat, el contingut i el llenguatge siguin convenients perquè el llija el públic adolescent com a audiència general majoritària. Els lectors, els escriptors i els crítics de fanfic valoren els escrits de bona qualitat, fins i tot el desenvolupament de personatges satisfactoris, una línia argumental atractiva, una història i uns desenvolupaments lògics del personatge dins de la història, i una sintaxi i una ortografia bones. Els participants ens donen suport de diverses maneres i per un ventall de papers que duen més enllà aquest fi.

Moure'ns des de llocs com fanfiction.net, fictionalley.org, fanfics.org, i bitchnmoan.net cap a altres recursos dins dels espais d'afinitat del fanfic ens duu a llocs com *The Force* (fanfic.theforce.net), *Plotbunny101* (plotbunny101.tvheaven.com) i *How to Write Almost Readable Fanfiction* (littlecalamity.tripod.com/HowTo2.html). Aquests són tots els espais que proporcionen recursos als escriptors de fanfic.

Per exemple, *The Force* proporciona pautes per als treballs de lectures beta abans de la seua publicació final. També ofereix consells d'escriptura enviats pels membres, esdeveniments de tipus concurs d'escriptura amb final obert que especifiquen paràmetres de la història a la qual els autors del fanfic s'han d'adherir, un lèxic del fanfic, una guia d'estil de presentacions per als membres, i vincles a llistes de debats

basades en el correu electrònic, entre altres serveis. *Plot Bunny 101* és un lloc per a escriptors del fanfic que usen per a compartir «conillets per a la trama»; és a dir, idees per a narratives que algú posa lliurement a la disposició d'altres per a desenvolupar en les seues pròpies històries. Els conillets per a la trama poden anar des d'una idea de partida per a una història fins a una línia argumental completament desenvolupada i un joc de personatges per a una història. Com *Plot Bunny 101*, *Plot Bunny Adoption Center* ([sg1hc.com/pbac](http://sg1hc.com/pbac)) és un arxiu en línia d'esbossos iniciadors d'una història i de línies argumentals. *How to Write Almost Readable Fanfiction* ofereix una guia per a l'escriptura que inclou consells sobre el desenvolupament del personatge, guies per a la gramàtica i regles de puntuació, i consells generals sobre l'ortografia i la correcció de textos, com evitar la repetició i la redundància en les històries, etc.

Per a apreciar com la participació en els dits espais socials desenvolupa algunes de les característiques claus dels espais d'afinitat, i per a comprendre millor com la participació en els dits espais d'afinitat té interessants i importants implicacions per a comprendre les relacions entre l'aprenentatge, la identitat i el poder des d'una perspectiva educativa, considerarem ara alguna narració d'algun cas que implique les afinitats de ficció de fan.

#### TRES NARRACIONS DE CASOS DELS ESPAIS D'AFINITAT DE FANFICTION

##### A EL FANFICTION COM A DISSENY: ENVERS LES GRANS RECOMPENSES EN EL NOU CAPITALISME

En un interessant estudi de fanfic des de la perspectiva dels estudis d'alfabetització sociocultural, Rebecca Black (2007) estudia el cas d'una adolescent nadiua parlant del mandarí que havia emigrat recentment a Canadà. El treball de Black està escrit des de la perspectiva de l'afirmació de Gee (2004: 97) que «tres tipus de disseny... són amplament recompensats en el nou capitalisme: l'habilitat de dissenyar noves identitats, els espais d'afinitat i les xarxes.» La seua informadora, Tanaka Nanako (pseudònim) havia estat aprenent anglès durant dos anys i mig quan començà a contribuir en *fanfictions* basats en anime per a [fanfiction.net](http://fanfiction.net). Moltes de les seues narratives es basaven en els arguments i els personatges del manga i la sèrie anime de Sakura caçadora de cartes. En el temps que Black publicà el seu informe més recent d'aquesta investigació, Nanako havia enviat més de 50 textos de fanfiction en [fanfiction.net](http://fanfiction.net) i havia rebut més de 6000 crítiques d'aquests textos.

Per als propòsits del seu estudi de 2007, Black prengué mostres d'un corpus més gran de dades que ella havia analitzat prèviament. Se centrà en els exemples típics del que havia identificat abans com tipus excel·lents de correccions del lector, així com en les correccions a les quals Nanako havia respost públicament en tres llocs: les notes d'autor que prologuen les seues ficcions, les seues ficcions, i una nota d'agraïment i una llista de crítics favorits. També foren analitzades les notes d'autor inicials i finals de Nanako dirigides directament als seus lectors. Tres qüestions guiaren una anàlisi del discurs d'aquestes dades:

1. Quina classe de «treball lingüístic» fan els textos de Nanako i les crítiques del lector?
2. Com i de quina manera són aquests textos representatius d'un disseny reeixit pel que fa als espais d'afinitat, les xarxes i la identitat?
3. Com i de quina manera els textos de Nanako i el feed-back del lector podrien estar indicant la identitat de l'autor com escriptor reeixit i les identitats dels lectors com participants coneixedors, permetent així que tots acumulen formes de capital social i intel·lectual en aquest espai? (Black 2007: 120-121)

L'anàlisi de Black proporciona perspectives interessants en cadascuna d'aquestes qüestions. El seu estudi de les notes d'autor mostra que Nanako és mestra en l'ús del llenguatge i del discurs per tal de formar el seu propi espai interactiu i d'aprenentatge «de manera que [augmenta al màxim] les oportunitats per a una retroalimentació constructiva del seu llenguatge i escriptura» (Black 2007: 121). Nanako usa un ventall d'estratègies lingüístiques i discursives i dispositius de posicionament que influeixen fins a cert punt en la manera en la qual els seus lectors s'acosten al seu treball i el tipus de retroalimentació que ofereixen. Per exemple, en la seua nota d'autor final especifica directament «Sense bronques!», però també agraeix als lectors el seu suport. Després de sol·licitar les crítiques d'una manera tranquil·lament activa dient coses com «podria tenir algunes errates en la història que espere que vostés, xics, puguen examinar», es descriu com una dolenta escriptora i hi inclou cares que ploren o emoticones en el seu text (per exemple, > <;;;). Això pot veure's com un intent implícit de rebre retroalimentacions positives i a favor dels crítics (Black 2007: 123).

En les seues «notes d'agraïment» i «crítics favorits» Nanako «escriu contestacions personals a certes crítiques del lector.» Per mitjà de



tal reconeixement Nanako anima explícitament el tipus de retroalimentació que troba útil; per omissió ella dissuadeix tàcitament del que ella jutja una retroalimentació que no ajuda en res. És més, els seus crítics indiquen el reforç positiu que això els dóna quan es refereixen en les seues revisions a haver-ho fet per les notes d'agraïment o les llistes de crítics favorits.

De manera similar, l'anàlisi de Black de les correccions revela un ventall de maneres en les quals les diferents categories de crítiques que ella distingeix dins del cos sencer de crítiques enviades en resposta a les històries de Nanako totes entren en diàleg amb algun aspecte o un altre de com Nanako es presenta en línia. Fent-ho així

*contribueixen a la identitat assolida per Nanako com experta de l'anime i com autora consumada de ficció de fan, així com al disseny d'un espai d'escriptura de suport, interactiu. Al mateix temps, aquestes correccions també proporcionen als lectors una oportunitat de desplegar valorades formes de capital social i intel·lectual per als seus parells en línia (pàg. 124)*

Quan els crítics despleguen el seu propi coneixement personal, social i de la cultura del pop en el context de donar el feed-back als textos de Nanako, ells assoleixen un important treball de gestió de xarxes «social i d'afiliació» (Black 2007). Nanako facilita això proporcionant el context dins del qual poden presentar-se com tipus concrets de crítics en l'acte de proporcionar la seua retroalimentació. Alhora, els crítics proporcionen una crítica constructiva de diversos tipus. Ho fan generalment amb maneres que són respectuoses, simpàtiques i apreciatives. Els crítics dels fanfictions de Nanako generalment se centren en les errates que soscaven el seu gaudi de la ficció, i introdueixen les seues crítiques amb formes humils, mai negatives, fins i tot modestes: per exemple, «aquesta és simplement una idea.»

L'anàlisi de Black mostra a l'autor i als crítics col·lectivament, i de maneres bastant normals, relacionant-se amb la ficció de fan de Sakura caçadora de cartes per a assolir importants resultats d'identitat, afinitat i gestió de xarxes socials. El seu llenguatge media en el treball de disseny actiu fins al punt de constituir qui són, com treballen l'espai d'afinitat, formant el que és per a ells, i construint i mantenint les xarxes socials. Aquestes són les habilitats. També són construccions actives que contribueixen materialment a construir i consolidar estructures i

recursos per al creixement personal i el desplegament públic de competència en múltiples dimensions com a escriptors, educadors, crítics, afiliats, afeccionats, persones coneixedores, membres d'una xarxa social, parells, col·laboradors i col·legues.

En el mateix passatge que inspirà el treball de Black, Gee (2004: 97) manté que les persones que són «expertes a assumir noves identitats, expertes a usar i interactuar dins dels espais d'afinitat, i estan ben connectades en les xarxes creixeran.» La part de l'argument de Gee implica explorar la interacció dins dels videojocs entre les identitats «virtuals», «en el món real» i «projectives d'un jugador.»

Dins del context del joc de rol, la pròpia identitat virtual és el personatge que hom ha assumit (i, en alguns casos modificat per l'assignació del repartiment de les pròpies «qualitats», com per exemple la intel·ligència, l'habilitat, la força bruta, per al personatge del programa). Aquest és el personatge a través del qual hom actua en el joc, construint la seua història i la seua trajectòria tant en una identitat distinta com en els beneficis del joc. La identitat pròpia del món real en el joc és aquesta combinació d'identitats i subjectivitats que hom porta al joc i, en cert sentit, «porta a terme.» «Aquest jo» té el personatge del joc que actua fent X, mentre que «aqueix jo» podria tenir el personatge del joc que actua fent Y. Un pot actuar amb diversos «jos» en diferents moments del joc. La pròpia identitat projectiva és la identitat que hom projecta cap al personatge virtual mentre fa aquest personatge en un projecte que es realitzarà a través del joc. Gee dóna un clar exemple de com en un joc que ell tenia el seu personatge virtual feia una cosa que li va donar alguna cosa en la seua història que ell (el «James Gee del món real») no volia que tinguera.

Aquest tipus de joc és el treball d'identitat. Proporciona un context i un mitjà per a la reflexió, per a la imaginació, per a la responsabilitat, per a l'experimentació; és a dir, per a contemplar com «hom» podria ser diferent, per a provar diversos «egos» que hom podria ser potencialment. Aquest és el tipus «d'entrenament» que esperàriem que fóra útil per a convertir-se en expert a assumir les noves identitats.

L'escriptura de la ficció del fan comparteix algunes similituds estructurals importants amb l'escenari del joc de rol de Gee. La situació és de mescla, no de pissarra en blanc. Els personatges que l'autor del

fanfic pot desenvolupar estan fins a cert punt circumscrits pel que ha passat abans. Per exemple hi ha límits per al que hom pot fer amb, diguem, Astro Boy, Livian i Atlas abans que estiguen fora dels personatges. Tot i que hom està mesclant un personatge d'un videojoc en un fanfic d'Astro Boy, aquest personatge ha d'actuar dins de certs límits per a resultar plausible. Les situacions que es construeixen en la ficció tenen els seus límits també (per exemple, necessiten ser creïbles). I aquestes se circumscriuen al seu torn al que el propi personatge o els personatges d'un autor poden fer i poden ser. Per a abreujar, l'espai dels fanfic de l'anime manga, com qualsevol espai de fanfic, configura les possibilitats perquè la identitat del món real d'un autor "represente" una identitat virtual de manera que poden desenvolupar acumulativament una identitat descriptiva i que equival a fer el "treball" d'identitat que és més que atzarós, casual, o irreflexiu. És més, ofereix un important suport de col·laboració per al dit joc d'identitat.

Volem mirar aquestes idees en referència a un exemple bastant típic de ficció de fan d'anime de manga: *Eternal Bond* escrit per Alexia Winters, basat àmpliament en la sèrie anime *Astro Boy*. L'elaboració de temes és facilitada pels personatges de videojocs populars, com Yuna i Paine de *Final fantasy X-2*, Auron de *Fatal fantasy X*, i Mayu Amakura de *Fatal Frame II: Crimson Butterfly*. Els fanfic poden trobar-se en [fanfiction.net/s/1890965/1/](http://fanfiction.net/s/1890965/1/) i la línia argumental és fàcil de seguir, fins i tot per a lectors poc familiaritzats amb *Astro Boy*. Descriurem breument el que nosaltres veiem com quatre «moments» del personatge de Livian en el fanfic de Alexia Winters. Livian, en la sèrie original *Astro Boy*, és el personatge d'una jove femella humana rossa els amics i socis més íntims de la qual inclouen andròides i robots; ella també és la companya de Atlas, el germà d'Astro Boy i el seu arxienemic. En els fanfic d'Alexia Winters, el context més ample per a la seua història és l'animositat entre els humans i els andròides i els robots, amb el perill d'una batalla extrema sempre en l'aire. En aquest fanfic, Livian lidera una banda en absència de Daichi (alies Atlas) de qui ella està enamorada, però que està actualment absent i que ha estat enganyat per un mentor malvat per a contemplar l'inici de la guerra amb els humans. Els quatre «moments» que segueixen presenten en la forma embrionària la nostra anàlisi de diferents Livians representades a través dels capítols de la narrativa de Alexia.

1. Livian i Saburou (un androide masculí) alliberen la violència en l'últim membre d'una banda rival per a rendir el territori de la

banda. «Buscava alhora que li colpejara la cara tant el peu de Saburou com el de la noia [Livian]. Ells reien d'ell quan intentava recuperar-se, els seus moviments lents i trontollants.»

2. Livian i els seus dos amics androïdes descobreixen a tres humans masculins que amenacen Astro Boy i els despatxaren per mitjà de la mirada i de la paraula. «Livian va pegar dos llargs passos cap a ells, una lluentor d'assassinat en els seus ulls de safir. Els nois podien veure que hi havia alguna cosa diferent en ella i saberen aleshores que el gros havia dit alguna cosa errada. Pegàren ràpidament uns passos, tenint por ara per les seues vides, mirant en silenci aterrits com Livian parlava de nou...»
3. Livian es negà a usar el poder que posseïa per a expulsar a Keri Anna (la núvia de Daichi i enemic jurada i oberta de la banda de Livian). «Confia en mi, és més que un intent [diu Livian], però no puc. Com ella deia, és la núvia de Daichi i no li puc fer això a ell. No puc estar bé amb ella, però això no em dóna el dret per a dur-me una cosa que fa a Daichi feliç.»
4. Enmig d'un moment d'intensa atenció d'un treball entre mans Livian recorda que li havia dit a la seua germana bessona que aconseguiria menjar grec per a dur per al sopar, i li pregunta a Saburou si ell faria això per ella. «Vaig prometre a Lucy que recolliria una mica de sopar aquesta nit, però m'acaba de sorgir alguna cosa, així que no puc. Pots fer-lo per mi? Simplement digues-li que estic embussat en el tràfic o alguna cosa així. Tinc un menú amb les coses que li agraden marcades en la meua cambra. Sé que és molt demanar després del que vas fer per la meua motocicleta, però podries fer aquesta coseta per mi?»

Aquests quatre moments no desenvolupen personatges profunds i sofisticats, però hi ha identitats bastant diferents i encreuaments entre els diferents «egos» discursius que indiquen que en cadascun d'aquests episodis Livian podria haver respost de manera diferent de com va respondre «de fet.» No hi ha cap narració on Livian podria funcionar com un projecte d'identitat, tota l'estona movent-se al voltant dels seus mons dins del ventall creïble de la quantitat de personatges virtuals que l'anime original li han proporcionat. La persona que escriu com Alexia Winters fa un treball d'identitat d'un tipus que té molt a veure amb la idea de Gee de les persones que són expertes a assumir identitats diferents que «creixen» sota les condicions actuals i futures.

És més, fent això ella té moltes possibilitats d'aconseguir el suport que demana en les crítiques del seu treball. Dos crítics van animar directament que l'autor contemplés més jocs d'identitat. Un va comentar: «Hehe, em pregunte el que passarà quan Livian esbrine que Atlas és Daichi.» El segon comentà: «La història és bona fins a ara. Una bona idea seria tornar Astro Boy dolent durant algun temps». Un tercer crític li va donar el seu suport en col·laboració i li va oferir un fort estímul: «M'agradaria ser el seu lector-beta si vostè encara en busca un, perquè aquesta és una història molt bona. La meua adreça de correu electrònic és...»

C L'EXPERIÈNCIA D'UN MATEIX COM ESCRIPTOR IMPORTANT A PESAR DELS BAIXOS RESULTATS ACADÈMICS

Finalment, un dels nostres informants de la investigació durant 2006 era una escriptora de fanfic d'anime de 16 anys d'edat, que s'anomenava a ella mateixa *Silver Excel Fox*. Ella no anava bé en les seues classes d'anglès a l'escola però era una escriptora regular i popular en línia. El que és més important, les seues relacions amb altres que comparteixen una afinitat d'Inuyasha ([en.wikipedia.org/wiki/Inuyasha\\_\(character\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Inuyasha_(character))) en [fanfiction.net](http://fanfiction.net) l'animaren a assumir una identitat d'important escriptora de fanfiction davant l'evidència d'una vida oposada a l'escolar.

Michele: A les crítiques que aconsegueixes, les pares atenció?

S.E.F.: Oh sí, jo sempre llegisc les meues crítiques. En tinc 24 i la majoria són per una història. I estava tan contenta perquè era la primera vegada que l'enviava, n'aconseguí dues.

Michele: Perfecte.

S.E.F.: Es tractava d'això. Aquestes eren persones que coneixia i estaven felicitant-me per la meua història, i jo estava allí asseguda ((els seus ulls s'eixamplen en una expressió de sorpresa encantada)). Haguí de baixar els graons a salts! Oh, Déu meu, aconseguí les crítiques! Oh, Déu meu! Oh, Déu meu! Oh, Déu meu! I aleshores fins i tot aconseguí més crítiques. Oh Déu meu, això és guai! Llegeixen el que he escrit. Llegeixen el meu material. Si!

Michele: Sé que de vegades els crítics fan suggeriments sobre el que has de fer. Fas algun canvi basat en el que diuen?

S.E.F.: Sí, perquè hi havia una persona que va fer un comentari sobre la meua ortografia del nom d'algú.

Michele: Ahhh.

S.E.F.: Perquè hi ha dos tipus diferents de Rikus en els videojocs. Hi ha el Riku del King of Hearts, i que és R-i-k-u. I hi ha la xica Rikku de *Final fantasy*. Ara, *King of Hearts* és una espècie de fusió entre Disney i *Final fantasy* junts. Així és com distingeixen el tipus de material; Rikku la xica és r-i-k-k-u, i el xic és r-i-k-u (de les notes de camp dels autors, 2005).

Encara que la recepció de les crítiques pel treball publicat en fanfiction.net i l'assumpció d'una percepció diferent de si mateixa com escriptora i d'una identitat diferent com escriptora basada en aquesta percepció no és cap garantia de reconeixement formal com escriptor en els dominis més amples de la recompensa social, dues coses no estan, però, segures. Una és que poder-se prendre a un mateix seriosament com escriptor només pot donar com a resultat escriure *més* i beneficiar-se dels efectes de la pràctica. La segona és que continuar escrivint en un espai d'afinitat que done suport proporciona l'accés a la retroalimentació, al modelat del paper i l'assistència directa sota l'exigència que, al seu torn, només es pot contribuir a fer un escriptor millor a algú. Aquestes són conseqüència del fet que l'educació formal està tenint una creixent dificultat de suport. És més, és conseqüència que açò millora la probabilitat que les persones continuen invertint en el seu propi aprenentatge al llarg de la seua vida sencera. Aquest és, potser, l'últim llegat dels espais d'afinitat basats en els afeccionats. És, totalment, un llegat educatiu.

### Conclusió

Aquestes narracions de casos i els esbossos més generals d'espais d'afinitat d'afeccionat a la mescla revelen de maneres embrionàries alguns dels trets que defineixen espais d'afinitat identificats per Gee. La primacia de la temptativa comuna sobre les categories socials és pertot arreu evident, com ho és el fet de compartir espai comú per tot tipus i nivell de participants. Llocs com fanfiction.net funcionen com forts generadors, encara que es reformen els signes i els significats que constitueixen l'afinitat. Els llocs com Machinima.com manifesten el coneixement intensiu i extensiu (correus sobre com realitzar una tècnica específica i introductòria a través dels fòrums tutorial), i animen públicament al coneixement individual, distribuït i dispersat. Tots els exemples donen testimoni de les múltiples rutes i formes de participació, rutes cap a l'estatus, i la naturalesa permeable i habilitadora del lideratge. I encara que molt més pot dir-se en la matèria que és possible ací, les narracions dels casos fan pensar almenys en algunes de les maneres per les quals la

participació en els espais d'afinitat en línia millora l'aprenentatge i l'ésser individuals quan es comprometen en la producció cultural com mescladors dels artefactes dels quals són afeccionats.

### Referències

- ALLEN, K. and INGULSRUD, J. (2003). Manga literacy: Popular culture and the reading habits of Japanese college students. *Journal of Adolescent and Adult Literacy*, 46 (8): 674-63
- BECK, O. (1999). *World Risk Society*. Oxford: Blackwell.
- BLACK, R. (2007). Digital design: English language learners and reader reviews in online fiction en M. Knobel & C. Lankshear (eds). *A New Literacies Sampler*. Nova York: Peter Lang, 115-36
- DEVIN (2007). AX analysis: The changing distribution of anime. *Kokoro Mitja: Metrics for a Genre Market*. Available from: <http://kokoromedia.com/?cat=5>.
- GEE, J. (2000-2001). Identity as an analytic lens for research in education. *Review of Research in Education* 25: 99-125
- GEE, J. (2004). *Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling*. Londres: Routledge.
- GEE, J. (2007). *Good video Games + Good Learning*. Nova York: Peter Lang.
- GEE, J., HULL, G. and LANKSHEAR, C. (1996). *The New Work Order: Behind the Language of the New Capitalism*. Boulder, CO: Westview Press.
- HANCOCK, H. and INGRAM, J. (2007). *Machinima for Dummies*. Indianapolis, MN: Wiley.
- LANKSHEAR, C. and KNOBEL, M. (2006). *New Literacies: Everyday Practices and Classroom Learning*. Maidenhead, Berks: Open University Press. [Hi ha edició en valencià: *Les noves alfabetitzacions*. Xàtiva, 2007. Edicions del Crec]
- LENT, A. (2003). Far out and mundane: the mammoth world of manga. *Phi Delta Kappan Forum*, 83 (3): 28-41
- LESSIG, L. (2004). *Free Culture: How Big Mitja Usis Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. Nova York: Penguin.
- RIFKIN, J. (2000). *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism Where All of Life is a Paid-for Experience*. Nova York: Jeremy Tarcher/Putnam.
- SANCHEZ, F. (2003). HIST 101: History of manga. AnimeInfo.org – Anime University. <http://www.animeinfo.org/animeu/hist101.html> (accessed 11 November 2007).