

AGUADO TERRÓN, J. M.; MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. J. (coord.) *Sociedad móvil: tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2008. 330 p. ISBN: 978-84-9742-875-0

PER JOSÉ ALBERTO GARCÍA AVILÉS

Professor de teoria de la comunicació de la Universitat Miguel Hernández d'Elx



Radiografía profunda del móvil

La telefonia mòbil ha desencadenat una transformació radical en els ritus socials de la interacció i de les rutines quotidianes, en els processos de gestió de grups i d'organitzacions, i en les interconnexions entre diferents àmbits personals (Katz i Aarhus 2002). També incideix en el consum de lleure, en la gestió de la identitat individual i fins i tot en iniciatives d'acció social organitzada (Sampedro 2005). Aquesta obra aplega diverses perspectives que entronquen amb els estudis culturals i aborda la rellevància del telèfon mòbil com a objecte tecnològic, com a àmbit d'estratègies de mercat i com a objecte cultural quotidià, en una aproximació a la comunicació quotidiana i a les noves tecnologies. I ho fa de manera dialògica, mitjançant la construcció d'un espai de debat sobre els corrents, les metodologies i els temes de recerca entorn del mòbil, que supera els discursos macroeconòmics i les prediccions de consum que abunden en el sector.

En el volum hi intervenen disset investigadors d'Espanya, Austràlia, Alemanya, Estats Units, la Gran Bretanya, Itàlia i la Xina, la qual cosa li afegeix una dimensió internacional sumament enriquidora. Els coordinadors de l'obra, els professors Juan Miguel Aguado i Immaculada Martínez, han impulsat sengles projectes de recerca des del Grupo de Investigación en Comunicación Social, Cultura y Tecnología (E-COM) de la Universidad de Murcia. El primer és el projecte "MOVILSOC. El impacto social de la telefonía móvil en España: gestión de identidad, mediatización y ritmos de consumo". En el segon projecte, "MOVILIZAD@S: el dispositivo móvil como herramienta de igualdad en la sociedad de la información", hi participen les universitats d'Alacant, Extremadura, Rovira i Virgili i Rey Juan Carlos, amb el suport del Instituto de la Mujer.

En els darrers tres anys, Aguado i Martínez han publicat un seguit d'articles (2006, 2009a, 2009b) que aborden l'evolució de la tecnologia mòbil i les seves implicacions culturals i comunicatives. La denominació de "societat mòbil" no només respon a l'impacte funcional d'uns dispositius tecnològics caracteritzats per la connectivitat i la ubicuïtat, sinó també al

caràcter de mobilitat que imprimeix a les identitats, els hàbits personals i les relacions socials, i a la forma en què es comuniquen i actuen els individus. Aquest volum reuneix les contribucions d'una àmplia xarxa d'investigadors i aconsegueix una radiografia brillant de l'estat de la qüestió.

L'obra s'estructura en tres seccions. La primera, "Cultura mòbil", reflexiona sobre les recerques més recents. El director del Center for Mobile Communication Studies de la Rutgers University, James Katz, sintetitza una visió global d'un fenomen que fins fa poc ha estat estudiat de forma fragmentària o com a mer annex a les recerques sobre internet i la tecnologia digital. Amb relació a aquesta qüestió, diverses contribucions debaten les teories de la "domesticació" formulades per Silverstone i Haddon, els processos d'apropiació d'objectes tecnològics i la validesa de les perspectives etnogràfica i transcultural en l'estudi del mitjà mòbil.

La segona secció ("Tecnologies de la identitat") analitza aspectes mitjançant els quals el telèfon mòbil es constitueix en objecte cultural per la seva influència en els processos de creació de la identitat individual i col·lectiva, ja sigui per la interrelació d'espais públics i privats, per la difusió de rols mitjançant els usos socials, per l'adopció de conductes associades a la captació i distribució d'imatges i la seva implantació en diversos contextos culturals. Reuneix estudis etnogràfics sobre les pràctiques i els rituals de consum del mòbil entre els joves italians (pàg. 243-261) o la sociabilitat en l'ús del mòbil en la societat xinesa (pàg. 144-160) que reflecteixen com el telèfon mòbil és "un recurs al servei de la necessitat d'alimentar mons vitals i de construir relacions socials" (pàg. 261).

La tercera secció ("Cap a un nou mitjà") examina els desenvolupaments tecnològics i les estratègies de mercat, juntament amb la configuració del mòbil com a plataforma de consum multimèdia, generant canvis tant en la imatge de marca dels actors del sector com en els hàbits de consum i en els continguts. Al capítol "La quarta pantalla: indústries culturals i contingut mòbil", Aguado i Martínez descriuen la convergència del mòbil i la seva connectivitat amb altres dispositius, mentre analitzen les transformacions en els models de negoci. Segons

els autors, els individus aprecien els valors de sociabilitat inherents al consum de continguts mòbils, com ara mostrar a tercers i compartir experiències, “com una mena d’aparador de preferències, gustos i valors implicats en la construcció i la presentació de la identitat de l’usuari” (p. 199). El capítol conclou amb una suggeridora tipologia de continguts mòbils, esbossada entorn de quatre grans categories: periodisme, entreteniment, gestió d’informació i internet, i màrqueting i publicitat, com també un mapa conceptual (pàg. 215) que inclou els valors del mitjà mòbil percebuts per usuaris i experts (multifuncionalitat, ubiqüitat, adaptabilitat, participació...). Aguado i Martínez sostenen que “la hibridació de la seva naturalesa privada, vinculada a la identitat, i la tendència a l’estandardització pròpia de la seva vinculació als mitjans convencionals, situa el mitjà mòbil en un lloc privilegiat en el desenvolupament de l’ecosistema mediàtic” (pàg. 218).

En aquesta secció hi intervé Gerard Goggin (University of South Wales, Austràlia), amb una àmplia trajectòria investigadora sobre la telefonia mòbil, en què destaca “Cell Phone Culture. Mobile Technology in Everyday Life” (2006). Goggin argumenta que, paradoxalment, els continguts per a mòbils han experimentat un desenvolupament “atrofiat” (pàg. 235), perquè les empreses no són capaces de satisfer el ric potencial que demanden els usuaris. I és que la imatge digital, juntament amb la connectivitat entre dispositius i la capacitat de produir i de difondre continguts propis, articula els desenvolupaments recents de productes i de serveis. Tanquen el llibre dos capítols de caràcter més descriptiu: Feijoo, Gómez i Martín ofereixen una panoràmica dels continguts mòbils, les seves estratègies i la seva previsible evolució a Europa, i Adelantado s’ocupa del panorama actual de l’entreteniment mòbil a Espanya.

Tal com ho afirma Hartmann, hi ha una “fractura entre la recerca acadèmica i la finançada comercialment, que és força visible i que condueix a una recerca cap al futur” (pàg. 82). Els estudis prospectius del sector sovint es limiten a descriure les oportunitats econòmiques i al grau d’implantació tecnològica als diferents països. Aquesta obra, en canvi, constitueix una aportació valuosa a l’escassa literatura acadèmica que aborda amb rigor l’evolució de la comunicació mòbil.

Referències

- AGUADO TERRÓN, J. M.; MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. J. “De la web social al móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso de convergencia mediática de la comunicación móvil”. A: *El profesional de la información*. Vol. 18, núm. 2, 2009. P. 155-161
- AGUADO TERRÓN, J. M.; MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. J. “El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural”. A: *Zer: Revista de estudios de comunicación*. Núm. 20, 2006. P. 319- 343.
- AGUADO TERRÓN, J. M.; MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. J. “Time-space Substitution and the Colonization of Alter/Ego Interpenetrations: The Role of Mobility and Personalization in the Management of Social Complexity through Cultural Consumption”. A: AGUADO TERRÓN, J. M.; SCOTT, B.; BUCHINGER, E. (coord.) *Technology and Social Complexity*. Murcia: Universidad de Murcia, 2009. P. 325-348.
- GOGGIN, G. *Cell Phone Culture. Mobile technology in everyday life*. Nova York: Routledge, 2006.
- KATZ, E.; AARHUS, M. *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- SAMPEDRO, V. *13-M: Multitudes on-line*. Madrid: Catarata, 2005.