

[PORTADA](#)[INFORMACIÓN GENERAL](#)[CONSEJO EDITORIAL](#)[ENVÍO DE ORIGINALES](#)[NÚMEROS ANTERIORES](#)[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)[CREATIVE COMMONS](#)[BÚSQUEDAS](#)[CONTACTO](#)

DENTRO DE C&S

OK

[Reseña /](#)

Juan Miguel AGUADO

Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura

Biblioteca Nueva, Madrid, 2008, 330 pp.

Los teléfonos móviles han dejado de ser un mero instrumento de comunicación interpersonal. Si bien el grueso de los usuarios aún no ha abrazado todas las posibilidades abiertas por la extensión de la nueva generación de redes y el desarrollo de terminales "inteligentes", estos dispositivos y sus aplicaciones ya forman parte "de nuestra vida cotidiana, de los espacios de interacción social y de los ritos cotidianos en los que nos construimos como sujetos y como sociedades" (p. 15) en un grado suficiente como para explorar en profundidad su potencial y el modo en que los usuarios los asumen. Los coordinadores de esta publicación colectiva son profesores de la Universidad de Murcia. Juan Miguel Aguado ha dirigido un proyecto de investigación sobre el impacto social de la telefonía móvil en España, en el marco del Grupo de Investigación en Comunicación Social, Cultura y Tecnología (E-COM), del que es fundador, y al que también pertenece Inmaculada José Martínez. Además de publicar varios libros y artículos, ambos participaron en una obra coordinada por Gerard Goggin (*Mobile Phone Cultures*, London, Routledge, 2007). Aguado y Martínez conjugan en *Sociedad Móvil* las aportaciones de otros quince autores de Estados Unidos, Australia, China, Reino Unido, Alemania, Italia y España. El libro se articula en tres partes. La primera, denominada "Cultura móvil", se abre con un capítulo sienta las bases teóricas de este ámbito nuevo y disperso, en el que, como afirma Katz, confluyen la política y la transmisión de emociones, incluso la moda y lo esotérico. Seguidamente, Haddon se centra en el análisis de patrones cotidianos en las diferencias culturales de la comunicación; de su trabajo se desprende que el coste de la conexión influye en cómo encaja la telefonía móvil en una cultura nacional. El capítulo 3, a cargo de Hartmann, ofrece interesantes aportaciones metodológicas al estudio etnográfico del uso de medios móviles. La segunda parte, que comprende los capítulos dedicados a las "Tecnologías de la identidad", se inicia con un estudio sobre el uso del teléfono móvil en lugares públicos (Höflich y Schlote). Hjorth escribe en el capítulo 5 sobre la percepción de inmediatez y "la poética del retraso", reforzando la idea del teléfono móvil como objeto social y cultural (p. 123), mientras que Fortunati y Yang, a través de entrevistas semi-estructuradas, se acercan a la construcción de la identidad y la sociabilidad del móvil en China. El último capítulo de esta segunda parte, obra de Cumiskey, indaga en la comprensión del teléfono móvil por parte de distintos perfiles sociales a través de la narración de historias, basculando entre las nociones de "importancia" y "ostracismo". Se trata, en definitiva, de aproximaciones metodológicas variadas a realidades específicas de cada uno de los países en los que se ha trabajado. La tercera y última parte, denominada "Hacia un nuevo medio: estrategias, contenidos y ritos de consumo", se abre con un amplio capítulo a cargo de los editores del libro. Según Aguado y Martínez, el dispositivo móvil se debate entre su carácter de receptor de contenidos estandarizados y su entidad de emisor de contenidos personales, incluso íntimos. El capítulo 9 analiza desde una perspectiva crítica el "desarrollo atrofiado" de los contenidos móviles; Goggin alerta de "la divergencia entre su rico potencial [...] y la naturaleza prosaica de las ofertas comerciales en que se concretan" (p. 235). Sigue el capítulo dedicado a las prácticas y rituales de consumo de la telefonía móvil multimedia entre los jóvenes italianos, en el que Scifo defiende "la conexión de las plataformas" como "el verdadero motor para moverse por un universo cross-media" (p. 261). La ampliación del ancho de banda permite hablar (capítulo 11) del acceso a contenidos audiovisuales a través de dispositivos móviles. Feijoo, Gómez Barroso y Martín Andreu describen con acierto los diversos modelos de apertura de las operadoras (p. 271), y su impacto sobre el acceso por parte de los usuarios. El libro se cierra con el capítulo que Adelantado dedica a "La cultura del entretenimiento móvil en España", en el que se apuntan numerosos ejemplos relevantes y se afirma que los contenidos se ven determinados tanto por "las condiciones tecnológicas de los terminales" como por "las condiciones de recepción y consumo" (p. 287). Por mencionar una de las múltiples utilidades de los smartphones, *Sociedad móvil* es un certero navegador GPS para los investigadores interesados en la movilidad como concepto y el uso de los teléfonos de última generación como forma de comunicación interpersonal y de acceso a contenidos, un ámbito cuya expansión dependerá de la estrategia de las operadoras, de los avances de la industria y de la disposición de los consumidores a convertir en económicamente viables los servicios que técnicamente son posibles.

Samuel NEGREDO BRUNA

snegredo@alumni.unav.es[arriba](#)