



## Mediaciones ubicuas

*Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público*

Juan Miguel Aguado

Las mediaciones ubicuas designan el alcance total de la superposición entre el contenido digital y la vida cotidiana, el punto de inflexión a partir del cual la tecnología se independiza del dispositivo y deviene medio de interacción con lo que nos rodea. Las mediaciones ubicuas tienen lugar en el espacio de inter-producción entre la corporeidad de los objetos tecnológicos, el proceso de configuración de los usos y la transformación de las dinámicas sociales de las que forman parte.

En estas páginas se esboza una teoría social de las mediaciones ubicuas que involucra objetos tecnológicos como el smartphone, las tecnologías vestibles (wearables), el Big data y los algoritmos sociales, pero también procesos como la redefinición del ecosistema mediático, la «emocionalización» de los discursos públicos y la transformación de la privacidad o del trabajo afectivo en mercancía.

### ÍNDICE

1. Introducción · 2. El impacto de las mediaciones ubicuas · 3. La mecánica de las mediaciones ubicuas · 4. La crítica de las mediaciones ubicuas · 5. (In)conclusiones: año cero



**Juan Miguel Aguado** (Madrid, 1971) es catedrático de Periodismo en la Universidad de Murcia y coordinador del Mobile Media Research Lab. Ha desarrollado una investigación pionera sobre la mediación tecnológica de la experiencia y el impacto social de las comunicaciones móviles desde 2003, con obras como *Comunicación Móvil. Hacia un nuevo Ecosistema Digital* (Gedisa, 2013) y *Emerging Perspectives on the Mobile Content Evolution* (2015). Ha sido también director general de

la Radio Televisión pública de la Región de Murcia (RTRM) y presidente de turno de FORTA, la federación que agrupa a las radiotelevisiónes públicas autonómicas españolas.

500479



9 788418 193583  
ISBN: 978-84-18193-58-3  
IBIC: GTC - THEMA: GTC  
15,3 CM X 22,5 CM  
RÚSTICA  
PESO: 388 GR  
272 PÁGINAS  
PVP 23,90€ / 22,98€  
COLECCIÓN:  
COMUNICACIÓN  
15 SEPTIEMBRE 2020

- **Temas:** redes sociales, plataformas digitales, Big data, cambio social, privacidad, seguridad y nuevas dinámicas del discurso público.
- **Público:** estudiantes de comunicación e investigadores; interesados por las problemáticas en torno a la privacidad, el uso de los datos personales y la lógica social de las plataformas.

Véase también:



*Instagram en la estrategia de construcción de liderazgo político*

Carles Pont Sorribes  
Antoni Gutiérrez-Rubí  
ISBN: 978-84-18193-35-4  
PVP: 27,90€ / 26,83€



*Narrativas transmediales*  
Domingo Sánchez-Mesa  
ISBN: 978-84-17690-63-2  
PVP: 25,90€ / 24,90€