

*Notas sobre la*



*comunicación*

Marla Jacarilla

La propuesta de instalación presentada incluye cuatro obras de nueva producción que plantean una reflexión sobre el papel de los medios de comunicación en el S XXI, la manera en que generamos y consumimos información y los procesos mediante los que dicha información se fragmenta, transforma y modifica hasta llegar al consumidor final. En una sociedad ampliamente digitalizada en la que los algoritmos tienen un protagonismo cada vez mayor, la repercusión de los hechos depende, no ya de su importancia, sino del número de clics y shares que generan. Pero, ¿qué posibilidades de maniobra quedan entonces para el espectador? ¿Es posible una reflexión al margen, un cuestionamiento fundamentado? ¿Permite la tecnología actual que tengamos cada vez un mayor acceso a la información o restringe cada vez más nuestro acceso a ella?

~~174.465~~

## Instalación

**1000 imágenes de 21 x 15 cm y 100 textos**

En 1876, Alexander Graham Bell patentó el teléfono (patente número 174.465), aunque en el año 2002, el Congreso de los Estados Unidos de América reconoció que su verdadero inventor fue Antonio Meucci, quien en 1854 construyó un primer prototipo cuya patente no formalizó por tener dificultades económicas. El teléfono se convirtió en uno de los inventos que revolucionarían las tecnologías de la comunicación. En los años siguientes, los teléfonos llegaron progresivamente a los hogares y también a las calles, convirtiéndose así durante décadas y por ley en un servicio universal obligatorio.

En el año 2021 se ha aprobado la nueva Ley estatal de Telecomunicaciones que conllevará la inevitable desaparición de los teléfonos públicos del paisaje urbano. A día de hoy, aproximadamente el 88% de la población reconoce no haber utilizado nunca una cabina telefónica. Se estima que en la ciudad de Barcelona quedan medio centenar de teléfonos públicos, la mayoría de ellos ubicados en las zonas turísticas y calles con mayor tránsito, aunque en la actualidad no son más que enormes fósiles fuera de funcionamiento, ubicados en las aceras e ignorados por la mayoría de transeúntes.

Esta obra realiza una cartografía de dichas cabinas que, fotografiadas desde cuatro ángulos distintos, se convierten así en un inesperado elemento en el que depositar nuestra atención. Tal vez, poco antes de que desaparezcan definitivamente y no sean más que un recuerdo de las viejas generaciones. Junto a las imágenes de las cabinas, una serie de transcripciones de conversaciones telefónicas que podrían haber tenido lugar (o no) en algún momento del pasado. Se trata pues, de un alto en el camino al atravesar el epicentro de una gran urbe.

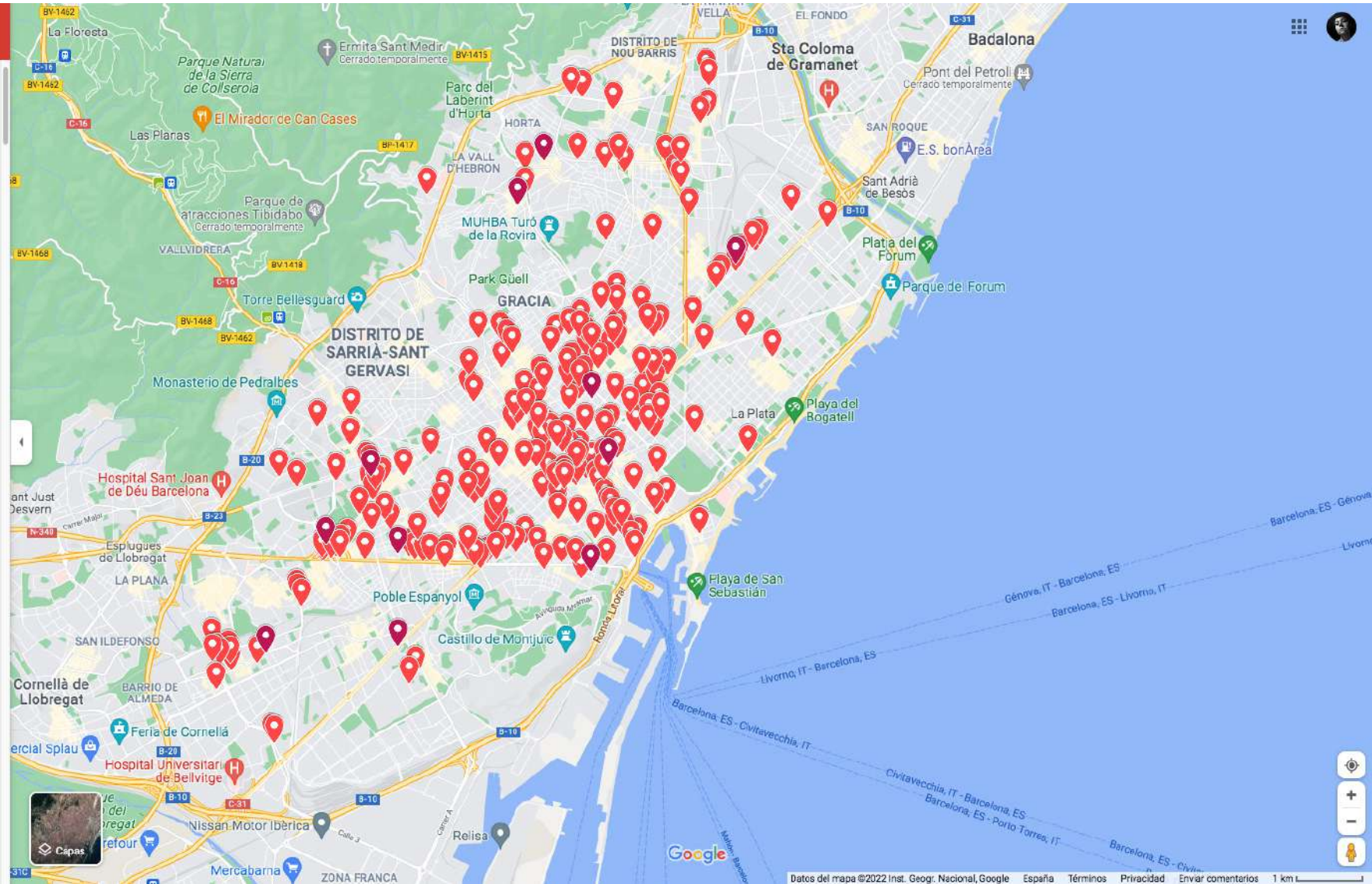
Se trata de detenerse aunque el resto de transeúntes siga caminando a buena velocidad. De observar con detenimiento aquello que nadie mira, aquello que ya no sirve para nada, aquello que está condenado a desaparecer. De registrar el instante previo a la extinción. Se trata también de recrear conversaciones telefónicas a partir de recuerdos ajenos, se recuperar conversaciones acaecidas en el ámbito de la ficción. Conversaciones probablemente distorsionadas por el paso de los años y la falta de memoria, pero recuerdos, al fin y al cabo, tan válidos como cualquier otro.

Pero más allá de la melancolía que pueda despertar la desaparición de un elemento como este del paisaje urbano, dicho suceso plantea varios interrogantes: ¿cómo nos afectan los cambios en la manera de comunicarnos? ¿Es muy distinta la manera actual de hacerlo a la de hace una década? ¿Y a la de hace cuarenta años? ¿Se trata de cambios aislados que únicamente tienen repercusiones puntuales o afectan en cambio a nuestra manera de relacionarnos con los demás y con el mundo en general? ¿Llegará un momento del futuro en el que ya no sea necesario comunicarse? ¿Que sucederá si ese momento llega?



← Cabinas telefónicas Barcelo... X

- ALI BEI, ESTACIÓN DEL NORTE
- ALI BEI CON ROGER DE FLOR
- ALMIRALL CHURRUCA
- ARC DE TRIOMF
- ARIBAU 268
- ARIBAU CON ARAGÓN
- ARIBAU CON PLAÇA UNIVERSITAT
- ARIBAU CON DIPUTACIÓ
- ARIBAU (entre Laforja y Madrazo)
- AUSIAS MARCH 2
- AUSIAS MARCH 76
- AUSIAS MARCH CON RIBES
- AV DE LA MARE DE DEU DE MONTSERRAT 175
- AV DEL JORDÀ, 5
- AV DIAGONAL 407, CON BALMES
- AV DIAGONAL 613
- AV DIAGONAL CON GRANADA
- AV DIAGONAL CON JOAN GÜELL
- AV GAUDÍ CON INDUSTRIA
- AV GAUDÍ CON RÓSSELLÓ
- AV ICARIA 160
- AV MADRID 1
- AV MADRID 22
- AV MADRID 39
- AV MADRID 163
- AV MERIDIANA 344
- AV MERIDIANA 350







## ***El año de la rata***

### **Instalación**

**365 imágenes de 13x18 cm**

Según la Wikipedia, el año 2020 se caracteriza sobre todo por haber sido marcado por la pandemia de COVID-19, virus que surgió en Wuhan a finales de 2019 y se propagó posteriormente por todo el mundo. De acuerdo al calendario chino, 2020 es el Año de la Rata, animal que en las culturas occidentales tiene connotaciones negativas, pero que la cultura china considera altamente respetable y asocia con la inteligencia, la astucia, el orden y el carisma. Este proyecto propone un recorrido a través del 2020 tan contradictorio y paradójico como las asociaciones que ambas culturas hacen a la rata. A través de titulares extraídos de periódicos y memes extraídos de redes sociales, el proyecto propone recorrer los 365 días del año con sus paradojas y contradicciones, creando una suerte de apocalipsis de tintes tragicómicos salpicado de humor negro y resiliencia. Una historia en la que angustiosos titulares, muchos de ellos claramente sensacionalistas o con un marcado sesgo ideológico, se contraponen a los memes, unidades mínimas de información con carácter humorístico que se reproducen a gran velocidad por la red.

## ***De entre el ruido blanco***

### **Instalación sonora**

El ruido blanco es una señal aleatoria caracterizada por el hecho de que sus valores de señal no guardan correlación estadística. Dicha señal contiene todas las frecuencias y todas ellas muestran la misma potencia. Entre sus numerosos usos destaca el de desorientar a las personas antes de un interrogatorio y como técnica de privación sensorial, aunque este mismo ruido a una baja intensidad puede provocar una cierta relajación o incluso somnolencia, siendo utilizado a menudo por personas con problemas de insomnio. En los noticiarios del S XXI, una excesiva fragmentación, desjerarquización y mezcla aleatoria de las noticias provoca un efecto de desorientación y aturdimiento del espectador similar al del ruido blanco. En los noticiarios del S XXI, los 2.000 muertos tras un terremoto en un lugar lejano son tan importantes como las lágrimas de cocodrilo de un futbolista al cambiar de equipo o las prótesis mamarias de una cantante de trap.

Tomando como punto de partida una amplia selección de archivos de audio relacionados con hechos significativos de la historia, esta obra propone la realización de una instalación sonora que reflexione sobre cómo algunos sonidos y/o palabras pueden llegar a destacar de entre el maremágnum de sonidos que escuchamos cada día y pasar a formar parte del imaginario colectivo.

## *Fragilidad viral*

### Vídeo digital

El 11 de marzo del año 2020, la OMS elevó la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el COVID19 a pandemia internacional. Tres días más tarde, el Gobierno de España decretó el estado de alarma. Durante varias semanas, los ciudadanos tuvieron que encerrarse en sus casas y solo los considerados “trabajadores esenciales” podían ir a trabajar. Durante los meses siguientes, los peores vaticinios distópicos fueron haciéndose realidad; al caos en los hospitales y residencias de ancianos siguieron las cambiantes normativas de seguridad e higiene, las teorías conspiracionistas y negacionistas, el incremento del control y vigilancia de los ciudadanos y, sobre todo, la distancia física erigiéndose como supuesta solución a todos los males provocados por la pandemia. Al mismo tiempo que los ciudadanos se encerraban en sus casas, el sentimiento de soledad que afectaba a gran parte de ellos les hacía refugiarse en las redes sociales volcando allí gran parte de su intimidad. Durante la pandemia, hemos visto a través de Instagram o Facebook cómo los famosos mostraban sus casas, hacían conciertos acústicos o recitaban poemas. Los ciudadanos de a pie, que han visto como sus ídolos abrían las puertas de sus hogares, han acabado por hacer lo mismo, provocando así una explosión de extimidad de dimensiones nunca vistas hasta ahora. Aunque algunas personas han utilizado el confinamiento para la introspección y la reflexión interior, la mayoría han incrementado el uso de redes sociales para hablar de su vida personal y su estado anímico, difuminando cada vez más la barrera entre el espacio privado y el espacio público.

Diez meses después de la declaración del estado de alarma en España, concretamente el 20 de Enero de 2021, tenía lugar la investidura de Joe Biden como nuevo presidente de Estados Unidos. A dicha investidura no acudió el expresidente Donald Trump, pero sí que lo hizo Bernie Sanders, senador por el estado de Vermont que también fue candidato demócrata durante las primarias de 2020. Este hecho no habría tenido nada de especial si no fuese porque, al día siguiente, las redes sociales amanecieron rebosantes de memes con la imagen de Sanders. Su atuendo, y más en concreto sus pintorescas manoplas, se repro-

dujeron en miles y miles de memes que inundaron las redes sociales durante meses. Sanders multiplicó su popularidad, y aunque esto no le sirvió para ganar las elecciones (ya era demasiado tarde), al menos consiguió recaudar varios millones de dólares para organizaciones benéficas de Vermont. Millones que obtuvo con la venta de *merchandising* con su propia imagen del día de la investidura de Biden: sudaderas, camisetas, gorras... De repente, todos aquellos productos con su imagen se habían convertido en una inexplicable necesidad para la población. Lejos de la imagen que había dado ante los medios alguien como Donald Trump, Sanders mostraba al mundo una imagen de fragilidad, la de un pequeño anciano con mascarilla acurrucado en una silla, protegiéndose del frío con una chaqueta y unas manoplas tejidas a mano. La imagen traspasó las fronteras de EEUU, dio la vuelta al mundo y los memes se extendieron por decenas de países. Un cuerpo anciano de aspecto frágil acababa así, del modo más inesperado, sobreexpuesto ante la mirada del mundo entero, desafiando involuntariamente la predominancia de los cánones masculinos imperantes, representantes de la juventud y la fuerza. ¿Tendría alguna relación la omnipresencia de la pandemia en los *mass media* con el hecho de que una imagen como la de Sanders pudiera convertirse en viral? ¿Hemos tomado acaso conciencia de la fragilidad de nuestros propios cuerpos y podemos empatizar más fácilmente con este tipo de imágenes?

En la propuesta de vídeo presentada, a partir de un archivo de cientos de memes con la imagen de Bernie Sanders, se propone una reflexión sobre la fragilidad de los cuerpos sobreexpuestos en redes sociales, la supervivencia de los memes, la manera en que se ha modificado nuestro modo de relacionarnos en estos últimos meses y cómo el concepto de extimidad se ha convertido en algo inherente a nuestras rutinas.







“¿Qué papel desempeñan exactamente los medios de masas audiovisuales en la sociedad contemporánea? ¿Se trata de que ofrezcan a la ciudadanía informaciones tan imparciales y objetivas como sea posible? ¿De que den a los espectadores la posibilidad de elegir entre una forma de entretenimiento u otra: popular o culta, simple o compleja, violenta o tranquila, monolineal o no, breve o larga, agresiva o introspectiva? ¿Se trata de que presten oído al público, o, incluso, de que le permitan participar? (...) ¿O se trata exactamente de lo contrario? El papel de los MMA, ¿consiste en agredir y atrapar al público a través de una programación uniforme, en la que no hay posibilidad de elección, una programación basada en los formatos más superficiales, ramplones y comerciales? ¿Consiste en fomentar la violencia en la sociedad? ¿En apoyar las políticas del gobierno y servir a los intereses de los industriales y militares, al tiempo que mantienen en secreto sus métodos y decisiones?”

Peter Watkins, *La crisis de los medios*

[www.marlajacarilla.es](http://www.marlajacarilla.es)