



Nomofòbia:
una crítica social des de
l'art de la psicopolítica i
l'addicció tecnològica

ANTONI AGUILÓ BONET
LLUÍS VIDAÑA LLADÓ



Antoni Aguiló Bonet

Palma. És llicenciat en Filosofia per la Universitat de les Illes Balears (UIB). Posteriorment, va obtenir el Diploma d'Estudis Avançats en Filosofia del Dret, Moral i Política i el doctorat europeu en Ciències Socials i Humanes. Actualment, és investigador postdoctoral del Departament de Filosofia i Treball Social de la UIB i membre de la línia temàtica Democràcia, justícia i drets humans del Centre d'Estudis Socials (CES) de la Universitat de Coïmbra, on també ha estat professor. El seu principal camp de recerca és la filosofia política, amb especial incidència en les qüestions relacionades amb la democràcia, les dissidències sexogenèriques i les epistemologies del Sud.



Lluís Vidaña Lladó

Palma, 1992. És graduat en Disseny Gràfic per l'Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears, i té el Màster de Formació del Professorat, en l'especialitat de Dibuix, de la UIB. Ha fet el curs de Community Management de la Fundació UNED. Ha estat tècnic superior del Grup d'Investigació i Formació Educativa i Social de la UIB. Actualment, és professor de dibuix a l'ESO i es dedica a la creació artística. Empra la pintura i la instal·lació com a recursos expressius per al tractament de diverses temàtiques com el capitalisme, el gènere, el canvi climàtic o la relació amb la tecnologia.

¹ Aquesta experiència ha estat possible gràcies al suport del programa de projectes de recerca liderats per personal investigador postdoctoral de la Universitat de les Illes Balears (convocatòria 2021) finançat per la UIB i pel Fons FEDER (Una manera de fer Europa). També és beneficiària del Premi Castellitx de Pintura 2021 que atorga l'Ajuntament d'Algaida

Resum

L'objectiu principal d'aquest article és analitzar la crítica social que l'artista Lluís Vidaña transmet amb la instal·lació visual *Nomofòbia*, amb la finalitat de relacionar-la amb l'ús compulsiu que una part significativa de l'actual població adolescent i juvenil fa del telèfon mòbil. A aquest efecte, l'article es divideix en quatre parts. En la primera, a manera d'introducció, s'exposa breument el recorregut artístic de l'obra de Vidaña sobre entorns digitals. En la segona, a la llum de la filosofia política i la teoria social crítica contemporània, es presenten els conceptes *addicció tecnològica*, *nomofòbia* i *psicopolítica*. En la tercera part, aquests conceptes es posen en relació amb els hàbits digitals de la generació mil·lennista i posteriors. La quarta part dona a conèixer el contingut i el significat de la instal·lació esmentada. Per acabar, es plantegen algunes reflexions.

Paraules clau: Telèfons mòbils / Addiccions / Psicopolítica / Joventut

Resumen

El objetivo principal de este artículo es analizar la crítica social que el artista Lluís Vidaña transmite con la instalación visual *Nomofòbia* con el fin de relacionarla con el uso compulsivo que una parte significativa de la actual población adolescente y juvenil hace del teléfono móvil. A tal efecto, el artículo se divide en cuatro partes. En la primera, a modo de introducción, se expone brevemente el recorrido artístico de la obra de Vidaña sobre entornos digitales. En la segunda, a la luz de la filosofía política y la teoría social crítica contemporánea, se presentan los conceptos *adicción tecnológica*, *nomofobia* y *psicopolítica*. En la tercera parte, estos conceptos se ponen en relación con los hábitos digitales de la generación milenial y posteriores. La cuarta parte da a conocer el contenido y el significado de la mencionada instalación. Por último, se plantean algunas reflexiones.

Palabras clave: Teléfonos móviles / Adicciones / Psicopolítica / Juventud

1. Introducció

Des que es varen popularitzar a partir de la segona meitat de la dècada de 1990, els telèfons mòbils s'han convertit en un objecte que ha guanyat una presència ubíqua i massiva en la nostra vida, tal com mostra la literatura acadèmica sobre telefonia mòbil (Katz i Aakhus, 2002; Sheller i Urry, 2003; Ling, 2004; Ling i Pederesen, 2005; Nyíri. 2005).

A diferència dels seus predecessors, els telèfons mòbils intel·ligents o *smartphones* tenen un caràcter multifuncional que els fa molt atractius i pràctics: serveixen com a ordinador, televisió, ràdio, videojoc, eina per a la gravació i l'edició de vídeos, dispositiu de connexió a les xarxes socials, font d'informació i d'estudi, entre moltes altres prestacions a partir de senzilles aplicacions posades a disposició dels usuaris per empreses interessades a comercialitzar els seus productes en el marc de la cultura globalitzada contemporània, en la qual els consumidors són «víctimes de la velocitat de la moda» (Appadurai, 1991, p. 50).

Però quina relació es pot establir entre l'ús social de la tecnologia mòbil i l'art com a pràctica social i estètica? Com traduir al llenguatge pictòric les construccions de sentit que es produeixen al voltant del fenomen del telèfon intel·ligent? Quin paper té aquest en les nostres vides i com ens afecta? Quins són els valors ètics que envolten l'ús adequat d'aquestes realitats tecnològiques i comunicatives? Aquestes són algunes de les preguntes al voltant de les quals Lluís Vidaña, amb la seva obra sobre entorns digitals, explora críticament de quina manera l'ús de la telefonia mòbil de dar-

ra generació està alterant el nostre comportament, les nostres relacions i, en definitiva, la nostra identitat individual i col·lectiva.

La seva breu però intensa trajectòria artística ho posa de manifest. L'any 2019, Vidaña va obtenir el primer premi d'Art Jove d'Arts Visuals de les Illes Balears amb *Mobilitzats*, que es va exposar al Casal Solleric de Palma. L'obra reflexionava respecte a la sobreexposició als aparells electrònics que sofreixen els infants, i sobre com aquests aparells, com diu Bauman (2007, p. 13), transformen la nostra vida social en una *cibervida*.

L'agost de 2020, Vidaña va presentar la instal·lació *Els 7 pecats digitals* a Can Gelabert, Binissalem, mostra que també es va presentar al Festival Inund'Art de Girona, el juny de 2021, i al Casal Solleric, el mes de setembre del mateix any. Amb aquesta instal·lació, l'artista ens convidava a reflexionar sobre els nostres propis comportaments com a criatures digitals traslladant els set pecats capitals de la tradició catòlica a l'àmbit digital. Hàbits quotidians arrelats en la nostra societat que ara, gràcies a l'ús de les tecnologies de la comunicació, s'amplifiquen per arribar a tota mena de població.

El mes de març de 2021, Vidaña va guanyar el Premi Castelletx de Pintura d'Algaida. Arran d'haver obtingut aquest guardó, va sorgir la possibilitat de fer una exposició individual al poble. Amb el suport de l'Ajuntament d'Algaida, la mostra, titulada *Nomofòbia*, es va inaugurar a Sa Peixateria Espai d'Art el 14 d'octubre de 2022 i es va poder visitar fins al 4 de novembre. L'exposició es va presentar en el marc de la fira d'Algaida. L'artista hi presen-

ta una col·lecció d'obres que funcionen com a mirall de l'actual societat de l'accessibilitat, de la immediatesa i de la mobilitat (Katz i Aakhus, 2002, p. 194; Sheller i Urry, 2003, p. 108; Virilio, 1997), però també de la hipervisibilitat i de l'exhibició digital, de la qual Vidaña fa una dura crítica social basada en l'omnipresència de les pantalles i els possibles riscos que pot comportar l'activitat que hi duquem a terme.

2. Addicció tecnològica, nomofòbia i psicopolítica

Investigacions científiques recents sobre addiccions tecnològiques evidencien que l'ús compulsiu dels telèfons mòbils pot desencadenar problemes psicològics, físics, socials i emocionals, com, entre d'altres, sentiments d'ansietat; pèrdua de concentració; insomni; comparacions negatives associades a la preocupació per sentir-se impopular; necessitat d'estar permanentment disponible; baix rendiment acadèmic; menyspreu de la persona amb qui s'està en un moment donat (*phubbing*); por de perdre's alguna cosa (FoMO, sigles angleses de *fear of missing out*), com, per exemple, vídeos, converses o esdeveniments en línia, i, en el pitjor dels casos, risc de conductes suïcides (Betts, *et al.*, 2021; Abi-Jaoude *et al.*, 2020; Boer *et al.*, 2020; Asensio, Díaz i Garrote, 2018; Félix, *et al.*, 2017; Montagni *et al.*, 2016).

D'acord amb Griffiths (1995), quan es parla d'addiccions tecnològiques es fa referència a un tipus concret d'addicció conductual que, en el cas concret del telèfon mòbil, es caracteritza, en línies generals, per la necessitat imperiosa de tenir-lo a la mà,

mirar la pantalla del dispositiu constantment per revisar els missatges, estar pendent dels sons que emet i, en cas de perdre el dispositiu, la persona usuària experimenta una situació d'estrès, dependència i ansietat. Tot i que no es tracta d'una addicció a una substància química, Griffiths (2005) inclou en el concepte d'addicció tecnològica tots els components bàsics de les addiccions: la rellevància (l'activitat té una importància excessiva en la vida de l'individu), la modificació de l'estat d'ànim (l'activitat altera l'estat afectiu de la persona), la tolerància (entesa com la necessitat d'involucrar-se cada cop més en l'activitat), l'abstinència (irritabilitat o ansietat quan no es té accés a l'activitat), el conflicte (interferències significatives en el funcionament vital de l'individu) i la recaiguda. Griffiths (2013) proposa un test de deu preguntes que es poden utilitzar com a indicadors d'un possible ús compulsiu o addictiu del telèfon mòbil.

Per la seva part, Díez Mercet (a Sánchez Mateos, 2017) matisa que aquesta addicció no es deu tant al telèfon mòbil en si mateix com a les aplicacions i a les funcionalitats que aquest ofereix, ja que, si el mòbil oferís exclusivament la possibilitat de telefonar, no estariem parlant d'aquest fenomen.

Precisament, per descriure tota aquesta problemàtica relativa a l'ús addictiu del mòbil es va crear el terme *nomofòbia* (acrònim anglès de *no mobile phobia*), neologisme que remet al temor irracional generat pel fet de no tenir accés al dispositiu mòbil (Gonçalves, Dias i Correia, 2020; Rodríguez-García *et al.*, 2020; Maziero i Oliveira, 2016; Bragazzi i Del Puente, 2014).

Malgrat que actualment no hi ha un consens mèdic generalitzat sobre si la nomofòbia constitueix un trastorn de la salut mental,¹ com dèiem, els estudis sobre les possibles repercussions del telèfon mòbil en la salut física i mental han augmentat considerablement en els darrers anys. De fet, hi ha qui afirma que l'ús dels telèfons intel·ligents s'ha convertit en un autèntic «problema de salut pública» i que cal conscienciar la gent sobre els perills relacionats amb l'ús excessiu i els comportaments addictius (Niaz, 2008). El que sí que hi ha, però, és un cert acord generalitzat sobre la pertinença del terme *addicció al telèfon mòbil*, tot i que no hi ha consens sobre els criteris que la defineixen.

D'altra banda, no podem passar per alt l'estreta relació que s'estableix entre la nomofòbia i la lògica del neoliberalisme o capitalisme contemporani. En aquest sentit, Bauman (2003, p. 60) descriu la presència d'un *capitalisme lleuger*, líquid, centrat en el desig i la satisfacció personal, que de cara als seus interessos se serveix de la societat de la informació i la digitalització. De manera complementària, Illouz (2007, p. 60) parla d'un *capitalisme emocional* que s'apodera dels afectes i dels sentiments de les persones per gestionar-los com si fossin mercaderies i béns de consum.

¹ En la cinquena edició revisada del *Manual de diagnòstic i estadístic dels trastorns mentals* (DSM), de l'Associació Americana de Psiquiatria (APA, 2022), la nomofòbia no es considera un trastorn mental, ni tampoc forma part de la darrera edició de la Classificació Internacional de Malalties (CIM-11), elaborada per l'Organització Mundial de la Salut (WHO, 2018).

En aquest context, en què la publicitat, les xarxes socials i els mitjans de comunicació tenen una forta influència social, els usuaris o consumidors tenen accés a una àmplia oferta de serveis que, per alguns acadèmics, els torna més sensibles a la manipulació, al control i a la vigilància. El filòsof Byung-Chul Han (2022) afirma que darrere la pantalla dels dispositius mòbils s'hi amaguen diversos actors que ens governen i ens distreuen. Segons l'autor, aquesta forma de control social d'aspecte seductor (recordem les simpàtiques veus de Siri d'Apple o d'Alexa d'Amazon), que Han (2014) anomena *psicopolítica*, no es basa en la repressió ni en el control dels cossos, sinó en el control de la nostra pròpia llibertat i en la vigilància mental. La crisi actual de llibertat consisteix en el fet que ens trobam davant una tècnica de poder subtil que no nega la llibertat, sinó que l'explota: els usuaris, amb les seves eleccions individuals, se sotmeten lliurement al poder de la xarxa digital, que mercantilitza amb les dades i la informació acumulada sobre persones en la seva intimitat o sobre el comportament de determinats grups socials. Així, el que anomena Han (2014, p. 17) *capitalisme del m'agrada*, el narcisisme creixent i l'imperi del telèfon intel·ligent ens repleguen en una bombolla que ens protegeix dels altres, però que al mateix temps, i paradoxalment, ens sotmet a noves tècniques de control i dominació de masses per mantenir-nos dòcils.

3. Nomofòbia, joventut i capitalisme del m'agrada

L'addicció al telèfon intel·ligent es pot generar en qualsevol etapa del cicle vital d'una persona. No obstant això, es visualitza sobretot entre la població jove i adolescent, tenint en compte que amb freqüència la gent gran s'enfronta a la por de familiaritzar-se amb les noves tecnologies.

D'acord amb Chóliz (2012, p. 34), el telèfon mòbil reuneix una sèrie de característiques bàsiques que el converteixen en un recurs especialment atractiu per a la població adolescent, ja que satisfà tota una sèrie de necessitats socials i psicològiques pròpies d'aquesta edat. Algunes de les més importants són les següents: *a)* influeix en el procés de socialització i reforça l'autonomia personal, especialment pel que fa als pares; *b)* proporciona estatus i prestigi en el context de les relacions entre els iguals; *c)* afavoreix l'establiment de relacions interpersonals mitjançant recursos tecnològics (telefonades perdudes, missatges de text, etc.) que tenen una clara funció social i afectiva, i *d)* serveix com a font d'oci i d'entreteniment.

Els mil·lennistes, també anomenats generació Y (persones nascudes aproximadament entre els anys 1980-2000), han estat identificats com una generació estretament vinculada a la ràpida evolució de les tecnologies de la comunicació pel que fa, sobretot, a la introducció de la telefonia mòbil, del correu electrònic i dels programes de missatgeria instantània en les comunicacions interpersonals, de la mateixa manera que la generació dels *baby boomers* (1943-1960) va créixer amb el telèfon fix i la generació X (1960-1980)

ho va fer amb el televisor.² Al llarg de la seva infància o adolescència, els mil·lennistes varen assistir als processos de globalització i revolució digital, així com al sorgiment de les primeres xarxes socials, com l'MSN Messenger l'any 1999. En aquest sentit, entre els membres de la generació mil·lennista hi ha individus que mai no han experimentat el món sense ordinadors personals (Lingelbach et al., 2012, p. 136).

Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), entre les activitats que la població espanyola de 16 a 74 anys duu a terme de manera més freqüent amb les TIC hi ha comunicar-se per missatgeria instantània –com Whatsapp–; rebre o enviar correus electrònics, i llegir notícies, diaris o revistes d'actualitat en línia. El 93,9 % d'aquests usuaris empra el mòbil com a dispositiu de connexió (INE, 2021, p. 4). Segons dades de la mateixa enquesta, els grups més participatius en les xarxes socials, en què impera el capitalisme del m'agrada, són els estudiants (96,4 %) i els joves de 16 a 24 anys (93,2 %).

² A més de les generacions esmentades, altres estudis parlen de noves categories, com la generació Z (Seemiller i Grace, 2018) i la generació Alfa (McCrindle i Fell, 2021). La generació Z (1995-2010) és una generació nascuda en un ambient altament tecnològic, caracteritzat pel sorgiment de tecnologies com la nanotecnologia, la impressió 3D i la informàtica en el nígel. És una generació molt dependent d'internet, per la qual cosa està constantment connectada. Està acostumada a la velocitat de la vida quotidiana, a fer diferents tasques simultàniament (*multitasking*) i a interactuar amb els altres sense necessitat d'interaccions físiques. Per la seva banda, la generació Alfa (persones nascudes a partir de l'any 2010) és una generació que, des del moment del part, neix sent filmada i fotografiada pels mòbils i que, per tant, està absolutament immersa en la cultura digital. Totes aquestes descripcions generacionals es poden englobar en allò que Prensky (2001) anomena *nadius digitals*, persones que han nascut amb l'adveniment i l'ús massiu de les TIC, sobretot de l'ordinador personal, d'internet i del telèfon mòbil.

Més recentment, pel que fa l'ús del telèfon mòbil per part d'estudiants universitaris amb una mitjana de 22,9 anys, l'informe *Uso del teléfono móvil, estilo de vida y bienestar psicológico en estudiantes universitarios*, elaborat per la Xarxa Espanyola d'Universitats Promotores de la Salut (REUPS) amb el suport de la Fundació MAPFRE, revela que el 29,5 % de l'alumnat enquestat fa servir el mòbil més de cinc hores al dia en dies laborables i el 34 % en caps de setmana. A més, destaca que el 30,9 % de l'alumnat s'ha gastat més de cinc-cents euros en l'adquisició del telèfon mòbil (Fundación MAPFRE, 2022, p. 8). Pel que fa a la UIB, membre de la REUPS, l'estudi posa de manifest que al 60,4 % dels alumnes els afecta l'ús del telèfon mòbil en la qualitat del son (ibídem, p. 45) i que el 28,9 % usa el mòbil més de 5 hores diàries (ibídem, p. 69).

4. «Nomofòbia»: una crítica artística de l'addicció tecnològica i del psicopoder digital

Quantes hores al dia passam davant una pantalla? Quant de temps de qualitat hi ha en tot això? Preferiríem habitar en un món virtual el cent per cent del nostre temps? Com han modificat els mòbils els nostres hàbits quotidians? I els nostres hàbits socials? Què passa amb la bretxa tecnològica generacional? Les tecnologies aïllen o per contra apropen les persones? Amb quins perills ens podem trobar? Arran d'aquests interrogants, neixen una sèrie de pintures i instal·lacions visuals que configuren la proposta expositiva.

Les set peces que conformen *Nomofòbia* es poden dividir estèticament i tècnicament en dos grups. D'una

banda, *Pin8* i *@taula!*, en què en els elements que les componen hi predomina el color gris i la fredor (característiques tecnològiques). Uns quants estan materialitzats amb impressora 3D. D'altra banda, hi ha els retrats luminescents (cinc obres restants). Tots tenen una part visible amb llum i una altra visible a les fosques. Comparteixen l'ús de la pintura luminescent. El blanc, el negre i el verd fosforescent en componen la paleta cromàtica. Mai no es pot arribar a apreciar l'obra completa al mateix temps, encara que sempre l'invisible hi continua sent present.

Això sí, conceptualment, totes les peces segueixen la mateixa línia. Totes volen reflexionar sobre l'omnipresència de les pantalles en el nostre entorn i els perills que poden comportar. Se cerca remoure la consciència del públic despertant les emocions, les percepcions o les idees més profundes. Aquesta crítica es fa a través de l'art, que és una eina formidable de denúncia social, és el mirall de la societat. I, a la vegada, és font de coneixement, ens ajuda a expressar les nostres realitats internes.

En el primer grup, formalment, hi ha objectes procedents de la impressió 3D, com poden ser les cares de *Pin8* i la coberteria de *@taula!*. Tots han estat dissenyats prèviament amb Blender, programa dedicat al modelatge 3D. Per tant, al començament, tots aquests objectes són simplement dígits (uns i zeros), informació que, posteriorment, adquireix una forma física, corpòria, matèrica amb la impressió 3D. Com diu Byung-Chul Han (2022, p. 15), la impressora 3D devalua el ser de les coses, que es degraden fins a esdevenir materials derivats de la informació. Els diferents

elements que componen l'obra són de color gris. Com s'indica a *Psicología del color* (Heller, 1999, p. 249), aquest és un dels colors d'allò artificial, d'allò creat per la tecnologia. El gris és un color aparentment neutre; però, depenent del color amb què es relacioni, pot tendir a una sensació o a una altra. Els tons emprats han estat el gris marengo (tonalitat mesclada amb blau per generar fredor) per a la taula, les pantalles i el tauler de fons del rellotge, i el color gris fòssil per a tots els elements restants obtinguts amb la impressió 3D: cares, coberts, plats i tassons. El primer és més fosc i s'ha usat majoritàriament com a color de fons; el segon, gràcies a la claredat que proporciona, destaca damunt el primer. La il·luminació de les obres procedeix exclusivament de les pantalles dels mòbils, una llum blanca, freda i artificial.

En el segon grup, allò que preval tècnicament és la pintura, i, en concret, la pintura luminescent. S'estableix una dicotomia visual entre el que és visible i el que és invisible. Dues realitats que coexisteixen, però que no són visibles al mateix temps. En tots els retrats, la font de llum procedeix de les pantalles dels dispositius mòbils. La seva llum artificial es reflecteix damunt els rostres i part del cos dels retratats, en especial, les mans. Allò que es pinta és, literalment, la llum. Amb la il·luminació de la sala apreciam la part de l'obra que s'ha fet amb pintura acrílica no luminescent: negre per al fons i verd fosforescent per a les figures. En apagar les llums, sobre la part de l'obra amb fons blanc sobresurt la figura que ha estat pintada amb la pintura fosforescent verdosa. Es tracta d'obres monocromàtiques en

què es juga amb les transparències i els degradats per generar la sensació de volum i profunditat. Les expressions de les cares estan dramatitzades, cerquen representar emocions i sentiments d'una forma directa i clara. L'efecte de la fosforescència té un caràcter efímer, és a dir, quan s'apaga el llum de la sala, la pintura brilla amb intensitat sobre la foscor de l'ambient, però a poc a poc va perdent força fins que arriba a desaparèixer. S'apaga, com les pantalles del mòbil.

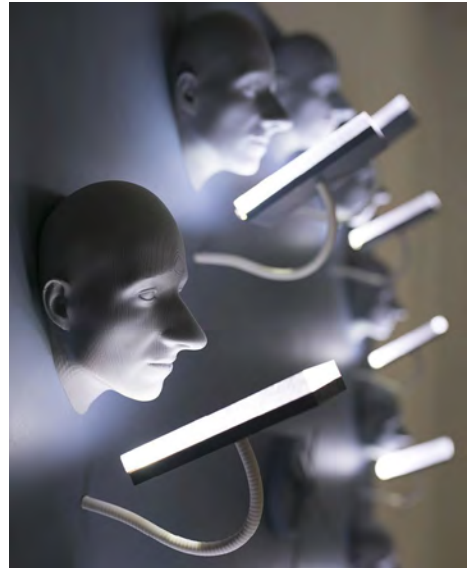
Les obres que formen part de l'exposició són *PIN8*, *@taula!*, *Distància*, *La telefonada*, *Ciberestafa*, *Blanc del ciberassetjament* i *Jesucrist 3.0*.

A continuació, s'analitza cada obra per parlar dels sentiments que es transmeten, de la temàtica, de la iconografia, del context, dels aspectes formals i de la tècnica emprada.

4.1. PIN8

Què hi ha de real en el món virtual? No deu ser que tots som una mica Pinotxo (*Pin8*)? Ens sentim persones de veritat en l'entorn digital? Ens hauria de créixer el nas en mentir o ocultar la veritat en les xarxes socials? De manera anàloga, si *Pin8* va aconseguir convertir-se en un nin de carn i ossos (en el conte de Disney, no en la versió original de la història), per què no podem nosaltres acabar convertits en persones cent per cent virtuals, abandonar l'enutjós món físic que tant ens esclavitzava per un món lliure de preocupacions fet a mida per satisfer els nostres desitjos? Temps al temps. L'avanç sembla imparabile i els múltiples Gepettos (magnats de les tecnologies) ja s'encarregaran que així continuï.

Imatge 1. PIN8. PLA (impressió 3D), metacrilat, flexos, fusta i agulles de rellotge. Mesures variables. 120 x 120 x 18 cm. Visió general de l'obra (esquerra) i detall de l'obra (dreta)



Que el metavers, com Disney, sigui una fantasia molt real plena de finals feliços. Encara que, si es compleix això del transhumanisme, de traspasar la nostra consciència a un dispositiu artificial o internet, significa que no hi haurà més finals? Que transcendirem més enllà del temps que ens ha tocat viure?

I què hi ha millor que representar el temps que passam davant una pantalla que amb un rellotge. Molts de nosaltres, el primer que feim quan ens aixecam, és mirar el mòbil, i el darrer que feim quan anam a dormir també és mirar el mòbil. La noció del temps varia quan estam amb el dispositiu a les mans, sembla que passa més aviat. Arribam a establir una relació molt íntima amb els nostres mòbils; de fet, hi ha persones que passen més temps amb aquests aparells que amb ningú.

Cada hora està representada amb una cara davant un dispositiu. Totes són inexpressives, estan absortes en aquestes superfícies que els tapen mig rostre i que dificulten la comunicació amb qui tenen davant físicament. Els aparells actuen com una barrera física. Ens separen de l'altre o ens apropen? La il·luminació de l'obra procedeix de les pantalles. Una llum blanca que il·lumina els rostres des de sota els dota d'un aire fantasmagòric, tètric, dramàtic.

A les cares tridimensionals hi destaca la grandària dels nassos, que al·ludeixen al personatge de Pinotxo. De fet, el títol de l'obra és un joc de paraules, s'ha de llegir en castellà. PIN (codi) + 8 (ocho) = Pinocho. Com el personatge del conte, Pinotxo era un titella de fusta que volia ser un nin de carn i ossos. Nosaltres, que som de

carn i ossos, sembla que volem ser virtuals. Viure en un entorn digital en què tenim més control, en què cerquem satisfer els nostres desitjos i fantasies. En els videojocs, per exemple, podem reiniciar la partida tantes vegades com vulguem, construir i destruir a voluntat. En el món real, les coses no sempre surten com voldríem; per això, quan un món no es correspon amb l'altre, sorgeix la frustració. I un món mai no podrà coincidir amb l'altre.

Tècnicament, l'acabat 3D dota els caps d'una textura lineal escalonada produïda per les capes que genera la impressora. Aquesta es podria associar amb la textura de les vetes de la fusta (Pinotxo era un titella d'aquest material), o bé es podria relacionar amb les empremtes dactilars o les ones de llum. El color gris accentua la fredor i la cruesa del tema tractat.

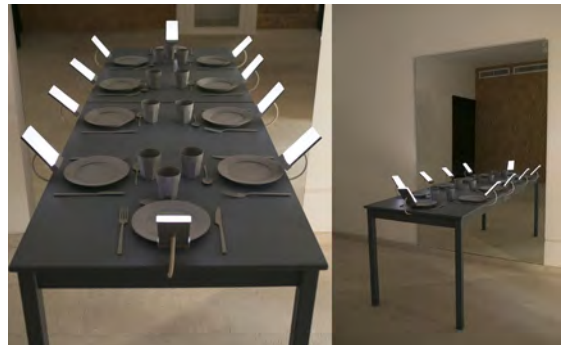
4.2. @taula!

Què hi ha que sigui més social que asseure's a menjar amb més persones? Menjar en família, amb amics, amb companys de feina. Units en l'espai i temps per compartir una cosa tan quotidiana i necessària com és l'acte de menjar. D'uns anys enrere, s'ha transformat en un acte que també es comparteix amb els dispositius mòbils. Sense que formin part del menú, han guanyat un lloc preferent a les nostres taules.

A la vegada que estam de cos present a la taula ens comunicam amb persones que no hi són, interrompem l'àpat i menyspreem la persona amb qui compartim taula. El mateix passa quan anam a restaurants i massa sovint observam que algunes famílies

deixen els mòbils als més menuts perquè s'entretenguin i els deixin menjar tranquils. Les pantalles han anat guanyant omnipresència a la taula.

Imatge 2. @taula!. PLA (impressió 3D), metacrilat, flexos, taula de fusta i mirall. Mides variables. La taula fa 120 x 75 cm. El mirall fa 195 x 130 cm. Els plats, els tassons i els coberts tenen mides pròximes als utensilis reals. Les pantalles fan 14 x 7 cm cadascuna. Visió frontal de l'obra (esquerra) i visió general de l'obra (dreta)



La instal·lació @taula! consisteix en una mitja taula (només dues potes) que es reflecteix en un mirall per formar una taula completa (amb quatre potes). Hi ha la vaixel·la i la coberteria posada per a cinc persones, per a deu si comptam els reflexos. Però en lloc de comensals, damunt la taula hi ha pantalles. Superfícies amb llum blanca pròpia que es disposen una davant cada plat.

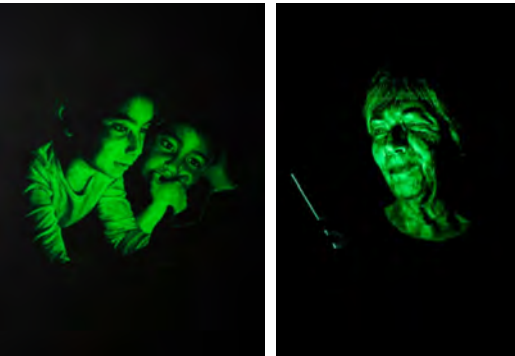
El mirall involucra i cerca estimular la reflexió crítica. Representa les pantalles, nosaltres les miram, però elles també ens miren a nosaltres. Són finestres a un univers paral·lel o metavers? Una rèplica del món físic en l'entorn virtual? Nosaltres som al mirall, però només és un reflex de

qui som, com la imatge que donam a les xarxes socials. S'estableix també un paral·lelisme entre aquest vidre i el d'una sala d'interrogatoris, ja que, com en aquest darrer, hi ha persones que ens observen; darrere la pantalla s'amaguen diversos actors que ens vigilen i ens manipulen.

Tècnicament, s'empra l'acabat de la impressió 3D i el color gris per enllaçar amb les característiques pròpies associades a la tecnologia. La il·luminació procedeix únicament de les pantalles i dels seus reflexos.

4.3. Distància

Imatge 3. Distància. Pintura fosforescent i acrílic sobre tela. 130 x 89 cm. Visió de l'obra amb el llum encès (esquerra) i visió de l'obra a les fosques (dreta)



Hi ha una bretxa digital generacional, és innegable. Desigualtats a l'hora d'accedir a les tecnologies de la informació i la comunicació i d'usar-les que afecten especialment moltes persones majors. L'exclusió digital pot portar a l'aïllament. Un distanciament social que en major o menor mesura tots hem sentit recentment a causa del confinament imposat per la pandèmia de la COVID-19. Contrà-

riament a això, la distància física s'ha suplert amb un major acostament digital? Ens han ajudat les tecnologies a suportar el tancament? A mantenir el contacte entre generacions? Per a bé o per a mal, la clau és l'adaptació.

A la pintura, amb el llum encès veim dos infants que contempen abhors la pantalla d'un mòbil. Ambdós es recolzen sobre una superfície que no arribam a visualitzar, potser estan ajaguts en un llit o en un sofà. Ella, aparentment més gran, subjecta el dispositiu amb les dues mans. Ell, més innocent, es fica un polze a la boca i amb l'altra mà se subjecta el cap. Només quan s'apaga el llum, descobrim que a l'altre costat de la videotelefonada hi ha una dona gran, la seva àvia, que els observa emocionada. La cara d'ella cerca transmetre tendresa, enyorança, alegria i tristesa, entre altres emocions.

Els nets representen la generació de nadius digitals, persones que han nascut i crescut en l'era digital. Per contra, a l'àvia, que ha adquirit familiaritat amb els sistemes digitals ja com a persona adulta, se la considera una immigrant digital. En general, els més joves tenen una habilitat innata per al llenguatge i l'entorn virtual, les eines tecnològiques ocupen un lloc central en les seves vides i en depenen per a tota classe de tasques quotidianes: estudiar, comprar, relacionar-se, divertir-se, informar-se, etc. Se'ls fa molt difícil imaginar-se sense estar constantment connectats.

4.4. La telefonada

És un delictes penal assetjar una persona, exparella o no, mitjançant telefonades, missatges de text o

Imatge 4. La telefonada. Pintura fosforescent i acrílic sobre tela. 90 x 60 cm. Visió de l'obra amb el llum encès (esquerra) i visió de l'obra a les fosques (dreta)



missatges a través de les xarxes socials, de tal manera que això impedeixi el desenvolupament de la seva vida quotidiana en atemptar contra la seva llibertat i sensació de seguretat. Es tracta d'un comportament insistent cap a una persona caracteritzat per amenaces, humiliacions, maltractament verbal o altres actituds.

En el quadre, amb el llum encès, veim la cara d'una al·lota espantada que amb una mà agafa el telèfon i amb l'altra es tapa la boca. La lluentor de la pantalla li il·lumina mitja cara, cosa que dona més dramatisme a la seva expressió. Té l'ull molt obert. Quan els llums s'apaguen, descobrim el motiu pel qual està atemorida: és víctima d'un assetjador. Apareix en penombra la cara d'un al·lot que somriu amb no gaires bones intencions. La seva mirada és penetrant i provoca incomoditat. Amb la foscor, s'accentua l'aspecte sinistre de la imatge, les seves faccions resulten més misterioses i perilloses. El fet que la cara no es vegi amb els llums de la sala ens permet jugar amb l'anonimat de l'agressor. A voltes aquest és algú conegut, però, a vegades, desconexim qui

s'amaga a l'altre costat del telèfon.

Generalment, les conductes d'assetjament telefònic estan relacionades amb la vigilància i el control (l'assetjador pretén manipular la persona damnificada), amb l'ús de diferents mitjans de connexió (l'assetjador cerca la manera d'estar en contacte amb la víctima a través de diferents canals, fins i tot mitjançant persones properes a ella) i amb l'ús de les dades personals de la víctima (l'assetjador empra aquestes dades com a mitjà per atacar). Independentment de la situació, aquesta és complexa i emocionalment destructiva. Per això, a part de denunciar, cal prendre mesures dràstiques per evitar que l'assetjador aconseguixi comunicar-se: no respondre a les telefonades ni als missatges, bloquejar els números no registrats i, en cas de persistir, canviar la línia telefònica. Denunciar a temps pot ser decisiu.

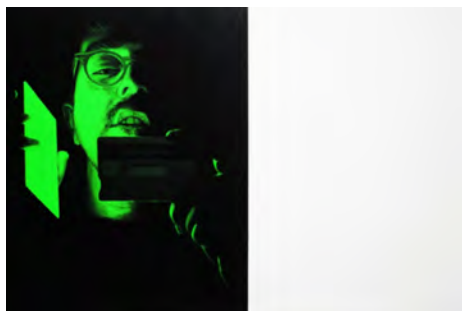
4.5. Ciberestafa

Hi ha multitud d'estafes telefòniques que s'aprofiten del fet que les telefonades comercials siguin una

pràctica permesa perquè les empreses comuniquin accions, promocions o qüestions particulars a les persones consumidores. Cal estar en guàrdia davant aquestes pràctiques fraudulentes. Persegueixen obtenir dades confidencials, fins a arribar a les dades bancàries que els poden donar doblers. Per evitar ser-ne víctimes, és recomanable verificar la identitat de qui ens telefona, no proporcionar dades personals i no agafar telefonades estranyes.

En aquesta obra, podem observar, amb el llum encès, la cara d'un home que està amb el mòbil en una mà i amb la targeta en l'altra. Sembla que recita les dades bancàries. Quan s'apaguen els llums, descobrim, a l'altre costat de la línia, un home amb caputxa i un ordinador portàtil. Encara que no li arribam a veure els ulls, s'aprecia en el seu somriure que trama fer alguna cosa amb les dades extretes, i no sembla que sigui una bona acció.

Imatge 5. Ciberestafa. Pintura fosforescent i acrílic sobre tela. 90 × 60 cm. Visió de l'obra amb el llum encès (esquerra) i visió de l'obra a les fosques (dreta)



4.6. Blanc del ciberassetjament

El ciberassetjament és una realitat a les aules. Cada vegada en surten més casos a la llum que afecten joves d'edats i de contextos diferents. És un tipus d'assetjament en el qual s'utilitzen els mitjans digitals per fer mal a la víctima, conscientment i repetidament. Burles, humiliacions, insults, difusió de mentides i rumors, fer-se passar per la víctima per deixar-la en evidència, tancar els seus comptes en les xarxes socials amb denúncies falses i altres accions amb la intenció de fer-li mal psicològicament, emocionalment i socialment. Com a eina, s'usen mòbils,

xarxes socials, fotos, vídeos, jocs en línia, correus electrònics, etc. És habitual que aquests casos generin seqüeles psicològiques greus que danyen l'autoestima de les víctimes i la seva capacitat de relacionar-se amb els altres, fins i tot en alguns casos poden conduir a una depressió o a idees suïcides.

El títol de l'obra és un joc de paraules. «Blanc», amb relació al punt blanc central que s'observa enmig de la tela quan el llum està encès, però també amb referència al fet que la víctima és el «blanc» de totes les crítiques. Amb el llum de la sala podem veure aquest cercle blanc en el centre envoltat de mans anònimes, totes amb dispositius mòbils.

Imatge 6. Blanc del ciberassetjament. Pintura fosforescent i acrílic sobre tela. 140 x 140 cm.
Visió de l'obra amb el llum encès (esquerra) i detall de l'obra a les fosques (dreta)



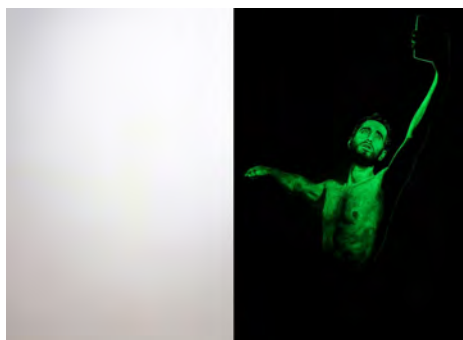
Aquestes subjecten les pantalles disposant els dits de diferent manera, es dona a entendre que estan fent fotos, enregistrant vídeos compartint arxius o escrivint comentaris. Totes dirigeixen l'atenció cap al centre del llenç, on, quan s'enfosqueix la sala, es revela la figura d'una al·lota asseguda en posició fetal, de protecció, que observa el seu mòbil amb una mescla de ràbia, impotència i tristesa. Una llàgrima li llisca per la galta. Amb una mà agafa el dispositiu mòbil, i amb l'altra mà, on se li marquen les venes per la tensió que exerceix, el cap. Les persones representades del voltant no veuen (o no volen veure) la gravetat de les seves accions. Tal vegada les consideren una broma sense importància, però no és un joc d'infants. Si un n'és testimoni, ha de trencar la cadena i no l'ha de viralitzar.

4.7. Jesucrist 3.0

Parlam de narcisisme digital quan una persona es torna dependent dels m'agrades i dels comentaris a les seves publicacions i cerca guanyar més i més seguidors. La persona acaba per crear un personatge fictici que no es correspon amb la realitat. Les xarxes socials són l'escenari en què surt a interpretar el seu paper estrella, el que interessa en determinats moments. El jo és el principal protagonista en aquesta època en què l'egocentrisme (que a vegades frega la patologia) guanya força, especialment en els mitjans digitals. Darrere aquesta façana, en molts de casos el que s'amaga és la por de la solitud i de ser invisible, el temor de no ser admirat o afalagat. Una autoestima inestable, una gran sensació d'inseguretat i la desaparició de l'altre (a causa d'una relació me-

rament instrumental) també són conseqüències d'aquest comportament. Quan l'aparença ho és tot, se'ns oblida mirar cap a dins, per la qual cosa s'acaba alimentant una sensació de buit existencial.

Imatge 7. Jesucrist 3.0. Pintura fosforescent i acrílic sobre tela. 180 x 120 cm. Visió de l'obra amb el llum encès (esquerra) i detall de l'obra a les fosques (dreta)



El protagonista de la pintura pretén evocar la imatge de Jesús a la creu, tant per la posició corporal –els braços estirats–, com per l'expressió facial –cara de devoció. El braç esquerre s'estira cap amunt, i a la mà hi té un mòbil, un element que distorsiona l'aparent religiositat icònica de la imatge. La mirada es dirigeix a la pantalla del dispositiu i expressa veneració. No sabem si amb el gest del braç elevat cerca connexió amb Déu o cobertura wifi. El que sí que ens indica la direcció de la llum de la pantalla, com aquesta es projecta sobre el seu cos, és que s'està enfocant a si mateix; així, podem deduir que s'està fent una autofoto. Per tant, aquesta aparent devoció per la tecnologia acaba sent devoció per la pròpia imatge: narcisisme digital.

Pel que fa a la tècnica emprada, gràcies a la pintura luminescent podem representar plàsticament el conceptes *invisibilització*, *aparença* i *buidor* esmentats prèviament.

5. Conclusions

De veritat volem ser lliures o és que necessitam que ens diguin què fer i com? La *llibertat*, a quin preu? Tenim a l'abast uns dispositius amb un sense fi de possibilitats, però a quin cost? Com podem resistir-nos-hi i fer front a la psicopolítica? Es pot escapar del capitalisme del m'agrada si tot el que ofereix és plaent? És possible rebel·lar-s'hi? Contra qui exactament? Com fer-ho? Abandonant les dades personals com a principal font d'ingressos? Defugint la sobreexposició de la nostra intimitat? Són molts els interrogants que sorgeixen.

«Quina és la clau del wifi?». Aquesta pregunta habitual exemplifica molt bé la preocupació de la joventut per estar constantment connectada. La necessitat de formar part d'una comunitat global en l'era digital en què la tecnologia ocupa un lloc capdavanter. El desenvolupament d'aquesta modifica tots els àmbits, del personal al social, de l'educatiu al laboral.

L'art és sensibilitat i també provocació, denúncia, un mitjà de conscienciació. A partir de la contemplació d'una obra d'art s'obren noves vies, es plantegen noves alternatives i s'amplia la visió dels conceptes que sovint utilitzam de manera acrítica, sense aturar-nos a pensar en el seu significat profund. Les imatges que componen la mostra empen un llenguatge directe per parlar de l'addicció als mòbils, dels mals usos que se'n fan. Les

tècniques emprades doten l'obra de més significat i n'amplifiquen el missatge. Per una banda, la corporeïtat grisa de la impressió 3D; per l'altra, el joc de llums de la fosforescència.

Si, com diu Byung-Chul Han (2022, p. 48), el telèfon mòbil és un «objecte narcisista i autístic» que ens tanca en nosaltres mateixos i reclama el monopoli exclusiu del temps i l'atenció, l'exposició *Nomofòbia* es pot llegir com una crida a rompre amb la dependència digital; un recordatori que l'ésser humà necessita connexions socials i emocionals reals, i una reivindicació del plaer de desconnectar i de perdre's coses.

Referències bibliogràfiques

- ABI-JAOUDE, E., NAYLOR, K. T., PIGNATIELLO, A. (2020). Smartphones, social media use and youth mental health. *Canadian Medical Association Journal*, 192(6), 136-141.
- AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. (2022). DSM-5-TR (TM) Classification.
- APPADURAI, A. (1991). *La vida social de las cosas*. Grijalbo.
- ASENSIO I., DÍAZ L., GARROTE L. (2018). Nomofobia. Enfermedades del siglo XXI. *Medicina de Familia. SEMERGEN*, 4(7), 117-118. <https://www.elsevier.es/es-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-nomofobia-enfermedades-del-siglo-xxi-S113835931830203X> [Consulta: novembre 2022].
- BAUMAN, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- BETTS, L., BUGLASS, S., ABELL, L., DOAK, L.; HARDING, R.; HILL, R.; STEER, O., THROUVALA, M. A., PAECHTER, C. (2021). Inquiry into «Living Online: The Long-Term Impact on Wellbeing». Report submitted to the House of Lords Covid-19 Committee (Beyond Digital: Planning for a Hybrid World). <https://committees.parliament.uk/publications/5537/documents/56741/default/> [Consulta: novembre 2022].
- BOER, M., STEVENS, G., FINKENAUER, C., EIJNDEN, R. (2020). Attention Deficit Hyperactivity Disorder-Symptoms, Social Media Use Intensity, and Social Media Use Problems in Adolescents: Investigating Directionality. *Child Development*, 91(4), 853-865. <https://srcd.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/cdev.13334?src=getftr> [Consulta: novembre 2022].
- BRAGAZZI, N. L., DEL PUENTE, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology research and Behavior Management*, 7, 155-160. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4036142/pdf/prbm-7-155.pdf> [Consulta: novembre 2022].
- CHÓLIZ, M. (2012). Mobile-phone addiction in adolescence: The Test of Mobile Phone Dependence (TMD). *Progress in Health Sciences*, 2(1), 33-44. https://www.umb.edu.pl/photo/pliki/progress-file/phs/phs_2012_1/33-44_choliz.pdf [Consulta: novembre 2022].

- FÉLIX, Y., MENA, L., OSTO, R., ACOSTA, M. (2017). Nomofobia como factor nocivo para los hábitos de estudio. *Revista de filosofía y cotidianidad*, 3(6), 23-29. https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Filosofia_y_Cotidianidad/vol3num6/Revista_de_Filosofia_y_Cotidianidad_V3_N6_3.pdf/ [Consulta: noviembre 2022].
- FUNDACIÓN MAPFRE (2022). *Uso del teléfono móvil, estilo de vida y bienestar psicológico en estudiantes universitarios*. <https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/media/group/1117134.do> [Consulta: noviembre 2022].
- GONÇALVES, S., DIAS, P., CORREIA, A. (2020). Nomophobia and lifestyle: Smartphone use and its relationship to psychopathologies. *Computers in Human Behavior Reports*, 2. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958820300257> [Consulta: noviembre 2022].
- GRIFFITHS, M. D. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- GRIFFITHS, M. D. (2005). A «components» model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. <http://www.addictionpsychologist.org/wp-content/uploads/2019/03/griffiths-2005-addiction-components.pdf> [Consulta: noviembre 2022].
- GRIFFITHS, M. D. (2013). Adolescent mobile phone addictions: A cause for concern? *Education and Health*, 31(3), 76 - 78. <https://sheu.org.uk/sheux/EH/eh313mg.pdf> [Consulta: noviembre 2022].
- HAN, B. (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- HAN, B. (2022). *No-coses*. Herder.
- HELLER, E. (2004). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. GG.
- ILLOUZ, E. (2007). *Intimididades congeladas. Las mociones en el capitalismo*. Katz.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (2021). Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de información y comunicaciones en los hogares [Nota de prensa]. https://www.ine.es/prensa/tich_2021.pdf [Consulta: noviembre 2022].
- KATZ, J., AAKHUS, M. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge University Press.
- MAZIERO, M. B., OLIVEIRA, L. A. (2016). Nomofobia: uma revisão bibliográfica. *Unoesc & Ciência - ACBS*, 8(1), 73-79. <https://periodicos.unoesc.edu.br/acbs/article/view/11980/pdf> [Consulta: noviembre 2022].
- MCCRINDLE, M.; FELL, A. (2021). *Generation Alpha*. Hachette.

- MONTAGNI, I., GUICHARD, E., KURTH, T. (2016). Association of screen time with self-perceived attention problems and hyperactivity levels in French students: A cross-sectional study. *BMJ Open*, 6(2), 1-8. <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/6/2/e009089.full.pdf> [Consulta: novembre 2022].
- NIAZ, U. (2008). Addiction with Internet and Mobile: An overview. *Journal of Pakistan Psychiatric Society*, 5(2). https://www.jpyps.com.pk/article/addictionwithinternetandmobileanoverview_2352.html [Consulta: novembre 2022].
- ING, R., PEDERSEN, P. E. (Eds.). (2005). *Mobile Communications: Re-Negotiation of the Social Sphere*. London: Springer-Verla
- LING, R. (2004). *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. Morgan Kaufmann Publishers.
- LINGELBACH, D., PATINO, A., PITTA, D. (2012). The emergence of marketing in Millennial new ventures. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 136-145. [https://mdsoar.org/bitstream/handle/11603/4107/out%20\(2\).pdf?sequence=1](https://mdsoar.org/bitstream/handle/11603/4107/out%20(2).pdf?sequence=1) [Consulta: novembre 2022].
- NYIRI, K. (Ed.). (2005). *A sense of place. The global and the local in mobile communication*. Passagen.
- PRENSKY, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 2-6. <http://portafoli.ub.edu/portfolios/jlrodriguez/4571/last/media/prensky-1.pdf> [Consulta: novembre 2022].
- RODRÍGUEZ GARCÍA, A. M., BELMONTE, J. L., MORENO-GUERRERO, A. J. (2020). Nomophobia: An individual's growing fear of being without a smartphone. A systematic literature review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2), 580. <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/2/580> [Consulta: novembre 2022].
- SÁNCHEZ MATEOS, A. (31 març 2017). Nomofobia, el motivo psicológico por el que no eres capaz de dejar de mirar el móvil. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vivo/psicologia/20170331/42857887210/nomofobia-adiccion-movil.html> [Consulta: novembre 2022].
- SEEMILLER, C., GRACE, M. (2018). *Generation Z: A century in the making*. Routledge.
- SELLER, M., URRY, J. (2003). Mobile transformations of 'Public' and 'Private'. *Theory, Culture & Society*, 20(3), 107-25.
- VIRILIO, P. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*. Cátedra.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2018). International Classification of Diseases 11th Revision (ICD-11). <https://icd.who.int/> [Consulta: novembre 2022].

