



Ikerketa honen bitartez, Instagram plataformaren baitako erabilerek eta erlazionatzeko moduek neska gazteengan dituzten ondorioak aztertu nahi dira. Horretarako, erabileren eta harremanen alderdi nagusiak aztertuko dira, baita alderdi horien nolakotasuna eta izaera ezagutu ere. Metodologia mistoa ardatz, Instagram erabiltzaileak diren neska gazteei bideratutako inkestak eta sakoneko elkarrizketa erdi-gidatuak dira erabilitako teknika nagusiak. Helburua neska gazteen erabilerak, bertan gauzatzen dituzten erlazioak eta horiek biek izan ditzaketen ondorio zein eraginak ezagutzea eta horietan sakontzea da, itxura, gorputz-irudia, auto-pertzepzioa eta autoestimua oinarri hartuta.

**Hitz gakoak: Instagram, neska gazteak, sare sozialak, auto-pertzepzioa, autoestimua**

Por medio de este estudio se darán a conocer las consecuencias y efectos del uso y de los modelos de relación de la plataforma Instagram en mujeres jóvenes. Para ello, los ejes fundamentales de estudio serán los aspectos principales de los usos y de las relaciones, junto a las cualidades y el carácter de los mencionados ejes. Partiendo de la metodología mixta, las técnicas principales son las encuestas y las entrevistas semi-guiadas en profundidad, dirigidas a mujeres jóvenes usuarias de Instagram. El objetivo principal es conocer y profundizar en los usos, las relaciones que se establecen en Instagram y las consecuencias y efectos que tienen estas en las mujeres jóvenes, partiendo la imagen corporal, la autopercepción y la autoestima.

**Palabras clave: Instagram, mujeres jóvenes, redes sociales, autopercepción, autoestima**

In this study, the consequences and effects on young women of the uses, as well as of the relationship models that prevail on Instagram platform will be detailly analyzed. In order to achieve the proposal of the research, the fundamental axes of study will be the main aspects of the uses and the relationships, as well as the qualities and the character of those. Based on a mixed methodology, the main techniques are surveys and semi-guided in-depth interviews aimed at young women who use Instagram. The principal objective is to know and deepen the uses, the relationships that are established on Instagram, and the consequences and effects in young women, starting from their image, body image, self-perception and self-esteem.

**Key words: Instagram, young women, social networks, self-perception, self-esteem**

## AURKIBIDEA

---

<b>1. Sarrera</b>	4
1.1 Ikergaiaren aurkezpena	4
1.2 Helburuak	8
<b>2. Abiapuntua</b>	10
2.1 Marko teorikoa	10
2.1.1 Digitalizazio prozesua gizartean	10
2.1.2 Identitatearen eraikuntza Postmodernitatean	21
2.1.3 Sare sozialak eta gazteak: neska gazteak Instagramen	28
2.2 Testuingurua	38
2.2.1 Zer da Instagram?	38
2.2.2 Estatu espainolean eta EAEn, sare sozialen eta Instagramen erabilera gazteengan	39
<b>3. Planteamendu metodologikoa</b>	43
3.1 Diseinua	43
3.2 Lagina	46
<b>4. Analisia</b>	47
4.1 Erabilerak	47
4.1.1 Erabileraren aspektu orokorrak	47
4.1.2 Erabilerekiko pertzepzioa	50
4.1.3 Erabilera nagusiak eta horien nolakotasuna	54
4.2 Harremanak	62
4.2.1 Jarraitzaileak eta jarraituak	62
4.2.2 Interakzioak eta horien garrantzia	70
4.3 Eraginak eta ondorioak	75
4.3.1 Instagram baitako dinamikak	75
4.3.2 Esperientzia propioa	84
4.3.3 Hausnarketa	91
<b>5. Ondorioak</b>	93
<b>Bibliografia</b>	98
<b>Eranskinak</b>	105



## **1. SARRERA**

---

### **1.1 IKERGAIAREN AURKEZPENA**

Azken hamarkadetan hedatu den joera ezberdinak aintzat hartuz, harreman sozialen garapenerako zein hastapenerako eremu berri baten aurrean gaudela esan daiteke. Sare sozialetan zein Interneten sortu diren hartu-eman sozialerako espazioak horren adibide dira. Hala ere, harreman sozialak sortzeko eta ulertzeko modu berriek ez dituzte aurreko harreman formak deuseztatu, ezta ordezkatu ere; harreman sozialetarako joera berri bat egonkortzera begirako tresnak dira sare sozialak (Bernete, 2010).

Egungo iraultza teknologikoa kapitalismoaren berrantolaketa globalaren garai historikoan kokatu beharra dago. Izan ere, giza harremanen paradigma aldaketa ez da ustekabekoa, eta aipatutako berrantolaketari erantzuten dio. Informazioaren teknologia ezinbesteko tresna izan da kapitalismoak pairatu dituen aldaketak egonkortzera aldera. Gizarte berria, beraz, aldaketa kapitalistak, baina baita informazionalak, inposatu duten prozesuaren ondorioa da (Castells, 2006). Azken finean, ekoizpen forma kapitalistaren momentuko beharrei egokitzen zaizkien harreman modu gisa ulertu behar dira aipatutakoak.

Informaziorako, ekoizpenerako, aisialdirako eta beste hainbat ekintzei begirako jarduera berriak, hortaz, informazioaren ekoizpen eta eskuratzeko prozesuek pairatu duten eraldaketaren ispilu dira. Eraldaketa horiek modu orokortuan normalizatu diren arren, gazteen artean eragin zuzena izan dituztela errepara daiteke. Izan ere, informazioaren eta komunikazioaren teknologien erabilera, Interneten erabilera bereziki, euren bizitzaren parte natural gisara sentitzen baitute, belaunaldi batzuk horien erabilera normalizatuaz inguratuta hezi baitira (Bernete, 2010). Horren adibide da gazteek Interneten erabilera bidezko sare sozialekiko garatu duten harremana. 2018an 15 eta 29 urte bitarteko gazteen %99ak sare sozialak zituen (Gazteen Euskal Behatokia, 2019). Beraz, egunerokoan Internet bidezko harreman formak zabalduak daudela ezin da ukatu.

Interneten hedatu diren sare sozialek harreman interpersonalak garatzeko aukera berriak ematen dituela agerikoa da; gazteen kasuan horrek garrantzia berezia hartu du: lagunekin erlazionatzeko tresna nagusia da, klaseko lanak distantzian egiteko bideak arintzen ditu,

informazioa, musika zein bideoetara iristeko modu erosoagoak ahalbidetzen ditu, pertsonalitatea eratzeko edo osatzeko elementuak eskaintzen ditu eta abar luze bat. Elkar loturik agertzen garen errealitate honetan, aipatu moduan, sare sozialak gaztaroaren parte bilakatu dira eta horien erabilera egunerokoan guztiz txertatua dago, gehienetan elkarren artean erlazionatzeko ezinbesteko elementu bilakatzeraino (Blanco, 2014). Harremanak egikaritzeko forma berri horiek guztiek gazteen sozializazioan izan ditzaketen eraginek kezka handia sortu dute, behin baino gehiagotan mahai-gaineratu den moduan (Bernete, 2010). Horri dagokionez, bikote harremanak zein harreman afektiboak ere marko horren baitan garatzen dira, horietan ere genero sozializazioa gauzatzen baita (Blanco, 2014).

Sare sozialak identitate indibidualaren ispilu badira, genero identitatearena ere badirela aintzat hartu behar da. Sarean aurkitu ditzakegun ikus-entzunezko edukiek estereotipoak edo neska zein mutil eredu konkretu bat ulertzeko eta barneratzeko markoa osatzeko neurriak eta mugak zehazten dituzte; baita emakumeen kontrako biolentzia sexuala eta horien gorputzekiko biolentzia sinbolikoa egikaritu ere (Eusko Jaurlaritzak, 2016). Hala eta guztiz ere, eredu ideal zein normatibo horietatik kanpo kokatzen diren gizonak, emakumeak zein ez-bitarrek ere sare sozialak kontsumitzen dituzte. Finean, sare sozialen zein Internet bidez eratzen diren harremanen izaera bestelakoa den arren, zapalkuntza zein menderakuntza harremanen elementuak bere horretan dira. Harreman horiek egikaritzeko forma berriak eratzearekin batera, geroz eta erlazio konplexuagoak ari dira hedatzen.

Hainbat ikerketaren arabera, sare sozialetan inposatzen diren estereotipo zein irudia aldatzeko modu berriek, filtroek eta abarrek, dismorfia digitala (Verrastro et al., 2020) moduko fenomenoak eragiten dituzte. Horiek, gainera, dinamika oso arriskutsuak hedatzen dituzte gazteen artean; adibide bat jartzearen, sare sozialetan geroz eta argitarapen gehiago igo, orduan eta atsekabe edo estres maila altuagoa sentitzen dute gazteek euren gorputza zein irudiarekiko. Aipatutakoak harreman zuzena du gazteen ongizatearekin, izan ere, Instagram bezalako sare sozialak onarpen sozialera begirako tresnak diren heinean, jokabide nartzisistak, bakardadea, antsietatea, depresioa eta autoestimatu txikia bezalako gertakariak garatzeko baldintzak sortzen dituzte. Emakume gazteen kasuan are adierazgarriagoa dira sare sozialek dituzten eraginak (Verrastro et al., 2020).

Hain zuzen ere, badira Facebookaren erabilera eta emakumeen auto-objektibazioa eta gorputz irudia harremanetan jartzen dituzten hainbat ikerketa. Horietan, emakume

gazteek garatu ditzaketen depresio zein elikadura nahasmenduak sare sozial ezberdinen erabilerek sorrarazten dituzten gorputzarekiko atsekabearekin eta aipatutako objektibazioarekin erlazionatzen dituzte. Fairplay erakundeak argitaratutako ikerketa baten arabera, Instagramen algoritmoa elikadura nahasmenduen burbuila sortzen laguntzen du, horrelako edukiak gomendatuz. Burbuila horren parte dira 20 miloi pertsona, horietatik herena adingabekoa delarik (Fairplay, 2022). Gaur egunera ekarrita, bada, beharrezkoa da gainontzeko sare sozial plataformek emakumeen itxuraren kezkan dituzten eraginak aztertzea; zentzu horretan, azken urteetan Instagram izan da ospe handiena lortu duen plataforma eta gazteen artean erabilienetakoa da. Finean, Instagram da neska gazteen artean hedatuena. Izan ere, Instagram sarearen erabilera nagusia irudiak parekatzean edo argitaratzean datza eta Facebook bezalako plataformek, aldiz, erabilera horretatik haragoko edukiak zabaltzeko aukera ematen dute. Instagram bezalako plataformek emakume gazteek euren buruarekiko duten irudian eragin handiagoa izan dezakete eta kaltegarriagoak suerta daitezke (Fardouly et al., 2018). Horregatik da hain garrantzizkoa Instagramen erabileraren eta emakume gazteen itxuraren gaineko kezkaren arteko erlazioa aztertzea.

Berehalako mezularitzarako erabiltzen diren plataformetatik haratago, Instagram izan zen EAEko gazteen artean erabiliena eta gustukoena 2019an. Gazteen %74,1 konektatzen zen egunero plataforma horretara. Instagramen erabilera bereziki zabaldua dago 15-19 urte bitartekoen artean. Hala ere, 25 urtetik beherako nesken baitan Instagram izan zen sare sozial erabiliena. Mutilentzat, aldiz, Youtube izan zen sare sozial ohikoena. Orotara, 15 eta 29 urte bitarteko gazteen sare sozial gogokoena izan zen Instagram, gazteen %52,1 horren alde agertu baitzen. Joera logikoa da honako hau, izan ere, nerabeek duten denbora falta dela eta, bisuala eta iragankorra den edukia gustuko dute eta Instagramek batekotasuna hori ahalbidetzen die (Gazteen Euskal Behatokia, 2019).

Hala ere, Instagramek hainbat eragin sor ditzake emakume gazteengan, besteak beste. Horiek, nagusiki, alderaketan zein lehiaketan, gorputza edo itxuraren gaineko kezkan eta auto-objektibazioan oinarritzen dira. Bi modutan egikaritu daiteke aipatutakoa: alde batetik, Instagram, irudietan oinarritutako plataforma, 80 miloi irudi kargatzen ditu egunero eta horrek erabiltzaileek euren burua edo itxura erregulariki gainontzekoekin alderatzeko aukerak sortzen ditu. Beste alde batetik, erabiltzeek, argitaratu aurretik, euren argazkiak editatu eta hobetu egiten dituzte Instagramek ahalbidetzen dituen filtroen bidez. Instagramen argitaratzen diren argazkiek edertasun ideal sozialak indartzen dituzte eta

erabiltzaileek irudietan ikusten dutena haina erakargarria ez izatearen kezka zein auto-objektibazioa eta gorputz atsekabea sorrarazten dituzte (Fardouly et al., 2018).

Gainera, beste sare sozialekin alderatuta, Instagramen ohikoagoak dira eragin-sortzaile famatuekin alderatzea, *influencer*ekin, hain zuzen, zein “fitspiration” bezalako edukia kontsumitzea, erabiltzaileek osasuntsu jatea eta kirola egitea sustatzera begirako irudietan dagoena oinarrituta. Batak zein besteak harreman estua dute itxurarekin, eta emakume argalak eta gihartsuak ageri diren irudiz josiak daude. Eduki zein irudi horiek sexualki objektibatzaera begirakoak ere izaten dira, esaldi, jarrera zein gorputz atal konkrituak erakustearen bidez, hala nola, abdominalak edo hankak. Azken finean, “fitspiration” irudietan agertzen diren emakumeek edertasun ideal sozialekin bat egiten dute eta emakumeen gehiengoarentzako eskuraezinak diren gorputzak ordezkatzan dituzte (Fardouly et al., 2018). Hortaz, alderaketan oinarritutako kontsumoa zein edertasun ideal sozialak indartzera begirakoa itxura edo gorputz atsekabea eta auto-objektibazioa sustatzen dituzte.

Horiekin batera, hainbat dira emakume gazteen gorputza eta osasuna zuzenean kolpatzen dituzten gertakariak. Instagramen garapenak, hedapenak eta egonkortzeak horrekiko dependentzia ere areagotu du; jarrera obsesiboak eta autoestimua harreman zuzena dute aipatutako plataformaren erabilerekin. Gaztaroan emakume gazteek izan ohi dituzten arazo psikologikoak indartzeari ekarpena besterik ez diote egiten aipatutako fenomeno zein joerek: elikadura nahasmenak, depresioa, estresa, eta abar.

Gazteentzako, bereziki neskeentzako, Instagram bezalako plataformak espazio zaugarriak direla agerikoa da. Horrek beste hainbat gertakariri bide ematen die: sexu jazarpena, biolentzia matxista forma ezberdinak, kontrola, xantaia... Horiek eta horiekin harremanetan dauden fenomenoak geroz eta ohikoagoak dira sare sozial birtualetan. Plan International GKEk argitaratutako txosten batean adierazi moduan, 2020an inkestatuak izan ziren estatuko 15-25 bitarteko nesken %88k onartu zuen nolabaiteko jazarpena jasan duela sare sozialetan. Jazarpen horien %35 Instagram sare sozialean gertatu zen (Plan International, 2020). Horrelako datuek adierazten dute are garrantzitsuagoa dela horien gaineko ezagutza garatzen joatea. Sarrera txiki honekin Master Amaierako Lanaren gaia eta nondik norakoak aurkeztu nahi izan ditut; interes sozial handiko gaia da Instagram sare sozialaren erabilera eta emakume gazteen itxura eta gorputzean zein auto-pertzepzioan dituen eraginak eta esku artean duzun ikerketaren xede nagusia horiek aztertzea da.



## 1.2 HELBURUAK

Datozen ataletan azalduko ditudan metodologia eta eman beharreko pausuak definitzeko, hau da, ikerketak jarraituko duen norabidea zehazte aldera, jarraian hainbat helburu mahai-gaineratuko ditut. Horiek ikerketaren galdera nagusiari erantzuna bilatzeko bitartekoak izango dira. Alde batetik, helburu nagusia ikerketa gaiarekin erlazioan dago; beste alde batetik, helburu nagusiarekin zerikusia duten helburu espezifikoak azalduko ditut, ikergaiaren alderdi partikularrei garrantzia emateko asmoz. Helburuekin batera, horietara heltzeko lagungarriak diren iker galderak planteatuko ditut.

**Helburu nagusia**, Instagram plataformak neska gazteengan izan ditzaken eraginak aztertzea da. Horretarako, neska gazteek Instagram nola eta zertarako erabiltzen duten aztertzea da asmoa, baita plataforman nola erlazionatzen diren aztertzea ere: erabileren maiztasuna eta izaera, jarrerak, disposizioa eta pertzepzioak, besteak beste.

Helburu nagusiari dagozkion iker galderak hurrengoak dira:

- Zeintzuk dira Instagram plataformaren erabilerak neska gazteengan dituen ondorioak eta eraginak?
- Nola eta zertarako erabiltzen dute neska gazteek Instagram?
- Zer nolako harremanak eraikitzen dituzte neska gazteek Instagramen?
- Zein da erabilera horren nolakotasuna? Zenbateko maiztasunarekin erabiltzen dute eta zergatik erabiltzen dute? Zer sentitzen dute Instagram erabiltzean?
- Zer pertzibitzen dute Instagramen euren buruarekiko eta gainontzekoekiko?

**Helburu espezifikoak** bi dira. Lehena: neska gazteen gorputza eta itxura oinarri, Instagramen duten erabilera nolakoa den ezagutzea, hau da, irudia oinarri izanda plataforman nola erlazionatzen diren aztertzea.

Lehen helburu espezifikoari loturiko iker galderak hauek dira:

- Irudia oinarri, jokabide jakin batzuk aurrera eramaten dituzte Instagramen neska gazteek?
- Zeintzuk dira erabilera horren ezaugarri nagusiak?
- Jarraitzaile zein jarraituekin erlazionatzeko orduan, faktore garrantzitsuena euren buruarekiko duten irudia da? Hau da, irudia da euren interakzioetan gidari nagusia?

Bigarrena, erabilera horrek neska gazteen pertzepzioan dituen eraginak ezagutzea da. Pertzepzio horretatik abiatuta, fenomenoaren artean, autoestimuan eta auto-pertzepzioan dituen ondorioetan sakontzea da helburua.

Bigarren helburu espezifikoari loturiko iker galderak honakoak dira:

- Instagramen duten erabilerek neska gazteek euren gorputzarekiko zein itxurarekiko duten irudia baldintzatzen dute?
- Gorputzarekiko eta itxurarekiko harreman gatazkatsua eraikitzen dute neska gazteek Instagramen?
- Instagramen nagusitzen diren erabilerak ondorio zuzenak ditu neska gazteen autoestimuan?
- Zer ondorio ditu erabilera horrek neska gazteen auto-pertzepzioan?

## 2. ABIAPUNTUA

---

### 2.1 MARKO TEORIKOA

#### 2.1.1 Digitalizazio prozesua gizartean

##### Globalizazio kapitalista

Historia diziplinan, kategoriak sortzeko helburuarekin, hainbat izan dira izendatu diren aro zein garaiak eta horien kontzeptualizazioa orduko gizartean nagusitu diren prozesu eta elementuen arabera izan da. Marini (1997) ekonomialariak eta soziologoak azaldu moduan, 80. hamarkadatik aurrera bizi dugun prozesu mundialaren ondorioa globalizazio kapitalistatzat har dezakegu, aro historiko berri moduan definitzen dena.

Garai historiko berri honetarako trantsizioa hainbat prozesu ezberdinek izaerazten dute: nagusiki, muga nazionalen gaindipen progresiboak ekoizpen, zirkulazio zein kontsumo egituren aldaketa ekarri du, baita nazioarteko harremanetan, geografia politikoan eta gizarte egituraketan eraldaketak ere. Beste hainbat dira azpimarratu beharreko aspektuak: garapenean geroz eta populazio zati handiagoa dago integratua; denbora historikoen bizkortzea; izugarriko ekoizpen gaitasuna; eraldaketa zein transformazioak geroz eta sakonago eta era bizkorragoan gauzatzea (Marini, 1997).

Horrela adierazten dute beste hainbat autorek ere. Silva (2008) irakaslearen eta ikerlariaren arabera, merkatuen liberalizazioak ekarri duen globalizazioak hainbat arazoari erantzuten dio: ekonomiaren mundializazioari, Informazio eta Komunikazio Teknologia berri eta garrantzitsuen erretzeari, komunikazioen estaldura planetarioari eta ezagutzak, konkretuki, berrikuntzak hartu duen garrantziari. De Juliosek (2002) globalizazioa kapitalismoaren fase hedakor berrizat jotzen du, irisgarritasun mundiala duen ekoizpen eredu eta zibilizazio prozesu gisara ulertuta.

Industriaren difusiotik globalizaziora salto egitearen arrazoia krisi kapitalistan kokatu beharra dago: 70. hamarkadatik aurrera, lan bitartekoen zentralizazioa gauzatzen da, hain produktiboak ez direnak alboratzeko. Emankorrak ez diren jarduera produktiboen kanporaketarekin batera murrizten da beharrezkoa ez den lan-indarra. Lanean jarraitzen duen langile frakzioaren kasuan, geroz eta intentsiboagoa zein estentsiboagoa den

enplegua bultzatzen da. Horretarako, bitarteko berriak inposatzen dira: tertziarizazioa, kasu. Sektore horietan egiten diren inbertsio produktiboek bultzatuko dute egun argia den iraultza teknologikoa (Marini, 1997).

Globalizazioaren baitako ekonomia mundial kapitalista eta aberriabeak, modelo ekonomiko estatalarekin apurtzearekin batera, teknologia informatikoen iraultzan zein kapitalismoaren berregituraketan eraikitako gizartea baimendu du (De Julios, 2002).

Karl Marxek (1859) azaltzen duen moduan, ekoizpen harremanen multzoak osatzen du gizartearen egitura ekonomikoa, eta horren baitan eratzen da gainegitura juridiko eta politikoa, giza kontzientziaren forma konkretuak garatzeko baldintzak jartzen dituena. Beraz, bizitza materiala ekoizteko ereduak edozein prozesu sozial, politiko eta espiritual baldintzatzen ditu. Hain zuzen ere, globalizazio kapitalista fase berri modura irudikatzen bada, bere ondorio kulturei erreparatzea ezinbestekoa da.

Globalizazio kapitalistak lan prozesuan inposatu dituen dinamika ezberdinek zer esan handia dute aipatutako berregituraketa kulturean. Lana langiletik banandua izan da; hau da, hazkuntza ekonomikoa ez du zertan enplegua sortzeko arrazoietako bat izan behar. Kontrara, garapen ekonomikoa langabeziarekin konbinatuta agertzen zaigu eta horrek aurreko hamarkadetan hain baldintzatzailea bilakatu zen langile mugimenduaren erresistentzia tesia baliogabetzea ekarri du. Patronalaren presioei ezin aurre eginda, langileriak, kontzesioz kontzesio, posizioak galdu eta enpresek inposatutako pertsonalaren tertziarizazioan murgildu egin da, non enpresei on egingo dien flexibilitatea hedatu egin den. Horrek zera ekarri du: langilearen eta ekoizpenaren prozesu materialaren artean geroz eta distantzia handiagoa izatea. Langileen alborapenaren arrazoi nagusia aldaketa teknologikoak, prozesu produktiboaren zentroan zegoen, ezagutzaren garapenean izan duen paperean aurki dezakegu (Marini, 1997).

Bestetik, lan banaketa berri bat hedatu da globalizazioaren testuinguruan; bi dira atera daitezken ondorioak: lehena, manufaktura-industriaren mundu mailako zabalkuntza-prozesua eutsiezina eta atzeraezin da eta irabaziak handitze aldera, manufaktura-ekoizpena soldata-tasa baxuagoak dituzten herrialdeetara lekualdatzeak aukera berriak irekitzen ditu. Bigarrena, herrialde garatuenetako hezkuntzan inbertsioa handiak egiteak kualifikazio handiko koadroak sortzea ahalbidetu du (Marini, 1997).

Lan banaketa berri honetan, langileak ez luke mundu merkatuan duen posizioaren araberako ekonomia nazionaletan jardungo. Orain, langileak armada industrial

globalizatu baten parte dira eta bakoitzaren hezkuntza-, kultura- eta kalifikazio-mailaren arabera baldintzetan mugituko dira. Banaketa berri hau, beraz, XIX. mendean difusoagotzat jotzen genituen mendekotasun formak berrezartzera dator, jakintzara bideratutako lan-indarra eta gaitasun teknikora begirakoaren arteko distantzia handitzeko (Marini, 1997).

Teknologia berrien txertatzeak langabeziaren hedapena sustatu du, nahiz eta askotan errealitate hori ezkutatuta ageri zaigun. Bitartean jardunean darraien lan-indarra geroz eta gehiago estutzen da. Helburua masa horren maximizazioa koste txikienean lortzea da, hau da, super esplotazio orokortua hedatzea. Ondorioa langile masa soberakina handitzea da, baita horretan pobrezia geroz eta orokortua egotea, indar produktiboen garapenak, inoiz ez bezala, ongizate material eta espiritualerako aukerak ematen dituen garai historikoan (Marini, 1997).

Esan daiteke globalizazio kulturalak ireki duen testuinguruan modernizazio kulturalaren (Silva, 2008) prozesuan murgilduta gaudela. Egitura produktiboak izan dituen aldaketek ekarritakoaz gain, *“pauperizazio geroz eta zorrotzagoa zein gizateriaren dekadentzia espiritualak”* (Marini, 1997), IKTek jokatu duten paperak orain arte genuen mundu ulerkeran eragin duela. Baldintza materialen kaskartzea eskutik lotuta doa berrantolaketa kulturalarekin, batak bestearen arabera moldatzeko beharra baitu, eta alderantziz. Egun, lanak gizakion identitatea definitzeko duen pisu eskasa da horren adierazlea, bien artean dagoen distantziak erakusten baitu lanak gizakion ongizatea bermatzeko zuen gaitasuna galdu duela. Horrekin batera, IKTek harreman sozialetarako bide berriak ireki dituzte, horiengan izan dituzten eraginak ukaezinak delarik.

Lana zen modernizazioan gizartearen instituzio baldintzatzaileenetarikoa. Denbora eta distantzien nozioen ulerkera aldaketarekin batera, lanak betetzen zuen funtzioa leuntzen joan da eta munduaren ulerkera berri baten sorreran gaude. Espazio zibernetikoaren agerpenak baimendu duen ulerkera berri honek eragin handiak izan ditu mundu espazial zein denboraren murrizketan (De Julios, 2002). Hain zuzen ere, hainbat dira auzi tenporal eta espazialaren inguruan kezka adierazi duten autoreak. Giddens bezalako autoreetan jartzen da fokoa. Autorearen arabera, globalizazioaren onarpenak distantzia espazialen eta lurralde banaketen garrantzia baliogabetu eta harreman globaletan denboraren, distantziaren eta espazioaren berrantolaketa bat ekarri du. Horrek zera esan nahi du: herrialdeen arteko interdependentzia eskala mundialean hedatu da (Silva, 2008).

Silvak (2008) bi dimentsio azpimarratzen ditu globalizazioaren ondorio kulturei dagokionez: alde batetik, modernizazio kulturala, hau da, kulturak modernizatzeko duen beharra; eta beste alde batetik, kultura mundial kosmopolita baterako bidea. Horrekin batera, bi dira prozesu osagarriak: lehena, maila globalean aldaketa kulturala dakartzaten prozesuak; bigarrena, lokalizazio kulturala, maila lokalean aldaketa kulturala dakartzaten prozesuak (Silva, 2008).

Zentzu horretan, IKTak globalizazio kultural honen balizko erreferentzia nagusienetarikoak dira. Egungo paradigmaren zeharkako tresna gisara agertzen zaizkigu gizartean: lanerako, ikasteko, gobernatzeko zein gure artean komunikatzeko baliagarriak dira. Horrekin batera, botere mundiala pilotatzeko gaitasuna demostratu dute, irabaziak lortzeko duten ahalmena dela eta (Silva, 2008).

Londoñok (2008) azaldu moduan, espazio eta denbora nozioen ulermen aldaketak baditu bere eraginak egungo gizarteak modernitatearekin izan duen hausturan. Izan ere, modernitatean proiektu zibilizatzailea mendebaldar arrazionaltasunaren baitan zegoen eraikia, historia komun batek indartua. Hau da, gizartea historiak forma eman dion erreferentziazko iragan baten bueltan aritzen zen. Orain, ordea, erreferentzia hemen eta orainaren baitan dago eraikia, gero eta handiagoa den agertoki globalizatuan elkar eragiteko modurik eraginkorrena delarik (Londoño, 2008).

Espazioaren eta denboraren nozio absolutuen hausturak munduaren ikuskera birsortu du, zatitiki, desberdintasunetik, gutxiengotiki eta pluraltasunetik eraikiz. Ondorioz, distantzia eta denbora konprimatu egin dira eta esperientzia berri bat sortu da: bat-batekotasunarena. Bat-batekotasunak, finean, orainaren eta iraganaren arteko harremana berreraiki egiten du, historia eta tradizioaren arteko hausturatik abiatuta (Londoño, 2008).

Globalizazioak merkatuen eta informazio-sareen logikaren bidez, kapitalismoaren hedapen paregabea erakusten duen bitartean, Postmodernitatea eraldaketa horren adierazpen kultural moduan ulertu behar da (Londoño, 2008). Hain zuzen ere, Postmodernitatearen paradigmaren baitan, gizarte eredu berriaren inguruko kontzeptualizazio ezberdinak egin dira; teknologia informatikoen bueltan antolatuko gizarteari erreferentzia egiten dion Sareko Gizartea kontzeptuak kapitalismoaren berrantolaketa azaltzera begirakoa da (De Julios, 2002), aurrerago azalduko dudana moduan. Modernitatearen muina zen ziurtasuna, gizartean harreman sendoak eraikitzea ahalbidetzen zuena, hau da, segurtasun ontologikoa, Postmodernitatean guztiz lausotu da.

Lehen aipatu moduan, lana bezalako instituzio egonkor eta iraunkorrak difuminatu dira, familiaren antzera (Londoño, 2008).

### Gizarte postmodernoa

Londoñok (2008) bat-batekotasunaren nozioa funtsezko elementu gisa hartuz, egungo gizarte eta subjektu postmodernoa nola eratzen diren azaltzen du. Oraina eta iraganaren arteko harremana historia eta tradizioaren hausturatik abiatuta berreraiki da. Tradizioa subjektuaren esperientziak aurreko belaunaldikoekin batzeko mekanismo gisa balio gabetua agertzen zaigu. Horren ordez, iraganarekin harreman intermitentea izateko helburuarekin, interakzio mediatikora jotzen da. Azken finean, “presentismoa” aldarrikatzen duen kultura baten aurrean gaude, kultura eta identitatea giza asmakuntzen erreproduzio teknologikoaren bidez sor daitezkeela aldarrikatzen duena.

Rovedak Postmodernitate garaiaz zera dio:

*“Postmodernitatea estadio moduan ulertu behar da, krisi garai modura, non Ilustrazioaren proiektu modernoaren mugak azaleratu diren. Zentzu horretan, Modernitatearen etika Postmodernitatean nagusitu den estetikarengatik trukatu izan da: hau da, arrazoiaren paradigma alboratu da eta hedonismoaren eta sentimenduen eklosioak hartu du inoizko garrantzia”* (Roveda, 2003).

Horrekin batera, komunikabideak, historia garaikidean kontaketa handien produktoreak, historia anizkoitzen bozgorailua dira egun, mendebaldeko gertakizunen narrazio lineala jarraitzen ez dutenak. Mundu mailako “kontakizunak” modu ikonografiko batean adierazten dituzte (Roveda, 2003).

Londoñok ere, modernitatearen paradigmen desagitearen aurrean ikuskera ezkorra adierazten du:

*“Pluraltasunak, ezberdintasunak eta aniztasunak iraganeko agertoki modernoa ilundu dute, komunikabideen bidez ondasun sinbolikoak hedatzeari esker. Komunikazioaren estasia subjektuaren dentsitatearen galera dakar, subjektu modernoaren zatiketa, eta gizarte ordezkaritza ikuskizun gisara ulertzea eragin du, non arrazak, etniak, komunitateak, sexuak eta belaunaldiak euren identitateen ezberdintasunengatik ulertzen diren”* (Londoño, 2008).

“Identitate fuerteen” lausotzearekin batera, hiritargoa berdintasunezko estatus legal modura desintegratzen da; baita jatorria eta helmuga duen komunitate nazionalaren parte den identitate kolektiboa ahuldu ere. Gure gizartearen eta bertan garatzen diren prozesuen pluraltasunak eta konplexutasunak ezin dira hiritargoaren estatutu monistaren eskema arketipikora moldatu. Izan ere, eskema horrek hiritargoa egun pentsaezina den unitate organiko eta simetrikoko modura ulertzen zuen eta berdintasuna modu artifizialean murrizten zenez, horren atzean diskriminazioa eta bazterketa ezkutatzen ziren. Beraz, globalizazioak hiritargoaren estatusaren ulermenean zatiketa, haustura eta disoluzioa ekarri ditu (De Julios, 2002).

Hiritartasunaren kontzeptua krisian dago. Estatua hiritartasuna higatzen duten organismo, erakunde eta mikro botereen batura da. Testuinguru honetan, komunitate bateko kideak barne biltzen dituen estatus bakarraren aurrean, kategoria berdinak eta homogeneo bezala ageri zaigunaren aurrean, ezberdintasunerako joera nagusitu da. Eta horren eskutik, komunitate politiko bateko kideen posizio ezberdinduen arabera eskubideen inguruko akordioak ari dira hedatzen (De Julios, 2002).

Hala ere, ahaztu ezin diren hainbat kontsiderazio aintzat hartu behar dira hiritargoaren deskonposizioa sakonean ulertzeko. Eskubideen eramaile den hiritargo subjektua XVIII. mendeko iraultza burgesetan zehar eratzen doan figura da. Izan ere, ordena politiko modernoa antzinako erregimenaren hondakinen gainean eratu zen ordena da, ohituren zein tradizioen aurkako borrokan indartu egiten dena. Aurreko erregimen estamentalak zalantza jarritz, eskubideen eramaile den gizabanako subjektua osatzen da, berdintasun juridikoa desberdintasun naturalak suntsitzen dituen printzipioaren arabera gidatua dagoena. Ilustrazioa, Iraultza Industrialak, Iraultza Burgesak. Horiek denak uztartzen dira eta erregimen politiko berria garaile ateratzen da. Kontratu soziala, erregimen politiko modernoaren fundamendu legitimatzailea, gizabanako aske eta berdinen borondatea da; beren askatasuna mugatzeko baimena ematen dute, ordena juridiko orokor eta unibertsal bat ezarri eta nolabaiteko agintea gauzatuz euren buruei (Brown, 2004).

Unibertsalitatea? Marko legal normatiboaren eta usteko berdintasunaren eta askatasunaren aplikazio unibertsalak zituen mugak eta murrizketak ezagunak dira. Lortu nahi zen berdintasun unibertsal hura, printzipioz, sexuaren, jabetzaren eta hezkuntzaren arabera murriztu zen. Berdinak zirenak eta kontratatze eskubidea zutenak gizonezkoak, zuriak, burgesak eta ilustratuak izan ziren. Hemen, gutxienez, bi eskusio nabarmen daude, eta horien oihartzunak puri-purian daude egun ere: jabeak ez zirenak eta



emakumeak. Klasea eta generoa, orduan hasiberriak ziren estatu kapitalistetan etengabe presente egongo diren bi aldagai, boterearen egikaritza talde sozial ezberdinentzat mugatuz. Hiritargoak ustez zekarren subjektu homogeen hausturak, demokratizaziora begirakoa da batzuentzat; besteek, berdinaletasuna zentzu komunean txertatuta dagoen honetan, modernitatearen kalteak egun hegemonikoa den postmodernitatean sentitzen jarraitzen direla diote (Brown, 2004).

Bauman, Beck eta Castells bezalako autoreak aritu dira gizarte postmodernoen eta subjektuaren inguruan ezbaian, horietako askok funtsa iraultza teknologikoan kokatu dutelarik. Aipatutako autoreak aintzat hartuta, egungo gizartea ezaugarritzea eta subjektuaren auzian sartzea izango da hurrengo lerroetan nire asmoa.

Vásquezek (2008) azaldu moduan, Baumanek Modernitate Likidoa gizarte kapitalistan denboran zehar mantendu diren ezaugarri multzo bati erreferentzia egiteko kontzeptu gisa aurkezten digu. Gizartearen oinarrian, beraz, indibidualismoa dago, prekarioak, igarokorrak eta aldakorrak diren harremanak ezartzen eta nagusitzen dituen. Harreman solidoak forman eta denboran mantentzen dira, iraunkorrak dira, aldiz, likidoak informalak dira eta etengabe ari dira aldatzen, jariakorrak dira, merkatuaren liberalizazioaren, malgutzearen zein desarautzearen antzera.

Giza harremanetan deslotura handia gauzatu da, ziurgabetasuna dakarrena, hau da, norbanakoaren segurtasun loturak zein espazioak ahuldu egin dira eta luzera begirako planifikazioari uko egitera behartuak izan gara. Gainera, arrote aktiboa arrakastarako baldintza moduan aurkezten zaigu. Hain zuzen, merkatuan nagusitzen den kostu eta irabazien kalkulu berak busti egiten du gainontzekoa, baita harremanak ulertzeko era ere: horregatik hitz egiten da likidotasunaz, bere zentzu finantzarioenean ulertura. “Gustuko dut” eta jarraitzaileen logikari erreparatuz gero, harremanak ulertzeko adibide argi bat sare sozialetan aurkituko dugu. Finean, arrotearekin adierazi nahi da hobe dela deslotzea ahalik eta arinena izatea, sentimenduek dependentzia sor dezaketelako; harremanak mozteko gaitasuna garatu beharra dago, deskonektatzeko, harremana txartuko dela aurreikusteko, kontratuak garaiz ezeztatzen jakiteko, eta abar (Vásquez, 2008).

Gizartearen oinarritzat jo ditzakegun harreman aldakorrez gain, likidotasuna oinarri, identitateak ere antzera osatzen dira. Bada, identitateak kontsumo gizarte honetan birziklatu egiten dira. Uhintsua, apartua, irristakorra, urtsua eta beste hainbat metafora erabili daitezke identitate postmodernoa definitze aldera, baina egokiena Baumanek sarri

erabiltzen duen kontzeptua litzateke: identitateak ere likidotasunaren baitan dira eraikiak (Vásquez, 2008).

Internet eta sare sozialak indarkeriaz eta arriskuz beteriko mundu lurtarretik aldentzeko paradisu birtuala bilakatu da. Hala ere, sare ikusezin honen beste aurpegia kontuan hartzekoa da: kultura globala indartzera begirako sare honek ezaugarri kulturalak arriskuan jartzen ditu. Krisi garaian identitatea bada pertsonentzako bizitzaren zentzua eta esperientzia lortzeko iturri nagusia, hori galtzeak ezaugarri kultural eta identitarioen multzo oso bat galtzea suposatzen du (Américo, 2018).

Hori da sare sozialek zabaldu duten ustea mundu likidoan: bihar atzo izatera ohitu gara. Babesgabetasunaren, segurtasun ezaren eta atsekabe globalaren aurrean, sare sozialak gizabanakoak ehizatzen tresna bilakatu dira: horien bakardadea sumatu eta komunitate faltsuaren ilusioa sortzera bideratuak daude. Norbanakook ilusio hori besarkatzen dugu, gaur egungo gizartean bakarrik sentitzea ez delako aukeretako bat. Sare sozialak aitortzarako espazio bilakatzen dira, non ezinegon sentimendua desagertzeko joera dagoen. Horren ondorio zuzena isolamenduaz gozatzeko aukera galtzea da, baita pentsatzeko, hausnartzeko, sortzeko eta komunikazioari zentzua eta sustantzia emateko espazioa galtzea ere (Américo, 2018).

Sare sozialen azken helburua, hortaz, ordenagailuen eta aparatu teknologikoen bidez artekatutako mundu hotz honetan mundu beroago bat simulatzea da, gizadiaren atsekabearekin bukatzeko. Aldi berean, merkatuaren logikan oinarritutako interakzio birtualek “nia” kapsulatu eta inguruarekin harreman nartzisistak eraikitzea ekarri dute, besteek nitaz zer pentsatuko duten horretatik abiatuta. Ondorioak lazgarriak izatera hel daitezke: errealitatearen zentzutik aldentzea, “nia” agortutzat ematea, “nia”-ren begirada eta norberaren identitatea galtzeraino. Eta bestetik, birsortzea, birdiseinatzea eta norberaren bertsio hobeko baten bilaketan murgiltzea (Américo, 2018).

Giddensek (1996) gizarte moderno aurreratuen, hau da, modernitate berantiarraren baitako diferentziazio funtzionala planteatzen du: bi modernitatearen arteko koexistentzia ematen da. Alde batetik, aukeren zabalpena ahalbidetzen duena eta, bestetik, arriskuen hedapena duena ondorio. Aurreko paragrafoetan azaldutako likidotasunaren kontzeptua zuzenki harremanetan dago arriskuan oinarritutako gizartearekin ziurgabetasuna eta arriskua eskutik lotuta dauden bi kontzeptu baitira. Eta egungo gizarte postmodernoa,

ez dago jarrerarik arrisku horretatik salba gaitzakeena. Edonolako ekintza dakarren edozein erabakik badakar berarekin arriskua (Giddens, 1996).

Hainbat dira Arriskuaren Gizarteaz aritu diren autoreak, Becken kontzeptuan oinarriturik. Alde batetik, nahiz eta gure burua gure etorkizuneko bizitza irudikatzen behartuta ikusten dugun, hori kontrolatzeko dugun ezintasunagatik. Bestetik, “beste” ezezagun horrek ekarri dezakeen ziurgabetasunagatik, arriskuagatik, bereziki, ordena zalantzan jartzeko elementua izateagatik (Vásquez, 2008).

*“Arriskuaren Gizarteak gizarte modernoaren garapen fase bati egiten dio erreferentzia, non aldatetaren dinamikaren bidez, arrisku politikoen, ekologikoen eta indibidualen ekoizpena gizarte industrialaren kontrol zein babes instituzioetatik geroz eta gehiago aldentzen den” (Londoño, 2008).*

Hau da, ez da espazio politikoan erabakitzen gizarte ziur-gabe batean bizitzea; aldiz, modernizazio prozesuen hedapenaren produktua da. Horiek nahi eta nahiez sortzen dituzten ondorioek zein arriskuek eraldatu dituzte gizarte industrialaren fundamentuak (Londoño, 2008).

Gizartea erreflexiboa bilakatu da eta, beste inoiz ez bezala, gizabanakoak bere erabaki propioak hartzeko eta mundu globalean egunez egun dituen egoerak saihesteko aukera du, horrek dakarren ariketa zein ahalegin erreflexiboarekin. Gizarte postmodernoan, gainera, ezagutzaren aldeko diskurtsoa guztiz egonkortua dago: ezagutza eskuratzeak aldatetara egokien moldatzera garamatza. Muina komunikabideetan dago: hauek dira informaziorako eta errealitatearen eraikuntzarako oinarritzko iturria. Horiek dituzten interes komertzialak direla eta, errealitatea modu desitxuratuan eta hierarkizatuan eraikitzen dute, egiak euren interesen arabera plazaratzeko (Londoño, 2008).

Interes komertzialei jarraiki, Interneten aroan inexistentziarekiko beldurra guztiz hedatua dago. Arriskuaren Gizartean arriskutik kanpo sentitzeko bilaketa amaigabe bat dago norbanakoen aldetik. Desesperazioak, antsietateak eta ziurgabetasunak mugituta, asko dira Interneten lasai eta babesturik sentitzen direnak. Horrek sarearekiko dependentzia garatzera daramatza asko eta asko: kolektibitate birtualetik aldentzeak baditu bere kostuak, bakardadea eta angustia, kasu. Izan ere, lehen aipatu moduan, bakarrik egotea ez existitzearen parekoa da egungo gizartean. Egoera honetan, beldurraren kapitalizazio eta merkantilizazio hazkor honen harrapakin nagusiak izango dira zaugarrienak (Vásquez, 2008).

Baumanek azaldu moduan, gure gizartea konexioen sarea da, baita deskonexioena. Baumanen antzera, Manuel Castells soziologoak Sare Gizartearen inguruan zera dio: norbanakoak IKTetan murgiltzen dira edo existitzeari uzten diote. Hala ere, bi autoreen artean ezberdintasunak nabariak dira: Baumanen kasuan, gizarte postmodernoan konfiantza eta lotura zeinuak hausturan daudela arrazoitzen du; bitartean, Castellsek, kontratu soziala indargabetu dela adierazi arren, orain gizabanakoak batzen dituen sareak direla azaltzen du, konexio globala eragiten euren artean (Américo, 2008).

Castellsek (2014) Sare Gizartearen nondik norakoak azaltzen ditu, horren oinarrian teknologiak daudela gehitzeko. Egungo testuinguruan garatzen ari den egitura sozial berri baten inguruan aritzen da, sare globalek osatzen dutena eta kultura berri bat ezaugarritzen duena, autonomiaren kultura. Horregatik, eta Baumanen zentzu negatiboa alboratuta, teknologien inguruko ikuspegi positiboa adierazten du Castellsek, askatasunaren teknologia kontzeptuaren erabilerarekin transmititzen duen moduan. Finean, sareen sareek ezaugarritzen duten gizartean, antolaketa forma nagusia sare komunikazioaren bidez gauzatzen da, indibidualismoa izanik jokaera sozialerako joera eta autonomiarena izanik Sare Gizartean nagusitzen den kultura.

Gurea Sare Gizartea da, hau da, sare pertsonal eta kooperatiboen bueltan sortutako gizartea, Internet bidez komunikatzen diren sare digitalekin jarduten dena. Horrekin batera, gizarte egozentrikoa da gurea, indibidualizazio prozesu baten ondorioz. Ez da soilik garapen kulturalaren emaitza, jardun ekonomikoaren, politikoaren eta bizitza sozialaren antolatzeko forma berrien ondorio materiala da. Gure sare komunitateak interakzio birtualak (on line) zein interakzio errealak (off line) konbinatzen dituzten prozesuen ondorio dira. Horren baitan, indibidualizazioa subjektu indibidual eta kolektiboak eratzeko funtsezko prozesua da eta sarearekiko konexioa subjektuak eratzeko beharrezkoa den antolaketa formari dagokio (Castells, 2014).

Interneten aurrera eramaten den jardunaren zati handi bat sare sozialetara bideratua dago, gaur egun edozertarako lehentasunezko plataforma bilakatu baitira. Sare sozialak espazio biziak dira, esperientzia pertsonalaren dimentsio guztiak konektaturik egoteak kulturaren eraldaketak dakartzalako. Nahiz eta pertsonak iraunkorki eta askotariko interakzioen bidez batera garatzen diren, bakoitzak definitzen du zein izango den ko-garapen horretan inposatuko diren baldintzak. Gainera, paradoxikoki, bizitza birtuala fisikoa baino sozialagoa da, eta azken hau lanaren antolaketa eta hiriko bizitzagatik indibidualizatua dago (Castells, 2014).

Autonomiaren kultura berriaz hitz egitean, komunikazio sozializatu baten bidez esanahiak sortzeko gaitasunaz ari zaigu Castells, komunikazio prozesu sozializatuak ez diolako gobernuko eta kontrol korporatiboen bitartekaritzei erantzuten. Kontrara, sarearen boterea masen auto-komunikazioan dago, botere harremanen konfigurazioan komunikazioaren esparruak geroz eta indar handiagoa hartzen ari dela kontuan hartuta. Eragiteko espazio oso interesgarria da eta hor dago Internetekiko ikuspegi positiboaren funtsa (Castells, 2014).

Hain zuzen, Castellsen ikuspegi positibo honekin lotuta agertzen zaigu 2.0 gizartearen kontzeptua. Caldevillak (2010) Web 2.0ak dimentsio sozialari garrantzia ematen dion Interneteko espazioari erreferentzia egiten diola azaltzen du. Software sozialak, bada, balio erantsi ahalbidetzen du interaktibitatearen bidez.

Askorentzat Internet ahalduntzerako, askatasunerako zein boterearen moldaketaren auzian esku-hartzeko elementu kontra hegemonikoen bilaketan aukerak ematen dituen espazio da. Baita interakzio sozialetan patroik eta joera berriak ekar ditzakeen tresna bezala ulertu ere (Américo, 2008).

2.0 gizarteak morfologia sozial berri bati erantzuten dio, aipatu moduan, sare sozialek harremanetarako modu berri bat ahalbidetzen digutelako, nahiz eta horietara sarbidea zein erabilera ez den baldintza berdinetan gauzatzen. 2.0 gizartea ezaugarritzen duen Web 2.0a webgune sozial eta parte-hartzailea da, orain arteko webak ezaugarritzen zuen pasibotasuna alboratzeko. Web estatikoarekin alderatuta, honako honetan harreman sozial birtualak hedatzen dira. Erabiltzaileen arteko konexio sareak gizartea hiper-konektatua egotea eragin du, eta sare sozialen gehiegizko kontsumo horrek horiekiko mendekotasun eta adikzio zantzuak eragin ditu herritarrengan (Américo, 2018).

Sare sozialak ez dira soilik agertokia, kontuan hartzeko agenteak eta bitarteko berriak dira komunikazioen mapan. Minoria isolatuetan, diskriminatuetan, zatikatuta dagoen gizartea, non harreman sareak lausotu diren eta prozesu eraldatzaileetan hiritarrek protagonismoa galdu duten, demokrazia mugatu batera dago kondenatua. Sareetan egiten den esku-hartzea interakzio eta elkar trukaketa espazioan antolatzailea eta erreflexiboa izateko aukerak irekitzen dira, hau da, subjektua bere burua eratzeko aukerak ditu, besteekiko desberdintasunean oinarrituta (Caldevilla, 2010).

2.0 Webaren kultura, lehen, taldeko jardun bezala definitzen genuena azaltzeko erabiltzen den esamolde da. Nahiz eta sare soziala elementu nagusia den, kolektiboaren ekarpen

indibidualak (iritziak, irudiak, edukia, eta abar) dira sarea pixkanaka eraikitzen dutenak (Caldevilla, 2010).

### **2.1.2 Identitatearen eraikuntza Postmodernitatean**

#### Errepresentazio sozialaren teoria eta performatibitatea

Sare sozialetan, zein hartu eman sozialerako espazio orotan, kolektibitate ezberdinen jarrerak eta disposizioa ulertzea beharrezkoa da. Horretarako, norberaren barne ulerkerak eta horren kanpo adierazpenak nola eratzen diren ulertzea ezinbestekoa da. Errepresentazio sozialaren teoriatik tiraka, Jodelet (1986) frantziar ikerlariak, psikologia sozialaren esparrutik, errepresentazioak nola eratzen diren eta zer funtzio betetzen dituzten azaltzen ditu. Autorearen arabera, errepresentazio sozialerako lehen forma horiek talde bateko kideentzako zehaztutako helburu eta prozedimendu zehatzek osatzen dute: indukzio sozialaren mende dagoen kolektibitate baten eskutik, eginbeharraren inguruko kontzepzioa zehaztea. Errepresentazio horrek zuzenean eragiten du jarrera sozialean eta taldearen antolaketan, eta funtzionamendu kognitiboa aldatzera hel daiteke. Errepresentazio sozialak gure egunerokoan txertatu dira, zentzu komunaren baitan kategoria bilakatu arte, eta “besteak” konprenitzeko tresnak dira, gizartean leku bat egokitzea dute helburu.

Piñerok (2008) azaldu moduan, hainbat izan dira gaiaren inguruan aritu direnak: Durkheimek giza errepresentazioen inguruko esanahi orokortu bat proposatu zuen, Jodelet zein Moscovici bezalako autoreek bere egin zutena, nahiz eta pixkanaka zehazten joan den. Durkheimen arabera, errepresentazioak norbanakoek kolektibitate moduan elkar-trukatzen dituzten ekintzen ondorio dira. Bizitza sozialean aurrera eramaten dira eta gizarte-gertakari gisa ulertu behar dira, norbanakoan inposatzen direnak eta banakotasun hori gainditzearekin batera, bereizgarritasuna ere galtzen dutenak, fenomeno sozialak bilakatzeraino.

Fenomeno diren heinean, errepresentazio sozialak forma oso anitzetan eta era konplexuagoan edo sinpleagoan ager daitezke. Esanahi multzo bat kondentsatzen duten irudiak dira; gertatzen dena, baita espero ez duguna, interpretatzeko eta ulertzeko laguntzen diguten erreferentzia sistemak dira: egoerak, fenomenoak eta zerikusia dugun norbanakoak sailkatzeko kategoriak dira, baita gertakariak adierazteko teoriak ere. Gure bizitza sozialaren errealitate konkretuaren baitan ulertzen ditugunean, errepresentazio sozialak aipatutako hori guztia dira aldi berean. Finean, gure eguneroko bizitza

interpretatzeko eta pentsatzeko modua da, ezagutza sozial forma bat da eta, beraz, gu nor garen definitzeko gaitasuna ere adierazten dute (Jodelet, 1986).

Errepresentazio sozialaren kontzeptuak ezagutza-modu espezifiko bat adierazten du, pentsamendu sozialaren forma bat adierazten du. Errepresentazioak pentsamendu praktikoaren modalitateak dira, eta komunikaziora, ulermenera eta ingurune soziala, materiala eta ideala menderatzera bideratuak daude, ezaugarri espezifikoak dituzte edukien, eragiketa mentalen eta logikaren antolamenduari dagokionez (Jodelet, 1986).

Errepresentazio sozial oro zerbaiten edo norbaiten errepresentazioa da. Horien atzean munduarekin eta beste gauzekin dagoen harremana da bilatu behar duguna. Horrekin batera, bi dimentsioz hitz egin genezake: ez dagoen zerbaiten errepresentazioa, alde batetik, eta errepresentazioen botere sortzailea, bestetik (Jodelet, 1986).

Beste alde batetik, bost dira errepresentazio sozialen aferan kontuan hartzeko ezaugarriak: beti objektu baten errepresentazioak dira; irudi-izaera dute eta zentzua eta ideia, pertzepzioa eta kontzeptua, elkar-trukatze gaitasuna dute; izaera sinbolikoa eta adierazlea dute, baita izaera eraikitzailea ere; eta bukatzeko, autonomoak eta sortzaileak dira (Jodelet, 1986).

Aipatutako ezaugarriak errepresentazio sozialen eraketa prozesua ulertzeko lagungarriak dira. Hiru dira iturri determinanteak horien eraketan: alde batetik, talde sozial baten zein gizarte jakin baten baldintza ekonomikoak, sozialak eta historikoak; bestetik, errepresentazio sozialen osaketarako mekanismoak, hau da, objektibazioa eta ainguraketa; eta bukatzeko, agenteek, giza komunikaziorako modalitatearekin loturan agertzen direnak, aurrera daramatzaten praktika sozial anitzak (Piñero, 2008). Hor azpimarratzekoa da errepresentazio sozialak sortzen diren testuinguru komunikatiboak jokatzeko duen papera; kasu honetan, sare sozialak nolakotasunak dituen berezitasunak hartu behar dira kontuan.

Errepresentazio sozialek subjektibitatearen eraikuntzan jokatzeko duten papera azaltzen du Bourdieuk. Egitura sozial eta mentalaren arteko korrelazioan elkarrekotasun bat dagoela onartzen digu, mundu sozialaren banaketa objektiboen eta agenteek ezartzen dituzten ikuspuntu eta banaketa printzipioen artean. Eraikuntza sozial prozesu honetan, testuinguru konkretuetan pentsatzeko forma gisa ezartzen dira errepresentazioak. Ez dira errealitatearen irakurketa soil bat, baizik eta errealitatea bera ekoizteko prozesuaren baitan murgilduak daude. Hala ere, errealitate sozialak interpretaziorako eta esanahien

eraketarako baldintzak inposatzen ditu. Agente zein talde sozialen kokapen sozioekonomiko eta kulturak determinatuko ditu errepresentazioak, errealitate sozialaren gaineko ulerkeran lente gisara jokatuko baitute. Baina aipatu moduan, aldi berean pentsamendu eratzailerak osatzen dute, errealitate sozialaren elaborazioan ekarpena egiten dutelako (Piñero, 2008).

*Habitusaren* konfigurazioan betetzen duten papera da garrantzizkoena: horien bidez, pertsonak errealitate soziala atzeman eta onartzen dute, bakoitza pentsamendu eskemen bidez egokitzen zaion posizio sozialera integratzeko helburuarekin. Beraz, prozesu honek izaera sinbolikoa du, agenteari errepresentazio sozialek bere errealitatea eraikitze eta zentzua emateko kodigoak ahalbidetzen dizkiolako. Modu horretan harreman sozialen erreproduktzioa gauzatzen da (Piñero, 2008).

Erreproduktzioaz gain, agentearen determinante sozialak naturalak balira bezala aurkezten dira, eta guztiz identifikatua sentitzen da hauekin; bigarren funtzioaren gako horretan datza: agenteen identitatearen osakeran egiten duten ekarpena. Bada, pertzepzioarako, balorazioarako zein ekintzarako eskema subjektiboekin identifikatzeko funtzioa betetzen dute, barneratutako kulturaren adierazle izanik (Piñero, 2008). Finean, errepresentazio sozialek subjektibitatearen eraikuntzan eta identitatearen osaketan funtzio garrantzitsua betetzen dute.

Performatibitatea ere, identitatearen eraikuntzaz ari da, baina beste begirada bat aplikatzen du subjektibitatearen eta identitatearen auzian. Martínez (2015) irakasleak aipatu moduan, subjektua gerora ordezkatzeko dituzten botere-sistema juridikoen emaitza da. Butlerren hitzak baliatuz, emakumeen kategoria formazio diskurtsiboa dela azaltzen du, ordezkari-politikaren bertsio zehatz baten emaitza. Bertsio adierazgarri horrek aitortza mugatua emateaz gain, eskura egon daitezkeen beste aukera batzuk baztertearen kontura egiten da.

Errerepresentazio sozialek eratzen duten marko kognitibotik harago, zeinak agenteen ekintza bideratzen duten, performatibitatearen diskurtsotik abiatuta, subjektibitatea zein kategoria sozialak ekintzatik eratortzen dira. Generoaren kasuan ikusi daiteke: ez da generoa era substantibo batean ulertzen, generoaren efektu substantiboa honakoa performatzean eratzen da, eta genero koherentziarako erregulatuak diren praktiken bidez inposatzen da. Generoa beti ekintza baten eskutik doan arren, ekintzari aurreko zaion subjekturik ezin da pentsatu: subjektua ekintzan eratzen da. Generoa prozeduran



bilakatu zein eraikitzea da eta ezin da zehatz definitu non den bere hasiera eta non amaiera (Martínez, 2015).

Norbanakoaren ekintzailtasun indibidualistatik haratago, ekintza *performance* esperientzia partekatu gisara aurkezten da, besteekin eta besteentzat egiten den ekintza, errepresentazio performatibo gisara, hain zuzen. Ikuspegi horren arabera, “ni” generizatua sozialki eraikia dago eta nozioa barneratzea esentzia fabrikatzeko forma bezala ulertzen da, publikoki erregulatua eta zigortua dagoena (Martínez, 2015).

Norbanakoaren erabaki indibidualistatik aldentzen da subjektuaren eraikuntza: alde batetik, subjektu orokortua ez delako sortzen arau sozialen nahitaezko hautapen indibidual batetik, baizik eta publikoki eta sozialki ulertzen diren ekintzen errepikapen estilizatutik. Bestetik, konbentzio sozialak eta kode kulturalak ez direlako inposatzen eta ez dutelako subjektu sexuatua hartzaile pasibo gisa determinatzen, hau da, ez da norabide bakarreko prozesua (Piñero, 2008; Martínez, 2015).

### Self – Branding-a

Self – Branding-a, Personal Branding-a zein marka pertsonalaren kontzeptuak oso garrantzitsuak dira egun sare sozialetan dugun disposizioak eta jarrerak ulertzeko, baita auto-pertzepzioa eta norberaren identitatearen eraikuntzan sakontzeko ere. Lehenik eta behin, kontzeptua azaltzeko beharrezkoa da neoliberalismoan agentzia nola konfiguratzeko den adieraztea.

Agentzia kontzeptu neoliberalari jarriki, bi dira liberalismo ekonomikotik neoliberalismora salto egitean ikusi ditzakegun aldaketa nagusiak. Lehena, subjektuak, merkatuak, arrazionaltasun ekonomikoa zein lehiaketa sozialki eraikiak balira bezala ulertzen dira neoliberalismoaren pean. Bigarrena, ikuspegi liberalak norbanakoak, enpresen antzera, gure buruen jabe garelako defendatzen du; aldiz, ikuspegi neoliberalak pertsonak gure gaitasun eta ezaugarrien jabe garelako, eta finean, etengabe inbertitu, elikatu, kudeatu eta garatu beharreko aktiboen bilduma garelako (Gershon, 2011).

Neoliberalismoak merkatuaren arrazionaltasun hori barruraino, intimitatearen sakoneraino, sartu duela aipatzen dute hainbat autorek. Emozioen aferan, hain zuzen ere, kapitalismo emozionala gisa izendatu da, kapitalismoak azken mende honetan emozioen instrumentalizazioa nola gauzatu duen azaltzeko. Izan ere, psikologiaren eraginari esker, harreman ekonomikoen parasitazioa afektuen kultura eraldatzera heldu da (Illouz, 2006).

Afektuak jarrera ekonomiko izatera igaro dira eta bizitza emozionala harreman eta elkartruke ekonomikoen logika jarraitzen du (Gehl, 2011).

Esan nahi dena da, analista sozial orok, ikuspegi neoliberaletik jardunez gero, merkatuaren arrazionaltasuna aplikatuz ulertu beharko lituzkeela harreman sozial zein estrategia sozial guztiak. Izan ere, “nia” merkatuarekiko konpromisoaren bitartez doa eratzen, hau da, merkatu neoliberalak gaitasun eta aliantzen gestore erreflexiboak izatea galdegiten diete parte hartzaileei. Hor sortzen da “ni” zatikatua: gaitasunen multzo ez guztiz definitua baina malgua dena. Norbanakoa hobetzeko ahalmen erreflexiboa duen subjektua izatera pasatzen da. Finean, identitatea norbanakoen jabetza den gaitasun eta ezaugarri multzoa da, zeinarekin komertzializatu daitekeen (Gershon, 2011).

Kapitalismo berantiarrean, beraz, “nia” proiektu erreflexibo gisa aurkezten da; identitatea, jada, ez da nozio estankoa, baizik eta landu eta eraiki beharreko zerbaitetan bilakatu da (Marwick, 2010).

Logika berdinetik ulertu behar dira sare sozialak: milioika pertsonen aurrean, hau da, publiko potentzial baten aurrean, norbanakoek euren buruzko informazioa zabaltzeko aukera dute eta horrek komertzializatu daitekeen identitate indibidualen sorrera baimentzen du. Bada, Web 2.0 kulturak “nia”-ren ikuspegi neoliberalak indartzen du, eta norberak bere identitatearen eraikuntzarako eta honen aurkezpenerako erabiltzen dituen estrategiak publizitate zein *marketing* taktiketan inspiratzen dira (Gehl, 2011).

Laburbilduz, agentzia neoliberalak aliantzen, erantzukizunen eta arriskuen arteko oreka bilatzeko kalkulu bide bezala aurkezten da. Hain zuzen, testuinguru horrek ahalbidetzen duen askatasuna ondasunak eta zerbitzuak negoziatzeko, hau da, agente autonomoa izatea, gainerako eragile guztiak kide zein lehiakide gisa aurkeztea dakar. Askatasuna kontsumo-aukera bilakatzen da, aurretiaz zehazturik dauden aukeren artean erabakitzeko. Askatasuna arrisku-konpromisoa ere bada, arriskua bultzatzaile gisa ulerturik. Arriskuaren kudeaketak agente neoliberalen etorkizuna gidatu zein baldintzatzen du. Oso entzuna baita agente horien eskuetan dagoela euren etorkizun propioa. Erabaki ezberdinen bidez, diseinatzen baitute euren etorkizuna. Onurak zein oztopoak alde batera utzita, agenteak dira euren huts egiteen arduradun nagusiak (Gershon, 2011).

Horrela azaltzen du Marwickek (2010) ere. Izan ere, kultura enpresarialaren paradigmaren baitan, ekintzailearen hainbat kualitate giza bertute bezala hartu dira eta horrela izan dira indartuak. Horien artean: beregaintasuna, kemena eta, helburuetara

heltzeko bidean, arriskuak bere gain hartzeko borondatea. Kapitalismo enpresarialaren bertuteen pertsonifikazioa autorrealizazioa, norberaren gainditzea eta zoriontasuna lortzeko bide gisara aurkeztu da.

Agentzia neoliberalari jarraiki, Marwickek neoliberalismoa subjektibitate teknologia gisara aurkezten du, gizartean merkatuaren printzipioak barneratzea esan nahi duelarik. Subjektibitate horren eraikuntzan norbanakoak diziplina, efizientzia eta lehiakortasunaren arabera, hau da, merkatuaren printzipioen arabera, antolatzen dira. Horren arabera, subjektu neoliberalak autorregulatuak dira; ekintzailea eta bere erabakiekiko arduradun moduan aurkezten zaigun subjektua *homo economicus* mitikoaren antza handia du: aktore ekonomiko arrazionala, aukerak eta erabakiak arretaz aztertzen dituena (Marwick, 2010).

Subjektu neoliberalak ondo pasatzeko agintzen zaie, nahi dutena lor eta eduki dezaten, zoriontsuak, kapazak eta errealizatuak izatea. Subjektibotasun hori ideologia neoliberalak zentzu komun bihurtzen duten hainbat bitartekoren direla medio ezartzen da. Marka pertsonalaren paradigma autogobernurako modu neoliberalizat identifikatu da, paradigma ekonomikora egokitzeko, pertsonen autorregulazioa helburu duena (Marwick, 2010).

Gehl (2011) ikerlariak, hala ere, ez du egungo arrakasta gainditze pertsonalera soilik mugatzen. Auto-paketatze esplizitu batean kokatzen du aipatu arrakasta: arrakasta ez da soilik barne – gaitasun, – motibazio eta – interes indibidualetatik eratortzen, baizik eta horiek antolatzeko, kristalizatzeko eta etiketatzekeo efikazian. Itxura auzia dela gehitzen du, eta marka pertsonalarekin loturik dago. Hain zuzen, nagusitzen den diskurtsoak zera dio: garai hain prekarioetan, sare sozialak gure eginez eta marka pertsonal landu bat eraikitzen egingo dugu aurrera, soilik.

Self – Branding edo marka pertsonalaren kontzeptuan sartu aurretik, lehenengo blokean azaldutako Web 2.0ak betetzen duen papera aztertzea garrantzizkoa deritzot. Izan ere, nahiz eta Web 2.0 ideologiak marka pertsonalaren auzia norberaren errealizazioa eta arrakasta ekonomikoa lortzeko bide bezala kokatu, esplizituki hezten ditu pertsonak autopromozioa, ikusgarritasuna zein publizitatearen eta komertzialismoaren modismoekiko erosotasuna bertute positibotzat adieraz zein irakas dezaten. Marka pertsonala Web 2.0an erabiltzaileek sare sozialen bidez, kapital ekonomikoa handitzeko saiakera argia izan da (Gehl, 2011).

Hainbat izan dira marka pertsonalaren bueltan eman diren adierak. Marwicken hitzetan, marka pertsonala norbanakoari aplikatzen zaion *marketing* estrategia multzoa da. Norbanakoak norbera salgarria den merkantzia gisa ikustea ondorio duen pentsatzeko modu bat da, baita, logika berdinari jarraiki, praktika multzo bat ere. Pentsamolde hori, gainera, enpresa-kulturak hedatutako aginduekin guztiz bat datorren filosofia edo ideologia da eta lehiaketa nagusi den merkatu librearen logika helburu positibo eta ia moral moduan defendatzen du. Autolaguntza kulturarekin bat datorren pentsamolde bat da. Izan ere, autolaguntzak ezjakintasun ekonomiko eta sozialak sortutako antsietatea kudeatzeko gainditze prozesu jarraikorra gomendatzen du (Marwick, 2010).

Hain zuzen ere, gestio enpresarialean psikologiak izandako papera hitz egiten digu Illouzek. Emozio zein sentimenduen ezagutzak, bai norberarenak zein besteenak, asko lagundu zuen lehiakortasun profesionalean, baina baita ekoizpen modu malguak sorrarazi zitzakeen ezjakintasunetik eratortzen zen ezinegonarekin bukatzeko (Illouz, 2006).

Autolaguntzaren indartze hori Estatu Batuetan orduan ematen ari ziren hainbat prozesu sozialen ondorio da, eta horrek zera ekarri zuen: “nia”-ren autorrealizazioaren aldeko narratiba egonkortzea eta indartzea. Horrekin batera, narratiba edo kontaketa terapeutiko honek gaixotasunaren eta indibidualismoaren kontzeptuetan eragina izan zuen, izan ere, autorrealizazioaren bidez hasi ziren gaixoak edo emozionalki ez-gaiak euren diagnostikoa hobetzen eta euren iraganari zentzua ematen. Kontaketa terapeutiko horren bi exigentziak, autorrealizazioa eta sufrimendua, kulturaren instituzionalizatzen joan ziren (Illouz, 2006).

Gehlek ere, egungo testuinguru prekarioa arintzeko bitarteko moduan aurkeztzen du marka pertsonalaren nozioa; aipatzen du, honakoa hain ezaguna bada, prekarietateari aurre egiteko ikuspegi indibidualizatua ahalbidetzen duelako da. Arintze horren baitan, kapital globalizatua komunikazio sare informatikoen bidez eskuratu duen kontrola berreskuratzeko aukera bezala ere kokatzen du. Horrekin batera, marka pertsonalaren inguruan ekoitzi den literaturak aldakorrak diren lan merkatuetan, modu malguan, egonkortasuna handitzeko teknikak eskaintzen dizkio jendeari. Zehatzago esanda, marka pertsonalaren diskurtsoak kapitalismo globalizatuan dagoen panorama laboral aldakorrean teorizatze eta negoziatzeko forma eskaintzen die pertsonari (Gehl, 2011).

Marka pertsonalaren eraikuntzarako hainbat dira jarraitzen diren bideak zein logikak. Gehlen hitzetan, Personal Brandinga kontrol gizarrean, “nia”-ren zatiketa ekarri du, datu

bilketarekin batera zatitu delako “nia” datuetan. Beraz, bere burua markatzen duten subjektuek euren helburuei begirako kontrol logika barneratzen dute, borondate propioz zatikatuz. Hauek dira Web 2.0an markatzeko pausuak: norbanakoaren autoazterketa, bide ematen duena norberarekiko banatzera eta egunerokoan aurkezten den bestelako identitate (hobeagotu) bat adieraztera; benetakotasuna eta gardentasuna transmititzen duen hizkuntza erabiltzea, ulertuta homogeneitatearen masa kulturari aurre egiteko “errealitate izatea” antidoto egokiena dela; gainontzekoekin harremanak garatzea elkartruke afektibo zenbakigarriak eskainiz, hau da, elkarren arteko aitortza eginez eta norberarena bilatuz; eta bukatzeko, autobigilantzia aurrera eramanez; behatzen zaituen behatzailea behatu (Gehl, 2011).

Prozesua norbanakoarekin hasi eta bukatzen da, subjektuaren eraikuntzan eraginak ditu eta marka pertsonala defendatzen duten diskurtso indibidualistak indartzen ditu. Marka pertsonala, beraz, norbanakoaren erregulazio forma bat da, helburu moduan kapital pertsonala eraiki eta hortik onurak ateratzea da. “Nia”-ren gestioa diziplinatza hartu du marka pertsonalaren eraikuntzak, autobigilantziaren logika dela medio (Gehl, 2011).

### **2.1.3 Sare sozialak eta gazteak: neska gazteak Instagramen**

Aurreko atalean aipatu bezala, bizitzetan garrantzia handia hartu du marka pertsonalaren eraikuntzak, norberaren baldintzen jabe garela sinetsarazi diguna. Hala ere, gure bizitza sozialak “gustuko dut”, txio eta lagun eskaeren bidez arrazionalizatuak diren elkartruke emozionaletara mugatzen badira, ez diogu egungo garai prekarioei irtenbide kolektiborik emango (Gehl, 2011). Marka pertsonala, menerapen sinbolikoaren bidez, gobernuak eta enpresek kapitalismoaren arazoak subjektu indibidualari leporatzeko estrategiaren adibidea da (Marwick, 2010).

Internet masen harremanetarako bitartekoa da. Batzuen esanetan, harremanen sendotasuna lausotzera datorren tresna da honako hau: familiarekin zein lagunekin egon beharrean, orduak eta orduak eman ditzakegu Interneten nabigatzen, honekiko dependentzia, depresioa eta bakardadea bezalakoak sentitzeraino. Internet interakzio sozialerako bide berri eta ezberdinetarako aukerak irekitzen dituela pentsatzen dutenak ere badira, konektibitate sozialari ekarpena egiten diotela defendatzen dutenak (Bargh eta McKenna, 2004).

Elkarren artean ematen diren interakzioek eta horren arabera eraikitzen den identitatearen bueltan hainbat eta hainbat galdera piztu dira. Diskurtso akademikotik identitate birtuala irrealia denaren ideia alboratu da. Izan ere, mundu erreala eta bertan gauzatzen diren elkarreraginak ez dira mundu birtualetik kanpo gelditzen; erreala eta birtuala gainjarri egiten diren bi plano gisa ulertu behar ditugu. Nahiz eta egia den elkarren arteko loturen sendotasuna, mundu birtualean, lausotu egiten dela. Mundu birtuala ez da ukigarria eta jariaortasunari zein aldaketari mesede egiten dio, egungo gizartean nagusitzen den joera izatearekin batera. Finean, Internet harremanetarako tresna edo bitartekoa izatea baino, esperientzia ekintza bezala ulertu behar dugu, zeinetan subjektua bizi, autodefinitu, erlazionatu eta identitate bat baino gehiago izatera hel daitekeen (Del Prete eta Redon, 2020).

Beraz, identitateari rol zentrala egokitzen zaio harreman birtualetan, sareetan egiten den edozein mugimendu, argazkiak eta bestelakoak publikatu zein besteen profiletan komentarioak utzi, erabiltzailearen subjektibitatea eratzen duten ekintza performatiboak dira eta identitate sozialaren aldakortasun eta dinamika jariaokorra ezaugarritzen dute (Del Prete eta Redon, 2020).

Hain zuzen ere, digitalizazioaren aroan, oso garrantzitsua da Internetek eta sare sozialek identitatearen eraikuntzarako eskaintzen dituzten elementuak aztertzea. Interneten garrantzizko sare sozialak gazteen artean funtsezko beharra bilakatu da, euren inguruarekin harremanetarako bide printzipala baita (Espinoza eta Dolores, 2021). Beraz, sare barruan zein kanpoan egoteak bere kostuak ditu. Lehenengo kasuan, kulturak eta gizarteak atzeman dituen aldaketak onartzea dakar, menerapen handiagoko egiturengandik irentsiak izateraino. Bigarren kasuan, kanpoan mantentzea zein integratzeko zailtasunak izatea, ondorioak okerragoak izatera hel daitezke, egungo munduan gauzatu diren aurrerapenetara eta horien abiadurara egokitzeko gaitasun eza demostratzen delako. Finean, etorkizuneko sarearen eraikuntzatik kanpo gelditzen dira (Américo, 2018).

### Gazteak eta identitatearen eraikuntza sare sozialetan

Gazteei dagokionean, non gizarte post digitalean hazi eta sozializatu diren eta teknologiaren kultura guztiz asimilatuta duten, garrantzitsua da Interneten baitan nagusi diren sare sozialetan duten jarrera eta jarduna aztertzea. Izan ere, gaztaroa trantsizio garai gisara ulertu beharra dago, haurtzarotik heldutasunera dagoen trantsizio garai modura,

hain zuzen ere. Garai horretan, sare sozialek paper zentrala jokatzen dute ingurukoekin erlazionatzeko orduan; hala ere, hainbat dira giza harreman horietan eman daitezken arriskuak (Gil eta Fernandez, 2020).

Gazteen heldutasun prozesuan, norbanakoaren eta kolektiboaren arteko interakzioak identitatearen errepresentazioan eta sorkuntzan garrantzia handia du. Horregatik dute aipatutako zentraltasuna sare sozialek eta mota honetako plataformek, sozializatorako esparru garrantzitsuena baitira, baita munduaren aurrean azaltzeko, subjektibitateen garapenerako edota onarpen eta adostasun bilaketa etengabeko ere (Del Prete eta Redon, 2020).

Autore ezberdinek azpimarratzen dituzten alde onetan zein txarretan sartu aurretik, sare sozialen inguruko hainbat aspektu argitzea beharrezkoa deritzot. Bi dira kontuan hartu beharrezko aspektuak: alde batetik, erabilerak; lagunen mantenerako, lagun berriak izateko, voyeurismoan oinarritzen den entretenimendurako, hau da, txutxu-mutxurako eta antolakunde zein erakundeen barne kudeaketarako erabili ohi dira sare sozialak (Caldevilla, 2010).

Beste alde batetik, bost dira sare sozialen bueltan dauden kontzeptu nagusiak: elkarreragina; berehalakotasunarekin hobetu egin dena. Pertsonalizazioa; gure erabakian oinarrituta gure profilean dugun edukia moldatzea zein lagunak definitzea, horrek ematen dituen aukera guztiekin. Pertsonalizazioak, beraz, gure autoestimua indartzera begirakoa izan daiteke, gure identitatea bertan osatu eta berretsi egiten baitugulako. Horrek, aldi berean, egoaren hazkuntzarekin ere zerikusia izan dezake. Multimedialitatea; argazki eta bideoz, zein eduki multimedia ezberdinez, josita dauden sareak dira. Multiedizioa eta *feedback*-a; inteligentzia kolektiboari bide ematen dio, sarean dagoen edozein pertsona izan baitaiteke emisorea, transmisorea edo informazio hartzailea. Bukatzeko, iraultza linguistikoa eta legala; teknologia berrien jurisdikziorik eta arau erregulatzailerik ez dagoenez, teknologiak zentzu komuna eta inteligentzia kolektiboaren nagusitasunaren bidez eraikitzen doan kode propio batek mugitzen du. Zoritxarrez, bidegabea, mehatxagarria edo kaltegarria izatera hel daiteke (Caldevilla, 2010).

Sare sozialek “ni” somatiko eta birtualaren existentzia baimendu dituzte; pribatutasunarekin bukatu dute, ikusezina dena publiko egiten; bakardadearekin bukatu dute eta sentrazio berri eta atseginak sorrarazi dituzte; baita, harremanak azaleko bilakatu ere (Américo, 2018).

On-line subjektuen narratibak, gazteen artean batez ere, komunikabideetan, ideologietan, kulturaren eta jardun sozialean hartu emanean etengabe eztabaidan dauden balio eta lehentasunekin eratzen dira. Diseinu teknologiko, grafiko eta testualak baldintzatzen dute espazio hauetan egin dezakeguna eta egin ezin dezakeguna, eta horren arabera hedatzen dira mezuak. Ez dira espazio neutroak; espazio horietan aurrera eramaten den praktika soziala interpretazio soziokultural jakin batzuen arabera gidatua eta antolatua dago (Del Prete eta Redon, 2020).

On-line dagoen testuinguru sozialaren baitan auto-eraikitzen dute gazteek euren identitatea, portaera sozialarekin harremanetan. Beraz, online komunikazioa gazteek euren identitatearekiko eta autoestimuaiekiko duten pertzepzioek baldintzatuko dute (Colás, González eta De Pablos, 2013).

Gazteek sare sozialak erabiltzea ontzat hartzen dituzten argudioek, ezkorrak baino urriagoak diren arren, sare sozialen erabilerekin irekitzen dituzten ateei egiten diete erreferentzia. Erlazioetarako atak irekitzen dira eta errazagoa da, leku berdinean egon ez arren, inguruko jendearekin harremana mantentzea. Harremanak arindu egiten dituzte eta edozein momentutan edonon dagoen horrekin hitz egiteko aukerak sortzen dituzte. Izan ere, aurrez aurre eratu diren harremanak mantentzeko edo horietan sakontzeko aukerak ematen dituzte, baita identitatean sakontzeko, gaitasunak garatzeko, eta abar (Arab eta Díaz, 2015).

Erabilera alternatiboek ere, garrantzia berezia ematen zaie aldeko arrazoiak mahai-gaineratzen direnean. Américok azaldutako ideia oso garrantzitsua dela deritzot, izan ere, bada sare sozialen erabileraren bidezko boteretzea. Izan ere, ahalduntzerako zein askatasun bilaketarako aukerak irekitzen ditu, baita boterearen mutazioak zalantzan jartzen dituzten elementu kontra-hegemonikoen bilaketarako ere (Américo, 2018).

Gazteen erabilera kaltegarria dela argudiatzeko, hainbat eta hainbat dira ematen diren argudioak. Alde batetik, Barghek eta McKennek komunikazio esperientziaren pobretzeaz hitz egiten dute. Pobretzea anonimotasun sentsaziotik eratortzen da; aurrez aurre gauzatzen diren interakzio sozialekin alderatuta, hauek ahulagoak direla argudiatzen dute. Pertsonalitatearen, arduraren zein identitatearen garapena beharrean, despertsonalizazioa egikaritzen da, ondorio gisa egozentrismoaren gorakada duena (Bargh eta McKenna, 2004).



Egozentrismoak forma konkretua hartzen du sare sozialetan. Del Prete eta Redonek azaldu moduan, sareetan norberak besteen aurrean garatzen duen hiper-esposizioak Hawthorne Efektuari erantzuten dio. Sare sozialetako jardueran hobekuntzak izatea, kasu honetan, argazki hobeak zein ondo landutako bideoak partekatzea, edo komunitate bati ekarpen geroz eta handiagoa egitea, logika horri erantzuten dio: aurrera daramagun ekintza txiki bakoitzetik estimulu handiak eta oso atsegina diren sentrazioak sorraraziko dizkiguten *feedback*ak jasotzea. Horrek ezinbestean sortu du gazteen artean euren burua auto-zentsuratzeko beharra, “nia”-ren errepresentazioari inguruko presioek eragitea baimenduz. Ondorioz, “chilling effect” deiturikoa gertatzen da: erabiltzaileek euren pertsonaia kudeatu dezakete, ikusleen espektatibak betetzera behartuak sentitzen direlarik. Horrelako estrategiek gustukoa izango ez den irudiak saihestea dute helburu, hau da, homogeneotasunari ekarpen egitea (Del Prete eta Redon, 2020).

Finean, sare sozialetan soilik gure alderik onena erakusten da, hau da, gazteen profiletan, bereziki, zehatz-mehatz egiten da argitaratuko denaren aukeraketa, euren irudi pertsonalari on egiteko. Eskaparatismo horrek birtuala, sinplifikatua eta hedonista den gizarte eredu bati erantzuten dio, non arrakasta sozialaren frogak edukitzea (irudiak eta bideoak) ospea eta nabaria izateko modu bakarra den (Del Prete eta Redon, 2020). Interneten ematen den jarduera hedonistak harremanak deskuidatzea ekar dezake, bakardadea eta depresioa bezalako gertakariak sorraraziz (Bargh eta MacKenna, 2004).

Arab eta Díazek beste hainbat argudio ezkor botatzen dituzte gazteen eta sare sozialen erabileraren inguruan. Lehena, sare sozialek eta antzeko aplikazioek menpekotasun jokabideak bultzatzen dituztela. Bigarrena, identitatearen eraikuntzan espazio birtualean jasotzen diren *feedback*ak kaltegarriak direla gazteentzat. *Feedback* horiek, gainera, anonimotasunetik, aldentez afektibotik, enpatia gutxirekin eta bestearengan sor dezakeena ebaluatzeko elementu gutxirekin egiten dira. Hirugarrena, sare sozialetan aurrera eramaten diren jokabide desegokiekin erlazionatzen direla. Anonimotasunak, identitate faltuak, exhibizionismoak, oldarkortasunak eta iruzurrak dira horrelako espazioetan nagusitzen diren lekuz kanpoko jarrerak. Sare sozialetan ematen den gehiegikeria depresioarekin, insomnioarekin, eskola uztearekin zein beste hainbat sindromerekin harremanetan dagoela frogatu izan da. Hauek dira aipatutako jazarpenaren adibide batzuk: *grooming*-a, heldu batek ume bat sare sozialetatik engainatzea probetxu sexuala ateratzeko; *ciberbullying*-a, off line ematen den jazarpen egoera, sare sozialetan ere ematea eta Internet zehar zabaltzea; eta *sexting*-a, iruzurraren bidez sareetan norbaiten

irudi sexualak eskuratzea eta bestearen jarrerak aldatzea bilatzea, horiek irekitzeko mehatxupean (Arab eta Díaz, 2015).

### Neska gazteak eta Instagram

Ikerketaren aurkezpenean aipatu denari jarriki, González eta Torradok (2019) teknologien neutraltasuna guztiz baztertzen dute. Izan ere, ez dira dinamika sozialetik at gelditzen, horiek ere menerapena eta kontrola egikaritzeko tresnak dira. Teknologia horietatik kanpo emakumeek pairatzen dituzten biolentziak birproduzitzen dituzten espazioak dira eta estereotipoak eta balio patriarkalak betikotzeko tresna gisa dira erabiliak. Azken finean, gizakion interes eta helburuak materializatzeko duten gaitasuna dela eta, teknologia botere harremanak, baita generozkoak, gidatzeko tresnak dira.

Sare sozialei dagokienean, horien erabilera gaur egun, gazteen behar nagusienetarikoa bilakatu da, izan ere, segurtasuna sortzeaz gain, asebate sentitzen dira sareetan duten jardunari esker. Askotan, horiek dira sare sozialak erabiltzeko arrazoi nagusiak. Hala ere, sare sozialen erabilera zuzenki sakeleko mugikorrarekin erlazionatuta dagoenez, sakelekoa baita horietara sarbide nagusia, horren gaineko kontrola ezartzea oso zaila da eta etengabe daude horiek kontsultatzen. Behin joera horiek barneratuta, sare sozialen erabilera ezak edo bere baitako dinamikek sentimendu ezkorak sorrarazi ditzakete, antsietatea, tristura zein estresa bezalakoak. Emakumeei era zuzenago batean eragiten diete sare sozialetan sortzen diren dinamikek (Espinoza eta Dolores, 2021).

González eta Torradoren ideari jarraiki, genero desberdintasunean oinarrituta, aro garaikidean ikustekoa da zenbat esparrutan erabili izan den teknologia emakumearen gorputza meneratzeko helburuarekin. Informazioa eta Komunikazio Teknologietan emakumeen bueltan era oso temati batean sortu da irudi konkretu bat, eurak errepresentatzeko modu bakarra izango balitz bezala aurkeztu dena. Edertasun irudi idilikoarekin lotu izan da, amatasunarekin, eskuzabaltasunarekin eta desioarekin, gizarte patriarkalaren nagusi diren patroik berdintsuekin. Nahiz eta IKTak ahalduntzerako zein mobilizazio sozialerako borrokarako espazioak bihurtu egin diren, kultura matxistaren, diskriminazioaren eta emakumeenganako indarkeriaren hainbat eta hainbat adierazpen aurkitzen ditugu (González eta Torrado, 2019).

Sare sozialen kasura ekarrita, emakumeak dira Instagram bezalako plataformak gehien erabiltzen dituztenak, horregatik, kanon estetikoaren eragina are eta kezkarriagoa

beharko luke. Badira ere, kanon horiei aurre egiteko Instagramen erabilera iraultzailea egiten dutenak, honakoa ere feminismoaren aldeko borrokarako espazio gisa ulertzen dutenak (Gil eta Fernández, 2020).

Sareetan nagusitzen den edertasun ereduaren eta emakumeen benetako itxuraren artean ematen den distantzia ez da ideia berri bat; kultura, erlijioa, politika zein ekonomiak gidatuta eta horien eraginpean, telebistak eta iragarkiek beti zabaldu izan dituzte edertasun arauak, gaur egun sare sozialek egiten duten moduan. Zaurgarritasun emozional eta erlazionalarekin batera, fenomeno honek, emakume gazteen artean gorputz dismorfia trastornoak zabaldu ditu gizartean zehar. Horren bueltan sortzen dira *influencerrak* Instagram zein beste sare sozialen bidez arau zein kanon batzuk indartzeko eta horien bueltan jarrera jakin batzuk gidatzeko eredu direnak, irabazi ekonomikoen truke. Hauen izateko arrazoia, dituzten jarraitzaileengan eragitea da (Verrastro et. al, 2020).

Komunikabideen bidez hedatzen den gorputz femenino idealaren kontzeptualizazioak emakumeek euren gorputz-irudiaren gainean egiten duten balorazioan eragin dezake. Gorputz-irudia eraikuntza multidimentsional gisa uler daiteke, gizabanakoek beren ezaugarri fisikoekiko nola pentsatzen, sentitzen eta jokatzin duten adierazten duena, eta autoestimuekin, depresioarekin, gogo-aldartearekin, antsietate sozialarekin eta elikadura-nahasmenduekin loturan agertzen da. Azken urteetan, gorputz-irudian oinarritutako arazoen garapenean laguntzen duten faktore ezberdinak ikertu dira. Presio soziokulturalak dira gorputz atsekabearen zergati nagusiak. Kontzientzia, barneratzea eta atzemandako presioak (komunikabidea, ingurukoak eta familia) dira faktore soziokultural nagusizat hartu direnak eta horien bueltan egin dira ikerketa gehienak (Esnaola, Rodríguez eta Goñi, 2010).

Gaztaroan korporalitateak garrantzi are eta handiagoa du eta itxurak eta gorputz-irudiak kezka handiak sortzen ditu gazteen artean. Gizon zein emakumeen kasuan, gaztaroan itxurarekiko ardura lar handia da, gorputza gainbaloratua dago. Hala ere, gorputz-irudi ezkorrak emakumeengan eragin handiagoak ditu. Batez ere, inguruko balorazio ezkorrak dira gorputz atsekabea garatzeko faktore nagusienetarikoa, gazte gaztetatik, eta luzaroan arazo emozionalak sor ditzake (Peris, Maganto eta Kortabarria, 2013).

On-line gauzatzen den komunikazioaren zati handi bat irudiaren bitartez egiten da, bitarteko birtualetan irudi hau aurkezpen karta batekin lotuta dagoelarik. Autoestimua geroz eta txikiagoa izan, orduan eta arazo handiagoak dituzte gazteek euren gorputz-

irudiarekin. Horregatik nahasten dute sarritan euren gorputz-irudia sareetan sortzen duten irudi birtualarekin, eta ondorioz, identitatearen zentzu nahasia dute (Peris, Maganto eta Kortabarria, 2013).

Gorputz-irudiarekin loturik agertzen da gorputzen objektibazioa, komunikabideetan oso ohikoa dena. Gauza bihurtze sexuala gorputzaren, gorputz zatien eta funtzio sexualen arteko banaketa gisara kontzeptualizatua izan da, gorputzak tresna modura aurkeztera mugatzeko. Fokua gorputz atal jakin batzuetan jartzen den bitartean, adibidez, ipurdian, titietan edo sabelean, gainerakoa fokutik kanpo gelditzen da. Horrek zera sortzen du emakumeengan: ikuslearen ikuspuntua barneratzea euren “ni” fisikoaren lehen begirada bat osatzeko. Hau da, gure buruaren gaineko balorazioa ikusle (maskulinoaren) begiradatik egitea, auto-objektibazioa duela ondorio. Euren burua objektibatzen duten norbanakoek besteek gozatu behar duten objektutzat dute euren burua. Besteen gustuetara etengabe moldatutako gorputzak eta auto-objektibazioa estuki lotuta daude gorputz bigilantziarekin. Itxuraren gaineko kontrolaren bigilantzia behar-beharrezkoa da gorputz estandar soziokulturalak betetzeko eta iritzi negatiboak saihesteko (Stevens, 2006).

Komunikabideak dira, dudarik gabe, objektibazio sexualerako iturri nagusienetarikoak. Etengabe komunikabideek adierazten duten gauza bihurtze sexualak eragin zuzenak ditu emakumeengan: besteen gorputza etengabe agertzen zaie gauza bihurtuta komunikabideetan, hortik gorputzak duen garrantzia barneratu eta jarrera horiek ikasi egiten dituzte, besteen begiradaren aurrean objektu moduan agertzea normalizatzen baitute (Stevens, 2006).

Hurrengo lerroetan, Instagram plataformaren aurkezpenarekin batera, erabileretan sakontzea izango dut helburu. Horrekin batera, eta aurreko lerroetan aipatutako fenomeno ezberdinak neskek sare sozial honetan egiten duten erabilerarekin dituzten harremanak azalduko ditut: objektibazioa eta gorputz-irudiaren gutxiespena, autoestimua, eta abar.

Instagram sare soziala argazkiak igotzeko, “gustuko dut”-ak jaso eta emateko, jarraitzaileak eta jarraituak izateko, ospetsu bilakatzeko, markak, pertsona ospetsuak zein “*katutxo*en kontuak jarraitzeko balio du” (Verrastro et al., 2020). Instagram erabiltzeko jarrera eta motibazio nagusiak hurrengoak dira: sozialki elkar eragitea, oroitzapenak multzokatzea, auto-aurkeztea edo identitatea adieraztea, errealitatetatik ihes egitea eta gainontzekoen profilak eta argazkiak kurioseatzea. Beste erabilera posible batzuk hauek

lirateke: gainontzekoen bizitzak ezagutzea eta bigilantzia zein kontrola, “guaia” izatea eta sormena (Casado eta Carbonell, 2018).

Filtroak tresnarik ospetsuenetarikoa eta erabilitakoena da. Aurpegia zein itxura eta argazkia bera igo aurretik aldatzeko aukera ematen dute eta publikazio zein istorio moduan igoko diren argazkietan aplikatzen dira. Horretaz gain, zuzenean egiten diren bideoak ere fama handia dute, gainontzeko erabiltzaileen iruzkinak momentuan jasotzeko aukera ematen dutenak (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Erabiltzaileek euren kontuan dauden “gustuko dut” kantitatea ikusi eta berrikusi dezakete eta horren arabera neurtzen da askotan nor den famatua eta nor ez. Horregatik, “gustuko dut”-ak zein jarraitzaileak erosteko aukera existitzen da (Verrastro et al., 2020).

“Gustuko dut” zein jarraitzaileekin interakzio gutxi lortzen direnean, kontua ezabatzeko aukera dute erabiltzaileek, besteen gustukoa ez den kontua dela argudiatuz. Hori autoestimu baxuarekin harremanetan dago (Garzón, León eta Trejo, 2019). Gazteak barne hartzen dituen ospearen lasterketa honek pertsonen ongizate orokorrean ondorio latzak ditu. Instagramen geroz eta erabilera handiagoak jokabide nartzisistak, bakardadea, antsietatea eta depresioa sorrarazten ditu (Verrastro et al., 2020).

Autoestimuekin erlazio zuzena du Instagramen egiten den erabilerak. Gazteei eragiten die argazkien erabilera sare sozialetan eta horien ondorioak izaera psikologikoa dute, gehien bat. Horrelako sare sozialak erabiltzeak autoestimuan dituen eraginak bi zentzutan banatu daitezke: alde batetik, obsesioa garatzen da interakzioekiko, hau da, igotzen den edukia ikusia, miretsia eta iruzkindua izatea da etengabe bilatzen dena. Beste alde batetik, etengabe onarpenaren bila egotea legoke, ondo ikusi dagoen hori adierazten duten argazkiak publikatuz, mundu birtualean eman nahi den itxura erakutsiz, eta abar. Publikazio horiek, askotan, norbanakoaren bizitza pertsonal errealetik urrun dagoen errealitate bat islatzen dute eta horrek ondorio psikologiko, sozial eta kulturalak ditu; zer esanik ez autoestimuan izan ditzaken eraginetaz (Verrastro et al., 2020).

Horregatik, Instagram bezalako sare sozialetan, testuingurua eraiki egiten da, ez da aurretiaz emanda agertzen: egoera jakin bat proiektatzen denean, ari gara erakusten pertsona eredu edo klase jakin bat garela, eta horrela tratatuak izateko eskubidea aldarrikatzen dugu. Exigentzia moral bat ezartzen da besteekiko. Agertoki birtualean aritzeak, beraz, modu askotako gezurrak antzezteko aukerak handitzen ditu, gezurrak

esateko beharrik gabe. Inpresio faltsuak sortzearen bidez gauzatzen da aipatutako, argazki bat filtro baten bidez aldatzen denean bezala (Verrastro et al., 2020).

*Selfie* fenomenoari dagokionean, lehen aipatu moduan, igotzen diren argazkiak ikusiak eta miretsiak izateko behar edo obsesioa hedatu egin da, “*selfie* sindromea” bezala ezagutzen dena. Bizitza pertsonala modu konpultsiboan erakusteko beharrari erantzuten dio, etengabeko onarpena aurkitzea helburu duena eta gainontzekoei gustuko izango zaien identitatearen eraikuntzan autoestimua baxua demostratzen duena (Verrastro et al., 2020). “Gustuko dut”-ek, bada, mundu birtualaren baitan onarpena ordezkatzeko dute. Horiekiko, edo bestelako interakzioekiko dependentzia izango du autoestimua baxuko erabiltzaileak, izan ere, bere burua definitzeko horrelako *feedback* beharra du eta geroz eta irudi gehiago partekatuko ditu onarpen horren bila (Garzón, León eta Trejo, 2019). Gainera, etengabeko jakinarazpenek adikzioa handitu egiten dute (Gil eta Fernández, 2020).

Instagramen *selfie*-ak partekatzearen eta gorputz atsekabearen artean bada korrespondentzia bat: batez ere, emakume gazteen artean, *selfie*-ak partekatzearen efektua estereotipoetara egokitzeko presio sozialarekin dago erlazionatua, baita itxuran oinarritutako lehiaketa sozialarekin, besteen iritzien beldurrak eraginpean (Verrastro et al., 2020).

Edertasun estereotipoen inguruan ematen den gertaera garrantzitsu bat dismorfia digitala da, lehen aipatu moduan, sare sozialetan hedatu den edertasun femeninoaren estandar idealen eta egiazko emakumeen itxuren arteko diskrepantziari egiten dio erreferentzia. Dismorfia digitala irudi digitaletan adierazten da, gustatzen ez zaizkigun gure zatiak aldatu eta gure on-line itxura moldatzean datza, aplikazio ezberdinen bidez eta sare sozialetara igotzeko helburuarekin. Dismorfia mota honek presio gehitua suposatzen du, izan ere digitalki modifikatuak izan diren irudiak inolaz ere ez dira edertasun kanon errealista bilakatuko. Azken finean, norbanakoak hain gaude barneratuak mundu digitalean, gorputz femeninoaren ikuskera sozial guztiz dismorfikoa dugula. Emakumeek horren aurrean igoko dituzten argazkiak moldatzera eramaten ditu, sentitzen duten presio sozialak bultzatuta. On-line irudien eta irudi errealen artean dagoen inkongruentziak antsietatea eta atsekabea sortzen ditu (Verrastro et al., 2020).

## 2.2 TESTUINGURUA

Marko teorikoan Instagramen sarrera egin arren, plataforma testuinguratzeko bere funtzioetan sakontzea eta EAEn zein Estatu espainiarreko datu ezberdinak aurkeztea izango da atal honen helburua, bere nolakotasuna eta EAEn duen intzidentzia ezagutzeko asmoz. Gerora egingo den analisia testuinguruan jartzea ere izango da puntu honen xedea.

### 2.2.1 Zer da Instagram?

Instagram 2010an Kevin Systrom eta Mike Kriegerrek sortutako sare soziala da, *smarthphonetan* erabiltzen dena, gehien bat. Aplikazio honen bidez, erabiltzaileek argazkiak aukeratu, moldatu edo editatu eta igo ditzakete, eguneroko bizitzako une ezberdinak momentuan bertan zure jarraitzaileekin partekatzeko (Garzón, León eta Trejo, 2019). 2012an Marc Zuckerbergekek Facebook-en jabeak, Instagram erosi zuen 1.000 miloi dolarren truk (BBC Mundo, 2012). 2017rako Instagram 800 milioi erabiltzaile zituen, %90 35 urtetik beherakoak zirelarik (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Sare sozial honetako erabiltzaileek Facebook-eko erabiltzaile izenarekin, zein beste sare sozial batekoarekin, edo helbide elektronikoarekin, kontua irekitzeko aukera dute, egiten dituen bidaietako, bizitza pertsonaleko, lagunen, bizi ereduaren edo beste edozein tematikaren argazkiak igo ahal izateko. Argazki propioak igo nahi ez izatekotan, jarraitzen dituzten horien argitalpenak ikusteko aukera dute. Beste alde batetik, argazkiak modu publikoan argitaratu daitezke, hau da, Instagram kontua duen edonork ikusi dezake igotzen den edukia; edo pribatuan, soilik edukia ikusi baino lehen erabiltzaileagatik onartuak izan diren horiek ikusi dezakete. Erabiltzailearen erabakia da jarraitzaileak onartzea ala ez (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Argazkiak partekatzearekin batera, iraunkorki biltegitratzen dira; *storieak* igotzeko aukera ere badago, soilik 24 orduz aktibo daudenak. Biak ala biak ezabatzeko aukera dago, edo artxibatzekoa, eta bi kasuetan soilik kontuaren jabe denak ikusteko aukera izango du. Publikazio zein *storie* guztiei txertatu ahal zaie deskribapen, esaldi zein pentsamenduren bat. Beste erabiltzaileek “gustuko dut”-ak zein iruzkinak utzi ditzakete argitalpenetan, kontuaren jabeak hala baimentzen badu. Argitalpenarekin batera doazen testuek, batzuetan, *hashtag*-ak izaten dituzte eta etiketa horiek beste pertsona batzuek gai bera darabilten edo etiketa bera duten irudi guztiak modu publikoan aurkitzeko balio dute, aplikazioaren bilaketa sistemari esker. Azken urteetako aukera bat da pertsonak beste

kontu batzuetako irudiak gorde ahal izatea, euren kontuko atal baten baitan, betiere aplikazioaren barruan, geroago ikusi nahi izatekotan aukera izan dezaten, jabeak jakin ez arren (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Txat bat ere badago, eta bertan testu-mezuak bidali daitezke, baita beste pertsona batzuen argitalpenak edo *storieak* erabiltzaileen artean partekatu ere, igo duten erabiltzaileak inola ere ez jakinarazi gabe (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Aplikazio honen baitan ezagun egin den tresnetako bat argazkiak partekatu aurretik editatzeko aukera da (ebaki, ertzak jarri, markoak erabili hobetzeko, filtro bereziak aplikatu), baita denbora errealean bideoak (*liveak*) egin, iruzkinduak izan daitezkeenak bideoa egiten ari den unean bertan (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Erabiltzaileek beren kontuarekiko interakzioen eta bistaratzeen estatistikak berrikusi ahal dituzte, baldin eta enpresa kontu gisa aktibo badago. Bestela, argitalpen baten bidez lortutako “gustuko dut” kopurua baino ezin izango da ikusi (Garzón, León eta Trejo, 2019). Azken urteetako aukeretako bat, “gustuko dut”-en kopurua ezkutatzea da, jarraitzaileek ikusi ez dezaten eta soilik kontuko jabeak ikus ditzan.

Beste hainbat aukera ere gehitu dira: kontuaren nondik norakoen estatistika zehatzagoak ezagutzea, *storiei* “gustuko dut” ematea, bi kontuk argazki partekatu bat argitalpen modura igotzea, beste kontuen argazkiak ez agertzea ordena kronologikoan, baizik eta zure interakzioetan oinarritutako gustuen arabera, eta abar.

### **2.2.2 Estatu espainolean eta EAEn, sare sozialen eta Instagramen erabilera gazteengan**

Estatuko zein EAeko testuingurua azaltze aldera, EHUko NOR taldeak 2021 – 2022 ikasturtean EHUko eta NUPeko ikasleen partaidetzarekin osatutako 29. txostenean, Goirizelaia, Arana eta Miguélez-Juanek 2021an EHUko eta NUPen ikasleetan oinarritutako ikerketan eta UNICEFek 2021ean EAeko hainbat ikastetxeetan aurrera eramandako ikerketan oinarrituko naiz, besteak beste; baita Gazteen Euskal Behatokiak 2018 eta 2019 urteetan publikatutako txosten ezberdinetan ere.

2022an Instagramek, guztira, 1270 miloi erabiltzaile ditu. 2021. urtetik hona erabiltzaile kopurua 20 miloi areagotu da (Statista & Fernández, 2022). 2021an, Estatu espainiarrean,



24 miloi erabiltzaile zeuden, horien %12 Madrilen zegoen kokatua (Statista & Fernández, 2022).

EAEko gazteetara ekarrita, hainbat dira aztertu beharreko alderdiak: zenbat erabiltzen duten Instagram, zertarako eta nola. Hainbat dira gaiaren inguruan ikertu direnak. EHUko NOR ikerketa taldeak aurrera eramandako Ikusiker ikerketaren baitan, 29. txostenean, gazteek Instagram kontsumoaren inguruan dituzten nahi eta gustu zein ohiturak aztertu dituzte. 2021 – 2022 ikasturtean EHUko eta NUPeko 1000 ikasletik gora begirako inkesta emaitzetatik hainbat dira atera dituzten ondorioak. Inkestatuen %41,7k Instagram aukeratu zuen gehien erabiltzen zuen sare sozial gisa, Whatsappen aurretik. Hain zuzen ere, erantzun zuten 1431 pertsonetatik 1313k adierazi zuten Instagram erabiltzen zutela, eta falta zirenen erdiak, hau da, 118tik 59k kontua zeukatela aipatu zuten (Ikusiker & NOR taldea, 2021).

Beste alde batetik, Goirizelaiak, Aranak eta Miguélez-Juanek 2021ko urtarrilean EHUko eta NUPeko, 18 eta 24 urte bitarteko, 905 ikasleri egindako inkestatik, Instagramen gazteek duten jardunari buruzko hainbat datu eskuratu zituzten. Horietatik %99,7k onartu zuen sare sozialak erabiltzen zituela, eta %89,6k profila zuela Instagramen. Horrekin batera, adina faktore garrantzitsua dela baieztatzea lortu zuten, izan ere, 1999ean edo lehenago jaio ziren horien artean, bostenak (%18,6k), ia, ez dauka profilik aipatutako plataforman. Aldiz, 2000 urtekoen artean soilik %8,3k ez du, eta 2001ekoen artean %3,9k. 2002k aurrera jaio direnen %2k soilik ez du Instagramen konturik. Gaur egun, 19 urte edo gutxiagoko gehiengo zabal batek Instagram kontua dauka (Goirizelaia, Arana eta Miguélez-Juan, 2021).

Erabilei dagokienean, %69,9k adierazi zuen gehien bat *storieak* ikusteko erabiltzen zuela. Erabileraren artean nagusia da. Bestelako erabilerak honako hauek dira: *feed*-ak (publikazioak) ikusteko (%29,1), *reel*-ak (publikatutako bideo luzeak) ikusteko (%13), eta hain esanguratsuak ez diren beste hainbeste (IG TV, IG LIVE eta beste erabilera batzuk). Erabileraren helburu nagusia denbora pasa litzateke, %73,4k erantzun baitute horretarako erabiltzen dutela. Harreman sozialetarako (%58,3) eta gauza barregarriak ikusteko (%58,2) ere erabili ohi dute gazteek (Goirizelaia, Arana eta Miguélez-Juan, 2021).

Ikusikerrek egindako inkestaren arabera, %41,6k ahalko balu, denbora apur bat gutxiago igaroko luke Instagramen, eta %25,8k denbora askoz gutxiago. Izan ere, eskala batean

Instagrami buruzko balorazio orokorra eskatuta, non 0 negatiboa den eta 10 positiboa den, batz bestekoa 6,61ekoa puntuazioa izan zen (Ikusiker & NOR taldea, 2021).

2021ean UNICEFek argitaratutako txostenaren arabera, non EAEko 23 ikastetxetako 11 eta 18 urte bitarteko 4.597 parte-hartzailek osatutako ikerketako datuak agertzen diren, nerabeen %98,8 dago sare sozialen batean erregistratuta. Hain zuzen ere, sare sozialetan ez egotea da salbuespena (UNICEF, 2021).

Gazteen Euskal Behatokiak 2022an 2021eko eta aurreko urteetako adierazle ezberdinak barne biltzen dituen txosten bat argitaratu du. Bere baitan, adibidez, sare sozialen erabilerak azken urteetan izan duen bilakaera jasotzen du. Horren arabera, 2016an egunero hiru sare sozial edo gehiago 15 eta 29 urte bitartekoen artean %33,1k erabiltzen zuen, aldiz, 2021an %84,3k erabiltzen du. Bilakaera 5 urteren baitan asko hazi da (Gazteen Euskal Behatokia, 2022).

Gazteen Euskal Behatokiaren datu eta estatistika biltegian topatu daitezke Instagramen erabileraren inguruko datuak. 2021ko datuen arabera, EAEn, 15 eta 29 urte bitarteko gizonen %77,7k Instagramen eguneroko erabilera zuen; emakumeen kasuan, %87,3k. Datu bereizgarriena, adin tartetan dago: 15 eta 19 urte artean %88k dauka eguneroko erabilera, 20-24 urte artean %84,4k eta 25 eta 29 urte artean %73,8k. Ikusi dezakegu, beraz, emakumeen kasuan eguneroko erabilera handitzen dela; baita gazteenetan ere (Gazteen Euskal Behatokia, 2022).

Goirizelaiak, Aranak eta Miguélez-Juanek ere emakumeak Instagramen aktiboagoak direla erakusten dute, batez ere, *storie*-i dagokienean. Emakumeek *storie*-ak gizonak baino gehiago erabiltzen dituzte, inkestan *storie*-ak asko erabiltzen dituztela erantzun dutenen %40 emakumezkoak dira eta soilik %25 gizonaizkoak (Goirizelaia, Arana eta Miguélez-Juan, 2021).

Erabilera-ohituretan eta sare sozialen arriskueta sakontzeko, lehenik eta behin UNICEFen ikerketan murgilduta, adikzio eta obsesioak aztertuko ditut. Ikerketan, %46,4k adierazi zuen Internet egunean 5 orduz baino gehiago erabiltzen zuela asteburuetan eta %31k astean zehar. Hain zuzen, 10 nerabetik 6k mugikorrarekin lo egiten dute. Internet eta sare sozialetan, erabilera problematikoen prebalentziari dagokionez, hau da, adikzio eta erabilera negatiboari dagokionez, Estatu mailan %33koa da erabilera

problematikoa eta EAEn %32,5koa. Emakumezkoen kasuan, proportzioa gizonezkoena baino nahiko altuagoa da, %36,2 emakumeengan eta %28,7 gizonengan (UNICEF, 2021).

Bestelako arriskueta murgilduta, hau da, kanpo eraso eta indarkerian, kezka geroz eta hedatuago dago. 2018an, EAEn 15 eta 29 urte bitarteko gazteen %87,6k sare sozialetan pribatutasuna bermatzeko neurriak hartu zituela zioen. %14,1k sare sozialen batera sartzeko pasahitza eman izan die beste pertsona batzuei, %26,6k pertsonalki ezagutzen ez zituen pertsonen adiskidetasun-eskaerak onartu izan ditu, eta %23k aitortu zuen ez ziola inoiz baimenik eskatu bere argazki eta bideoetan agertzen ziren beste pertsoneri, pertsona horien pribatutasuna bermatzeko neurri gisa, Internetera igo aurretik (Gazteen Euskal Behatokia, 2019).

Ziber-jazarpenari eta ziber-erasoei dagokionez, EAEn, 15 eta 29 urte bitartekoen %1,7k jasan zuen ziber-jazarpena 2016an, eta %3,3k 2021ean. Gehien pairatzen dutenak 15 eta 19 urte bitartekoak dira, %4,5k jasan izan baitu (Gazteen Euskal Behatokia, 2022). 2018an, gazteen %8,7k zioen gutxienez behin ordezkatu izan dutela bere identitatea sare sozialetan, eta %7,2k jakinarazi zuen gutxienez behin norbaitek zabaltu izan duela sare sozialetan, bere baimenik gabe, bera agertzen zen argazki edo bideo konprometitu, iraingarri edo lotsagarriren bat. Gainera, gazteen %17,9k zioen noizbait sentitu izan duela norbaiten jazarpena etengabe mezuak bidaltzen zizkiolako, iruzkin desatseginak bidaltzen zizkiolako edo sare sozialen bitartez iraintzen zuelako. Eta jazarpenik sentitu izan ez balu ere, Euskadiko gazteen erdiak baino zertxobait gehiagok (%52,4k) zioen gutxienez behin irten izan dela sare sozialen batetik edo blokeatu izan duela norbait, haren mezu desatseginik ez jasotzeko (Gazteen Euskal Behatokia, 2019).

UNICEFen ikerketaren arabera, EAEn, 10etik 2 nerabe izan daiteke orain ziber-jazarpenaren biktima. Inkestatuei dagokienez, %40k erantzun zuen norbaitek eduki erotik/sexualeko mezuak bidali izan dizkiela; %24,1k aipatu du bere kontaktuetako baten eskutik izan direla argazkiak eta bideoak, hau da, kontaktuen eskutik *sexting* pasiboa pairatu duela; %10,4k adierazi du presionatua izan dela eduki erotik/sexualeko argazkiak eta bideoak bidali ditzan eta %4,1k xantaia egin diote eduki erotik/sexualeko bere argazkiak eta bideoak argitaratu, zabaltu edo berbidaltzeakin (UNICEF, 2021).

### 3. PLANTEAMENDU METODOLOGIKOA

---

#### 3.1 DISEINUA

Jarraian, helburuak betetzera begirako metodologia azalduko dut. Metodologia mistoa erabiltzea erabaki dut ikerketa honetarako. Horregatik, teknika, metodo eta definizio kuantitatibo zein kualitatiboak erabiliko ditut eskuartean dudan ikerketa gai bakarria ikertzeko garaian. Biek ala biek, indargune eta ahulgune ezberdinak aurkezten dituzte; intentzioa da bien integrazioaren bidez, bakoitzaren hutsuneak bestearen onurekin neutralizatzea, hor baitago metodologia honen potentzialtasuna. Azken finean, bi paradigmen atributuak nahastean datza metodologia mistoa.

Chavesek (2018) azaldu moduan, metodo kuantitatiboaren eta kualitatiboaren integrazio sistemikoa ikerketa bakar batean, fenomenoaren ikuspegi osoa lortzeko bide bat da, maiztasunak, faktoreak eta emaitzak alderatzea baimentzen baitu. Ikerketa metodo mistoek ikerketa aberasgarriagoa bilakatzen dute zabaltasuna, sakontasuna, dibertsitatea, aberastasun interpretatiboa eta ulermena areagotzen dituelako.

Paradigma bien erabilpenaren helburua zera da: jasotzen diren datuen atzean ezkutuan gordetzen dena argitara ematea. Izan ere, datuen sorrera eta bilketa ez dira neutroak; datuak sortu eta biltzen dituen ikertzailearen sinesmenak eta ulermen markoa guztiz baldintzatzaileak dira, ikergaia definitzeko orduan ere, kezka definitzen baitute. Horregatik, esan daiteke metodologia mistoa datuek esan ezin dutena edo datuen atzean dagoen testuinguru kulturala aztertzeko aukerak ematen ditu (Chavez, 2018).

Hain zuzen ere, metodologia mistoa paradigma interpretatibotik helduko dut, ezagutzaren eraikuntza soziala prozesuan parte direnen aportazioekin aztertuz. Ez da hautu huts bat, Gonzálezen arabera paradigma zera da: *“komunitate zientifiko baten munduaren kosmobisio partekatua; errealitatean kokatzeko, honako hau interpretatzeko eta bertan aurkezten diren arazoei soluzioa eskaintzeko eredia da”* (González, 2003).

Paradigma interpretatiboa ekintza soziala mundu bizidunaren testuinguruan eta parte hartzaileen ikuspegitik ulertzeko beharretik sortzen da. Hain zuzen ere, paradigma hau Weberren proposamen baten garapena da, inguratzen gaituen eta bertan murgilduta gauden errealitatearen zientzia praktikan jartzeko beharretik jaiotzen dena.

Testuinguruaren eta bere egungo forman dituen adierazpenen esanahi kulturala, alde batetik, forma historiko horretan, eta ez beste batean, ekoitzia izatea determinatu zuten kausak, beste alde batetik, ulertzeko saiakera bat da (Burgardt, 2004). Horregatik, askotan metodologia kualitatiboarekin erlazionatuta agertzen zaigu paradigma interpretatiboa.

Labur azaltzearen, paradigma interpretatiboaren helburua errealitateak duen izaera holistikoa mahai-gaineratzea eta azaltzea da, errealitate positibotik guztiz aldenduz, eta horren izaera anitzaren zein sozialki eraikiaren alde egiteko. Finean, ikerketaren helburua errealitatea osatzen duten fenomeno ezberdinak konprenitzea da. Ikertzailearen eta ikergaiaren arteko erlazioari dagokionean, elkarrekintza eta elkarreragina aitortzen ditu; ikertzailearen independentziaren kontra, ezagutzen den subjektuaren eta ezagugaia den horren arteko harremana onartua dago. Gainera, orokortasunerako aukerak ematen ditu; izan ere, fenomeno ezberdinak elkarren artean eragiten baitira eta lotura kausala demostra daitezke horien artean. Ezin dira arrazoiak edo kausak eta ondorioak edo eraginak, batak besteengandik, aldendu. Bukatzeko, balioek eta sinesmenek ikerketan joka dezaketen paperaz mintzo da, horien eragin posiblea aitortuz (González, 2003).

Nahiz eta ohikoena, paradigma interpretatiboaren baitan metodologia kualitatiboa erabiltzea den, kasu honetan biak konbinatuko dira. Izan ere, ikerketa kuantitatiboak azterketaren beharra azaleratu, arazoak identifikatu, harremanetan jarri eta kuantifikatzea ahalbidetzen du. Ikerketa kualitatiboak, aldiz, edukia emateko oinarriekin hornitzen du ikerketa, kausetan sakontzen du, funtzionamendua izaeratzten du eta irtenbide posibleko aldaketa hipotetikoak aberasten ditu. Azkenik, ikerketa mistoak ikerketan dimentsioak zabaltzeko aukera handitzen du eta azterketarako fenomenoak ulertzeko zentzua handitzen eta sakontzen du (González, 2003).

Eskuartean dudan ikerketaren landa lana, beraz, bi fasek osatzen dute. Lehenik eta behin, metodologia kuantitatiboa ardatz, ikertzen ari naizen fenomenoak eta horren eragin zen efektuak zenbakituko eta frogatuko ditut, hau da, Instagramen erabilera neska gazteengan eraginak dituen ala ez ezagutuko dut, eta zer neurrian den horrela aztertuko dut. Orokorrean, eragin eta efektuak ezagutzeko lehen mailako datuak erabiliko ditut, eta horien bilketarako erabiliko dudana teknika kuantitatiboa inkesta izango da (ikus I. eranskina). Zehatzago, Ezkerraldeko itunpeko ikastola bateko 1. eta 2. batxilergoko, 16 eta 18 urte bitarteko, 78 neska inkestatu ditut. Guztiak dira Instagram erabiltzaileak.

Bigarrenik, metodologia kualitatiboaren bidez, fenomenoaren eraginen eta efektuen nolakotasunean murgilduko naiz, lehengo fasean ezkutuan gelditu diren edo ustekabean ihes egin duten aspektu eta alderdi ezberdinak ezagutzeko helburuarekin. Kasu-azterketaren bidez efektu eta eraginen testuinguruan eta arrazoieta sakontzea izango dut xede. Hau da, Instagramen neska gazteen erabileraren nolakotasuna eta auto-pertzepzioan dituen eraginak aztertuko ditut. Horretarako, lehen mailako datuak biltzeko teknika kualitatiboa erabiliko dut, sakoneko elkarrizketa erdi-gidatua (ikus II. eranskina). Bi dira egin ditudan sakoneko elkarrizketa erdi-gidatuak; biak 18 urteko neska erabiltzaileei bideratuak izan dira. Lehena, Bilboko Indautxu auzoko institutu publiko bateko 2. batxilergoko ikasle bati bideratua izan da; bigarrena, Deustu auzoko institutu publiko bateko 2. batxilergoko ikasle bati bideratu zaio. Bi elkarrizketak ordu bateko luzera izan dute, gutxi gorabehera.

Bukatzeko, planteamendu metodologikoaren diseinua, ikerketaren hasieran azaldu ditudan helburuak betetzera begirakoa izateaz gain, hurrengo hipotesia egiaztatzea edo gezurtatzea du xede. Horregatik, behin marko teorikoan posizionamendu teorikoa garatuta, ikergaia testuinguratuta eta helburuak betetzera bidean erabiliko ditudan teknikak zehaztuta, datuen bilketak ahalbidetuko didan analisia hipotesi honen bueltan ardaztuko da: **Instagramen, 16-18 urte bitarteko neska gazteen erabilerak eta harremanek eragin negatiboak ditu euren auto-pertzepzioan, gehien bat itxurari eta gorputz-irudiari dagokionez.**

Diseinu teknikoaren dagokionez, aipatu moduan 1. mailako datuak biltzeko bi iturri erabiliko dira: inkestak eta elkarrizketak. Bertatik jasotako datuak bildu eta analisia (ikus 4. Analisia) ardazteko erabiliko dira. Asmoa da datu iturri nagusia inkestak izatea eta elkarrizketetan jasotako pertzepzio eta iritzien bidez datu kuantitatiboak osatzea; baita marko teorikoan erabili diren autore ezberdinen ekarpenen bidez ere.

Analisia hiru zatitan dago banandua: lehenengo blokean, Instagramen neska gazteek dituzten erabilera nagusiak eta horien nolakotasuna aztertuko dira. Bigarren blokean, plataforman sortzen eta aurrera eramaten diren harremanetan jarriko da fokoa, horien izaera aztertzeke asmoz. Hirugarrena eta garrantzitsuena, eraginen eta ondorioen blokea da, eta aurreko bi ataletan azertu diren alderdi eta aspektu ezberdinek sorrarazten dituen eraginak aztertuko dira, amaieran eragin horiek positiboak edo negatiboak diren ondorioztatzeko.

Analisian lortu diren ideia nagusiak ondorioen atalean (ikus 5. Ondorioak) laburbilduko dira, eta helburu bakoitza, banan-banan, aztertzeko, analisian zein ikerketan zehar lortu diren emaitzak erabiliko dira, xedeak bete diren edo ez ebazteko. Horrekin batera, amaierako hausnarketa baten bidez, hipotesia baieztatzea edo ezeztatzea da asmoa; baita ikerketan zehar atera diren elementu berri eta interesgarriak azpimarratzea ere.

### **3.2 LAGINA**

Laginari dagokionez, teknika bakoitza lagin ezberdin bati bideratuta dago. Alde batetik, Ezkerraldeko itunpeko ikastola bateko, 16 eta 18 urte bitarteko, 78 neskek parte hartu dute inkestetan. Parte hartu dutenen artean, 16 urtetakoak 14 dira, 17 urtetakoak 45 eta 18koak 19. Horietatik 19 Batxilergoko 1. mailan daude eta, gainontzekoak, 59, 2. mailan. Neska gazte guztiek Instagram kontua dute.

Beste alde batetik, 2 sakoneko elkarrizketa erdi-gidatuak egin ditut, biak Batxilergoko 2. mailakoak eta 18 urtetakoak dira. Batak Bilboko Indautxu auzoko institutu publiko batean ikasten du; bestea, aldiz, Deustu auzoko institutu publiko batean ikasten du. Biek Instagram kontua dute.

## **4. ANALISIA**

---

Metodologia atalean aipatu moduan, analisiak elkarrizketetatik eta inkestetatik ateratako datuak aztertzea izango du helburu. Asmoa, inkestetan eskuratutako datuak elkarrizketetan lortutako adierazpen subjektiboagoekin, hau da, iritzi eta sententzioekin lotzea eta marko teorikoan azaldutako ideia ezberdinekin kontrastatzea litzateke. Horrela, diseinu metodologikoan (ikus 3. Metodologia) formulatutako hipotesiarekin jarriko da harremanetan lortu ditudan emaitzak, hori baieztatze edo ezeztatze aldera.

Horretarako analisia hiru atal ezberdinetan dago banatuta: alde batetik, neska gazteek Instagramen dituzten erabilerak aztertuko dituzte; bigarrenik, neskek, Instagramen, zer nolako harremanak garatzen dituzten eta horien nolakotasunean sakonduko dituzte; eta bukatzeko, erabilerak, harremanak zein Instagramek baimentzen dituen bestelako aspektuek neska gazteengan dituzten ondorioei eta eraginei eutsiko diet.

### **4.1 ERABILERA**

Atal honetan hiru aspektu nagusi aztertuko dira: alde batetik, Instagram erabileraren aspektu orokorrenak; bestetik, horiekiko pertzepzioa; eta bukatzeko, erabilpen nagusiak eta horien nolakotasuna.

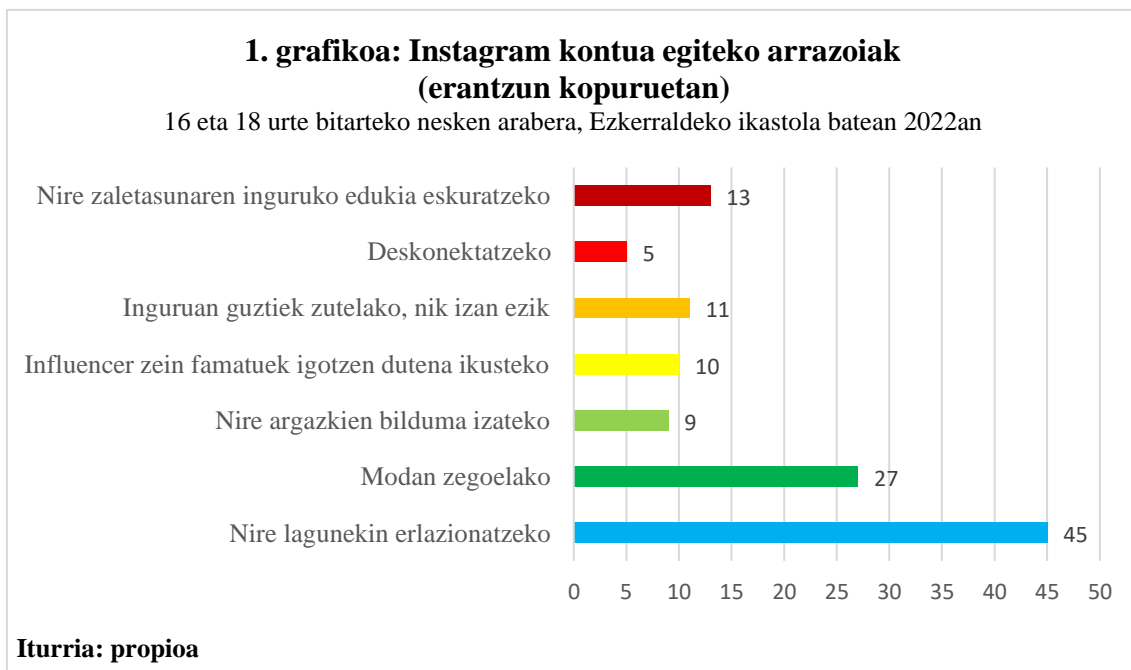
#### **4.1.1 Erabileraren aspektu orokorrak**

Lehenengo puntu honetan, plataformara sartzeko arrazoi nagusiak eta erabilpen ohiturak aztertzea izango da asmoa. Instagramen erabilerari dagokionez, garrantzitsua da, alde batetik, plataforman parte hartzeko atzetik egon daitezkeen arrazoiak, baina baita, neska gazteek bertan aurrera daramaten erabilera nagusiak. Horrela ezagutzen baita zein den Instagramen dagoen dinamika orokorra ikerketa subjektuari dagokionean, eta zerk bultzatzen duen dinamika horretan parte hartzera.

1. grafikoan ikusi daitezkeen moduan, inkesta erantzun duten nesken gehiengoak Instagram kontua lagunekin erlazionatzeko sortu zuten. Erantzun gehien jaso dituen aukera izan arren, badira beste joera interesgarri batzuk: “modan zegoelako” edo “inguruan guztiek zutelako, nik izan ezik” antzeko erantzunak dira eta hainbat pertsonen



aukera nagusi moduan hartu dituzte. Badira beste arrazoiengatik sortu dutenak ere: gustuko duten edukia ikusteko zein *influencer* edo famatuek igotzen dutena jarraitzeko.



Bi elkarrizketatuek ere, lagun guztiak zuten eta modagatik sortu zuten kontua, eurekin erlazionatzeko eta zirkulu horretatik kanpo ez gelditzeko. 1. elkarrizketatuak 8 urte zituela egin zuen kontua eta esaten duenaren arabera, lagun guztiak zuten kontua eta egun osoa ematen zuten bertan edo horretaz hitz egiten.

2. elkarrizketatuak zera dio:

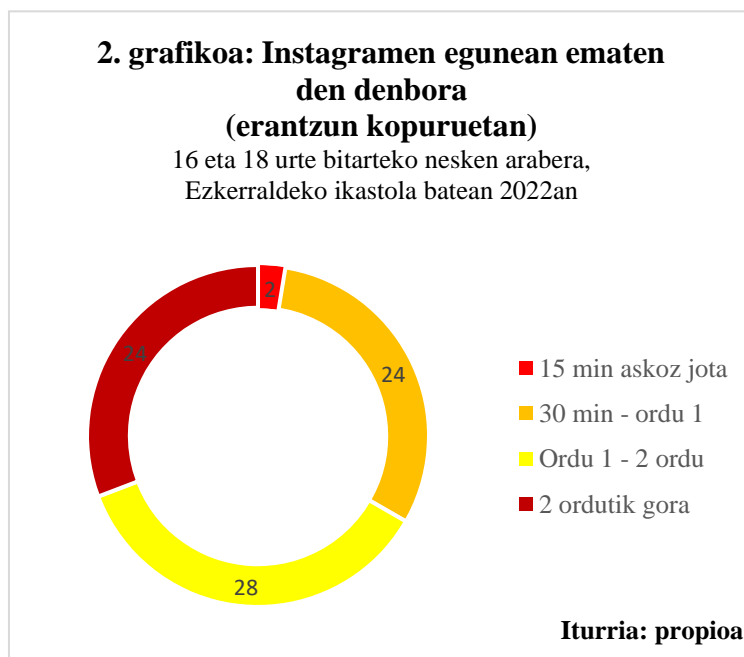
*“12 urte nituenean, uste dut. Al principio no quería hacerme. Nire lagunek egin zutelako egin nuen nik ere. Hortik hitz egiten zuten, para mandarse fotos, para hablar y no sé qué. Whatsapp bat bezala baina gertuagoa. Baina nik ez nituen argazkiak igo nahi. Baina azkenean egin nuen. Esan daiteke nolabaiteko presioa sentitu nuela”* (2. elkarrizketatu, 18 urte).

Master Amaierako Lanaren sarreran aipatu moduan, informazio ekoizpen zein eskuratzeko prozesuek hainbat eraldaketa modu orokortuan normalizatu dira, eta gazteen artean izan dute inpaktu nagusia. Gazteen bizitzaren parte naturala bilakatu da honako hau, eta horien erabilerarekin hazi eta hezi dira (Bernete, 2010).

Bi kasuetan eta inkestetan ikusi daiteke ez dela sinpleki moda bat, baizik eta asko eragiten dutela lagun taldeek eta hortik sortzen diren dinamikek. Hortik kanpo ez gelditzeko irekitzen da askotan kontua eta horrek presio bat ekar dezake atzetik. Hain zuzen ere,

Internet eta sare sozialak, harremanetarako tresna edo bitarteko izatetik haratago, esperientzia ekintza ere bada, subjektua definitzen duena. Gazteen identitatearen eraikuntzarako hainbat elementu eskaintzen baditu ere, sare sozialak ez dira espazio neutroak, hor aurrera eramaten den praktika soziala gidatua eta antolatua dago interpretazio soziokultural batzuen arabera (Del Prete eta Redon, 2020). Horrek, beraz, Instagram bezalako sare sozial batean kontu berri bat irekitzera bultzatzeaz gain, batez ere, lagunekin harremana mantentzeko eta lagun taldeen presioak eramanda, bertan nagusitzen diren praktika sozialak eta erabilerak errepikatzen daramatza gazteak.

Beraz, presio sozial horrek eramaten ditu gazteak, digitalizazioaren aroan, sare sozialetan euren ingurukoekin harremanetara, horretarako behar handiena eta bide nagusia izateraino (Espinoza eta Dolores, 2021). Finean, sare sozialetara batzeak bere ondorioak ere baditu. Américok esan bezala, barruan egoteak kulturak eta gizarteak pairatu dituen aldaketak asumitzea da, horrek dakarren menderapen handiagoko egiturak asimilatzea. Eta kanpoan gelditzeak edo integratzeko zailtasunak izatea, aurrerapenetan eta harreman sozialetan eman diren aldaketetara moldatzeko gaitasun eza demostratzen du (Américo, 2018). Biak ala biak sare sozialek gazteen bizitza nola baldintzatu dezaketen erakusten dute.



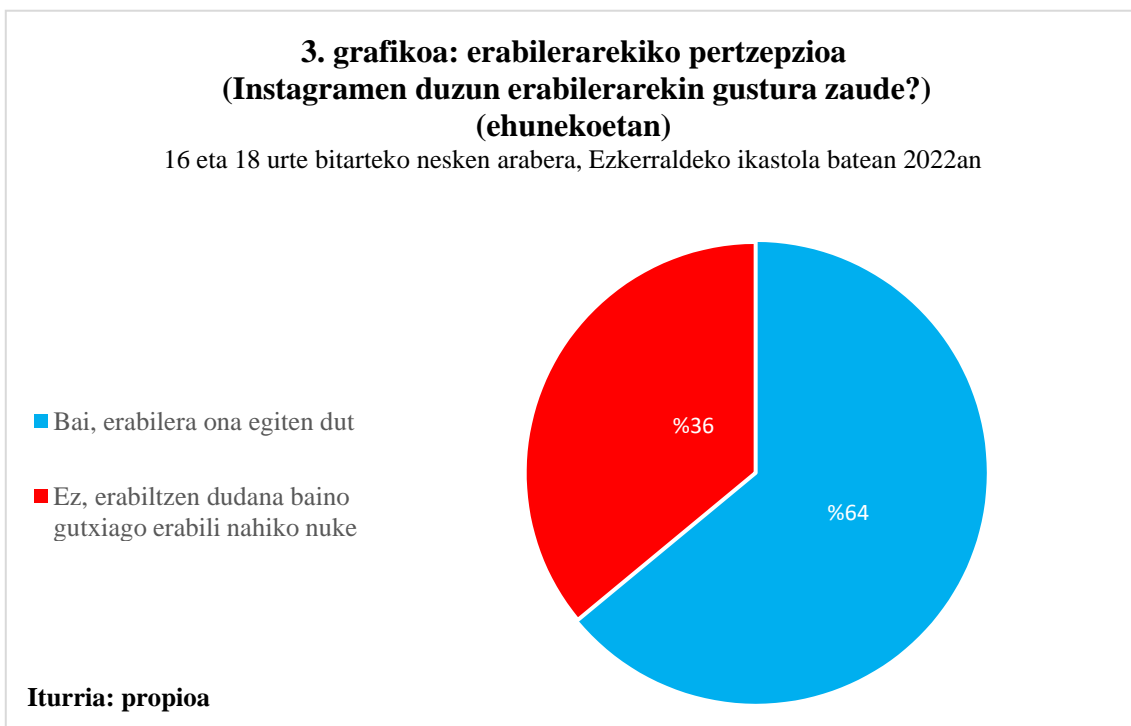
2. grafiko honetan ikusi daiteke, hain zuzen ere, 1. grafikoan aipatutako erabileraren dimentsioa. Inkesta erantzun zutenen %67k ordu bete baino gehiago ematen du Instagramen egunean. %31k 2 orduetik gora ematen ditu egunean. Horrek, alde batetik, sare sozialak duen zentraltasuna adierazten digu. Bestetik, deduzitu dezakegu, gazteek,

orokorrean, euren artean harremantzeko tresna gisa erabiltzen dutela eta aurrez aurreko harremanak Instagram bidezko erlazioarekin konplementatzen dituztela. Baina, azkenengo gauza bat ere erakusten digu erabilera honek: lehenengo grafikoan adierazi bezala, kolektibitate birtualetik aldentzeak bere kostuak ekarri ditzake, eta horrek sarearekiko dependentzia garatzera eraman gaitzake. Bakarrik egotea ez existitzearen pareko ulertu daitekenez, egoteko behar horrek Instagramen erabilera sutsuaren arrazoia izan daiteke neska gazteen artean (Vásquez, 2008).

Gainera, bada beste arrisku argi bat: harremanen sendotasuna lausotzera datorren tresna gisa ere ulertu dira sare sozialak, ingurukoekin egon beharrean, orduak eta orduak bertara itsatsita egotera bultatzen gaituztenak. Internet eta sare sozialekiko dependentzia sortzeaz gain, depresioa eta bakardadea bezalakoak sorrarazi ditzake (Bargh eta McKenna, 2004).

#### 4.1.2 Erabilerekiko pertzepzioa

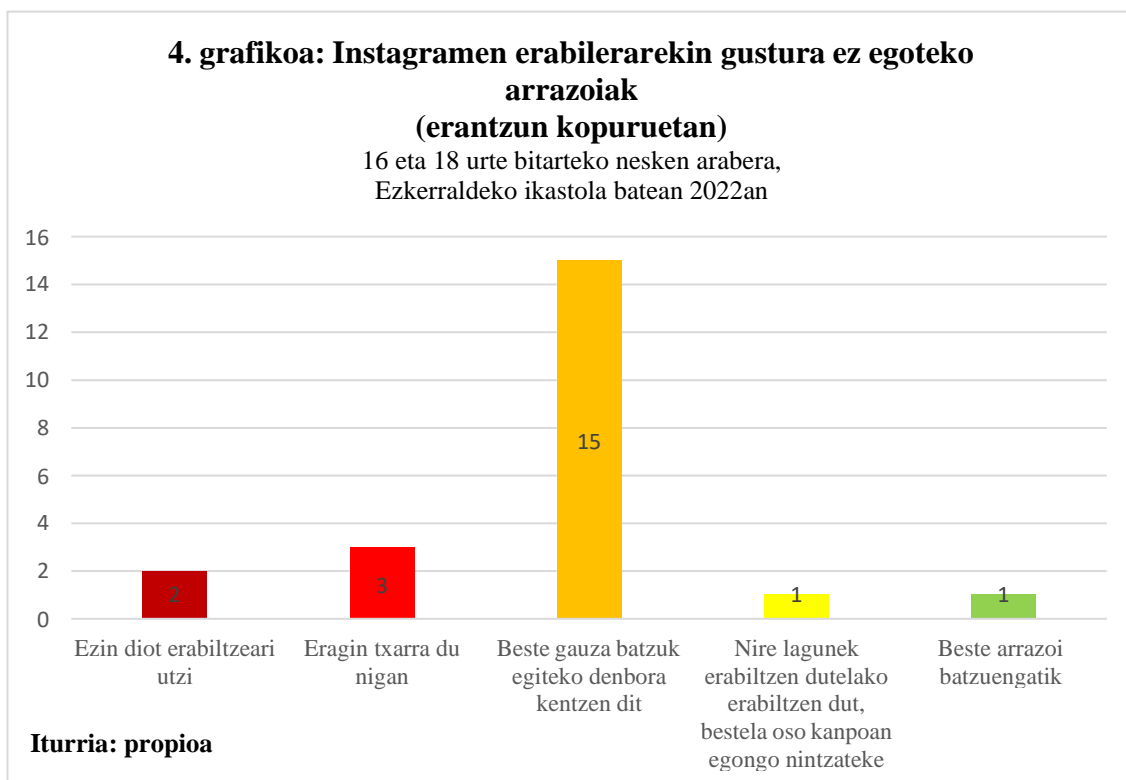
Bigarren puntu honen helburua, Instagramen neska gazteek duten erabileraren inguruan egin duten balorazioa aztertzea da.



3. grafikoa ikusi bezala, gehiengo zabal batek Instagramen orduak eta orduak eman ditu. Hala eta guztiz ere, %64k uste du sare sozial honen erabilera egokia egiten duela. Horren aurrean, galdera erantzuteko emandako beste aukera, erabilera txarra hor igarotzen den denborarekin erlazionatzen dena, %36k hautatu du. Ehuneko esanguratsua da eta horren

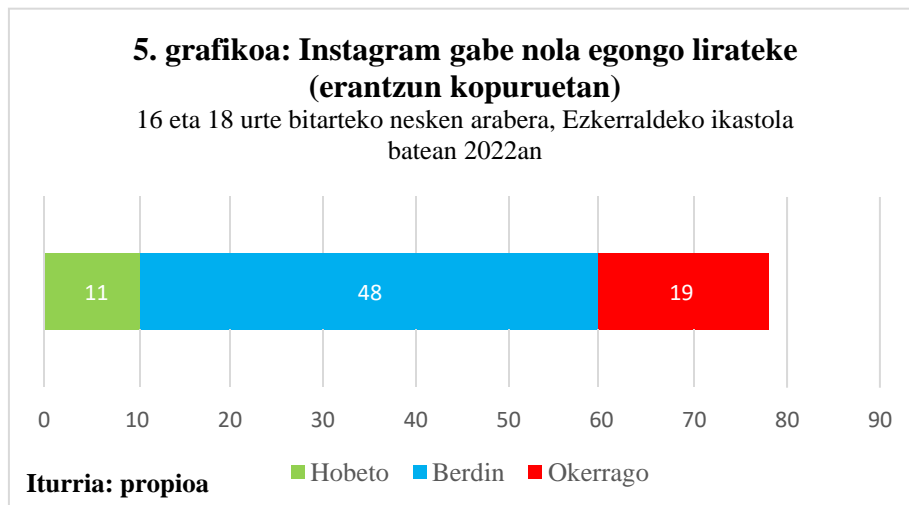
arrazoiak aztertzeko, 4. grafikoan ikusi daiteke zeintzuk diren hori erantzuteko kezka nagusiak, izan ere, duten erabilerarekin gustura ez egoteagatik erantzun dute ezezkoa.

Instagramen erabilerarekin gustura ez egoteko arrazoi nagusia, beraz, bestelako gauzak egiteko denbora kentzea dela adierazi dute 15 neska gaztek. Aurreko galderan ezezkoa erantzun dutenen eta horren arrazoiketa eman dutenen gehiengoa sartuko litzateke erantzun honen baitan. Inkestan agertzen zen aukerak zera zioen: “Beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit (ikasketak, familia, lagunak...)”. Beraz, aurretik aipatu moduan, Instagramen gehiegizko erabilerak ingurukoekin erlazionatzeko eta sozializatzeko eretan duen eraginak sortzen du kezka gehien. Internet interakzio sozialerako bide berri eta ezberdinetarako aukerak irekitzen dituela pentsatzen dutenak badiren arren, konektibitate sozialari ekarpen egiten diotela defendatzen dutenak ere badira (Bargh eta McKenna, 2004). Erantzun honetan txanponaren bi aurpegiak ikus daitezke: batez ere, sozializatzeko erabiltzen den plataformak erlazioak aurrez aurre izateko denbora mugatzen du. Nahiz eta, beste hainbat jarduera egiteko denbora ere mugatzen duen: ikasketak, lana, beste hainbat eginbehar, eta abar.



Orokorrean, erabileraren pertzepzioa ona dela erantzun den arren, bada zati esanguratsu bat bere bizitza erreala birtualagatik baldintzatua ikusten duena, eta ez dena eroso sentitzen horrekin. Era zuzenago batean galdetuta, 5. grafikoan ikusi daitekeen bezala, Instagram gabe gehiengo zabala berdin egongo litzateke. Baina begiratu behar ditugun

datuak dira: 78tik 20 bat neska gazte okerrago sentituko litzatekeela, eta aldiz, 11 hobeto egongo zela erantzun dutela.



Gehiengo zabalak ez dio gehiegizko garrantzirik eman Instagram izan edo ez izateari, horren inguruan iritzi sendorik ez izateagatik zein euren bizitzetan eragin handirik ez izateagatik. Hala ere, 30 bat gazteren erantzunak erakusten du erabileraren inguruko hausnarketa, kontzientea ala inkontzientea, bat dagoela atzean: okerrago aukeratu dutenek, lagunekin zein ingurukoekin harremana apur dezaketelako, hau da, dependentziaren adierazle. Baita dituen beste onura batzuk galdu ere: informazioa bilatzea, eguneratua egotea, eta abar. Eta hobeto aukeratu dutenek, aldiz, Instagramek sortzen duen dinamika guztiarekin apurtzeko aukera izan dezaketelako. Bi erantzun horien atzean Instagramen dinamikarekiko nolabaiteko lotura adierazten da, eta aldi berean, horrekiko beharra.

Elkarrizketetara bueltatuta, 1. elkarrizketatuak Instagramen duen erabileraren inguruan galdetzean gustuko duela dio, aktiboa dela baina lagunekin hitz egiteko erabiltzen duela gehitzen du, eta ez duela inongo edukirik igotzen. Baina nahiz eta gustuko izan Instagram kentzeko ideia noizbaiten ia izan duen galdetzean zera dio:

*“Bai. Atzo bertan. Pues sin más, batzuetan pentsatzen dut Instagrama dela oso irreal eta heltzen da puntu batera non esaten dut: “buah, me lo voy a quitar, estoy harta”. Baina gero, pues ez dakit, azkenean ez dut egiten, ez dakit zergatik”*  
(1. elkarrizketatua, 18 urte).

Nahiz eta Instagram gustatu, edo behar izan lagunekin erlazionatzeko, neke zein saturazio puntu bat ere badago, 3., 4. eta 5. grafikoekin lotuz gero, denbora galtzeko kezkaekin

erlazioan dagoena. Izan ere, ez dira berdin baloratzen aurrez aurreko ekintza eta sozializazioa sare sozial honetan aurrera eramaten den jardunarekin alderatuta.

Instagramen dagoen edukia balio gutxikoa dela azaldu arren, hori kentzearen ondorioez hitz egiterakoan, atzera bota eta beldurtu egiten da. “(...) *beti ikusten ditudan gauzak dira super absurdoak, eta pff (hasperen egiten du), ez dakit. Dira como gauza txiki asko eta esaten dut: “buah, kanpora”. Baina gero, no sé.*” (1. elkarrizketatua, 18 urte). Hala ere, zaila da jakitea horren atzean zer dagoen.

2. elkarrizketatuari dagokionez, Instagrama erabiltzea gustuko duela adierazten du, nahiko erabiltzen duela, baina batzuetan gehiegi dela: “*Eta erabiltzen dut bastante, más de lo que debería, yo creo. Behera egiten hasten zara eta ezinezkoa da gelditzea. Es como el Tiktok, te pones a ver un video, luego otro y otro...*” (2. elkarrizketatua, 18 urte). Esan daiteke, orokorrean, erabileraren pertzepzioari dagokionez, neska gazteek gehiegi erabiltzen dutela Instagram eta horren ondorioak pairatzen dituztela.

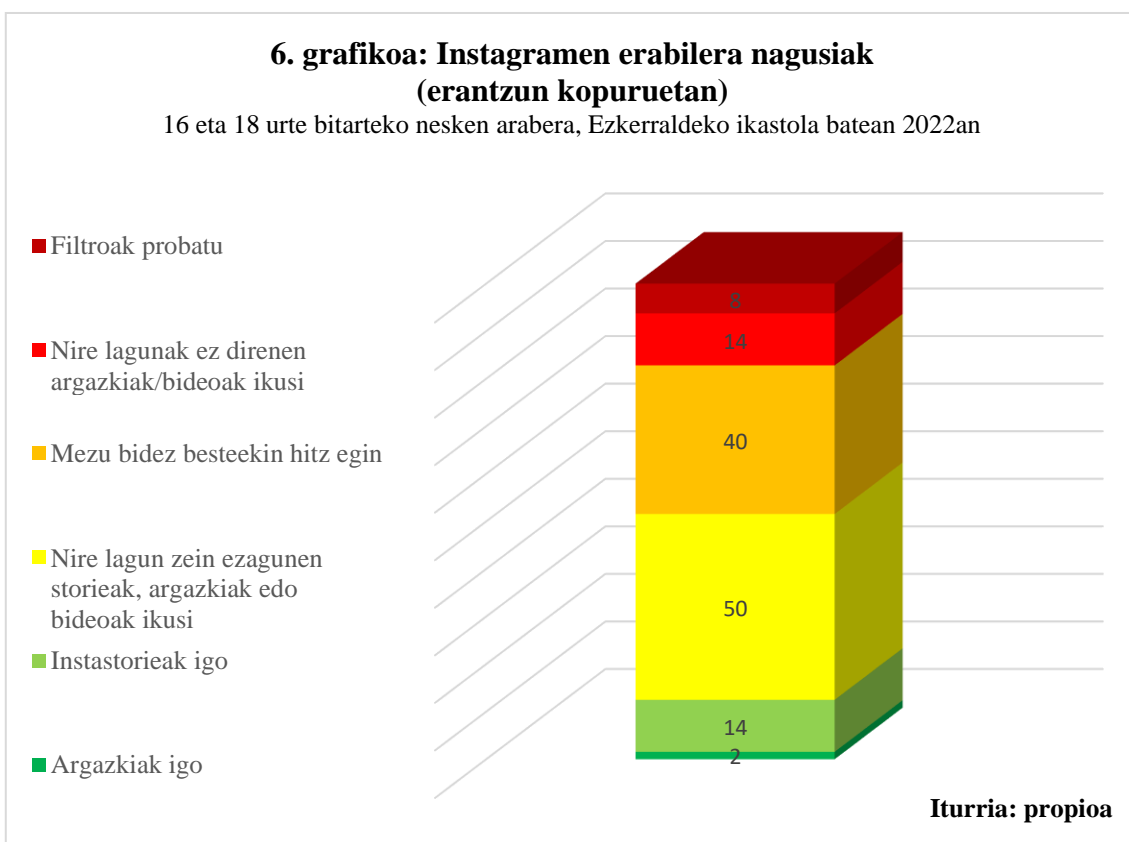
1. elkarrizketatua bat dator 2. arekin: noizbaiten Instagramekin nazkatu egin da. “(...) *kendu dut noizbaiten, bai. Agian ikasi behar nuelako zen, y como me entretenía me lo quitaba eta mozteko*” (2. elkarrizketatua, 18 urte). Betirako kentzeari buruz, aldiz, zera dio:

“ (...) *ez dakit. No sería un cambio radical, yo creo. Gauza da ere, informazio asko hartzen dudala bertatik. Me entero de prácticamente de todo por Instagram. Aunque sea un cotilleo, aunque sea una noticia que lo puedo ver por las noticias. Pero es como más... me parece más informativo que ver la tele. Azken finean, dituzu iturri gehiago, puntos de vista diferentes, cuentas de las que puedes sacar X información u otros y contrastarlo, o lo que sea*” (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Modu batean ala bestean, Instagrametik dagoen lotura eta beharra justifikatzen da; kasu honetan ere bai. Ez da soilik lagun taldetik kanpo gelditzeagatik edo sozializaziorako zailtasunak izateagatik kentzeari uko egiten zaiola, baizik eta badira hainbat arrazoi hori justifikatzeko. Azken kasu honetan, Instagram bidez lortzen den informazioa. Horrekin batera, bere osotasunean Instagramek berarentzako duen garrantzia azpimarratzen da aipuan, denaz enteratzen baita Instagramen bidez, eta horri uko egitea eguneratuta ez egotea suposatuko lioke.

### 4.1.3 Erabilera nagusiak eta horien nolakotasuna

Instagramen erabilera nagusiei dagokienean, nahiz eta Instagram horrela definitu izan den: “Instagram sare soziala argazkiak igotzeko, “gustuko dut”-ak jaso eta emateko, jarraitzaileak eta jarraituak izateko, markak, pertsona ospetsuak zein katutxoek kontuak jarraitzeko balio du. Baita ospetsu bilakatzeko ere” (Verrastro et al., 2020), bere funtzio nagusia argazkiak hautatzea, editatzea eta igotzea da, gainontzekoekin momentuan momentuko uneak partekatzeko. Plataformaren bitartez, beraz, erabiltzaileek bidaien, lagunere, euren kontu pertsonalen zein bizi ereduaren eta beste hainbat gaien inguruko edukia igo dezakete (Garzón, León eta Trejo, 2019).

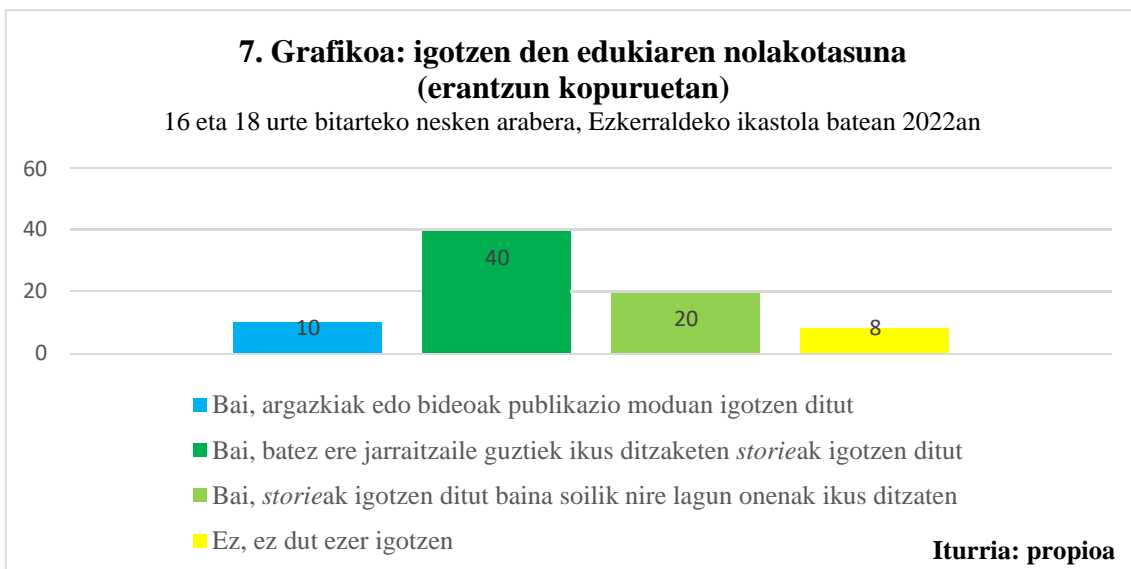


Hala eta guztiz ere, inkestetan jasotako datuek ez dute berdina azaltzen. 78 inkestatuetatik 50ek esan dute erabilera nagusia lagun eta ezagunen edukian datzala. 78tik beste 40ek, aldiz, mezu bidez hitz egitean datzala. Nahiko kontraesankorra dirudi, 78tik 14ak eta 2k aipatu dutelako *instastorie*-ak eta argazkiak igotzen dituztela eta gainontzekoek ez dute hori hautatu; aldiz, gehiengoak esan du besteen edukia ikusten dutela gehien bat. Baina nork igotzen ditu argazkiak eta *storie* horiek guztiak gehiengo horrek ikus ditzan?

Izan ere, lagun zein ezagunak ez direnen argazkiak ikusten dituztela 78tik 14ak aipatu dute soilik. Bestetik, filtroak oso ospetsuak eta hedatuak dauden arren, 78tik soilik 8k

erantzun dute horiek probatzen dituztela erabilera nagusi gisa. Elkarrizketatuek berdin erantzun izan dute: lehenengoak lagunekin hitz egiteko erabiltzen duen bitartean, bigarrenak informazioa batzeko erabiltzen du, gehien bat.

Inkesten eta elkarrizketen kasuetan ikusi daiteke edukia igotzearen inguruko edo horrek izan ditzakeen arriskuen kontzientzia nahiko zabaldua dagoela.



7. grafikoan ere ikusi dezakegu 6. grafikoak erakutsitako kontraesana. 78tik 70ek baieztatu dute argazkiak igotzen dituztela euren Instagramen. 7. grafiko honen puntu esanguratsuenak edukiaren nolakotasunean dago: erantzun gehienak, 78tik 40, dira jarraitzaile guztiek ikus ditzaketen *storie*-ak igotzen dituztela. Baina beste zati handi batek, 20k, soilik lagun onenek ikus ditzaketen *storie*-ak igotzen dituztela arrazoitu dute. Finean, *instastorie*-ak igotzen dira, 24 orduz soilik irauten dutenak eta profilean gelditzen ez direnak. Horren esangura *instastorie*-n bat-batekotasunarekin loturan agertzen da: Gazteen Euskal Behatokiak azaldu moduan, 15 eta 29 urte bitartekoen artean Instagram plataforma gogokoena da, izan ere, denbora falta dela eta, nerabeek bisuala eta iragankorra den edukia gustuko dute, eta plataforma honek aipatutako hori ahalbidetzen die (Gazteen Euskal Behatokia, 2019).

Bat-batekotasuna egungo gizarte zein subjektu postmodernoaren eratzea ulertzeko elementu funtsezkoa da. “Presentismoa” aldarrikatzen duen kultura honek, beraz, kultura eta identitatea giza asmakuntzen erreproduktzio teknologikoaren bidez sor daitezkeela aldarrikatzen du, historia eta tradizioa zein oraina eta iraganarekiko harremana intermitentea bilakatuz. Horrela, subjektuaren dentsitatearen galerarekin, hau da, iraganeko agertoki modernoak alde batera utzita, pluraltasuna, desberdintasuna eta



aniztasuna nagusitu dira, komunikazioaren estasiak horri ekarpena eginez (Londoño, 2020). Gazteak dira sujetu postmoderno honen eraketan belaunaldi erabakigarria eta Instagramek eta neska gazteek duten erabilerek hori demostratu dezakete.

Hain zuzen ere, 1. elkarrizketatuak Instagramen gehien gustatzen zaionaren inguruan galdetzean honakoa dio:

*“Gehien, gehien igual igo ahal dituzula argazkiak baina ez direnak betirako geratzen Instagramen. Porque bueno, (txantxetan) luego al final, está el anonymous y puede hacer lo que quiera. Eta abestiak jarri ahal dituzula”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Hor ikusi dezakegu, txantxetan bada ere, badela kontziente Instagramen dagoen pribatutasun faltarekin. Pribatutasunarekin bi dira kontuan hartu beharrekoak; alde batetik, pribatutasun falta eta horrek dakarren arriskua litzateke. Bizitzaren aspektu guztiak publiko izateak pertsona zaurgarri bilakatzen gaitu eta neska gazteen kasuan hori are eta arriskutsuagoa bilakatu daiteke. Horren inguruan, kontzientzia gero eta zabalagoa dela onartzekoa da, hurrengo ataletan aztertuko dudana bezala.

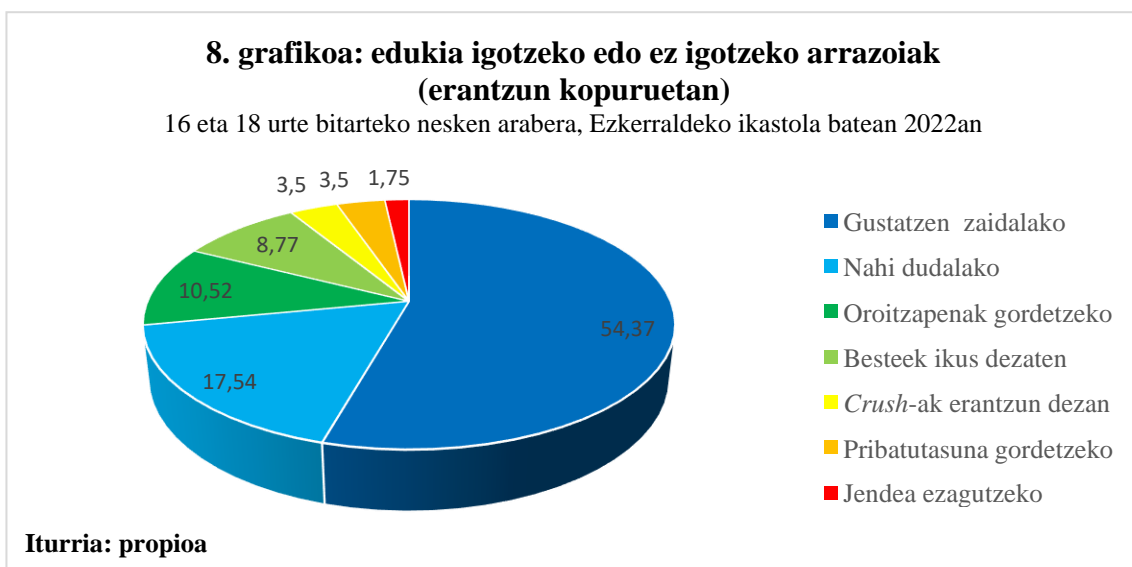
Hain zuzen ere, pribatutasunarekin eta jazarpenarekin lotuta zera dio 1. elkarrizketatuak *instastorie*-ak gustuko dituen ala ez galdetzen zaionean: “ (...) bai. Baina gero, gutxien gustatzen zaizkidan gauzak dira ikustea storie-ak non agertzen dira neskak haien ipurdiak igotzen eta gero, mezu nazkagarriak jasotzen” (1. elkarrizketatua, 18 urte). Adierazpen honekin ulertzera ematen duena da bere gorputz atalak erakusten dituen neska batek erraz asko jaso ditzakeela iruzkin lizunak eta izan daitekeela jazarria bere pribatutasunaren kontra. Beraz, publikotasun horrek ere mutilei eta gizonei jazarpenarako aukera berriak ematen dizkie, nahiz eta kontua pribatua izan eta horiek jarraitzaile moduan onartuak izan diren. Horrek ez baitie horrelako iruzkin lizunak jartzeko eskubiderik ematen.

2. elkarrizketatuak, aldiz, pribatutasunaren beste aldea adierazten du:

*“Gehien gustatzen zaidana... Ba ez dakit, porque cada cosa buena también tiene su parte mala. Orduan, gustatzen zait jende asko dagoela sare sozial honetan eta horregatik ikusi daitekeela nola bizi den jende ezberdina, munduko leku ezberdinetan, momentuan bertan. Baina horrek aldi berean, hace que tengas una sobrecarga de información y al final te saturas”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Eta subjektu postmodernoaren eta bat-batekotasunari jarraiki, sare sozialek “ni” birtualerako baldintzak jarri dituzte, hau da, pribatutasunarekin bukatu dute eta egunerokoan ikusezina zena publiko bilakatu dute. Horrela, hein batean, bakardadearekin bukatu dute, harremanak azaleko bilakatzerainoko sentrazio berriak sorraraziz (Ámerico, 2018).

Hain zuzen ere, Instagramen gutxien gustatzen zaionaren inguruan hitz egitean bat-batekotasunaren aspektu negatiboaz aritzen da: *“Gutxien hori, lo de informazio gehiegi hartzen dudala oso momentu konkretuetan, en un minuto un montón de estímulos que luego en el momento ya... vamos, que no es algo que verdaderamente disfrutes. Es totalmente superfluo”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).



Edukia igotzeko arrazoi nagusia “gustatzen zaidalako” da, baita igotzeko zein ez igotzeko beste arrazoi garrantzitsua “nahi dudalako” da. Bi erantzun hauek atzetik dagoena ez azaltzarekin batera, norbanakoaren nahi edo erabakira mugatzen du edukia igotzeko edo ez igotzeko zergatia, atzetik egon daitezkeen ezkutuko arrazoiak azaleratu gabe. Hala ere, neska gazteen pertzepziotik, gehiengo handi batek bere nahierara igotzen du edo ez du igotzen edukia Instagramen. Hori da euren uste eta defendatzen dutena, kanpoko eragin edo faktoreak aintzat hartu gabe.

Badira beste arrazoi multzo bat harremanei egiten diela keinu: oroitzapenak gordetzeko, besteek ikus dezaten (eskarapate logikatik), *crush*-ak (gustuko duzunak) erantzun dezan zein jendea ezagutzeko. Neurri txikiagoan erantzun badira aukera hauek, argi ikusten da ez dela soilik norbanakoak bere nahiak asetzeko edukitzen den jokabide bat Instagramen edukia igotzearena ala ez, baizik eta jarraitu eta jarraitzaileekin interakzioan hartzen duela zentzua baita. Eta horren arabera, modu kontziente zein inkontzientean, jokatzeko dute

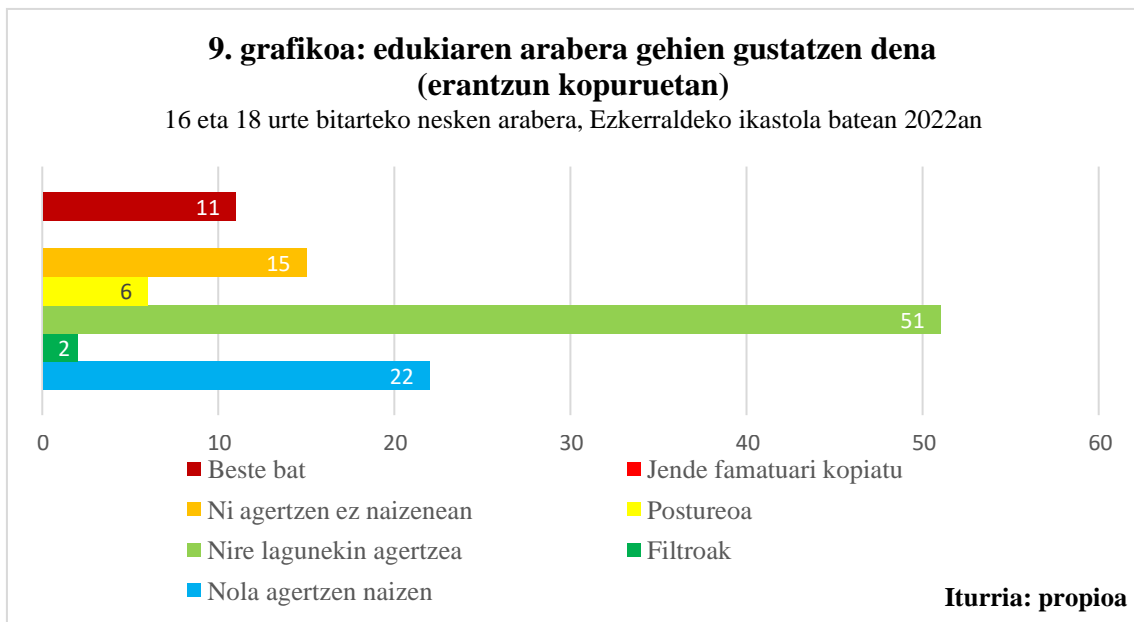
neska gazteek. Izan ere, sare sozialak, eta hortaz, Instagram, espazio biziak dira eta nahiz eta pertsonak iraunkorki eta elkarreraginean batera garatzen diren, norberak zehaztu dezake zein izango den ko-garapenaren baitan inposatuko dituen baldintzak, Sare Gizartearen baitan. Beraz, Castellsen arabera, ezin daiteke Interneten eta sare sozialetan dagoen ekintza indibidualtzat jo soilik, elkarreragin sozialetik baztertu. Bizitza birtuala fisikoa baino sozialagoa da (Castells, 2014).

Ikuspegi positibo batetik eutsiz gaiari, Web 2.0ak egiten dio erreferentzia Interneten dimentsio sozialari garrantzia ematen dion espazioari, sare sozialei. Elkar trukaketa honek subjektuari bere burua eratzeko aukerak sortzen dizkio, besteekiko elkarreraginean eta horiekiko desberdintasunean. Beraz, sare soziala pixkanaka ekarpen indibidualez eratzen bada ere, sare soziala da kolektibitate horren elementu nagusia (Caldevilla, 2010). Hala eta guztiz ere, ezin dugu ahaztu, Instagramen nagusitzen den harreman eredu eta dinamikak gizartean nagusi diren horien ispilu direla, eta beraz, ekarpen indibiduala horiekiko baldintzapean soilik ulertu behar ditugu. Bestela, norbanakoen ekintzak isolatu eta horiek pairatzen dituzten eragin sozialetik guztiz kanpo hartuko lirateke kontuan, horien atzean dagoen logika ezkutatu. Hala ere, hurrengo ataletan sakonduko dut horren inguruan.

8. grafiko honetan, bukatzeko, badago elkarrizketatuekin bat datorren kezka bat ere, edukia igotzeko edo ez igotzeko erabakigarria izan daitekeena: pribatutasuna gordetzea. Beraz, aurretik aipatu bezala, badago sareek sor dezaketen arriskuen inguruko kezka edo kontzientzia bat, eta pribatutasunarekiko hartzen den posizioa horren adierazlea da.

Erabileren atalarekin bukatzeko, horien pertzepzioan eta filtroen erabilpenean sakonduko dut. Nahiz eta inkestatuek aipatu edukia igotzea dela erabilera gutxien duena Instagramen, erabiltzaileek orokorrean besteen edukia ikusteko erabiltzen dute plataforma, eta beraz, modu batean edo bestean guztiz elkar loturan daude edukia igotzearekin; kontuan izanda, gainera, Instagram edukiz hornitzen den sare sozial bat dela.

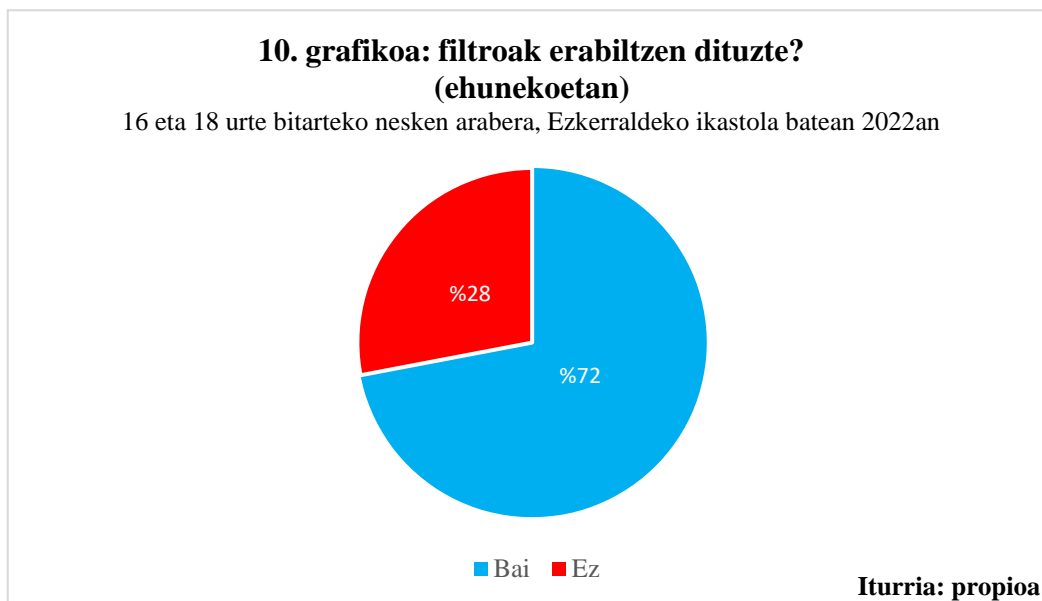
9. grafikoan ikusi daiteke zeren arabera dute gustuko inkestatuek Instagramera igotzen duten edukia. Erantzun gehien jaso dituen aukera lagunekin agertzea da. Beste behin, argi gelditzen da Instagram auto-erreferentzialitatea eta lagun taldeak sakontzeko espazio direla. Beste alde batetik, irudi propioak ere garrantzi handia du, norbanakoa ateratzen ez den argazkiek eta postureoak bezala. Honakoak ere, aurretik aipatu den eskaparatismo logika horri erantzuten diote.



Izan ere, sare sozialak garenaren eskaparate dira, eta gure alderik onena erakustea dute helburu, bereziki, gazteen artean. Horretan datza argitaratu egiten denaren aukeraketa, irudi pertsonala puzteko egiten dena. Fenomeno honek gizarte eredu birtual, sinplifikatu eta hedonista bati erantzuten dio, non arrakasta sozialaren frogak irudi eta bideon bidez neurtzen diren, ospea eta nabarmentasuna bultzatzea helburu (Del Prete eta Redon, 2020).

2. elkarrizketatuak aipatzen duen moduan, Instagramen beti igotzen da gure bizitzaren aspekturik onenak eta horregatik askotan arrakasta dute bidai zein bizitza ona dutenen Instagram kontuek, denok nahi dugun bizitzaren eskaparate direlako.

9. grafikoan jende famatua kopiatzearen aurretik, azkenengo irizpidea norberaren edukia gustuko izateko filtroak badiren arren, 10. grafikoak inkestatuak izan direnen artean dagoen filtroen erabilera hedatua demostratzen digu.



Izan ere, erantzun dutenen ia hiru laurdenek erabiltzen dituzte filtroak, nahiz eta eurentzako filtroak ez diren igotzen duten edukia gustuko izateko arrazoi nagusia. Filtroek argazkian dugun itxura aldatzeaz gain, koloreak eta efektuak gehitu ditzakete, gure aurpegia edo gorputza distortsionatu gabe. Hala ere, oso ezaguna da azkenaldian distortsioa ahalbidetzen duten filtroek duten ospea. 9. grafikoan ikusi bezala, edukiaren arabera gehien gustatzen den bigarren elementua norbera nola agertzen den izanik, filtroek eragin zuzena izan dezakete horretan, gure aurpegi zein gorputza aldatuz gero, gustuko ez ditugunak aldatuz eta kanon estetikoetara moldatuz. Gainera, filtroak *selfie*-kin elkar loturan agertzen zaizkigu.

Biak ala biak, lehen aipatutako hedonismoari egiten diote erreferentzia. Aurreko ataletan esan den bezala, filtroek fenomeno berri bat eragin dute: dismorfia digitala (Verrastro et al., 2020), atsekabe eta estres maila altua eragiten duela gazteengan euren gorputzekiko. Genero estereotipoak direla eta, fenomeno honek eragin zuzenagoa du neska gazteengan.

Hori gutxi balitz, eta ulertuta Instagram moduko sare sozialak onarpen sozialera begirako tresna direla, *selfie*-en fenomeno gehitu behar diogu. Honakoa ere, logika hedonista batetik, argazkiak ikusiak eta miretsiak izateko behar eta obsesio hedatuari erreferentzia egiten dion fenomenotzat har daiteke, “*selfie* sindromea”. Erabiltzaileok gure bizitza era konpulsiboa batean besteei erakusteko beharra zein onarpena momentu oro jasotzeko kezkarik erantzuten dio aipatutako fenomenoak. Horien bidez estereotipoetara egokitze presio sozialarekin erlazionatuta dago, zeinak itxuran oinarritutako lehiaketa sozialarekin, emakume gazteen artean eragiten duen. *Selfie* eta filtroekiko obsesioak jokabide nartzisistak, bakardadea, antsietatea, depresioa eta autoestimu baxua bezalakoak

garatzeko baldintzak sortzen dituzte (Verrastro et al., 2020), eta hori zuzenki harremanetan dago neska gazteen ongizatearekin.

Lehen azaldutako eskaparate logika, agertoki birtualean aritzearen harremanetan dago, hau da, gezurrak antzezteko aukerak handitzea esan nahi du, baina gezurrak esateko beharrik izan gabe. Finean, inpresio faltsuekin sortzen da honako hau, filtroak erabiltzean gertatzen den bezala (Verrastro et al., 2020).

1. elkarrizketatuak esan bezala,

*“gehienetan igotzen dituzten argazkiak están super preparadas por detrás. Dituzte pila bat filtro, aurkitu dute justo el momento en el que la luz le da la sombra y la postura, maquillaje perfecto... Nik uste bai daudela eroso baina por eso, porque lo han trabajado y se lo han currado para que la foto sea perfecta. Sin todo eso dudo que subieran esa foto”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Bere hitzetan, soilik paisaia moldatzen dituzten filtroak erabiltzen ditu; aldiz, bere aurpegia moldatu dezaketenak ez ditu gustuko. Hala ere, filtroen erabilpena orokortua dela aipatzen du, eta aurreko adierazpenean ikusten den bezala, neska batzuek edukia igotzeko baldintza bezala filtroen erabilpena eta euren burua horrela ondo ikustea dela gehitzen du.

Hain zuzen ere, berari galdetzean ia filtroak erabiltzen dituen ala ez, hau da ematen duen erantzuna:

*“Ez. En plan, askoz jota, blanco y negro. Pero que cambien la cara no. Koloretako filtroak erabiltzen ditut soilik, kar kar kar. Gustatzen zaizkit beltza eta zuria jartzen dituztenak, edo igual argazkia hau cielo azul, monte verde izan beharrean, que lo cambia a monte morado edo horrelakoak. Baina ez itxura edo argazkia, en sí, aldatzen dutenak”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

2. elkarrizketatuak ere, ia hitz berdina ideia bera errepikatzen du ditu:

*“Eta azkenean, al buscar siempre el ángulo perfecto, el este perfecto eta luego, estas normal y no te parece normal. No sé si me explico. Estas así normal (postura “normal” bat imitatzen du) engerida o lo que sea y dices: “este no es mi cuerpo”. O usar tantos filtros de Instagram que luego cuando sales a la calle no sales con el filtro, no te ves guapa”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Biak bat datoz, filtroen erabilerak errealtatearen eta bertsio birtualaren arteko distantzia handitzen duela. Hain zuzen ere, “dismorfia digitala” eragiten du, horrek izan dezakeen ondorioekin: zure “benetako bertsioarekin” eroso ez egotea eta Instagramen lortzen duzun bertsio hobetu hori nahi izatea etengabe. Filtroek, baina, gure bertsio hobetua emateaz gain, edertasun estereotipoetan oinarritutako bertsioa sortzen dute, hau da, erreala ez den bertsioa.

## **4.2 HARREMANAK**

Bigarren atal honetan, alde batetik, harremanekin erlazioan, neska gazteek dituzten jarraitzaileak eta jarraituak aztertuko dira; beste alde batetik, interakzioak eta horien garrantzian sakonduko da

### **4.2.1 Jarraitzaileak eta jarraituak**

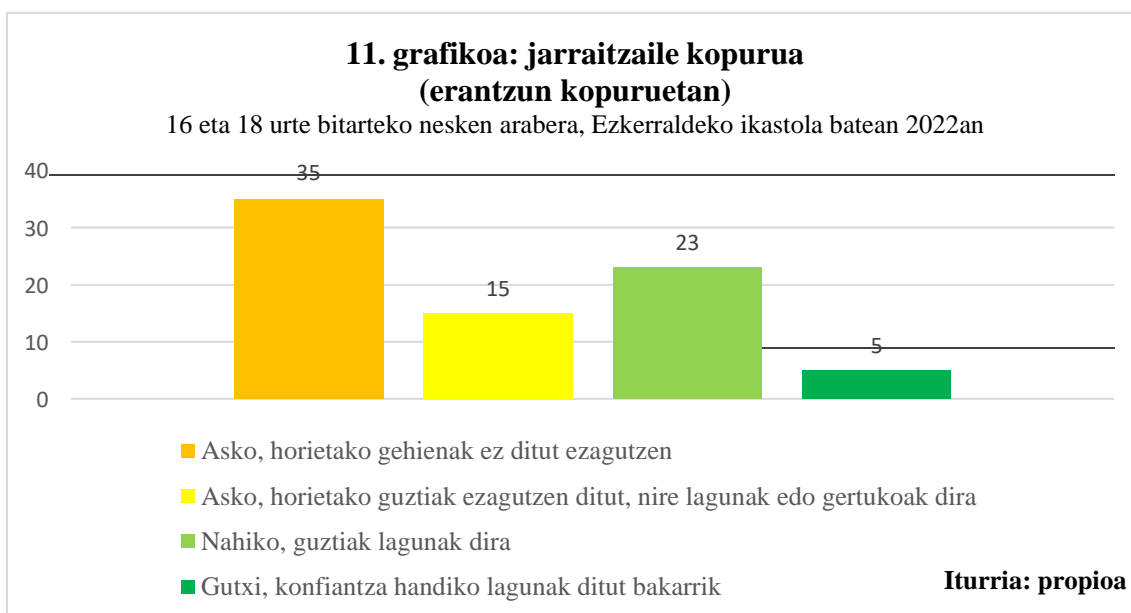
Harremani dagokionean, beraz, interesgarria da aztertzea, alde batetik, neska gazteentzat Instagramek zenbateko garrantzia duen harremantzeko orduan. Hau da, euren profiletan duten jarraitzaile eta jarraitu kopurua eta hori nola baloratzen duten. Baita harreman birtualen inguruan duten iritzia eta horiek nola daramatzaten aurrera, interakzio ezberdinen bidez. Eta beste alde batetik, aipatutako interakzioek zer nolako garrantzia duten euren jarduna sarean aurrera eramateko orduan.

Ikerketa guztian zehar aipatu moduan, autore batzuen ustetan, sare sozialak badira harreman interpertsonalak garatzeko aukera berriak ematen dituzten agertokia; hain zuzen ere, gazteen artean eta heldutasun prozesuan garrantzia berezia hartzen du honek, bada berdinekin erlazioak mantentzeko tresna garrantzitsuena bilakatu da. Gaztaroaren parte bilakatu dira eta horien egunerokoan daude txertaturik, askotan funtsezko elementuak baitira erlazioak garatu ahal izateko (Blanco, 2014). Hala ere, ezin ahaztu forma berri horiek gateen sozializazioan zer ondorio izan ditzaketen, azkenengo atal honetan ikusiko dugun moduan (Bernete, 2010).

Instagram bezalako plataformetara dagoen behar eta dependentziaz gain, hau da, gazteen bizitzetan zutabe garrantzitsua bilakatzeaz gain, horren arrakasta aztertzea interesgarria da: izan ere, giza harremanetan nagusitu den loturak galtzeak, ziurgabetasuna ondorio duena, segurtasun falta hedatu du norbanakoan, etorkizunaren gaineko kontrola galduren sententzia zabaltzearekin batera. Horren ondorioz, nahita egindako deslotura edo arrotzek ematen ditu arrakastarako baldintzak. Hobe baita deslotzea arinena izatea,

lotura sentimentalek sortzen duten dependentzian ez erortzeko. Harremanak mozteko gaitasuna da premiatzen dena eta “gustuko dut” zein jarraitzaileen logikak horri erantzuten dio, azaleko harremanak zeinek ez duten eduki sakonik (Vázquez, 2008).

Paradoxikoa da, izan ere, sare sozialen azken helburua bada aparatu teknologiko eta plataforma birtual hauen bidez, mundu hotz honi aurre egiten dion mundu beroago bat simulatzea, horren atzean norbanakoek bizi duten atsekabea isilaraziz. Hain zuzen ere, harreman nartzisistek ezkututzen dute atsekabea: “ni”-a besteek nitaz zer pentsatzen duten horretatik abiatzen da, errealitatearen zentzutik aldentzeko eta identitatea plastilina moldagarri bat izango balitz bezala tratatzeko (Ámerico, 2018). Harremanak ere horren eraginak sufritzen dituzte, arinak, azalekoa eta superfluoak balira bezala hartzen dira, behar ditugunean erabili eta hurrengo egunean zaborrera botatzeko.

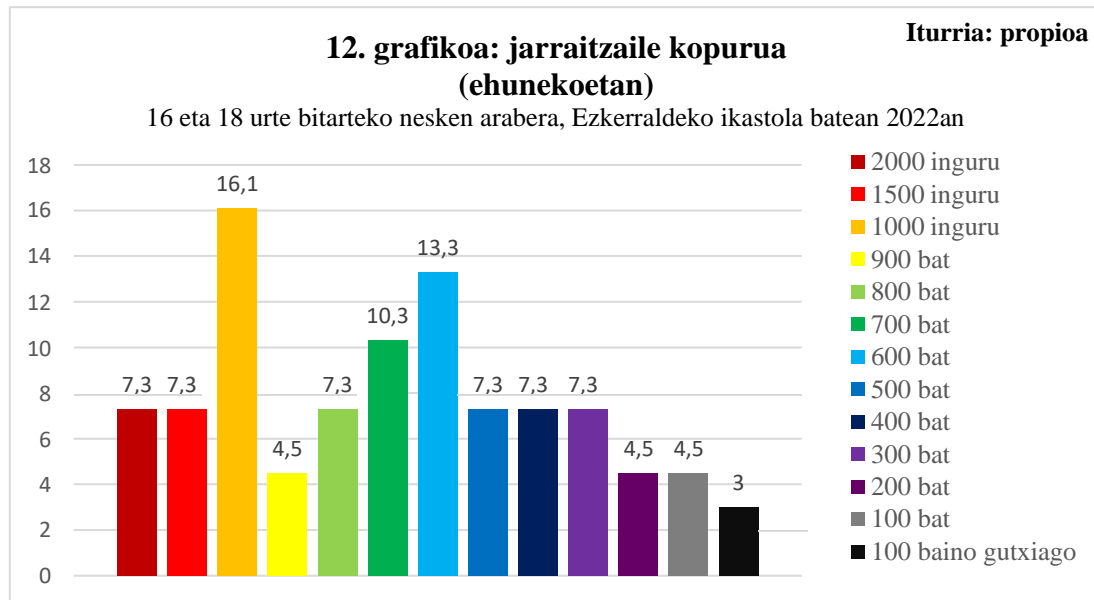


11. grafikoan, hain zuzen ere, inkestaren ia erdiak jarraitzaile asko dituela erantzun du, gehienak ezagutzen ez dituen arren. Esan beharra dago, oso zabaldua dagoela jarraitzaile asko dutenaren ideia, nahiz eta gero zenbakietan batzuentzat eta besteentzat askoren kuantifikazioa oso ezberdina izan. Erantzun gehienak lehenengo aukerara bideratuak egon arren, badira erantzun dezente, asko, nahiko eta gutxi erantzun arren, komunean zerbait dutenak: guztiak ezagunak edo lagunak direla. Multzo handi bati ez zaie inporta ezagutzen ez duten jendea izatea jarraitzaile moduan; beste askok, aldiz, ezagunak direnak soilik dituzte. Txanponaren bi aurpegiak: jarraitzaile gero eta gehiago, orduan eta estatus handiagoa Instagramen, nahiz eta asko ez ezagutu eta horrek intimitatea edo pribatutasunarekin apurtu, arriskutsua izateraino. Eta beste alde batetik, ospe hori



sakrifikatu soilik Instagramen dituzun harremanak konfiantzazko jendearekin izan daitezten, arriskuek izan dezaketen beldurra arrazoi.

12. grafiko honekin hobeto ikus daiteke zeintzuk diren jarraitzaile kopuruaren baremoa, horrekiko duten pertzepzioaz gain.



Jarraitzaile kopuruari dagokionez, 12. grafikoa bat dator 11. Grafikoan ikusten den tendentziarekin. Zati handi batek jarraitzaile asko ditu, denak ezagutu ez arren. Gero behera egiten du jarraitzaile asko baina ezagunak dituztenen kopurua. Jarraitzeko, berriz gora egiten du hainbeste jarraitzaile ez dutenak baina denak ezagunak direnak. Eta bukatzeko, oso gutxi dute jarraitzaile gutxi, nahiz eta denak oso gertukoak izan.

78 inkestuetatik %16,1ak erantzun du 1000 jarraitzaile inguru dituela. %14,6k 1000 jarraitzailetik gora dituztela; hau da, %30,7k 1000 jarraitzaile edo gehiago ditu, inkestatu guztien laurden batek baino gehiagok. Bestetik, 600 bat jarraitzaile izatea ere ohikoa ematen du: %13,3k hori erantzun dute eta kantitate antzeko zifrek ere ehuneko handiak jaso dituzte. Aldiz, 300 jarraitzailetik beherakoak oso ehuneko txikiak dituzte. Hor bada sare sozialek irekitzen duten ate bat: errealitatearen eskala aldatzea. Hau da, sare sozialetan “lagun” edo “ezagun” kontzeptua zein den ikustea interesgarria litzateke, errealitatean, hau da, aurrez aurreko harremanean esanahi berdina duen ikusteko.

Eskalaren nozioarekin harremanetan egon daiteke konfiantzazko ezagun/lagun kontzeptuaren hutsaltzea: harremanak lausotu dira eta Instagramen horiek ulertzeko modua leundu eta erraztu da. Beraz, ezaguna den eta jarraitzeko moduan dagoen pertsonaren kategoria oso zabala dela atzeman dezakegu. Zabala da, ez duelako esfortzu

larregi suposatzen “nire ezaguna” izatea eta horregatik jarraitzaile moduan edukitzea nire sarean. Aldiz, bizitza errealean ezaguna izatea baditu inplikazio gehiago: kaletik agurtzea, hitz egitea, inplikazio emozionalak izatea, arduratsua izatea harremanarekiko eta abar. Instagramen aldiz, hartu-eman hori askoz lausoagoa denez, jarraitzaile gisa izatea herriko jaietan bi hitz gurutzatu nituen lagun baten laguna, erraztu egin da. Hortaz, kostu handia suposatzen ez duen jarraitzaileak zenbaki bat gehiago dira Instagram kontuak estatus bat lor dezan. Aldiz, badira neskak nahiago dutela modu intimo eta ez oso publikoan garatu euren jarduna sare sozial honetan, bere hurbileko lagunekin soilik partekatuz.

1. elkarrizketatuak esaten duenaren arabera,

*“ (...) nik daukat 414 jarraitzaile eta jarraitzen ditut 652. Baina, nik jarraitzen ditudanak, pues dira en plan, yo que se, nik ikusten dut El Conquis, eta jarraitzen dut uno que me gustaba de aquí, beste bat hemendik eta horrela. Eta gero, nire jarraitzaileak bai ezagutzen ditut, guztiak. Beldurra ematen didalako que me vea gente que no conozco. (...) En plan, ezagunak, nik pertsona hori ikusiko banu besarkada bat emango nioke. De confianza minimo bat bai” (1. jarraitzailea, 18 urte).*

Kasu honetan ikusi daiteke baduela pribatutasunaren inguruko kontzientzia, eta edukia bideratzen duela gehien bat lagunei. Hala ere, kurioa iruditzen zait horrenbeste konfiantzazko lagun izatea. Beranduago ikusiko denez, 1. elkarrizketatzaile honek guztiz bideratzen du Instagramen erabiltzen duen jarduna gertuko lagunei, hasierako grafikoetan ikusi dugun bezala, lagunekin harremantzeko tresnaren erabilera ematen dio Instagrami.

Aldiz, 2. elkarrizketatuak beste joera bati erantzuten dio:

*“800 ta pikok jarraitzen naute eta jarraitzen ditut pixkat gutxiago, 600 ta piko edo. Ia 700 uste dut. Ez ditut guztiak ezagutzen. Para nada. Jarraitzen ditudanak igual bai, baina jarraitzen didatenak ez. O sea, conocer en persona no, vaya. De hecho, hay gente que no me interesa nada su vida, pero por compromiso los sigo. (...) Hay de todo. Círculo cercano, en plan, mis amigos serán 40 edo. Teniendo en cuenta que tengo cuadrilla aquí, cuadrilla en Gorniz, tal” (2. elkarrizketatua, 18 urte).*

Kasu honetan, aldiz, ez du laguntasun harremana lehenesten Instagrameko jardunean, baizik eta, ezagutzen ez dituen horiek ere jarraitzen dute Instagramen. Gainera, bere

hitzetan, jarraitzen duen guztien bizitza ez zaio axola baina konpromisoagatik jarraitzen ditu, izan ere, ezagunak izan arren Instagramen izateak badu ardura bat eta bizitzako momentu batean ezagutu duzun horri zure Instagramen lekurik ez egitea itsusi gelditu daiteke.

Nahiz eta lehenengo grafikoetan aipatu dudan moduan, gertuko lagunak soilik jarraitzaile bezala dituztela aipatzen dutenek esan, 300 bat jarraitzaile direla, 2. Elkarrizketatuak joera hori baztertu eta bere hurbilekoak, 40 bat pertsona inguru direla gehitzen du. Beranduago, zuzendu egiten duen arren: *“Lehen esan dizut 40 zirela, baina igual gehiago dira. Ahora que lo estoy pensando me parecen muy pocas. Porque, es que, me muevo en círculos super diferentes por mi vida, entonces es como...”* (2. elkarrizketatua, 18 urte). Hala ere, interakzio eta harremanetarako batez ere gertuko lagunak ditu, 1. elkarrizketatuaren kasuan bezala. Hala ere, bien arteko ezberdintasuna da 2. elkarrizketatuak bai erabiltzen duela Instagrama lagunetatik harago, eduki berria esploratzeko, bere afizioak direla medio.

Hain zuzen ere, jende berria ezagutu izan du Instagram bidez. Esaten duenez, ezagutzen ez duen jendearekin ere harremanetan jarri da plataformaren bidez:

*“ (...) Ezagutzen ez dudan jendearekin ere eh, baina gutxiago. Adibidez, hasi nintzen jarraitzen Andaluziako neska bat, rapeatzen duena. Una chavala de mi edad. Y a raíz de esa empecé a seguir como a más. Porque tenían un rollo que me gustaba o lo que sea. Eta hori, hasi nintzen interakzionatzen berarekin eta hitz egin izan dugu noizbaiten. Orduan, harreman berriak ere sortu ditut. No con una influencer, pero eso”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Elkarrizketatuekin landutako beste gaietako bat Instagramen sortzen diren harremanen eta aurrez aurreko harremanen arteko alderaketei egiten dio erreferentzia. Atal honetan eta aurrekoetan ere landu bezala, Instagramen inguruan sortutako kezka nagusienetarikoa harremanen kalitatearekin dago harremanetan. Joera hori ez da soilik sare sozialetan gauzatu; autore batzuen arabera, postmodernitatean erlazioen nolakotasunaren parte da: *“Modernitatearen muina ziurtasuna eta giza harreman sendoak baziren, segurtasun ontologikoa ematen zutenak, postmodernitatean harreman edo lotura sendo horiek lausotu egin dira, bizitza erregulatzen eta arautzen zuren instituzio indartsuak ahultzearekin batera, hala nola, familia”* (Londoño, 2008).

Atalaren hasieran aipatu moduan, oztopo sozialak baztertu eta harremanen arintzen bat aldarrikatzen da postmodernitatean. Sare sozialak eta Instagram errealitate horretan guztiz moldatu dira, horri ekarpena egitera datozen erlaziorako tresnak bilakatuz. Bada, mundu erreala eta bertan gauzatzen diren elkarreraginak ez dira mundu birtualetik kanpo gelditzen; erreala eta birtuala gainjarri egiten diren bi plano gisa ulertu behar ditugu. Nahiz eta egia den elkarren arteko loturen sendotasuna, mundu birtualean, lausotu egiten dela. Mundu birtuala ez da tangiblea eta jariakortasunari zein aldaketari mesede egiten dio, egungo gizartean nagusitzen den joera izatearekin batera (Del Prete eta Redon, 2020).

2. elkarrizketatua bat dator: kaleko tratua eta Instagramekoa ez da berdina. Eurei dagokionean, 1. elkarrizketatuaren arabera, nahiago du interakzioak aurrez aurrekoak direnean, eta horrek eramaten du Instagramen, askotan, mezuak edo dena delakoak ez erantzutera:

*“Aldatzen da, gehienetan Instagrametik ez dut erantzuten. Ez da ghosting-a, eh! (barre egiten du). Se me pasa. Eta nahiago dut aurpegira egitea dena. Niretzako erosoagoa da nik aurpegiarekin asko esaten dudalako. Eta hori mezu batekin ezin dut egin. Horregatik nahiago dut egitea aurpegira.”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Bere hitzetan, mezu baten bidez ezin da transmititu pertsonan transmititu daitekeen guztia, eta orduan, komunikazioak kalitatea galtzen du. Berarentzako gardentasuna erosoagoa denez, nahiago du aurrez aurreko interakzioak izatea, errazago komunikatzen delako.

2. elkarrizketatuak ere komunikatzeko modua aldatzen dela dio:

*“Jende bat da super laguna iruzkinen bidez, baina gero ez du kaletik agurtzen. Nik uste dut hori ez dudala egiten, adibidez. Hala ere, ez da berdina. Hotzagoa da, ebidentemente. Bidali ahal dizut argazki bat edo bideo bat baina ez da berdina. Eta ere idatziz denez, ezberdina da”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Kasu honetan ere komunikazioa sinplifikatu egiten dela dio, hotzagoa dela. Hala ere, ez du 1. elkarrizketatuak jartzen duen enfasia berdina jartzen. Ematen du bera ere hein batean dinamika horretan integratzen dela.

Orokorrean, jendeak Instagramek komunikazioa errazteko ematen dituen baliabideak ia bereak egiten dituzten galdetzean, biak bat datoz: erabiltzaileek sozializazioa arintzeko eta trabak saihesteko erabiltzen dutela plataforma. Gerora ere, bizitza errealean horrela

gertatzen ez direnean, izan daitezken hutsune sozialak betetzeko sare sozialak maiz erabiltzea.

*“Badago jendea gainera, es que niri gertatu zait, hitz egiten genuen Whatsappetik edo Instagramen mezuen bidez, eta era como, super social, gero klasean estabamos sentados al lado, y ni me miraba. Me daba un miedo. Beldurra de que sea tan raro”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Ikusi dezakegu badagoela askatasuna pantailaren atzean hitz egiteko. Hau da, alkoholaren pareko, pantailaren atzean traba asko kentzen dira esan nahi dena inolako ondoriorik gabe. Gerora, aurrez aurre ematen den harremanean kasik ez dela kontuan hartzen bestiak birtualki izan dezakeen pertsonalitatea. Bi pertsona ezberdin balira bezala hartzen da askotan. Horrek aukera ematen dio oso soziala ez den jendeari sozializatu dezan, baina aldi berean, partxe modukoa da: nahiz eta Instagramek komunikazioa eta elkarlotura eraztu, harremantzeko era birtuala besterik ez da, bizitza errealera salto egiten ez duena.

Bestalde, Instagramen harremanak izateko dagoen askatasunak beste fenomeno bati egin ahal dio erreferentzia: anonimotasuna. Fenomeno hau elkarloturan dago irain eta iruzkin erasokorrekin. Iritziarekiko eta esaten denarekiko ardura gaineratik kendu, gainontzekoak modu anonimoan eragiteko aukerak sortuz.

*“Baina dago jende asko ez duela tratatu berdina Instagramen eta kalean. Porque, al final, es como una careta. Hay muchísima gente que insulta, que trata muy mal a la gente que sube X cosas o que expresa su opinión sin ningún tipo de límite y luego encima, en la calle no lo harían. Eta hori gertatzen da Instagramek ematen duelako horretarako askatasuna al no saber quiénes son. Lo que he dicho antes, hay tanta gente que al final es como que da igual, eres uno más, un comentario más, qué más da, ¿no? Eres anónimo”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Bi modutan uler dezakegu beraz askatasun Instagramen: alde batetik, bizitza errealak ematen ez dizun hori aurkitzeko askatasuna ematen dizu, interakzio askorekin, sozializaziorako gaitasunak garatuz eta harremanak gehiago landuz. Baina, beste alde batetik, anonimotasunak arriskua dakar eta bizitza errealean aurrera eraman ezin dituzun ekintza “txarrak”, anonimotasunak ematen dizun askatasunez aurrera eraman daitezke Instagramen, albokoa eragiteko eta min emateko. Bi kasuetan, aurrez aurreko harremana ez litzateke berdina izango.

1. elkarrizketatuak Instagramek sozializazioan izan ditzakeen ondorioak laburbiltzeko zera dio:

*“ (...) sare sozialek atzera pausu bat izan daitezke. Zuk behin erabiltzen dituzula eragina izan dezakete harremantzeko orduan. Ohitu egin zaitezke. Nire ustez, jende gehienak galdu egin du pertsona batengana hurbiltzeko ohitura edo gaitasuna. (...) Oso erreza da jartzea “buah sí, jajajaj”, baina gero hori aurrez aurre zailagoa da. Nik uste, agian, praktika hori galtzen ari garela. Ez dakit, ez nago ziur.” (1. elkarrizketatua, 18 urte).*

Hain zuzen ere, gazteek sare sozialen erabilera kaltegarria egin dutela argudiatzeko, komunikazio esperientziaren pobretzera jotzen dute hainbat autorek. Anonimotasun sententzioak eragiten du aipatutako pobretzea, hauek ahulagoak baitira aurrez aurre ematen diren interakzioekin alderatuz gero. Pertsonalitatearen, arduraren zein identitatearen garapena beharrez, despertsonalizazioa eragiten da, ondorio gisa egozentrismoaren gorakada duena (Bargh eta McKenna, 2004).

Castellsek esan bezala, Sare Gizartean, gurea den honetan, Internet bidez komunikatzen diren sare digitalekin jarduten den arren, gizarte egozentrikoa eta indibidualista da. Honakoa ez da soilik garapen kulturalaren emaitza, jardun ekonomikoak, politikoak eta bizitza sozialak hartutako forma berrien ondorio da. Sare komunitateak, beraz, ez dira soilik interakzio errealez hornitzen, interakzio birtualekin konbinatutako prozesu baten ondorioak dira (Castells, 2014). Egozentrismoa eta indibidualizazioa, beraz, sujetua eratzeko prozesu indibidualaren ondorio da, kolektiboarekin hartu emanean dagoen konexio sarearen baitan.

Instagramen harremanak egikaritzeko interakzio multzoak aztertzerantz sartu aurretik, horien inguruko hainbat gako plazaratuko ditut, analisisia errazte aldera. Harremanak ezinbestean dira baldintzatuak interakzioengatik, eta interakzioen alderdi ezberdinez hitz egiten digute hainbat autorek. Instagram, askotan, gure alderdi onenaren erakusleho edo agertoki bilakatzen da. Logika guztiz merkantil batekin jokutzen da bere baitan: “gustuko dut” eta jarraitzaileen bidez neurtzen da norberak duen profil landua. Interakzio gehiago jasoz gero, profil orduan eta idealagoa, zoriontsuagoa eta inspiratzaileagoa.

Hala, *like* zein jarraitzaileekin interakzio gutxi lortzen direnean, kontua ezabatzeko aukera dute erabiltzaileek, besteen gustukoa ez den kontua egitean ari direnaren seinale baita. Autoestimu baxuarekin erlazioan dago aipatutakoa (Garzón, León eta Trejo, 2019).

Gazteak famaren lasterketara integratzen dituen dinamikak, horien ongizatean ondorio okerrak izan ditzake. Instagramen geroz eta erabilera handiagoak jokabide nartzisistak, bakardadea, antsietatea eta depresioa sorrarazten ditu (Verrastro et al., 2020).

Azken finean, Instagramen dugun erlazionatzeko moduek eta erabilerek harreman zuzena dute autoestimuekin (Verrastro et al., 2020). Hurrengo atalean sakonduko dut Instagramen erabilerak dituen ondorio eta eraginetan.

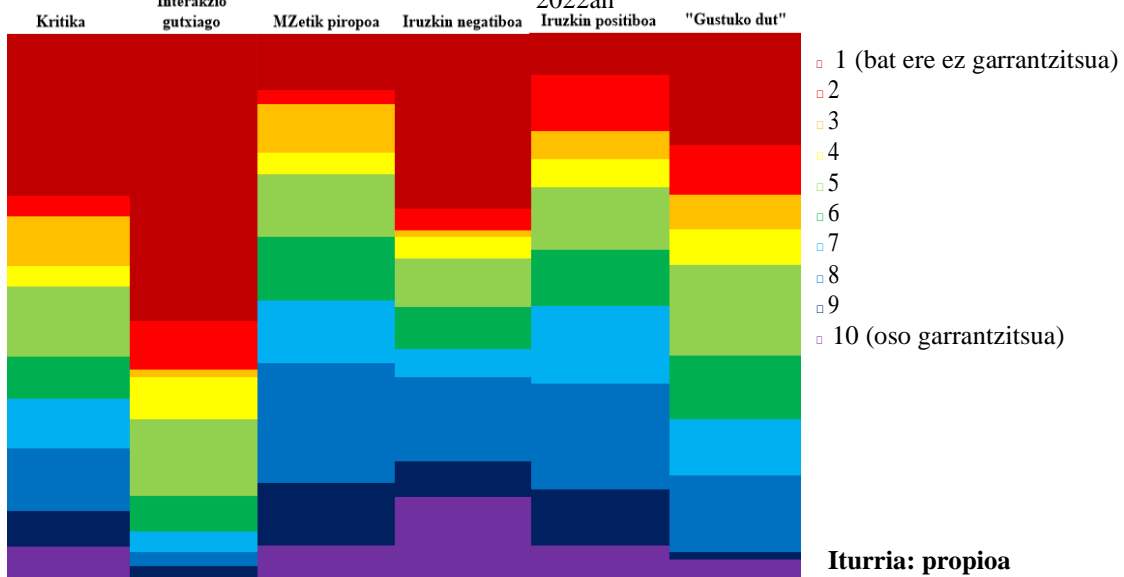
#### 4.2.2 Interakzioak eta horien garrantzia

Interakzioetan behin sartuta, lehenik eta behin, interakzio ezberdinek, inkestaturen arabera, duten garrantzia aztertuko dut. Horrekin batera, interakzio bakoitzean sartzen saiatuko naiz, elkarrizketatuek horren arabera ematen duten iritzi eta inpresioak oinarri.

### 13. grafikoa: interakzio ezberdinen garrantzia (erantzun kopuruetan)

16 eta 18 urte bitarteko nesken arabera, Ezkerraldeko ikastola batean

2022an



Eskala honetan adierazten den bezala, 13. grafikoa, interakzio denek ez dute garrantzia bera adierazten. Eskala ulertzeko orduan, jakin beharra dago gorri ilunak garrantzirik ez duela adierazten du, eta moreak, aldiz, oso garrantzitsua dela. Erdibidean dauden koloreak, zenbakiei esleitu zaiena, geroz eta garrantzi gehiago dutela doaz adierazten, 1etik gora garrantzia irabaziz.

78 inkestatuentzat, beraz, interakzio gehienek ez dute garrantzia berezirik. Kritikek, normalean baino interakzio gutxiagok eta iruzkin negatiboek ez dute garrantzirik. Horietan eskalan 1 zenbakia hautatu dute askok. Bestetik, MZen (mezu zuzenen) bidez

piropoak jasotzea 8 asko jaso ditu, hau da, garrantzitsua da eurentzat. Hala ere, ikustekoa da nola den garrantzitsua edo zergatik uste duten dela garrantzitsua, autoestimua igotzen dielako edo oso praktika txarra izatera hel daitekeelako. Iruzkin positiboak ere 8 anitz jaso ditu, argi eta garbi baitago, lagunek zein ingurukoek iruzkin positiboak uztea ondo ikusia eta baloratua dagoela, gertukoaren estimuaren seinale baita. Azken bi hauek, MZ bidezko piropoek eta iruzkin positiboek dituzte balio altuenak (8,9 eta 10).

Iruzkin negatiboek, balio oso txikiak izatearekin batera, 10 gehien jaso dituen aukera ere bada. Hau da, batzuek paso egiten duten bitartean, badira beste hainbat oso garrantzitsuak direla uste dutenak, horiek sor dezaketen kalteagatik izan daitekeelarik.

Orokorrean, esan daiteke, interakzioek ez dutela larregi inporta neska gazteen artean. Balio txikiez gain, interakzio guztiek jaso dituzte tarteko balio asko (4,5 eta 6). Batzuetan soilik ikusi daitezke erantzun adierazgarriak; adibidez, kritikek, interakzio gutxiagok, iruzkin negatiboek eta “gustuko dut”-ek inporta dute gutxien. 1 gehien jaso duten aukerak dira. Hala ere, horietako batzuk 8tik gorako balio asko jaso dituzte, hala nola, iruzkin negatiboek. Baita MZ bidezko piropoek zein iruzkin positiboek ere.

Elkarrizketatuen arabera, aldiz, interakzio hauen atzean beste errealitate bat ere ezkututzen da. Hainbat dira jorratu diren gaiak elkarrizketetan. Ordenatze aldera, esperientzia pertsonalarekin hasiko naiz, eta pixkanaka interakzio ezberdinen bueltan egiten duten hausnarketak aztertzen joango naiz.

1. elkarrizketatuak ez ditu interakzio larregirik, edo behintzat ez ditu “gustuko dut” asko jasotzen, izan ere, argazkiak ordu txarretan igotzen ditu, ez beste batzuk bezala, ordu batzuetan igotzen dituztela *like* gehiago jasotze aldera. Gainera, gehien bat jardun politikoa publikatze aldera eta propaganda egiteko erabiltzen ditu *instastorie*-ak eta abarrak. Gauza pertsonalak ere igotzen ditu, baina bakarrik noizean behin. Iruzkinak ere jasotzen ditu, baina “mejor”-en (lagun onenak) igotzen ditu *storie*-ak eta horregatik jasotzen ditu iruzkinak, gertukoarenak diren lagunak erantzuten dutelako.

Bere interakzioei dagokionez, “gustuko dut” eta iruzkinak jartzea horrela justifikatzen du:

*“Like-ak nire lagunei bakarrik, bai. Eta iruzkinak nire lagun neskei (enfasia jarritz) bakarrik. En plan, jartzen diet, cosas tipo: “te pondría una plaza a tu nombre en mi pueblo”. Eta horrelako gauzak. Es que neskei beti dago jende bat*



*irainak jartzen dizkietela eta nik egiten dut alderantzizkoa, baina bakarrik neskei”*

(1. elkarrizketatua, 18 urte).

Elkarrizketatu honen kasuan argi ikusten da intenzionalitate batekin erabiltzen duela Instagram eta, a priori, ez dela inertzietan erortzen. Badaki zer nolako presioa sortzen duen Instagramek; ez da presio horrekin bizi eta nahierara erabiltzen du plataforma, lehen begirada batean ematen duen bezala. Interakzioekiko ez du dependentziarik eta lagunekin harremanetan jartzeko interakzioak modu positiboan erabiltzen ditu: badaki zer suposatzen duten eta maitatzen eta estimatzen dituen lagunei demostrazio moduan erabiltzen ditu. Baita kontziente da neska gazteek bizi behar duten errealitateaz eta horri buelta eman nahian, estimulu positiboak bilatzen saiatzen da, lagunak laguntzeko eta dinamika negatiboarekin apurtzeko.

2. elkarrizketatuak, aldiz, interakzio asko dituela dio: argazkiak igotzen ditu, mezu zuzenak bidaltzen ditu eta iruzkinak jarri eta jasotzen ditu. Gainera, interakzioak gustuko ditu, betiere, interakzioaren nolakotasunaren arabera. Interakzioak jasoko ez balitu zer gertatuko litzatekeen galdetzean, zera dio:

*“Ez nintzateke larregi kezkatuko. O sea, yo creo que me parecería raro, pero no me preocuparía. En ese aspecto, yo creo que tengo una relación bastante sana con el Instagram. No me pongo a llorar si no tengo likes o si no tengo comentarios, me da bastante igual. Porque lo que subo es porque me apetece, no para que la gente lo vea y así. (...) (“Gustuko dut” gutxi ditudanean) bai pentsatzen dudala agian jendeari ez zaiola argazkia gustatu, baina luego digo: “bah, qué más da, si me gusta a mí””* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Kezka puntu bat ikusten zaion arren, behin hausnartuta, ematen du pisua eta garrantzia kentzen diola besteek bere edukiaz uste dutenaz, eta “gustuko dut” gutxi jasoz gero, kontzienteki ez du jota bere burua ikusi nahi. Gainera, interakzioen atzean dagoen arrazoa 1. elkarrizketatuaren antzekoa da: lagunak babesteko, askotan, argazkietan iruzkinak jartzen ditu.

Inkestatuei bezala, Instagramen garrantzia duen horren inguruan galdetzean, lehenik eta behin, honako hau erantzun dute “gustuko dut”-en erregimenaren inguruan. 1. elkarrizketatuaren arabera, kasu gehienetan *like*-en bidez baloratzen dira argazkiak. Bere kasuan, aldiz ez, sare sozialetan “ez delako inor”. Hala ere, bizitza errealean jende asko ezagutzen du, jendearengana joateko erraztasun osoa du eta ondo jauzten da normalean.

“*Gero sare sozialetan ez naiz inor eta niri lo de los likes y así ez zaizkit inporta, sudo. Baina badago jende bat egiten duena lo de: igotzea argazkia eta ez badute haiek espero zuten like guztiak igotzea publikazioa storie-tara ere, like eta iruzkin gehiago lortzeko. Promozionatzeko*”. Hau da, jende askok “gustuko dut”-ak erabiltzen ditu promoziorako, euren profilari estatusa emateko eta eskaparatismorako. Aldiz, 1. elkarrizketatuak bizitza errealean dituen hartu emanak baloratzen ditu gehiago.

“*(...) Gaur egun, baloratzen delako zenbat jarraitzaile dituzun, suposatzen delako horrekin famatua zarela, “pop” (popular). A ver, haiek esaten dute ezetz, “ah, no no, eso a mí me la suda” y tal, baina daude egunero begiratzen en sugerencias de Instagram si hay alguien que conocen, amigo de no sé quién o no sé cuál, le siguen y esperan el follow de vuelta. Baina bai, horrelakoak egon badaude. Eta nahiko obsesioa da*” (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Adierazpen hauen lehenengo kuriositatea zera da: elkarrizketen eta inkestean kasuan, norberari ez zaiola besteei bezain beste inporta interakzioek. Izan “gustuko dut”, izan jarraitzaileak, izan iruzkinak. Inork ez ditu aintzat hartzen, baina denek adierazten dute gainontzekoek horren arabera funtzionatzen dutela Instagramen. Baita horrelako jarreraren izaera obsesiboa. Dena den, argi dagoena da guztiz gurutzatzen direla *like* eta *follow*-ak Instagramen dugun jarrerarekin, neska gazteen kasuan, batez ere.

2. elkarrizketatuak bat egiten du 1.egoak esandakoarekin: jende askok Instagramen “gustuko dut” eta jarraitzaileen arabera funtzionatzen dute.

“*(...) Badago jendea horrela funtzionatzen duela. Nik ezagutzen dut jendea agian argazki batek ez badu X like que la borran, edo, adibidez, argazki bat beste bat baino like gehiago izaten baditu horrelako argazki gehiago igotzen dituzte. Jendeak askotan igotzen ditu argazkiak likeak bilatzen edo. Azken finea, ese es el fin, ¿no? (...) Pero al final las subes, para que la gente las vea, ¿si no, para que las subes?*” (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Beste behin, ikusi daiteke Instagramek eta, orokorrean, sare sozialek zentzua hartzen dutela hartu emanetan eta, nahiz eta hedatua egon norberaren buruarekin eroso egoteko moduko edukia sortu behar dela, azken finean Instagram besteei begirako edukia igotzean datza, besteek ikusi nahi duten eta guk erakutsi nahi dugun aldea besteei zabalduz, hain zuzen ere. Beraz, bai, “gustuko dut” eta jarraitzaileen arabera funtzionatzen da; are gehiago, hori bilatzen da eta horregatik erabiltzaileak baldintzatuta daude, horrek suposatzen duenarekin.

“Gustuko dut”-ekin jarraituta, zer argazki motek jasotzen duten gehien aztertu genituen elkarrizketetan. Biak bat zetozen beste behin: euren burua sexualizatzen zuten neskek jasotzen zituzten *like* gehien. Biek gauza antzekoak aipatzen dituzte gaiaren inguruan, tonu ezberdinekin baina atzean esan nahi berarekin.

1. elkarrizketatuaren arabera:

*“ (...) nire lagun bat oso harro sentitzen da bere gorputzaz. Eta oso polita ikusten denez, igotzen ditu bere argazkiak en tanga, en bikini eta halakoak. Eta bera bai dituela like asko. Es que las cosas caen por si solas ”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

“*Las cosas caen por si solas*” adierazpenarekin hainbat dira ulertzea ematen direna: nola Instagramek nesken sexualizazioan sakontzen duen, alde batetik. Nola neska gazteak jasotzen duten kanpo eraginetatik normaltzat eta gustuko jarduera bezala hartzen duten aipatutako sexualizazioa, bestetik. Eta bukatzeko, nola *like* asko jasotzeak eragiten duen fenomenoaren birproduzitzea, neskek “gustuko dut”-ak jasotzeak ondo sentiarazten dituelako eta horrelako eduki gehiago igotzera bultzatzen dituelako.

1. elkarrizketatuak edukiaren birproduzioarekin, hain zuzen ere, zera dio: “*(...) aipatu dudan nesken kasuan, haiek kontzienteak badirela publiko bat daukatela, gehien bat, gizonez osatua, eta agian, inkontzienteki, beharra dutela publiko hori mantentzeko*” (1. elkarrizketatua, 18 urte). Oso gatazkatsua den adierazpen honek erakusten du askotan neskak horretaz kontziente izan arren, kontzienteki ere ari direla gurpil hori puzten eta erabaki propioz euren burua sexualizatzen.

Eta ez da soilik “gustuko dut”-ekin gertatzen. 2. elkarrizketatuak aipatu moduan: “*(...) baina es que también está el tema de que tipo de fotos subas. Rollo, si subes nudes (argazkiak biluzik edo erdi-biluzik) o lo que sea, pues la gente por el morbo te sigue*” (2. elkarrizketatua, 18 urte). Jarraitzaile gehiago izateko arrazoietako bat ere, edukiaren nolakotasunean egon daiteke; konkretuki, nesken sexualizazioa bultzatzen duten kontuak direlako jarraitzaile gehiago lortzen dituztenak.

1. elkarrizketatuarekin konprobatzen saiatu ginen, eta honako hau da lortu genituen emaitzak:

*“Lo voy a mirar (Instagram kontua begiratzen du). Pfff... Sí. Es que, badauka bat hondartzan agertzen dela bikinian con las olas, eta baditu 800 like, eta hurrengoan, bera dago paseo batean eta 400 ditu. Erdia. (...) Nire beste lagun*

*baten kontura sartuko naiz ikusteko. Es que como sea así, me muero. (Instagram kontua begiratzen du). Bai, gorputz osoa ateratzen denean, eta ikusten denean igual la figura bastante más, tiene casi 1000 likes. Eta besteetan 500. Ufff, que mal”.* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

### 4.3 ERAGINAK ETA ONDORIOAK

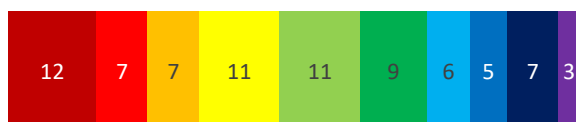
Azken atal honetan, Instagramen erabilerek eta harremanek dituzten eraginetan, eta beraz, neska gazteengan suposatzen duten ondorioetan sakontzea da helburua. Lehenik eta behin, Instagramen ematen diren hainbat dinamika aztertuko ditut, hala nola, epaiketa, lehiaketa eta kritika. Dinamika horiek neska gazteen auto-pertzepzioan eta identitatean eragina izan dezakete. Beste alde batetik, ikerketa laginaren esperientzia propioan murgilduko naiz, eurek eragin eta ondorioen gaineko kontzientziarik duten ezagutzeko. Bukatzeko, marko teorikoan erabilitako edukia eta elkarrizketan jasotako informazioa konbinatuz, asmoa auto-pertzepzioari eta identitatearen eraikuntzari dagokion hausnarketa plazaratuko dut.

#### 4.3.1 Instagram baitako dinamikak

Hainbat dira Instagram baitan nabarmendu daitezken dinamikak. Lehenik eta behin, neska gazteek sortzen duten edukiak sorrarazten dituen sententzio eta pertzepzioak aztertzeari ekingo diot.

#### 14. grafikoa: besteen iritziak Instagramen duen garrantzia (erantzun kopuruetan)

16 eta 18 urte bitarteko nesken arabera, Ezkerraldeko ikastola batean 2022an



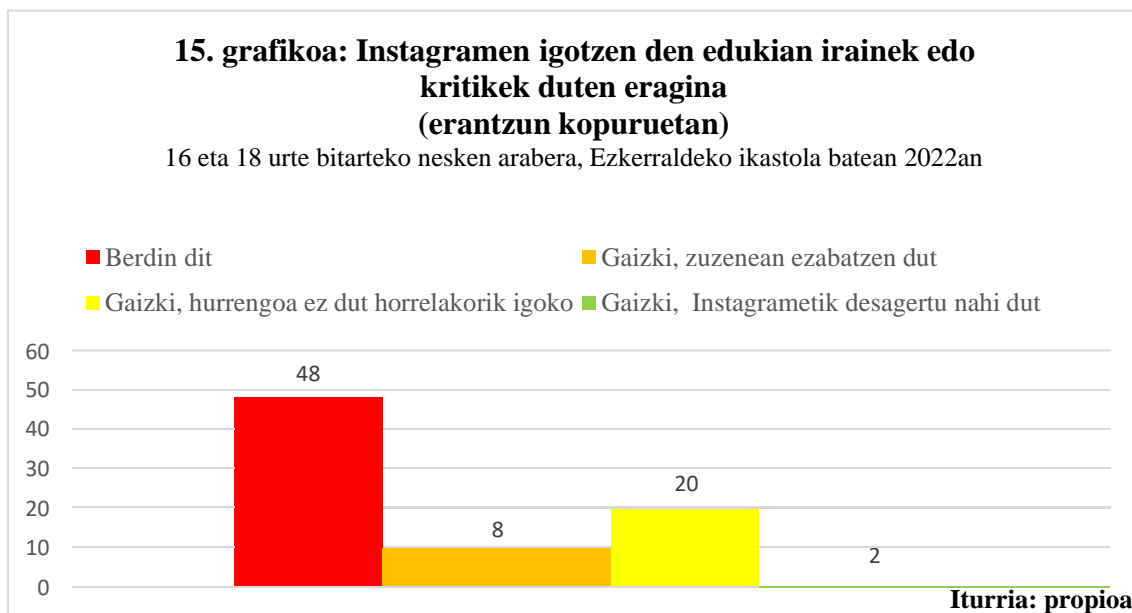
- 1 (bat ere ez garrantzitsua)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 (oso garrantzitsua)

**Iturria: propioa**

14. grafikoa ikusi ahal denez, nahiko orekatuak daude eskalan zenbaki guztiak. Hala ere, 1, 2 eta 3 balioen bueltan, 8, 9 eta 10 balioen bueltan baino erantzun gehiago kontzentratzen dira. Horrek zera esan nahi du: 26 inkestak garrantzia gutxi ematen diotela besteek euren inguruan izan dezaketen iritziaz, garrantzia nahiko edo oso handia ematen dutenen 15 inkestaren aurrean. Erdiko balioetan ere, hainbat izan dira

inkestaturen erantzunak. Baina horiek ez dira oso esanguratsuak, izan ere, ez dutelako garrantzia ez handirik ez txikirik erakusten; gehiago litzateke gaiaren inguruan posizio argirik ez dutenen erantzuna.

Beraz, inkestaturen erantzunak ikusita, a priori, esan daiteke besteen iritziak ez duela eragin handirik neska gazteen artean, edo behintzat ez diote garrantzia handirik eman nahi horri.



15. grafiko honetan ere, joera nahiko antzekoa da. 78tik 48k berdin zaiela erantzun dute eta 30ek, aldiz, eragin txarra duela eta horren aurrean neurriak hartuko lituzkeela. Irainek eta kritikek berdin diela erantzun duen multzoa bat dator zenbakietan 14. grafikoetan 1, 2, 3, 4 eta 5 balioak hautatu dutenekin: 48 inkestatu. Honakoan 2k erantzun dute aukera erradikalena: gaizki, kritika edo irainak jasoz gero Instagrametik desagertu nahiko lukete. Eta 14. grafikoan besteen iritzia oso garrantzitsua dela beste 3k adierazi dute. Hala ere, berdin zaiela gehiengo batek erantzun arren, 30ek horren inguruko kezka adierazi dute, gradu handiagoan ala txikiagoan.

20k erantzun dute nahiz eta irainak jaso, momentuan ez luketela erreakzionatuko baina aurrerantzean horrelako edukirik ez igotzea eragingo luke. Hau da, euren jarduna baldintzatua edo eraginda ikusiko litzateke horrelako komentario edo kritikak jasotzean. Azken finean, autokontrola eta autobigilantzia ezartzen dute neskek euren buruei. Marka pertsonala logika horren baitan mugitzen dela aipatzen du Gehl-ek, norbanakoaren erregulazio forma bat baita, kapital pertsonala eraikitze eta hortik onura ateratzea helburu duena (Gehl, 2011). Gorputz irudiarekin ere harremanetan dago, izan ere, auto-

objektibazioa loturan dago gorputzaren bigilantziarekin. Itxuraren gaineko kontrolaren bigilantziarik gabe ezinezkoa da estandar soziokulturalak betetzea eta iritzi negatiboak saihestea (Stevens, 2006).

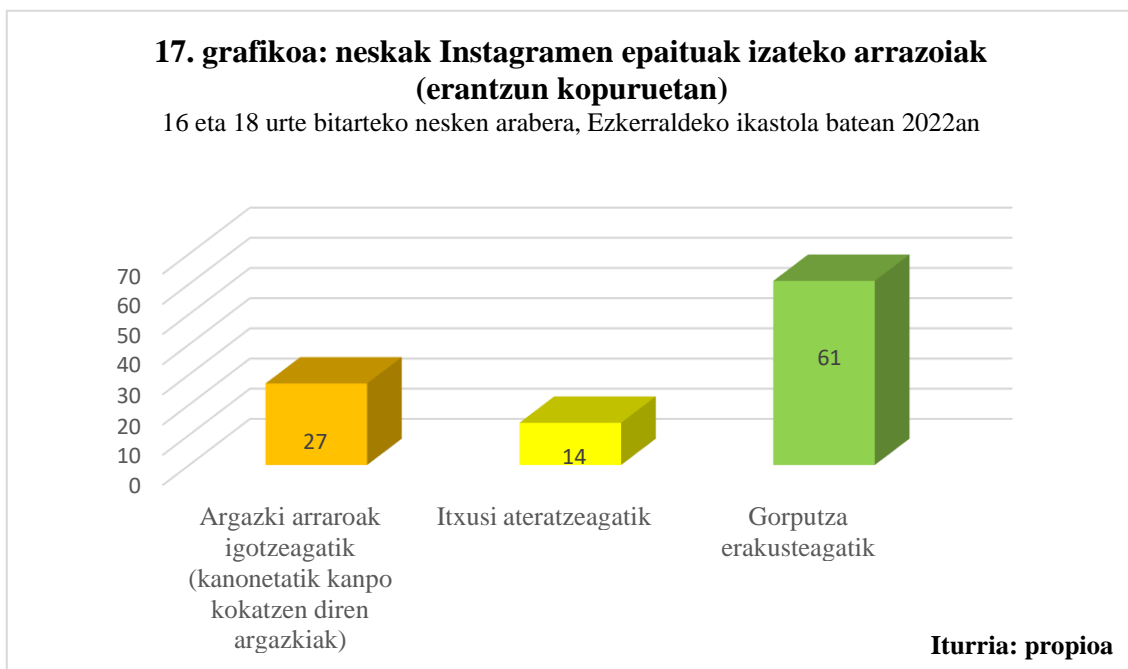
16. grafikoan ikusi moduan, 78tik 75 inkestatuek baiezkoa erantzun dute Instagram emakumeak ia epaituak diren galdetu zaienean. Baiezko borobil bat jaso da galdera honetan eta horrek erakusten du, aurreko ataletan aipatu moduan, Instagramen barne dinamikaz jakitun eta kontziente direla egun neska gazteak. Horregatik izan daiteke iruzkin ezkorrak jasotzean paso egitea eta horren garrantzia kentzea, horren eraginak pairatzea saihesteko.



Epaituak izatearen arrazoiak galdetzean, argiago ikusi daiteke zer dela eta uste den direla epaituak, eta auto-objektibazioa eta sexualizazioa dagoela epaituak izatearen fenomenoaren atzean. 17. grafikoak erakusten du atzetik egon daitezken arrazoiak inkestatuak izan diren neska gazteen arabera.

17. grafikoan, hain zuzen ere, epaituak izateko arrazoi nagusia gorputza erakusteagatik dela argia da. 78 inkestatutik 61ak erantzun du hori dela, euren iritziz, arrazoi nagusia. Hala ere, beste bi aukerak ere hainbatek aukeratu dituzte. Alde batetik, kanonetatik kanpo kokatzen diren argazkiak igotzeagatik, hau da, argazki “arraroak” (zentzu komunean) igotzeagatik ere izan daitezke epaituak, 78 inkestatutik 27k aukeratu bezala. Zein itxusi ateratzeagatik, 78tik 14k erantzun moduan. Ikusi daitekenez, kontrola eta bigilantzia mahai-gaineratzen dituen grafikoa da honakoa, auto-zentzura dakarrena atzetik; baita kanonetara egokitze beharra. Gorputza erakustearen auziarekin paradoxikoa da: emakumeak epaituak dira horregatik baina aldi berean, aurreko atalean aipatu moduan,

*like* gehien jasotzen duten argazkiak biluztuak agertzen direnak dira. Beraz, nesken sexualizazioak bi funtzio betetzen ditu: alde batetik, begirada maskulinoa asetzea eta euren begirako edukia sortzea Instagramen, horrek suposatzen duen kanonak aplikatuz, presioa eraginez eta gorputz irudiaren gaineko etengabeko errebisioa eraginez; eta beste alde batetik, nesken epaitzea hedatzea, emakumeek duten jarrera eta dispozizioagatik kritikatzuz, gaizki sentiaraziz eta beste behin, euren gorputzaren eta itxuraren gainean izan behar duten diziiplina azpimarratuz.

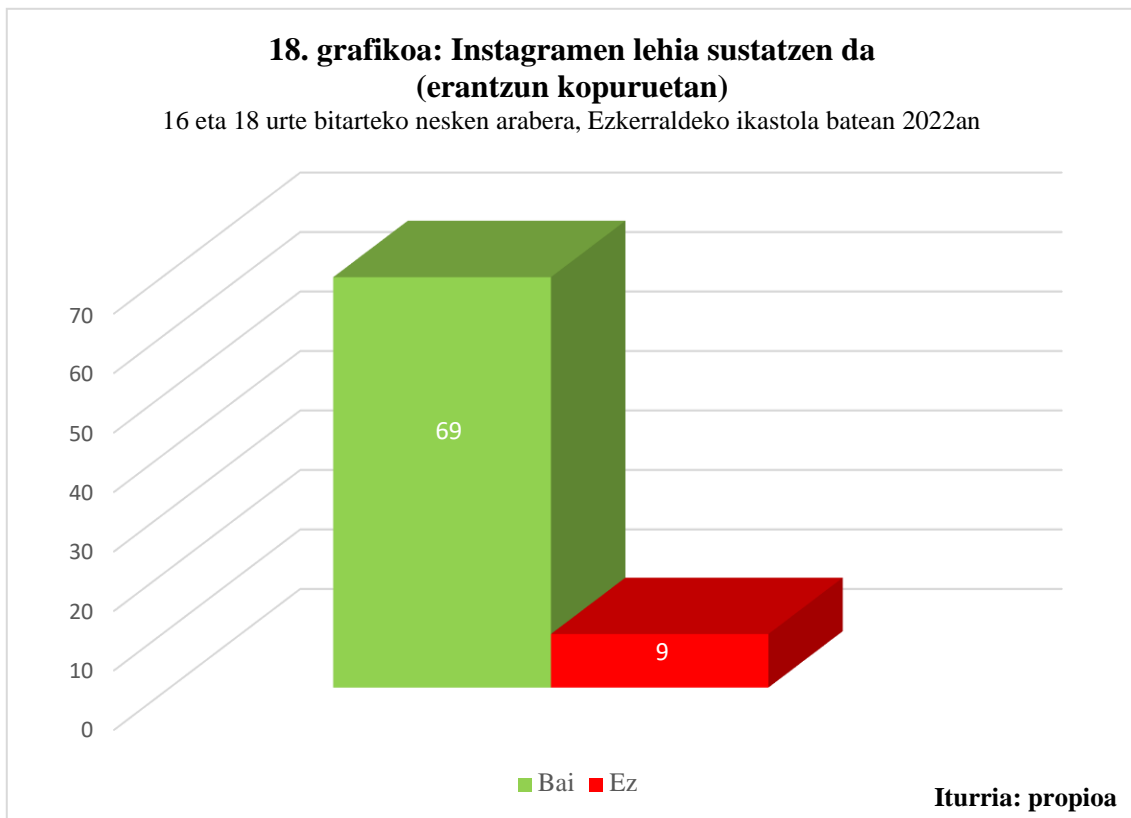


Sexualizazioaren fenomenoak, hain zuzen ere, komunikabideek hedatzen laguntzen dute. Dударik gabe, objektibazio sexualerako iturri nagusienetarikoak direla eta. Etengabe komunikabideek adierazten duten kosifikazio sexualak eragin zuzenak ditu emakumeengan: besteen gorputza etengabe agertzen zaie kosifikatua komunikabideetan, hortik gorputzak duen garrantzia barneratu eta jarrera horiek ikasi egiten dituzte, besteen begiradaren aurrean objektu moduan agertzea normalizatzen baitute (Stevens, 2006).

Hori gutxi balitz, ez da norbanakoak indibidualki pairatzen duen fenomeno bat; epaitzearekin batera bada nesken auto-objektibazioan sakontzen duten beste dinamika kaltegarri bat: lehiaketa. Fardoulyk azaldu moduan, bi modutan ahal du Instagramek eraginak sortu emakume gazteengan, nagusiki lehiaketak zein alderaketak gorputzaren eta itxuraren gaineko kezkan eta auto-objektibazioan oinarrituta: alde batetik, irudietan oinarritutako plataforma den heinean, erabiltzaileak etengabe dituzte euren itxura gainontzekoekin alderatzeko aukerak. Bestetik, erabiltzaileek edukia igo aurretik, ahal dituzte filtro bidez aldatu eta horiek behin eta berriro errepasatu, bertsio onena lortzea

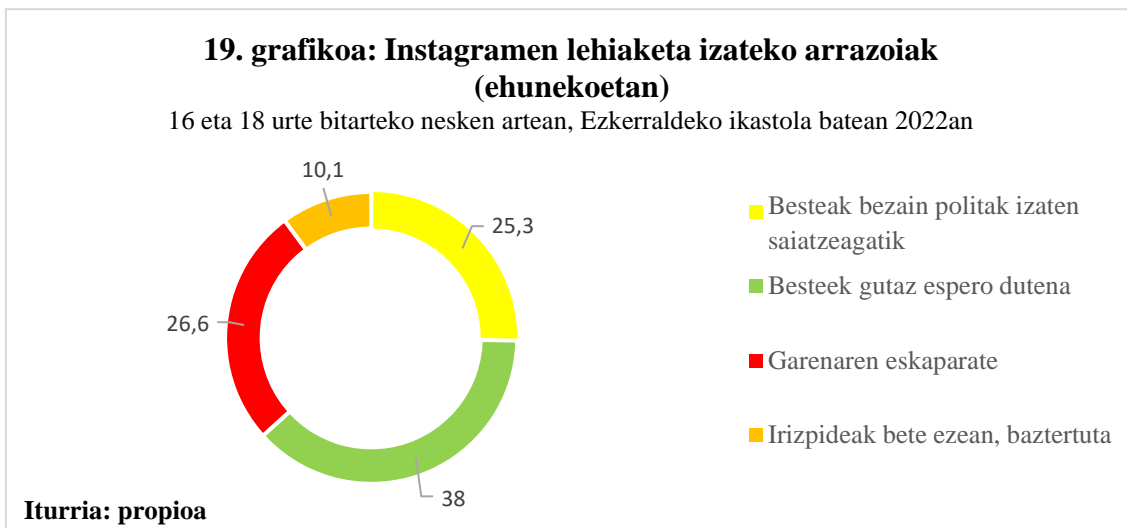
helburu. Finean, Instagramen argitaratzen diren argazkiek edertasun ideal sozialak indartzen dituzte eta erabiltzaileek irudietan ikusten dutena haina erakargarria ez izatearen kezka zein auto-objektibazioa eta gorputz atsekabea sorrarazten dute (Fardouly et al., 2018).

78tik 14k soilik erantzun dute itsusiak ateratzeagatik direla epaituak neskak Instagramen. Hala ere, oso garrantzitsua den erantzun bat da, izan ere, gaztaroan korporalitateak garrantzi are eta handiagoa du eta itxurak eta gorputz-irudiak kezka handiak sortzen ditu. Gizon zein emakumeen kasuan, gaztaroan itxurarekiko ardura lar handia da, baita gorputza gainbaloratua dago. Batez ere, inguruko balorazio ezkorrak dira gorputza atsekabea garatzeko faktore nagusienetarikoa, gazte gaztetatik, eta luzaroan arazo emozionalak sor ditzake (Peris, Maganto eta Kortabarria, 2013).



16. grafikoan bezala, 18. grafikoan ere, Instagramek lehiaketaren dinamika sustatzen duenaren inguruko galderan, baiezkoa borobila da. Beraz, lehiaketarako agertokia da Instagram, bere horretan inongo onurarik egiten ez diolarik neska gazteei ezta edozein gazteri. Lehiaketa egon badagoela kontziente da inkestatuen gehiengo handia, baina horren atzean zer ezkututzen den ikustea garrantzitsua da.

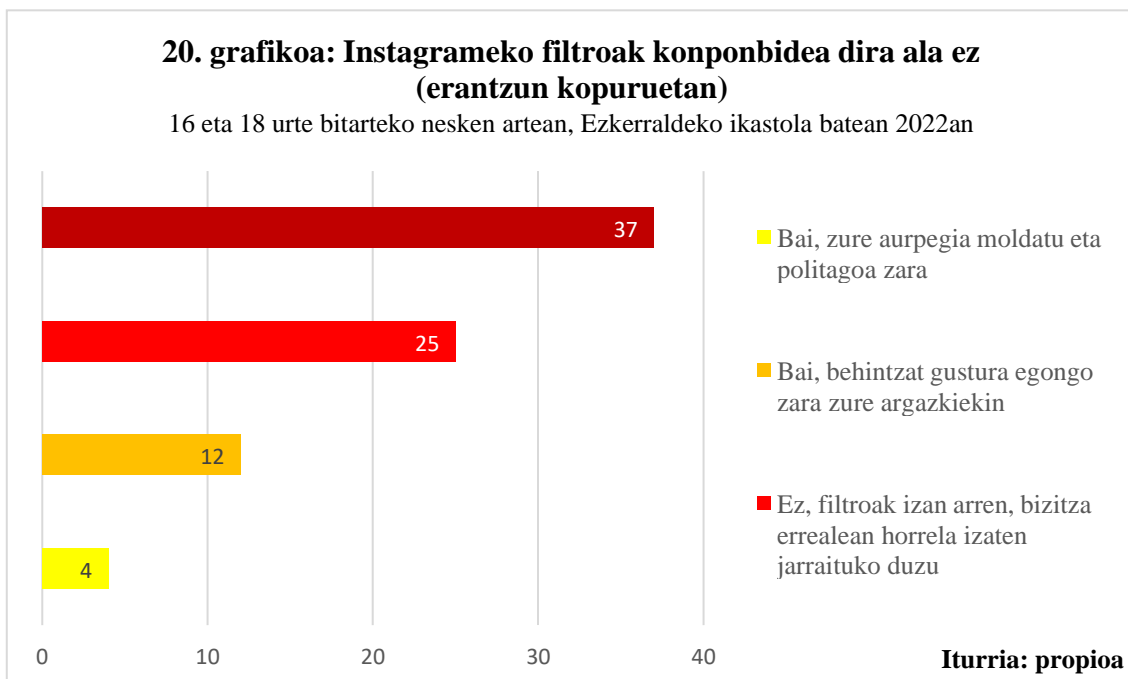




Lehiaketa, beraz, gure itxuraren eta gorputz irudiaren araberakoa da, hau da, honetan oinarritzen da erantzun guztien arabera. Erantzun nagusiak: besteek gutaz espero dutena adierazi behar dugulako plataforman. %38ak aukeratu du erantzun hori. Hau da, %38ak uste du badaudela arau batzuk ezarriak Instagramen eta hori dela erakutsi behar duguna, gure artean hoberen nork betetzen dituen lehiatzen garen bitartean. Beste hainbatek, %26,6ak zehazki, Instagram garenaren eskaparate delako erantzun dute. Horren arabera, gure bertsio onena ari gara erakusten plataforman, besteekin lehian gaudelarik, nor den onena ebatzi nahian. Marka pertsonalaren logikan sartzean zentzu gehiago hartuko du erantzun honen azalpenak. Azken erantzun “arrakastatsua” besteak bezain politak izan nahi izateagatik da. Honako hau, norberaren balorazio oker batetik jaiotzen da. %25,3ak hori erantzun du, orokorrean ematen den fenomeno modura edo euren esperientziatik hasita. Hala eta guztiz ere, norberaren itxurarekin eroso ez egotea eta presioa sentitzea besteen alderaketan “politagoa” izateko, jokabide arriskutsua da, autoestimua zuzenean kolpatu dezakeena.

“Politagoa” izan nahi horrekin loturan daude filtroak, baita “dismorfia digitala” deitu zaion hori ere. Hain zuzen ere, lehia horren ondorio da filtroak gehiegi erabiltzea, gure benetako irudia ez erakustea eta errealistak ez diren kanonak jarraitu nahi izatea. Momentuko irtenbidea eman dezakeen arrian, baditu bere ondorioak: zaurgarritasun emozional eta erlazionalarekin batera, emakume gazteen artean, gorputz dismorfia trastornoak zabaldu dira. Horrekin batera, sortzen dira *influencerrak*, Instagram zein beste sare sozialen bidez arau zein kanon batzuk indartzeko eta horien bueltan jarrera jakin batzuk gidatzeko eredu direnak, irabazi ekonomikoaren truke (Verrastro et. al, 2020).

Aipatutako dismorfia, beraz, filtroen ondorio da: gustatzen ez zaizkigun gure zatiak aldatu eta gure on-line aparientzia aldatzean datza. On-line irudien eta irudi errealean artean dagoen inkongruentziak antsietatea eta atsekabea sortzen ditu. Hauen izateko arrazoa, dituzten jarraitzaileak eragitea da, eta argi dago, batzuetan ez dela eragin ona sortzen dutena (Verrastro et. al, 2020).



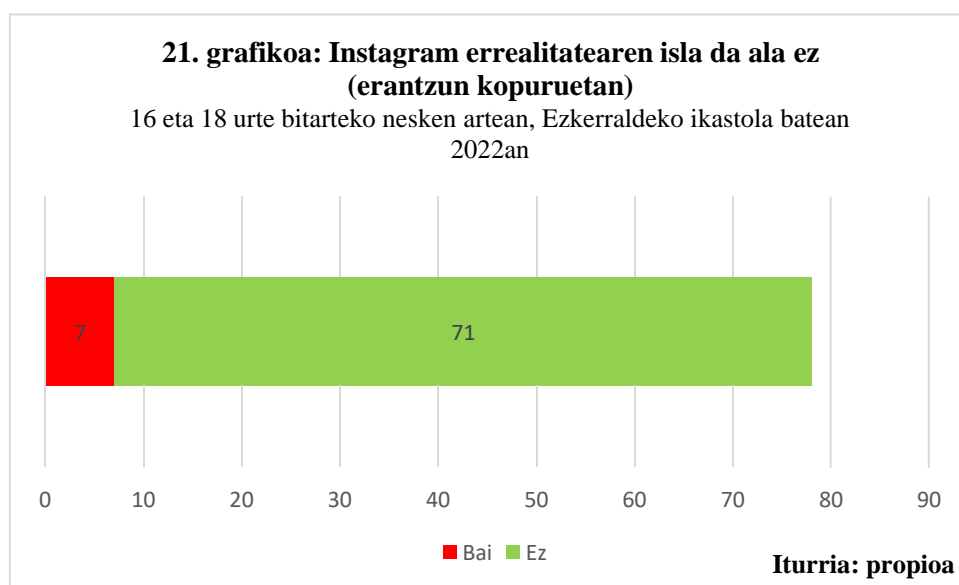
20. grafikoa ikusi bezala, 62 inkestak uste dute filtroak ez direla konponbidea. Horietatik 37k, filtroek sortzen duten irudiarekiko kezka obsesioa dela eta argudiatu dute ezezkoa. Aldiz, 25en arabera, arazoa errealitatearen eta mundu birtualaren artean dagoen aldean dago. 78tik 16k, aldiz, ez dute filtroen erabilera era negatiboan baloratzen. Izan ere, horietatik 12k baiezkoaren alde jarri dira, argazkiarekin erosoago sentitzeko aukera ematen baitutelako. Aldiz, 4k, baiezkoa aurretiaz aipatu dudana dinamika arriskutsuarekin defendatu dute: filtroek aurpegia aldatu eta politago egotea eragiten dute.

Gehiengo zabal batek filtroen izaera arriskutsua nabaritu arren, 10. grafikoa azaltzen den moduan, 78 inkestakuen artean %72ak filtroen erabilera aurrera zeraman. Filtroen erabilera ez da zertan txarra izan bai ala bai, hau da, filtroen erabilera “sano” bat egin ahal dela, edo, nahiz eta filtroen arriskuak eta eraginak ezagutu, oso zaila da dinamika horren atzaparretatik ihes egitea.

1. elkarrizketatuak esan arren ez dituela filtroak erabiltzen, bere ingurukoek erabiltzen dituztela gehitzen du, eta kritika oso gogor eta arriskutsuarekin zera dio filtroen inguruan:

“ (...) Gehienetan igotzen dituzten argazkiak están super preparadas por detrás. Ditzute pila bat filtro, aurkitu dute justo el momento en el que la luz le da la sombra y la postura... maquillaje perfecto... Nik uste bai daudela eroso baina por eso, porque lo han trabajado y se lo han currado para que la foto sea perfecta. Sin todo eso dudo que subieran esa foto” (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Filtroen eragin txarra azpimarratzen du, hala ere, horrekin edukia igotzen dutenak eroso sentitzen direla ere aipatzen du. Horrek ez du esan nahi filtroak konponbidea direnik; kontrara, filtroen eta gustuko ez dituzten gorputz atalen moldaketetara ohitu eta horiekiko dependentzia eta obsesioa sortu daiteke, dismorfia fenomenoak pairatzeraino.



Ez soilik filtroei dagokionean, baita aurreko ataletan azaldu den eskaparatismo ideiarri tiraka, 21. grafikoan ikusi daiteke nola inkestaturen gehiengo zabal batek, hau da, 78tik 71ak, argi duen Instagram ez dela errealitatearen isla. Horren inguruan galdetu zaie elkarrizketatuei ere; 1. elkarrizketatuak hurrengoa dio eskaparatismoaren inguruan:

“Sentimendu negatiboak sortzen ditu horrek. Ezagutzen dut neska bat argazkietan oso guapa ateratzen dela, cuerpazo, cara, pomulos, labios, tal. Baina gero, en persona, badago beti las manos así (tripa gainean jartzen ditu eskuak) para que no se le vea la tripa, edo para que no se le noten los michelines que todos tenemos. Es que, bera ere bai txikia zenean tuvo acoso por su físico. (...) Baina gero ikusten duzu igotzen dituen argazkiak eta itxuraz, dirudi oso segurua, oso polita eta oso tal, baina gero, errealitatean, bera dago así como, super insegura. Bere gestoak no dan la misma sensación que en argazkis” (1. elkarrizketatu, 18 urte).

Adierazpen horrek erakusten duena, finean, “ni” birtualaren eta aurrez aurreko “ni”-aren arteko distantzia, hau da, pertsonaia ezberdin bat sortzen dela sareetan, gure bertsio hobetu bat dena eta gutaz ikusi nahi dutena erakusten duena.

Honako adierazpenak laburbiltzen du hobekien aurreko elkarrizketa zatian esan nahi zena: *“Nik uste dut zure Instagramen igotzen badituzu nahi dituzun gauzak bai zarela benetan zaren pertsona. Baina hasten bazara a filtrar contenido, ahí ya nik uste sortzen ari zarela identitate bat edo pertsonaia bat. Ez dela benetako pertsonaia”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Aipatzekoa da akademiatik identitate birtualaren egiazkotasuna aintzat hartu dela eta ez dela irrealizat jo, izan ere, erreala eta birtuala gainjarri egiten diren bi plano gisa ulertu behar ditugu. Nahiz eta bigarren honetan loturen lausotzea eman den. Mundu birtuala ez da hautemangarria eta jariakortasunari zein aldaketari mesede egiten dio. Eta Internetera ekarrita, harremanetarako tresna edo bitartekoa izatea baino, esperientzia ekintza bezala ulertu behar dugu, zeinak subjektua bizi, autodefinitu, erlazionatu eta identitate bat baino gehiago izatera hel daitekeen (Del Prete eta Redon, 2020). Kapitalismo berantiarrean, beraz, “ni”a proiektu erreflexibo gisa aurkezten da; identitatea, jada, ez da nozio estankoa, baizik eta landu eta eraiki beharreko zerbaitetan bilakatu da (Marwick, 2010).

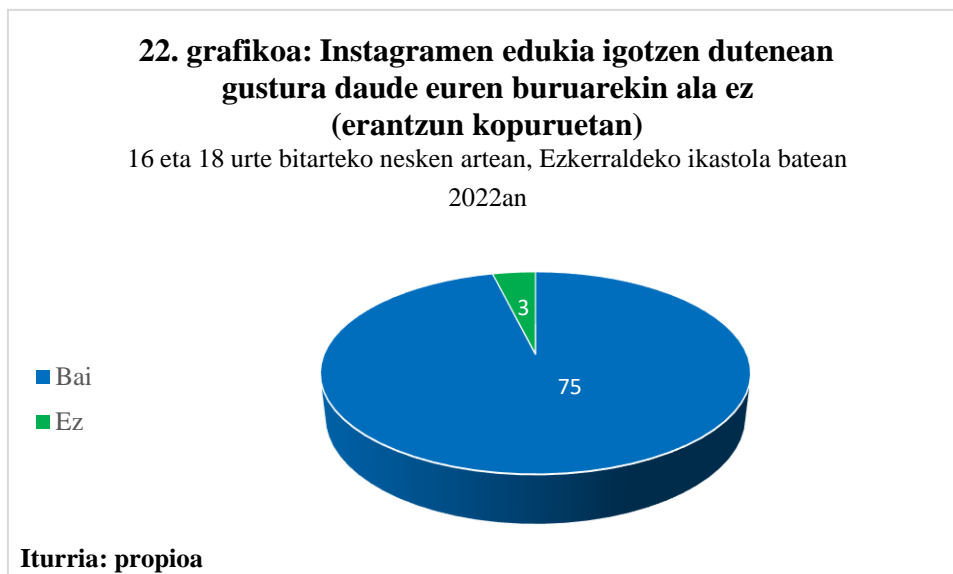
Gainera, kontuan hartzekoa da mundu birtualean egikaritzen den komunikazioaren zati handi bat irudien bidez egiten dela eta beraz, bitarteko birtualetan irudi hau aurkezpen karta batekin lotuta dagoela. Autoestimua geroz eta txikiagoa izan, orduan eta arazo handiagoak dituzte gazteek euren gorputz-irudiarekin. Horregatik nahasten dute sarritan euren gorputz-irudia sareetan sortzen duten irudi birtualarekin, eta ondorioz, identitatearen zentzu nahasia dute (Peris, Maganto eta Kortabarria, 2013).

Azken finean, autoestimuekin erlazio zuzena du Instagramen egiten den erabilerak. Gazteengan argazkien erabilerek eragin dute, eta ondorioek izaera psikologikoa dute. Horrelako sare sozialak erabiltzeak autoestimuan dituen eraginak bi zentzutan banatu daitezke: alde batetik, obsesioa garatzen da interakzioekiko, hau da, igotzen den edukia ikusia, miretsia eta iruzkindua izatea etengabe bilatzen da. Beste alde batetik, etengabe onarpenaren bila egotea legoke, nahi dena adierazi adierazten duten argazkiak publikatuz, mundu birtualean eman nahi den itxura erakutsiz, eta abar. Publikazio horiek, askotan, norbanakoaren bizitza pertsonal errealetik urrun dagoen errealitate bat islatzen dute eta

horrek ondorio psikologiko, sozial eta kulturalak ditu; zer esanik ez, autoestimuan izan ditzaken eraginak (Verrastro et al., 2020).

#### 4.3.2 Esperientzia propioa

Bigarren puntu honetan, inkestatuak eta elkarrizketatuak izan diren horien esperientzia ezagutu eta euren azaletan aurretiaz aztertu diren dinamikak bizi eta horien eraginik ia izan duten jakitea izango da asmoa.



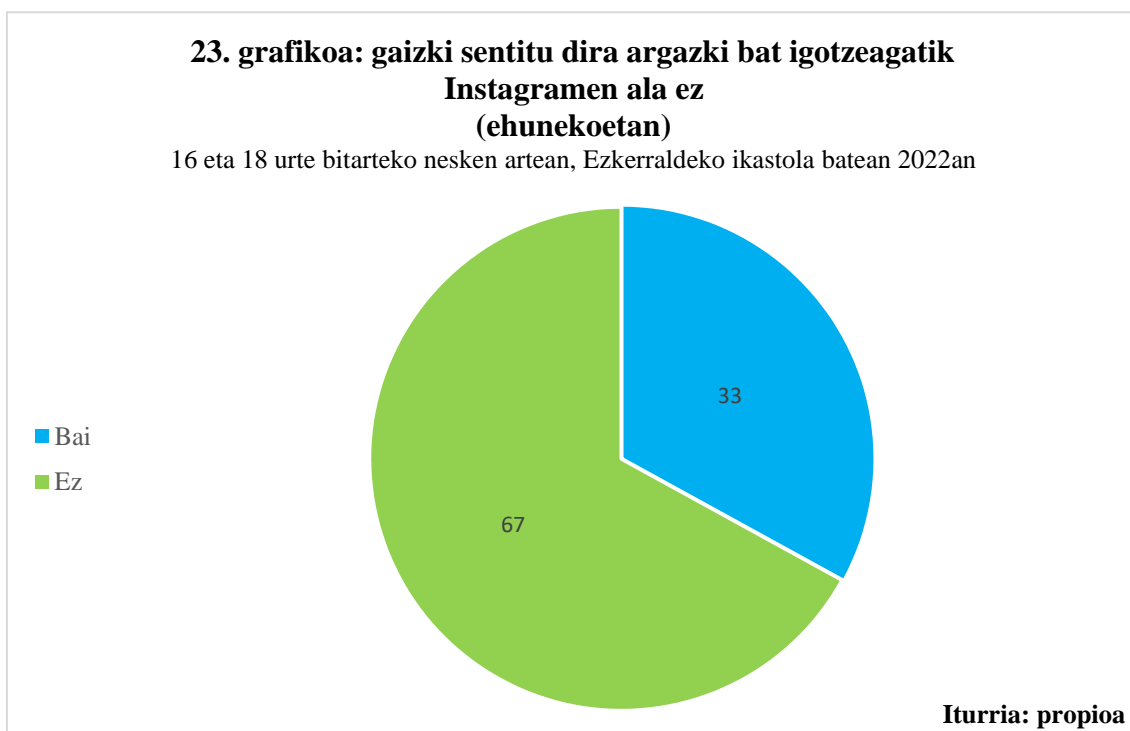
10. grafikoa gehiengoak filtroak erabiltzen dituela aipatu arren, eta 20. grafikoa %80ak kritikatu horien erabilera, ikusi daiteke azkenengo grafiko honetan, 22. grafikoa, inkestatuak, orokorrean eroso sentitzen direla igotzen duten edukiarekin. Beraz, ez dirudi filtroen behar sutsurik dagoenik, kontrara, nahi dena igo dezaketela euren buruarekin ongi sentituz.

1. elkarrizketatuari dagokionean, autoestimua altua dela esatearekin batera, honakoa adierazten du Instagramera igotzen dituen argazkiei dagokionez: *“Batuetan me miro al espejo, y digo: “hoy estoy tan guapa que lo tiene que ver todo el mundo”. Y eso es así, y lo subo. No suelo subir mucho tampoco. Normalean igotzen ditudan argazkiak dira nire lagunekin”* (1. elkarrizketatua, 18 urte). Instagramera igotzen dituen edukiarekiko erosotasuna nabaria da, nahiz eta askotan edukirik ez igo. Hala ere, kezkarria da norberaren bizitza eta momentuko sentimenduak besteei erakusteko beharra izatea etengabe.

2. elkarrizketatuaren arabera, aldiz, argazkiekin eroso sentitzea zaila da.

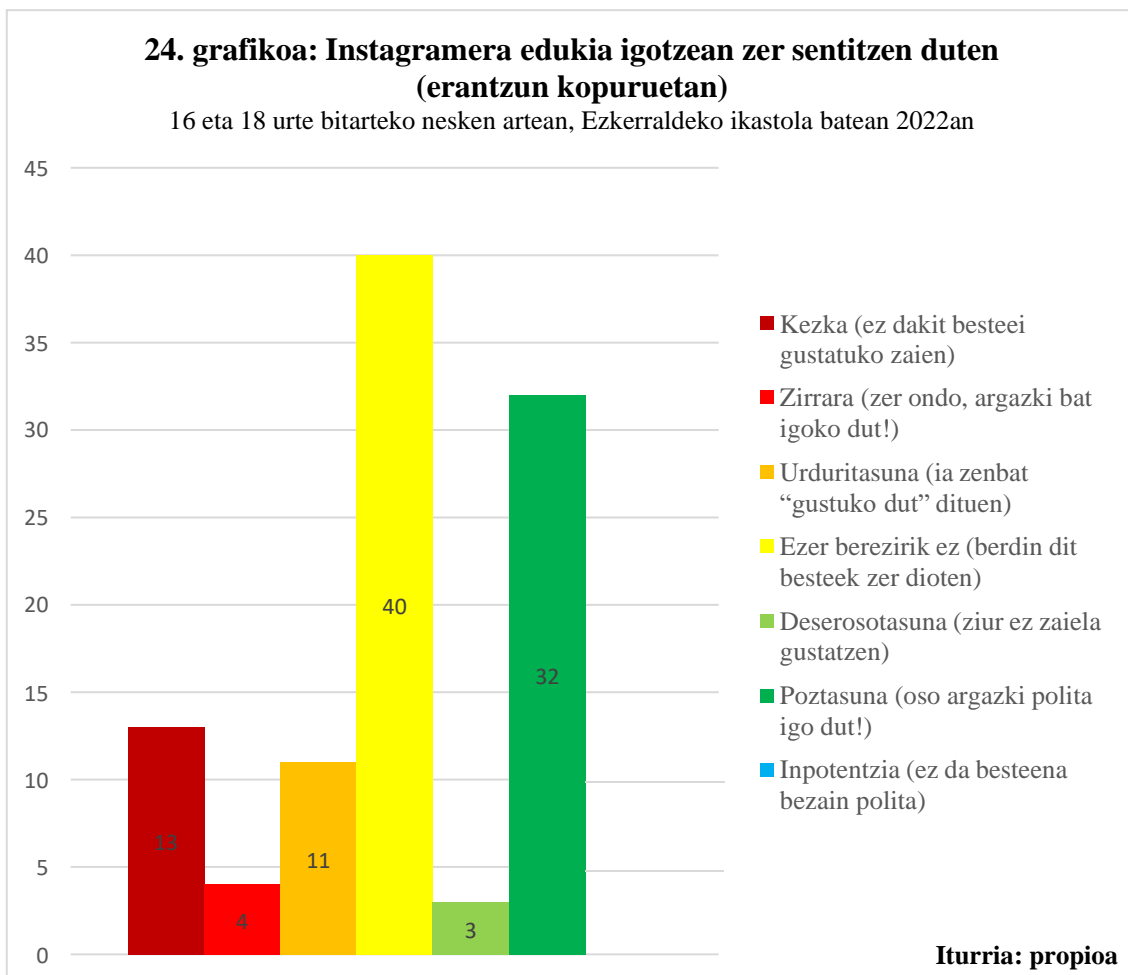
*“Uff (hasperen egiten du). Nik uste asko kostatzen dela eroso sentitzea argazki batekin. Azkenean, jarraitzaileen arabera da ere. Jarraitzaile asko baldin badituzu, o te importa una mierda lo que subas o todo lo contrario. Azken finean, jende askok ikusten du igotzen ari zaren hori. Agian ez jende guztia, baina badago zati bat igual que lo analizan más o así. Entonces estas más pendiente de subir X cosas o de no subir”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

2. elkarrizketatuak aipatu moduan, igotzen diren argazkiak ikusiak eta miretsiak izateko behar edo obsesioa hedatu egin da, *“selfie sindromea”*, adibidez, horren adierazle da . Bizitza pertsonala modu konpultsiboan erakusteko beharraz gain, etengabeko onarpena bilatzen da etengabe eta gainontzekoei gustuko izango zaien identitatearen eraikuntzan autoestimu baxua demostratzen du (Verrastro et al., 2020). “Gustuko dut”-ek ere, mundu birtualaren baitan onarpena ordezkatzan dute. Horiekiko, edo bestelako interakzioekiko, dependentzia izango dute autoestimu baxuko erabiltzaileak, izan ere, bere burua definitzeko eurekiko dependentzian jarduten dute eta geroz eta irudi gehiago partekatuko dituzte onarpen horren bila (Garzón, León eta Trejo, 2019).



Horrek ez du esan nahi noizbaiten gaizki sentitu ez direnik argazkiak igotzean. Hain zuzen ere, 23. grafikoa adierazi moduan, %33a noizbait gaizki sentitu da argazki bat igotzerako orduan. Aldiz, gehiengo handi bat, %67a, ez du horrelakorik sentitu inoiz ez.

Argazkiak edo edukia igotzean zer sentitzen duten galdetu zaienean, erantzunak oso harrigarriak izan dira, eta hein handi batean, positiboak ere bai. 24. grafikoak, beste behin, neska gazteentzako edukia igotzeak inolako sentimendu esanguratsurik sortzen ez diela adierazten du.

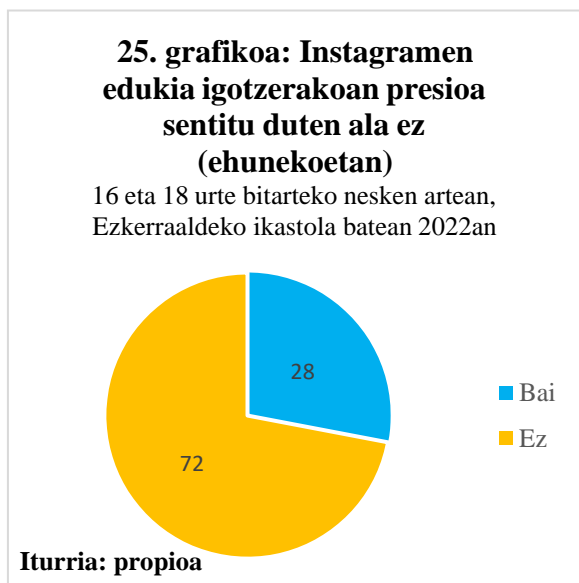


24. grafikoak adierazi bezala, hortaz, 78tik 40k erantzun dute ez dutela ezer berezirik sentitzen. Hau da, erdiak baino gehiagok ez diote garrantzia berezirik ematen edukia igotzeari, eta beraz, ez dute euren burua baldintzatua ikusten edukia igotzerako orduan. 78tik beste 32k poztasuna sentitzen dute edozer igotzerako orduan, eduki polita igotzen dutelako. Eta beraz, sentimendu positiboak sentitzen dituzte, igotzen dutenaz harro daudelako. Sentimendu positiboekin jarraituta, 78tik 4k erantzun dute zirrara ere sentitzen dutela, hau da, emozionatu egiten direla argazki edo edukia igotzerakoan. Beraz, guztira 76 erantzun egon dira sentimendu positiboetara bideratuta.

Nahasmena adierazten duten sentimenduei dagokionez, 78tik 11ak adierazi dute urduritasuna, ia zenbat "gustuko dut" dituenen ondorio. 78tik beste 3k deserosotasuna

sentitu dute, gustukoa izango den ala ez eraginda. Sentimendu negatiboei dagokienean, inpotentzia bezalakoa ez du inor sentitu. Laburbilduz, orokorrean sentsazio onak jasotzen dituzte edukia Instagramera igotzean.

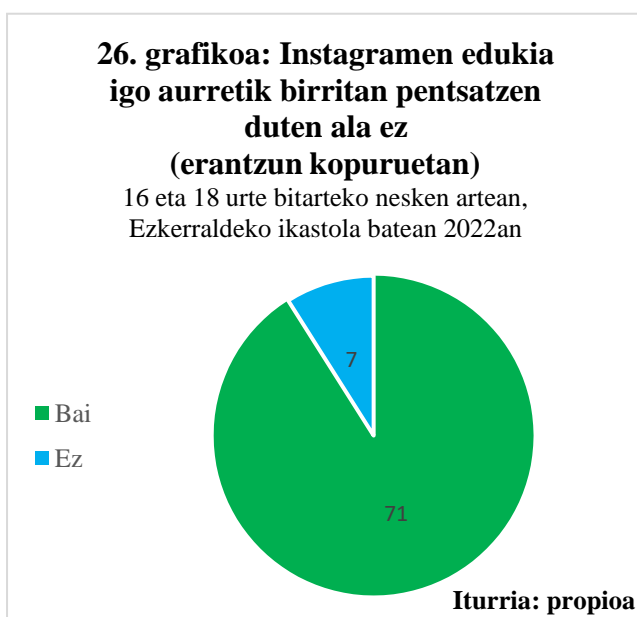
Nahiz eta 24. grafikoan gehiengoak adierazi sentimendu positiboak sentitzen dituela edo



ez duela ezer berezirik sentitzen edukia igotzean, 23. grafikoan bezala, 25. grafikoan ikusten da %28ak noizbait presioa sentitu duela edukia igotzeagatik. Egia da %72ak ez duela horrelakorik sentitu. 23. grafikoan eta honakoan, nahiz eta gehiengoak ez izan 78 inkestatutik zenbaki handi batek sentitu du presioa edo dena delako kanpo eragin bat edukia igotzerakoan eta jarduna Instagramen aurrera eramateko orduan.

2. elkarrizketatuaren adierazpen batek, sentitu daitekeen presioa ondo transmititzen du, nahiz eta pisua kentzen saiatu edo momentu puntualetan sentitu aipatzen duen hori: “Yo pienso: “bueno, ya le darán más”. Tipo, ya seguirán dándole. Yo tengo como un mínimo. Tipo si tiene menos de esto, que ha pasado” (2. elkarrizketatua, 18 urte).

26. grafikoan, aldiz, 78tik 71 neskek adierazi dute Instagramera edukia igo aurretik birritan pentsatzen dutela. Emaizta horien atzean jardun kontziente bat dago: dena delakoa arrazoia, edukia igotzea ariketa kontziente bat bilakatzen da, eta horren ondorioak badira argazki edo bideo bat igotzerako orduan, horren zabalpena eta igotzearen ondorioen inguruko hausnarketa eta balorazioa



egitea da. Hau da, autobigilantzia batek gure burua baldintzatzea. Hala ere, ez du zertan ariketa negatibo bat izan behar: Instagramen edukiak izan dezaken zabalpena edo gure



bizitza intimoa publiko egiteak dakartzan arriskuak saihestea aukera bat izan daiteke. Hala eta guztiz ere, beste aukera bat da besteek edukiaz izango duten iritziaren bueltan hausnartzea, eta birritan pentsatzea hori igo ala ez.

1. elkarrizketatuak, hain zuzen ere, azken idea honi indarra ematen dio:

*“Nik momentu berdinean ateratzen ditut hainbat argazki. Eta gero, gustuko ditudan argazkien artean erabakitzen dut zein den niretzako politena, eta ya está. Así, pin pan, baina ez dut egiten, agian, gaur atera dut argazkia eta gaur igo. Estoy hasta mañana pensando si quiero subirla. Si me apetece que sea vea, o que se me vea. (...) Batzuetan me rayo porque imagine que me está siguiendo algún abuelo, así de raro. Y por eso, no porque no me guste o porque me guste más” (1. elkarrizketatua, 18 urte).*

Edukia igo aurretik birritan pentsatu behar izatea ez da soilik itxura arrazoi, baizik eta pribatutasuna gordetzeko ariketa bat izan daiteke. Hala eta guztiz ere, bigilantzia kontziente bat egin behar izateak demostratzen du Instagramek dituen arriskuak neska gazteentzat, izan itxuraren gainean gainontzekoak egiten duten balorazioaren eraginengatik, izan jazarpenerako agertoki izateagatik.

Azken atalarekin eta analisiarekin bukatzeko, bi dira jorratuko diren alderdiak: alde batetik, ikerketan zehar aipatu baina sakonean aztertu ez dena, erasoan alderdia, hain zuzen ere; eta bestetik, Instagramen eraginak, orokorrean, dituen ondorioen nolakotasuna.

Batez ere, 1. Elkarrizketatuak hitz egiten du errealitate honen inguruan; hain zuzen ere, bere inguruko kasu batzuk aurkezten ditu, Instagramen alderdi ilunena erakutsiz:

*“ (...) Argazkietan jartzea, adibidez: puta. Eta ez bakarrik hori. Nire lagun bati gertatu zitzaion liskar bat izan zuen beste neska batekin, le llama puta tal tal tal, eta beste neskak bere amari esan zion eta bere ama ere bai hasi zen nire lagunari puta deitzen sare sozialetan. (...) Bere inguruan ez dugu ezer esan, ni nada, baina guk uste dugu hori akosoa izan dela, eta bera egon zen bere bizitzako tarte bat oso txarto. Super hundida. Geratu zen bastante baztertuta, bakarrik. (...) Instagrameko kontutik pasatu zen a bere etxera joatea, trinbea jotzea: “eh tu, baja no se que”. Bera ez zegoenez, bere arrebari iraintzea. Akoso, bullying, dena dena*

*dena. No llego a violencia física, baina idas de la cabeza”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Arab eta Díazi jarraituz, Instagramek eta sare sozialek eragin txarrak ekar ditzake gazteen artean, horietan aurrera eramaten diren praktiken ondorioz. Argudio ezkor hau azaltzeko hainbat dira erabileren inguruan botatzen dituzten arrazoiak. Lehena, sare sozialek eta antzeko aplikazioek menpekotasun jokabideak bultzatzen dituztela. Bigarrena, identitatearen eraikuntzan espazio birtualean jasotzen diren feedbackak kaltegarriak izatea gazteentzat, anonimotasunetik, aldentze afektibotik, enpatia gutxirekin eta besteengan sor dezakeena ebaluatzeko elementu gutxirekin botatzen baitira. Hirugarrena, sare sozialetan aurrera eramaten diren jokabide desegokiekin erlazionatuta. Anonimotasunek, identitate faltsuek, exhibizionismoak, oldarkortasunak eta iruzurrak dira horrelako espazioetan nagusitzen diren lekuz kanpoko jarrerak (Arab eta Díaz, 2015).

Gehiegikeria horiek guztiek depresioarekin, insomnioarekin, eskola uztearekin zein beste hainbat sindromerekin harremana dute. Geroz eta hedatuagoak dauden sare sozialetan, geroz eta ohikoagoak dira horrelako abusu egoerak. 1. elkarrizketatuak egindako adierazpenekin harremanetan, honakoak dira aipatutako jazarpenaren adibide batzuk: *grooming*-a, heldu batek ume bat sare sozialetatik engainatzea probetxu sexuala ateratzeko; *ciberbullying*-a, off line ematen den jazarpena egoera bat sare sozialen eta Interneten ere zabaltzea; eta *sexting*-a, iruzurraren bidez sareetan norbaiten irudi sexualak eskuratzea eta bestearen jarrerak aldatzen bilatzea, horiek irekitzeko mehatxupean (Arab eta Díaz, 2015).

Baina horiek ez dira sareetan eta Instagramen ematen den biolentziaren adibide bakarrak. Sare sozialak identitate indibidualaren ispilu izatetik harago, genero identitatearena ere badira eta horrek emakumeen kontrako biolentzia sexuala eta horien gorputzekiko biolentzia sinbolikoa suposatzen du (Eusko Jaurlaritza, 2013). Gazteentzako, bereziki neskeentzako, Instagram bezalako plataformak espazio zaurgarriak direla agerikoa da. Horrek beste hainbat fenomenori bide ematen die: sexu jazarpena, biolentzia matxista forma ezberdinak, kontrola, xantaia... Horiek eta horiekin harremanetan dauden gertakariak geroz eta ohikoagoak dira sare sozial birtualetan (Plan International, 2020). 1. elkarrizketatuak, hain zuzen ere, bere esperientzia pertsonala ardatz, horrelako pasarte labur bat azaltzen du, garrantzia gehiegirik eman gabe: *“Una vez que un pavo me acoso así muy fuerte, no paraba y no paraba. Le dije: “vete a tomar por el culo”. Le bloqueé y ya está. Nada más, pero sin más”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Autoestimua gaituz, nahiz eta atal osoan zehar eragin eta alderdi ezberdinak aztertzean autoestimua irakurketa egiten saiatu, orainoan, elkarrizketak oinarri hartuta, zuzenean autoestimua alderdian sakonduko da. Baita, amaieran, euren eskutik jasotako hausnarketa plazaratuko da.

Instagramrek autoestimua eragiten duen galdetzean, 1. elkarrizketatuak hurrengo adierazi du:

*“Depende a quien, bai. (...) Pero niri ez, baina jende gehienari uste dut baietz. En plan, nik baditut beste lagun batzuk, oso jodituak daudenak. Eta dira oso inseguras haien buruarekin. Eta igotzen dituztenean argazkiak Instagramera, sentitzen dira hobeto gehienetan daudelako babosoak que les responden. Aunque sean babosos, te sube la autoestima porque ves que gustas”* (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Lehenengo adierazpen honetan ikusi dezakegu Instagramen funtsa besteen onarpena jasotzea dela. Hainbat bidetatik lortu dezakegu hori: “gustuko dut”, *follow* zein interakzioen bidez. “Babosen” interakzioak ere horren baitan sartu daitezke, hauek erasoak diren arren. Beraz, elkarrizketatuak esan bezala, autoestimua baxu duten neskek iruzkin lizunak jasotzean hobeto sentitzen dira, horrek zirkulu hori elikatzen duen arren.

Gainera, zentzu guztiz merkantil batean ulertzen dute interakzioak. Kuantifikatzen dituzte eta geroz eta gehiago izan, orduan eta hobeto sentitzen dira:

*“Mira con cuantos tios estoy hablando”. Eta horren arabera se sienten mejor o peor. Voy a romper con todas mis amistades si se enteran de esto, kar kar kar. Justo ayer egon nintzen lagun batekin hitz egiten. Daukagu beste lagun bat etxean arazo pilo bat izan dituen. Eta hori eragin zuzena izan du bere buruarekin eta bere harremantzeko moduan. Hace comentarios todo el rato de: “es que, mira cuantos me tiran”* (mezu zuzenak bidali) (1. elkarrizketatua, 18 urte).

Adierazpen honetan ikusi daiteke, hain zuzen ere, mutilen balidazioa dela ondo sentitzeko baldintza bat neska askoren artean, eta elkarrizketatuak esan bezala, kasu honetan neskaren egoera zaurgarria izanik, horrelako interkazioekiko dependentzia adierazten du ondo sentitzeko, horrek harremantzeko arazoak ekar diezaiokeelarik.

2. elkarrizketatuak modu orokorragoan azaltzen du autoestimua auzia, eta besteekin alderaketan jartzen du fokoa:

*“Depende de las modas que haya, la gente que sigas y como estes tú te afecta. En plan, si estas mal o lo que sea, te pasas media hora en Instagram, luego te pasas otra media y luego no sé qué, y empiezas a ver fotos y fotos y fotos. Eta ikusten duzun bakarra bada jende oso zoriontsua, ez duela zertan soilik gorputzarekin harremanetan egon behar. Ves a todo el mundo pasándose bien, a todo el mundo de fiesta”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Biek keinu bat egiten diote egoera onean ez dauden erabiltzaileei, kasu horietan Instagramen eraginak pairatzeko aukera gehiago omen daudelako. 2. elkarrizketatzaileak lehiaketan sakondu, eta besteen bizitza idilikoarekin norberarena alderatzea dinamika arriskutsu bezala aurkezten du, ongizatearekin harremanetan dagoena eta patroiz zein kanonak erreproduzitzea dakarrena. Izan ere,

*“lehiaketa dago noski. (...) Luego también eso, es gente muy delgada, que no tiene por qué estar sano, pero como es el canon esto, pues la gente les sigue más que a una persona que puede estar más sana pero que tenga más curvas o lo que sea. Que la gente también se piensa que lo que ve es como lo perfecto o idílico, baina azkenean ez dakite zer dagoen pertsona bakoitzaren atzean”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

Instagramen sortzen den errealitate faltsua, gainera, oso kanon arriskutsuak sor ditzake: gorputz irrealak, adibidez. Horrek guztiak, ondoeza sortzen du horrelako kanonetara heldu ezin izateak frustrazioa eta atsekabea eragin besterik ez baitute egiten. Gorputz perfektu bat ikusi eta hori imitatzen saiatzeak, alde batetik, elikadura eta trastorno psikologikoak eragin ditzake, autoestimua baxuarekin harremanetan daudenak eta beste alde batetik, horren atzean dagoen irrealtasuna ezkutatu dezakete, hau da, egiazat hartu gezurra dena. Instagram arriskutsuak diren eredu edo modeloak sortzeko agertokia ere bada. *“Azken finean, alderatzen duzu zure burua besteekin. Eso al final influye en cómo te ves a ti misma. Ves que el resto tiene más no sé qué. Menos no sé qué. Y ves lo tuyo más acentuado. Baina inkontzientea da”* (2. elkarrizketatua, 18 urte).

### **4.3.3 Hausnarketa**

Hain zuzen ere, amaierako hausnarketa aipatu diren elementuei jarraiki egiten dute: lehiaketa, identitate edo pertsonaia birtuala eta idilikoa edo perfektua dira Instagramen

erabileran ondorio txarrak ekartzen dituzten elementuak, hain zuzen ere, autoestimua kolpatu egiten dutenak eta ondorio psikologiko okerrak ekar dezaketenak.

Instagrammen erabilerek neska gazteengan nola eragiten duten galdetzean, 1. elkarrizketatuak zera dio:

*“Eragin txarrak ditu. Batzuetan, hain sartuta zaude zure pertsonaian edo Instagramen eraiki duzun identitatean que mezclas la real con la ficticia y ya no sabes ni quién eres. Yo sí creo que eso pasa. Eta gainera horrek eragiten du asko zure autoestimuan, gero igual egun batean ez zara makilatzen porque no te apetece, y no te dejas sacar fotos, porque no quieres que la gente te vea así. O sea, no quieres que la gente te vea con tu cara (enfasia jartzen du), con tu cara real” (1. elkarrizketatua, 18 urte).*

2. elkarrizketatuak antzeko erantzuna ematen du:

*“Nire ustez, gehien bat, txarrak. A ver, que puede tener alguna consecuencia positiva o algún lado bueno. Baina gehien bat, txarrak. Azken finean, te condicionan por todos los lados. Hay X comunidades que son más liberales o más no sé qué, que hay que aceptar esto o hay que aceptar lo otro, pues están aceptadas las fotos de todo tipo, chicas con pelo, chicas con granos o lo que sea. Pero también está la otra parte de es que yo no quiero tener esto. Aunque te digan que está todo bien, luego también hay otra parte que tú ves, las que más seguidores tienen, las que más no sé qué, las que más tal, son las que no tienen esas cosas. Y luego también por validación masculina y validación de los seguidores que tengas, subes X cosas, con menos ropa, con el culo echado para este o al otro lado, con lo que sea” (2. elkarrizketatua, 18 urte).*

Bi erantzunetan, ulertzea ematen dena da subjektibitate bat sortzen dela neska gazteen bueltan Instagramen, gorputzarekin harremanetan dagoena eta besteekin lehiaketa identitatearen muinean kokatzen duena. Américoren (2018) ideia bat datorkit gogora: “Internet eta sare sozialak biolentziaz eta arriskuz beteriko mundu lurtarretik aldentzeko paradisu birtuala bilakatu dira. Hala ere, sare ikusezin honen beste aurpegia kontuan hartzekoa da: kultura globala indartzera begirako sare honek ezaugarri kulturalak arriskuan jartzen ditu. Krisi garaian identitatea bada pertsonentzako bizitzaren zentzua eta esperientzia lortzeko iturri nagusia, hori galtzeak ezaugarri kultural eta identitarioen multzo oso bat galtzea suposatzen du” (Américo, 2018).

## 5. ONDORIOAK

---

Instagramen erabilerak eta bertan erlazionatzeko moduek neska gazteengan duten ondorioen azterketari amaiera emateko, ikerketan zehar aztertu diren alderdietatik ateratako ondorioak plazaratuko ditut. Horretarako, sarreran zehaztu ditudan helburuak (Ikus 1.2 Helburuak) eta metodologia atalean planteatu dudana hipotesia (Ikus 3. Metodologia) azken atalera berriro ekarriko ditut. Horiei erantzuna emateko, analisisian garatu ditudan ideia nagusien laburpen zehatzago egitea da asmoa.

Azterketaren garapena hasieran definitutako helburuei jarraiki egin da. Marko teorikoari eta testuinguruari esker, hiru helburuen inguruko datuak eta literatura jaso dira, aurrekariekin lan egitea posible egin dutenak. Bigarren mailako datuek ikergaia testuinguruan jartzea eta lehen erantzun posible bat irudikatzea ahalbidetu dute. Gainera, kategoria analitikoak eskaintzarekin batera, Instagramen erabilera garrantzitsuenak, erlazionatzeko joerak eta agente zein eragile nagusiak identifikatzeko lagungarriak izan dira.

Inkestetan jasotako datuen eta sakoneko elkarrizketa erdi-gidatuen bidez, erabilera nagusiak zeintzuk diren ebatzi da, erlazio eredu nagusien nolakotasuna ezagutu da eta ondorio zein eragin posibleetan sakontzea lortu da. Baita genero botere-harremanen eraginpean, Instagramen indarkeria zein jazarpen kasuak ikusarazi ere; nahiz eta horien azterketarako eta Instagramen gauzatzen den indarkeria matxista forma ezberdinetan sakontzeko esku artean dugun ikerketaren pareko bat beharko litzatekeen.

Analisian zehar, beraz, lehen mailako datuen bidez sortutako grafikoak eta elkarrizketetan ateratako ideia adierazgarrienak landutako literaturatik eratorritako kontzeptu zein teoriekin alderatu, kontrastatu eta analizatu dira, jarraian aurkeztuko ditudan ondorioetara heltzea helburu.

Helburuetan murgiltzeko, lehen helburu espezifikoa aztertzen hasiko naiz. Lehen helburu espezifikoa honakoa da: **neska gazteen gorputza eta itxura oinarri, Instagramen duten erabilera nolakoa den ezagutzea, hau da, irudia oinarri izanda nola plataforman nola erlazionatzen diren aztertzea**. Helburu hau analisiaren lehenengo eta bigarren atalean ebazten da.

Erabilerei dagokienean, Instagramen erabilera neska gazteen artean nabarmena dela ikusi daiteke, izan ere, gehiengo batek orduak eta orduak igarotzen ditu plataformara konektatuta. Erabilera nagusia lagun zein hurbilekoekin erlazionatzera bideratuta dago, izan ere, kontua sortzeko arrazoi nagusia lagun gehiengoak aurretiaz zuelako da. Hala ere, kontraesan txiki bat aurkitu daiteke atal horretan: izan ere, erabilera ohikoenen artean besteek igotzen duten edukia kuxkuxeatzea dela adierazi dute, baina aldi berean, uko egin diote edukia igotzearen garrantziari. Hau da, orokorrean ez da edukia igotzen baina erabilera nagusia besteen (lagunen eta gertukoekin) edukia ikustea da. Kontraesan horrek hainbat galdera ireki dituen, oso interesgarriak, eta Instagramen erabileren bueltan sortu den kontzientziarekin harremanetan egon daitezke. Bada, etorkizuneko ikerketa posible baten aurrean geundeke, izan ere, ikerketa honek ezin dio erantzunik eman aipatutako kontraesanari. Kontraesan horri lotuta, filtroen auzia kontuan hartzekoa da ere, izan ere, nahiz eta gehiengo batek edukirik ez igo, aho batez onartu da filtroen erabilera. Hala ere, posible da igotzen den edukian ez, eta probak egiteko zein bideo-deietarako filtroak erabiltzea.

Laburbilduz, erabilera nagusia lagunekin erlazionatzean eta eurek igotako edukia ikustean datza. Gainera, duten erabilerarekin, orokorrean gustura daude, nahiz eta gustura ez daudenen artean, %35 inguru, beste gauza batzuk egiteko denborarik ez dutela argudiatu. Hala ere, Instagram gabe hobeto edo okerrago egongo liratekeen kopuruak oso berdintsuak dira.

Harremanei dagokionean, pribatutasuna da nagusitzen den elementua, hau da, ezezagunen begiradetatik norberaren edukia babestea, zuhurra izatea igotzen denarekin dituen arriskuen jakitun. Horrek, aldi berean, autobigilantzia, kontrola eta diziplina dakar. Orokorrean, inkestetan eta elkarrizketetan askok adierazi dute jarraitzaile asko dituztela, nahiz eta guztiak ezagunak ez izan. Interakzioen garrantziari dagokionez bi iritzi kontrajarri ditugu: alde batetik, esperientzia pertsonalaz ari direnean, garrantzia handirik ez dutela adierazten dute, gehien bat; baina, bestetik, beste neskez aritzean, hau da, hirugarren pertsona batez hitz egitean, “gustuko dut”-ek eta jarraitzaileek, besteak beste, oso garrantzizkoak direla azaltzen dute, elkarrizketatutako batek Instagramen funtsa hori dela aipatzeraino.

Hain zuzen ere, Komunikazioaren esparruan lantzen den bezala, gainontzekoak komunikabide handien zein sare sozialen eragin negatiboen aurrean norbera baino zaugarriagoak direlaren ustea edo pertzepzioa *third-person effect* edo hirugarren

pertsona efektua deritzo. Horrela, efektu hau norbanakoak masa komunikabideek zabaltzen dituzten mezuek norberarengan izan dezaketen eraginen gutxiespenaren zein norberaren gaitasunak gehiegi balioestearen bitartez gauzatzen da (David eta Johnson, 1998). Honako fenomenoak ere, beste ikerketa interesgarri baterako aukerak irekitzen ditu.

*Liken* dinamika, batez ere, sexualizatuak agertzen diren nesken argazkietan nabarmentzen dela adierazi dute elkarrizketatuek, gorputz atalen bat agertzen den argazkietan dauden “gustuko dut” kopurua esanguratsua baita.

Lehenengo helburu espezifikoa bete dela uste dut: Instagramen duten erabilera eta erlazionatzeko erak aztertu eta horietan sakondu dut. Egia da irudian eta itxuran oinarritu naizela datuak biltzerako orduan, hala ere, esango nuke joera argi bat egon dela inkestatuaren artean: Instagramek irudiaren kezkan duen eraginez kontziente dira eta jakinda horrek dituen ondorioak lazarriak direla, hori ukatu eta solik hirugarren pertsoneri esleitu diete hain kaltegarriak izan daitezkeen dinamikak (filtroekin aurpegia moldatzea, “gustuko dut”-ekiko dependentzia, norberaren argazkiak igotzeko nahi edo beharra, eta abar). Beraz, ikerketa honetan ezin da ondorioztatu irudia interakzioen gidari denik.

Bigarren helburua **erabilera horrek neska gazteen pertzepzioan dituen eraginak ezagutzea da, pertzepzio horretatik abiatuta, hainbat fenomenotan sakonduz**. Bigarren helburu espezifikoa, gehien bat, hirugarren atalean erantzuten da.

Erabilerarekiko pertzepzioei dagokionean, inkestatuaren gehiengoak Instagramen duen erabilerarekin gustura dagoela adierazten duen arren, elkarrizketatuek kontrakoa diote: erabilerak harrapatu egiten ditu eta askotan bat-batekotasunak saturatzen ditu. Hor bada, alde batetik, mendekotasunaren indizioetako bat.

Instagramak neska gazteen pertzepzioan dituen ondorioei dagokionean, orokorrean, besteen iritziak larregi inporta ez duela adierazi den arren, Instagramek bultzatzen dituen dinamikak azaleratu dira, eta horiek emakumeak epaitzera begirakoak direla onartu da. Hiru dira nesken pertzepzioa eta autoestimua kaltetzen dituzten dinamikak: lehiaketa, besteekin etengabe alderatzen ibiltzea; epaiketa, emakumeak dena delakoa igotzen dutelako epaituak izatea; eta dismorfia, norberarekin hobeto sentitzeko filtroak erabili behar izatea. Hiru dinamika horiek kaltegarriak direla onartu da aho batez, baita eskaparatismoa nagusitzen dela Instagramen ere: bizitzaren alderdi onenak exageratuz eta



errealitatetik urruntzen den irudi bat salduz. Dinamika horiek guztiak nesken auto-pertzepzioan eragin eta autoestimua kolpatu dezakete. Ikerketa osoan zehar zentrala izan den kontzeptu bat mahai-gaineratzen da: Self-Brading. Hain zuzen ere, eskaparatismoak eta norberaren irudi onena saldu behar izateak indartzen du sare sozialak, eta kasu honetan, Instagram, norberaren bertsio onena saltzera begirakoak direla. Marka pertsonala, hain zuzen ere, lehiaketan dago etengabe, ahalik eta profil onena lortzea helburu; epaitua da, espero den hori eman behar eta ez lortzeagatik; eta tresna ezberdinak ditu eskura, edozein momentutan bertsio perfektionatuari ekarpena egiteko, filtroak, kasu.

Elkarrizketatuek, dinamika horietatik harago, beste hainbat ideia azpimarratu dituzte: “gustuko dut”-ekiko eta jarraitzaileekiko dependentzia edota Instagramen onarpen maskulinoa etengabe bilatzeko beharra.

Beste behin, baina, gutxiengoak egin dio erreferentzia horrelako dinamiken ondorioak lehenengo pertsonan sufritu izanari. Kontrara baieztatu dute, besteen iritzia gutxi inporta zaiela, igotzen dituzten argazkiekin guztiz gustura daudela, pozik sentitzen direla eta inoiz ez dutela presiorik ez euren buruarekin gaizki sentitu. Dinamikek joera sozialak erakusten dituzten arren, ematen du ikerketan parte hartu duen lagina eragin sozial horietatik kanpo dagoela.

Nahiz eta bigarren helburu espezifikoa ikerketa laginarekin bete ezin daitekeen, neska gazteen pertzepzioan eragina izan dezaketen dinamikak badirela argi gelditu da, Instagramen nagusitzen diren erabilerek eta erlazionatzeko moduek sorraraziak.

Laburbilduz, bi helburu espezifiko bidez, ikerketan zehar, baina batez ere, analisisian, helburu nagusia bete dela esan daiteke: **Instagram plataformak neska gazteengan izan ditzaken eraginak aztertzea da. Horretarako, neska gazteek Instagram nola eta zertarako erabiltzen duten aztertu da, baita plataforman nola erlazionatzen diren ere.**

Hipotesiari dagokionez, ikerketa honetan zehar aztertutako datu eta adierazpenek ezeztatu dela adierazi dute. Ikerketan aztertu diren iturriek kontrakoa esaten dute, beraz, **Instagramen, 16-18 urte bitarteko neska gazteen erabilerek eta harremanek ez dute zertan eragin negatiborik izan euren auto-pertzepzioan, gehien bat itxurari eta gorputz-irudiari dagokionez.**

Nahiz eta ikerketa honek hipotesia ezeztatu, kezka sortzen du Instagramen efektu negatiboen gaineko kontzientziak eragin sozialen ukapena eragitea. Baita alderdi ezkor guztiak soilik hirugarren pertsona batek bizi ditzakeela ondorioztatzea ere. Azken finean, inkestatu zein elkarrizketatuek ez dute onartu horrelako dinamikek eragin zuzenak izan ditzaketela eurengan ere eta beti beste pertsona batzuei eragiten diezaieken gertakari moduan kokatu dituzte.

Hala eta guztiz ere, elkarrizketaren azkenengo galdera (ikus II. eranskina) hipotesiaren bueltan hausnartzera begirako zen. Elkarrizketatuen arabera, erabilerak, orokorrean, baditu eragin txarrak neska gazteengan, izan mundu erreala eta birtuala nahastatzen direlako eta horrek identitatean eraginak dituelako, izan dismorfia digitala eragin dezakeelako, izan etengabe gizezkoen onarpena bilatzen dutelako.

## BIBLIOGRAFIA

---

- Américo, Franklin (2018). La sociedad 2.0 y el espejismo de las redes sociales en la modernidad líquida. *In Crescendo*, 9(2), 221-247.
- Arab, Elías, & Díaz, Alejanda (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Bargh, Jonh, & McKenna, Katelyn (2004). The Internet and social life. *Annual review of psychology*, 55(1), 573-590.
- BBC Mundo (2012). Facebook compra Instagram por US\$1.000 millones. *BBC*. [https://www.bbc.com/mundo/ultimas\\_noticias/2012/04/120409\\_ultnot\\_facebook\\_instagram\\_compra\\_en](https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2012/04/120409_ultnot_facebook_instagram_compra_en).
- Bernete, Francisco (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, (88), 97-114.
- Blanco, María Ángeles (2014). Implicaciones del uso de las redes sociales en el aumento de la violencia de género en adolescentes. *Comunicación y medios*, (30), ág-124.
- Brown, Josefina Leonor (2004). Derechos, ciudadanía y mujeres en Argentina. *Política y cultura*, (21), 111-125.
- Burgardt, Ana Graciela (2004). El aporte de Max Weber a la constitución del paradigma interpretativo en ciencias sociales.
- Caldevilla, David (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.

- Casado, Carla, & Carbonell, Xavier (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Aloma*, 2018, Vol. 36 (2).
- Castells, Manuel (2006). Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. *La sociedad red: una visión global* (pp. 27-75). Alianza.
- Castells, Manuel (2014). El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. *C@ mbio*, 19, 127-149.
- Chaves, Alfonso (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social.
- Colás, Pilar; González, Teresa, & De Pablos, Juan (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*, 40(20), 15-23.
- David, Prabu, & Johnson, Melissa A. (1998). The role of self in third-person effects about body image. *Journal of Communication*, 48(4), 37-58.
- De Julios, Alfonso (2002). Globalización y modernidad. La vía del constitucionalismo cosmopolita. *Anuario de filosofía del derecho*, 13-36.
- Del Prete, Annachiara, & Redon, Silvia (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96.
- Esnaola, Igor; Rodríguez, Arantzazu, & Goñi, Alfredo (2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: Gender and age differences. *Salud mental*, 33(1), 21-29.
- Espinoza, Borys, & Dolores, María (2021). El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. *Maskana*, 12(2), 19-24.

- Eusko Jaurlaritzako Osasun Zaila. (2016). *Teknologia digitalen erabilera arazotsua*. Drogomedia Monografikoak.  
[https://issuu.com/siis/docs/teknologia\\_digitalen\\_erabilera\\_araz/13](https://issuu.com/siis/docs/teknologia_digitalen_erabilera_araz/13).
- Fairplay. (2022). *Designing for Disorder: Instagram's Pro-eating Disorder Bubble*.  
[https://fairplayforkids.org/wp-content/uploads/2022/04/designing\\_for\\_disorder.pdf](https://fairplayforkids.org/wp-content/uploads/2022/04/designing_for_disorder.pdf).
- Fardouly, Jasmine, Willburger, Brydie K., & Vartanian, Lenny R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New media & society*, 20(4), 1380-1395.
- Garzón, Rebeca; León, Karen, & Trejo, Sofia (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review/Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(3), 197-209.
- Gazteen Euskal Behatokia. (2019). *Euskadiko gazteak eta sare sozialak*.  
[https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/sare\\_sozialak\\_liburuak\\_19/eu\\_def/sare\\_sozialak\\_19\\_e.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/sare_sozialak_liburuak_19/eu_def/sare_sozialak_19_e.pdf).
- Gazteen Euskal Behatokia. (2022). *Gazteen adierazleak. Euskadiko gazteen panorama*.  
[https://www.gazteukera.euskadi.eus/contenidos/informacion/ovj\\_panoramica\\_juventud/eu\\_liburuak/adjuntos/panorama\\_2021\\_e.pdf](https://www.gazteukera.euskadi.eus/contenidos/informacion/ovj_panoramica_juventud/eu_liburuak/adjuntos/panorama_2021_e.pdf).
- Gehl, Robert (2011). Ladders, samurai, and blue collars: Personal branding in Web 2.0. *First Monday*.
- Gershon, Ilana (2011). Neoliberal agency. *Current Anthropology*, 52(4), 537-555.
- Giddens, Anthony (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad: modernidad, contingencia y riesgo* (Vol. 12). Anthropos Editorial.

- Gil, Javier, & Fernández, Manuel (2020). Publicaciones, interacciones, verdades y mentiras de adolescentes españoles en Instagram. *Texto Livre*, 13(1), 20-44.
- Goirizelaia, Maialen, Miguélez-Juan, Blanca, & Arana, Edorta. (2021). Análisis del uso que la juventud vasca y navarra hace de Instagram: mucho postureo y fomento del consumo. In *Audiovisual e industrias creativas [Recurso electrónico]: presente e futuro* (pp. 181-198). McGraw Hill.
- González, Alfredo (2003). Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales. *Islas*, (138), 125-135.
- González, Ana María, & Torrado, Esther (2019). Cosificación y mercantilización de las mujeres: las tecnologías como instrumento de violencia.
- Ikusiker, & NOR taldea (2021). *Instagram* (29. txostena). <https://ikusiker.eus/wp-content/uploads/2022/01/Ikusiker-UNIB-2021-2022-azaroa-instagram-txostena-web-EUS-1.pdf>.
- Illouz, Eva (2006). *Intimidades congeladas: las emociones en el capitalismo*. Katz editores.
- Jodelet, Denise (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. *Moscovici, Serge (comp.), Psicología Social II, Barcelona, Paidós*, 469-494.
- Londoño, Adriana Marcela (2008). Globalización, cultura y posmodernidad: la emergencia de un nuevo sujeto. *Criterios*, 1(2), 39-54.
- Marini, Ruy Mauro (1996). Proceso y tendencias de la globalización capitalista. *La teoría social latinoamericana*, 4, 49-68.
- Martínez, Natalia (2015). Sujeto y performatividad. *BISSET, Emmanuel (et al.) Sujeto, una categoría en disputa. Adrogué: Ediciones La Cebra*, 309-340.

- Marx, Karl (1990). *Contribución a la crítica de la economía política*. Siglo xxi.
- Marwick, Alice (2010). *Status update: Celebrity, publicity and self-branding in Web 2.0* (Doctoral dissertation, New York University).
- Peris, Montserrat; Maganto, Carmen, & Kortabarria, Lorea (2013). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *European Journal of investigation in health, psychology and education*, 3(2), 171-180.
- Piñero, Silvia (2008). La teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de Pierre Bourdieu: Una articulación conceptual. *CPU-e, Revista de investigación Educativa*, (7), 1-19.
- Plan International (2020). *(In)seguras online: experiencias de las niñas y las jóvenes en torno al acoso online*. <https://plan-international.es/informes/inseguras-online>.
- Roveda, Antonio (2003). Globalización, posmodernidad y comunicación en el siglo XXI. *Mediaciones*, 1(1), 79-87.
- Silva, Alicia (2008). La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibersociedad. *Razón y palabra*, (64).
- Statista, & Fernández, Rosa (2022). *Número de perfiles de Instagram en España 2015–2021*. <https://es.statista.com/estadisticas/878407/numero-de-usuarios-de-instagram-en-espana/>.
- Statista, & Fernández, Rosa (2022). *Número de usuarios mensuales activos de Instagram en el mundo 2020*. <https://es.statista.com/estadisticas/1038171/numero-de-usuarios-activos-mensuales-de-instagram-en-el-mundo/#:~:text=La%20cifra%20de%20usuarios%20activos,los%20usuarios%20estimados%20para%202021>.

- Stevens, Jennifer (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of communication*, 56(2), 366-386.
- UNICEF (2021). *Teknologiaren Eragina Nerabezaroan: Harremanak, Arriskuak eta Aukerak*.  
<https://www.unicef.es/publicacion/impacto-de-la-tecnologia-en-la-adolescencia-euskadi>.
- Vásquez, Adolfo (2008). Zygmunt Bauman: modernidad líquida y fragilidad humana. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19(2008.3), 309-316.
- Verrastro, Valeria, Liga, Francesca, Cuzzocrea, Francesca, & Gugliandolo, María Cristina (2020). Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents. *Qwerty-Open and Interdisciplinary Journal of Technology, Culture and Education*, 15(1), 31-49.





## ERANSKINAK

---

### I. ERANSKINA: Inkestaren gidoia

Adina \_\_\_\_\_

Kurtsoa \_\_\_\_\_

#### 1. ZATIA: Instagramen erabilera

1. Zergatik egin zenuen Instagramen kontua?

- Nire lagunekin erlazionatzeko
- Modan zegoelako
- Nire argazkien bilduma izateko
- Influencer* zein famatuek igotzen dutena ikusteko
- Inguruan guztiek zutelako, nik izan ezik
- Deskonektatzeko
- Nire zaletasunaren inguruko edukia eskuratzeko (kirolak, artea, musika, politika...)

2. Zenbat ordu ematen dituzu egunean Instagramen?

- 15min askoz jota     30min – ordu 1     Ordu 1 – 2 ordu     2 ordutik gora

3. Zer da gehien egiten duzuna Instagramen?

- Argazkiak igo
- Instastorie*-ak igo
- Nire lagun zein ezagunen *storie*-ak, argazkiak edo bideoak ikusi
- Mezu bidez besteekin hitz egin
- Nire lagunak ez direnen argazkiak/bideoak ikusi (ad. *Influencerrak*)
- Filtroak probatu

4. Zenbat jarraitzaile dituzu?

- Asko, horietako guztiak ez ditut ezagutzen
- Asko, horietako guztiak ezagutzen ditut, nire lagunak edo gertukoak dira
- Nahiko, guztiak lagunak dira
- Gutxi, konfiantza handiko lagunak ditut bakarrik

Zehaztu zenbakitan: \_\_\_\_\_

5. Zure kontuan edukia igotzen duzu?

- Bai, argazkiak edo bideoak publikazio moduan igotzen ditut
- Bai, batez ere jarraitzaile guztiak ikus ditzaketen *storie*-ak igotzen ditut
- Bai, *storie*-ak igotzen ditut baina soilik nire lagun onenak ikus ditzaten
- Ez, ez dut ezer igotzen

Aurreko galderan erantzun duzunaren arabera, azaldu zergatik igotzen duzun eduki hori edo zergatik ez duzun ezer igotzen:

---

6. Instagramen duzun erabilerarekin gustura zaude?

- Bai, erabilera ona egiten dut
- Ez, erabiltzen dudana baino gutxiago erabili nahiko nuke

Ezezkoa izatekotan, markatu zergatik:

- Ezin diot erabiltzeari utzi
- Eragin txarra du nigan (lehiaketan nago denbora guztian, nire burua gutxien dut, itxusi ikusten naiz...)
- Beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit (ikasketak, familia, lagunak...)
- Nire lagunek erabiltzen dutelako erabiltzen dut, bestela oso kanpoan egongo nintzateke
- Beste arrazoi batzuegatik

7. Instagramik gabe nola egongo zinateke:

- Hobeto
- Berdin
- Okerrago

## 2. ZATIA: Instagramen auto-pertzepzioa

8. Zure Instagramera igotzen duzun edukia erreparatuz gero (publikazioak edo *instastorie*-ak), zer da gehien gustatzen zaizuna?

- Argazkietan nola agertzen naizen
- Nire itxura moldatzeko erabiltzen ditudan filtroak
- Nire lagunekin eta ingurukoekin agertzen naizela
- Postureorako ateratzen ditudan argazkiak
- Ni agertzen ez naizen argazkiak (paisaia, zerua...)
- Jende famatuari kopiatzen dizkiedan argazkiak
- Beste bat

9. Eta gutxien?

- Argazkietan nola ateratzen naizen
- Nire argazkiak sinpleegiak eta aspergarriegiak direla
- Besteena baino txarragoak direla
- Beste bat

10. Orduan, Instagramera edukia igotzen duzunean gustura zaude zure buruarekin?

- Bai
- Ez

Zergatik?

---

11. Zer sentitzen duzu argazki edo bideo bat igotzen duzunean?

- Kezka (ez dakit besteei gustatuko zaien)
- Zirrara (zer ondo, argazki bat igoko dut!)
- Urduritasuna (ia zenbat “gustuko dut” dituen)
- Ezer berezirik ez (berdin dit besteek zer dioten)
- Deserosotasuna (ziur ez zaiela gustatzen)
- Poztasuna (oso argazki polita igo dut!)
- Inpotentzia (ez da besteena bezain polita)

12. Zenbateko garrantzia dute argazkiak edo edukia igotzean jasotzen dituzun interakzioek?  
[1etik (ez da bat ere ez garrantzitsua) 10era (oso garrantzitsua da)]

Like edo “gustuko dut” asko izatea

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Iruzkina positibo bat (“zeinen polita agertzen zaren argazkian”)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Iruzkina negatibo bat – irainak

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

MD (mezu zuzena) argazkia polita dela esaten edo piropeatzen

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Normalean baino interakzio gutxiago izatea

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Zuzeneko iraina ez, baina kritikak jasotzea

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13. Nondik ateratzen dituzu igotzen duzun edukia egiteko ideiak?

- Modak eta tendentziak jarraitzen ditut  *Influencerrak* kopiatzen saiatzen naiz
- Nire lagunaren zein ezagunengandik hartzen ditut ideiak
- Nik neuk sortzen ditut nire ideiak
- Ez dut inongo erreferentziarik, argazkiak igotzen ditut eta listo

14. Aurpegia moldatzen duten filtroak erabiltzen dituzu?

- Bai  Ez

### 3. ZATIA: Instagramek dituen eraginak

15. Instagramen errealitatea islatzen dela uste duzu? Jendea den modukoa agertzen da bere argazkietan?

- Bai  Ez

16. Instagramen lehia sustatzen dela deritzozu?

- Bai  Ez

Baiezkoa izatekotan, arrazoia hurrengoa da:

- Besteak bezain politak agertu behar garelako
- Besteek gutaz espero dutena adierazi behar dugulako
- Instagram garenaren eskaparatea delako
- Irizpideak jarraitzen ez baditugu, baztertuak izango garelako

17. Instagramen, igotzen duten edukiagatik, neskak epaituak direla uste duzu?

- Bai       Ez

Baiezkoa izatekotan, epaituak izateko arrazoia hurrengoa da:

- Argazki arraroak igotzeagatik (kanonetatik kanpo kokatzen diren argazkiak)
- Argazkietan oso itxusi ateratzeagatik
- Gorputz atalen bat larregi erakusteagatik

18. Nola eragiten dizu horrelako irain edo komentarioek?

- Berdin dit besteek zer dioten edo zer uste duten
- Gaizki, zuzenean argazkia ezabatu dut
- Gaizki, baina hurrengoan ez dut horrelakorik igoko
- Gaizki, Instagrametik desagertu nahi dut

19. Zenbat inporta zaizu zure Instagramagatik zure atzean besteek esan dezaketena?  
[1etik (ez da bat ere ez garrantzitsua) 10era (oso garrantzitsua da)]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

20. Uste duzu filtroak kezka horren aurrean konponbide bat direla?

- Bai, zure aurpegia moldatu eta politagoa zara
- Bai, behintzat gustura egongo zara zure argazkiekin
- Ez, filtroak izan arren, bizitza errealean horrela izaten jarraituko duzu
- Ez, filtroek kezka eta itxurarekiko obsesioa handiagotu besterik ez dute egingo

21. Noizbait gaizki sentitu zara argazki bat igotzeagatik?

- Bai       Ez

Zergatik?

---

22. Zeren arabera aukeratzen duzu igoko duzun argazkia?

---

23. Presiorik sentitzen duzu zure edukia igotzeko orduan?

Bai       Ez

24. Birritan pentsatzen duzu igoko duzuna?

Bai       Ez

## **II. ERANSKINA: Elkarrizketa irekiaren gidioa**

### **Sarrera**

16 eta 18 urte bitarteko neska gazteek Instagramen duten erabileraren ondorio zein eraginak aztertzen ari naiz. Horretarako, bi dira egingo ditudan sakoneko elkarrizketak erdi-gidatuak, eta nire asmoa dituzuen erabilerak sakonean ezagutzea da. Horrekin batera, 78 bat inkesta egin ditut, ikastetxe bateko neska gazteekin. Hala ere, erabilera horien aspektu konketuagoak eta horien balorazioa (bizipenak eta emozioak) ezagutzeko elkarrizketa batek aukera gehiago ematen dizkit. Elkarrizketa anonimoa izango da eta zuen izena ez da inondik agertuko.

Askatasun guztiarekin nahi duzuen esan dezakezue, sentitzen eta pentsatzen duzuen esateko inongo trabarik ez izan. Esan nahi duzuen adierazi eta deseroso sentiarazten dizuen horiek esan nahi ez izatekotan, aske sentitu nahi duzuen guztia isilean gordetzeko. Hala ere, edozein momentutan elkarrizketa gelditzea eta bukatutzat ematea nahi baduzue aukera ere duzue.

Zalantza edo kezkarik izatekotan, esan orain edo moztu elkarrizketaren edozein momentutan.

### **Galderak**

0. Aurkezpena

1. Hasierako galderak:

- Noiz eta zergatik sortu zenuen Instagram kontua?
- Gustatzen zaizu Instagram erabiltzea? Asko erabiltzen duzu?
- Noizbait nazkatu egin zara? Kentzear edo ezabatzearegon zara? Zergatik?
- Kenduz gero, zer gertatuko litzateke? Zelan aldatuko litzateke zure bizitza?
- Zer da Instagramen gehien eta gutxien gustatzen zaizuna?

## 2. Nola erlazionatzen gara Instagramen – erabilerak:

- Zenbat jarraitzaile dituzu Instagramen? Eta zenbat jarraitu? Guztiak edo gehiengoa ezagutzen duzula esango zenuke? Eta zenbateraino ezagutzen dituzu?
- Interakzio asko dituzu Instagramen? Aktiboa zara? Zer nolako interakzioak dituzu eta zer sentiarazten dizute? Nork interakzionatzen du zurekin? Zuk ere besteekin interakzioak dituzu? Nolakoak dira eta zergatik egiten duzu?
- Instagramen harremanetan jartzeko duzun modua gero “kalean” duzunarekin antzekoa dela uste duzu? Uste duzu orokorrean horrela dela?

## 3. Instagramen garrantzia duena:

- Esango zenuke argazkiak “gustuko dut”-en arabera baloratu daitezkeela? Eta neska baten ospea eta “popularitatea”? Zure argazkiak “gustuko dut” gutxi edo asko dituenen zer sentitzen duzu?
- Zer hartzen duzu kontuan argazki bati “gustuko dut” ematerako orduan? Besteek zer hartzen dute kontuan? Zer argazki izan ohi dute, orokorrean, “gustuko dut” gehien?
- Zer pertsonak dituzte jarraitzaile gehiago? Zure inguruan horiek zeintzuk dira? Neskak ala mutilak dira? Zergatik?
- Eta zuk nortzuk jarraitzen dituzu gehiago neskak, mutilak edo genero ez-bitarrak?
- Jarraitzaile asko dituztenak aktiboagoak dira Instagramen? Zer dela eta?
- Zeintzuk dira gaur egungo joerak (tendentziak) (*influencerrak*, moda, *challenge*-ak...) eta horiek jarraitzen dituzu? Jarraitzen badituzu, zergatik da? Zure inguruko neskek jarraitzen dituzte? Nola eta zergatik?



- Zertan oinarritzen zara Instagramen igotzen denari garrantzi gehiago ala gutxiago emateko? Zeintzuk dira horren erreferentziak?

#### 4. Eraginak:

- Zer sentitzen duzu Instagram erabiltzen duzunean? Denbora asko ematen duzu honen aurrean?
- Zure argazkiek interakzio gutxi jasotzean zer pentsatzen duzu?
- Gustuko duzu zure Instagramera igotzen dituzun argazkiak? Zertan oinarritzen zara eta zerbait hobetuko zenuke? Zergatik? Eta zeri buruzkoak dira?
- Uste duzu Instagramek autoestimua gora beherekin zerikusia izan dezakeela? Nola neurtuko zenuke autoestimua Instagramen?
- Jendea, orokorrean, baina konkretuki neska gazteak eroso daude igotzen dituzten argazkiekin? Zuk denbora behar duzu argazki bat igotzeko erabakia hartzeko?
- Uste duzu Instagram plataformak zure irudiaren gainean duzun ikuspegia aldatzeko gai dela?
- Filtroak erabiltzen dituzu zure itxura aldatzeko? Zein motatakoak?
- Instagramek atsekabe sentimendua sortu dion norbait ezagutzen duzu? Eta ikaragarri gustatzen zaionari?
- Esango zenuke Instagramen duzun jardunak zure identitatea baldintzatzen duela?

## 5. Hausnarketa:

- Esango zenuke Instagramen neska gazteek duten erabilerak ondorio onak, txarrak edo ez duela eraginik horiengan (itxuran, auto-pertzepzioan, autoestimuan, gaixotasunetan...)?

### III. ERANSKINA: elkarrizketen transkripzioa

#### 1. elkarrizketa – 18 urte (53' 59'')

**Galdera (elkarrizketatzailea):** *Kaixo. Lehenik eta behin egingo dizut sarreratxo bat azalduz zeren inguruan izango den elkarrizketa. Elkarrizketa anonimoa da eta edozein momentutan ahal diogu grabatzeari utzi. Ez duzu zertan zure izena eman behar eta horretaz gain, deseroso sentitzen bazara edo ez baduzu nahi elkarrizketarekin jarraitu geldituko gara.*

*Ni Argia naiz, nire MALa izango da 16 eta 18 urte bitarteko neska gazteek Instagramen duten erabileraren eta honen ondorioen ingurukoa. Horretarako bi dira egingo ditudan elkarrizketak. Eta nire asmoa da dituzuen erabilera horietan sakontzea; hala ere, erabilera horien aspektu konkretuagoak nahi ditut ezagutu. Orain arte egin ditudan inkesten bidez erabileraren aspektu nagusiak ezagutu ditut, baina elkarrizketetan bizipen eta emozioak dira nahi ditudanak aztertu eta horretarako, hainbat elkarrizketa egingo ditut.*

*Orduan, esandakoa, askatasun guztiarekin nahi duzuna esan, sentitzen eta pentsatzen duzuna inongo pegarik gabe, eta edozein momentutan zeozer adierazi nahi ez baduzu moztu dezakegu elkarrizketa. Eta bukatutzat eman. Zalantza edo kezkarik izatekotan esan orain edo bota edozein momentutan ere bai.*

*Hasierako galderak: noiz eta zergatik sortu zenuen Instagram? Gustatzen zaizu? Asko erabiltzen duzu? ¿Qué es lo que más te gusta? ¿Lo que menos?*

**Erantzuna (elkarrizketatua):** A ver, sortu nuen Instagrameko kontua orain dela, uff (hasperen egiten du), 8 urte.

**G:** *8 urte? Eta dituzu 18? 10 urterekin?*

**E:** Bai, super txikia. (Harritzen da). Bale, nire kuadrillako lagun guztiak zeukaten Instagrameko kontua eta nire nebak be bai. Egun batean geunden etxeko gelan, egongelan, nire nebaren egongelan hitz egiten Instagrameri buruz. Eta ez dakit, me dio intriga, orduan sortu nuen kontu bat.

**G:** *Eta zure lagunak kontua zeukaten?*

**E:** Bai. Eta haiek, uff (hasperen egiten du), es que ez naiz oso ondo gogoratzen. Oso txikia nintzen. Baina, es que haiek egoten ziren egun osoa hitz egiten Instagrameri buruz. Intriga.

**G:** *Eta gustatzen zaizu gaur egun erabiltzen Instagrama? Asko erabiltzen duzu?*

**E:** Umm (pentsatzen du), bueno. A ver, bai. Banago aktiba bastante, osea soy activa, baina ez ditut gauza asko igotzen. Argazkiak, bueno, batzuk, baina ez asko. Gehien bat erabiltzen dut nire lagunekin hitz egiteko.

**G:** *Noizbait nazkatu egin zara Instagramez? ¿Has estado apunto de quitartelo?*

**E:** Bai. Atzo bertan. Pues sin más, batzuetan pentsatzen dut Instagrama dela oso irrealia eta heltzen da puntu batera non esaten dut: “buah, me lo voy a quitar, estoy harta”. Baina gero, pues ez dakit, azkenean ez dut egiten, ez dakit zergatik.

**G:** *¿Por qué te hartas del Instagram?*

**E:** Joe pues, es que, beti ikusten ditudan gauzak dira super absurdoak, eta pff (hasperen egiten du), ez dakit. Dira como gauza txiki asko eta esaten dut: “buah, kanpora”. Baina gero, no se.

**G:** *Eta gero zergatik ez duzu guztiz kentzen? Izan daiteke arrazoietakoa bat zure lagun guztiek izatea eta sentitu zaitzkeelako oso kanpoan edo horrelako zozer?*

**E:** Bai. Luego digo, a ver, (txantxetan) voy a ser *influencer* y quiero sacar dinero de esto. (Barre egiten du). Baina, a ver, no, sin más. Ez dakit, ez dakit.

**G:** *Kenduko bazenu nola aldatuko zen zure bizitza? Zer gertatuko litzateke?*

**E:** Uff (hasperen egiten du), pues, nik uste dut agian Twitter askoz gehiago erabiliko nukeela. Es que, azkenean Instagrama, mugimenduko (politikoko) gauzak irakurtzeko edo, ez dakit. Horretarako erabiltzen dut.

**G:** *Ez duzu erabiltzen, adibidez, kotileatzeko?*

**E:** Ez, horretarako daukat Whatsapp, eta egiten dut nire lagunekin, en plan, taldetxo bat eta hortik hitz egiten dugu. Baina ez asko.

**G:** *Zer da gehien eta gutxien gustatzen zaizuna Instagrametik?*

**E:** Gehien, gehien igual igo ahal dituzula argazkiak baina ez direnak betirako geratzen Instagramen. Porque bueno, (txantxetan) luego al final, está el anonymous y puede hacer lo que quiera. Eta abestiak jarri ahal dituzula.

**G:** *Gustatzen zaizu storie-ak igotzea, ez?*

**E:** Bai, bai. Baina gero, gutxien gustatzen zaizkidan gauzak dira ikustea *storie*-ak non agertzen dira neskak haien ipurdiak igotzen eta gero, mezu nazkagarriak jasotzen.

**G:** *Ez zaizu jazarpena gustatzen, ezta? Eta horrelako argazki asko ikusten dituzu zure inguruan?*

**E:** Bai, bai.

**G:** *Hurrengo blokean sartuko gara. Blokea Instagramen nola erlazionatzen garen ingurukoa izango da. Zenbat jarraitzaile dituzu eta zenbat jarraitzen dituzu zuk? Eta guzti-guztiak ezagutzen dituzu?*

**E:** Bale, nik daukat 414 jarraitzaile eta jarraitzen ditut 652. Baina, nik jarraitzen ditudanak, pues dira, en plan, yo que se, nik ikusten dut El Conquis, eta jarraitzen dut uno que me gustaba de aquí, beste bat hemendik eta horrela. Eta gero, nire jarraitzaileak bai ezagutzen ditut, guztiak. Beldurra ematen didalako que me vea gente que no conozco.

**G:** *Baina ezagutzen dituzu así por encima, edo dira ezagun ezagunak?*

**E:** En plan, ezagunak, nik pertsona hori ikusiko banu besarkada bat emango nioke. De confianza minimo bat bai.

**G:** *Beste alde batetik, interakzio asko dituzu Instagram? Igotzen dituzu argazki asko, tienes muchos likes, muchos comentarios edo lo que sea? Aktiboa zara orokorrean?*

**E:** Aktiboa izatea zer da? Like asko jasotzea en plan ehun eta piku?

**G:** *Adibidez, igotzen duzu argazki bat eta zure jarraitzaileen erdiak like ematen dizu.*

**E:** Ez, nipa. Hori inposiblea da. Es que batzuetan igotzen dituzu argazkiak en una hora en la que ez dago inor konektatuta.

**G:** *Osea, no tienes en cuenta esas movidas.*

**E:** Ez, ez ez ez.

**G:** *Eta beste alde batetik, komentarioak, storie-ak eta, asko igotzen dituzu?*

**E:** Bueno, batzuetan, ez asko, baina noizean behin bai. Igotzen ditut gehien bat, yo que se, (talde politiko baten) bilketak, horiek bai igotzen ditudala *storie*-tara.

**G:** *Propaganda egiteko, basikamente?*

**E:** Bai (barre egiten du). Gero gauza pertsonaletarako, noizean behin, baina egunero ez.

**G:** *Eta jendeak erantzuten dizu?*

**E:** “Mejos”era (mejores amigos) igotzen ditudanean *storie*-ak, bai erantzuten dizkidatela. Besteetara, egia esan, ez.

**G:** *Eta zuk, ematen dituzu like edo iruzkinak jartzen dituzu?*

**E:** *Like*ak nire lagunei bakarrik, bai. Eta iruzkinak nire lagun neskei (enfasia jarritz) bakarrik. En plan, jartzen diet, cosas tipo: “te pondría una plaza a tu nombre en mi pueblo”. Eta horrelako gauzak. Es que neskei beti dago jende bat irainak jartzen dizkietela eta nik egiten dut alderantzizkoa, baina bakarrik neskei.

**G:** *Zure inguruko norbaiti gertatu zaio, publikoki, Instagramen iruzkin bidez iraindu dutenik? Argazkia kritikatzeko edo?*

**E:** Bai, argazkietan jartzea, adibidez: puta. Eta ez bakarrik hori. Nire lagun bati gertatu zitzaion liskar bat izan zuen beste neska batekin, le llama puta tal tal tal, eta beste neska bere amari esan zion eta bere ama ere bai hasi zen nire lagunari puta deitzen sare sozialetan.

**G:** *Eta badakizu horrek nola eragin zion zure lagunari?*

**E:** Bere inguruan ez dugu ezer esan, ni nada, baina guk uste dugu hori akosoa izan dela, eta bera egon zen bere bizitzako tarte bat oso txarto. Super hunda. Geratu zen bastante baztertuta, bakarrik.

**G:** *Eta hau guztia Instagrameko mobidarengatik?*

**E:** Eta pertsonala ere bai. Instagrameko kontutik pasatu zen bere etxera joatea, trinbea jotzea: “eh tu, baja nose que”. Bera ez zegoenez, bere arrebari iraintzea. Akoso, *bullying*, dena dena dena. No llegó a violencia física, baina idas de la cabeza.

**G:** *Nola esango zenuke sentiarazten dizutela interakzioek?*

**E:** Lagun batekin baldin bada eta interakzioak positiboak badira, que bien, baina baldin badira zikinak, orduan no me meto ahí.

**G:** *Adibidez, argazki bat igotzen baduzu eta 200 like izan beharrean 10 badituzu, zer sentitzen duzu?*

**E:** Berdin dit.

**G:** *Bloke honekin bukatzeko, Instagramen harremantzeko duzun modua eta kalekoan duzuna antzekoak dira?*

**E:** Aldatzen da, gehienetan Instagrametik ez dut erantzuten. Ez da *ghosting*a eh! (barre egiten du). Se me pasa. Eta nahiago dut aurpegira egitea dena. Niretzako erosoagoa da ni aurpegiarekin asko esaten dudalako. Eta hori mezu batekin ezin dut egin. Horregatik nahiago dut egitea aurpegira.

**G:** *Orduan Whatsappetik ere gauza berdina gertatzen zaizu? Da agian gehiago harremantzeko orduan nahiago duzula aurpegira sare sozialen bidez baino.*

**E:** Bai.

**G:** *Eta uste duzu horrela dela orokorrean? Jendeak zer nahiago du?*

**E:** Bai, bai. Badago jendea gainera, es que niri gertatu zait, hitz egiten genuen Whatsappetik edo Instagramen mezuen bidez, eta era como super social, gero klasean estabamos sentados al lado y ni me miraba. Me daba un miedo. Beldurra de que sea tan raro.

**G:** *Zuk uste duzu dagoela jende batek harremantzeko sozialki traba gehiago izan ditzaketela eta erabiltzen dituztela sare sozialak beste irudi bat emateko edo erlazionatzeko?*

**E:** Bai, nik uste dut baietz. Eta gainera, zentzu horretan, sare sozialek atzera pausu bat izan daitezke. Zuk behin erabiltzen dituzula eragina izan dezakete harremantzeko orduan. Ohitu egin zaitezke. Nire ustez, jende gehienak galdu egin du pertsona batengana hurbiltzeko ohitura edo gaitasuna.

**G:** *Orain (aurrez aurre) harremantzeko zailtasun gehiago ditugula uste duzu, orduan? Errazagoa delako pantaila baten atzean egitea?*

**E:** Bai. Oso erreza da jartzea “buah sí, jajajaj”, baina gero hori aurrez aurre zailagoa da. Nik uste, agian, praktika hori galtzen ari garela. Ez dakit, ez nago ziur.

**G:** *Instagramen garrantzia duenari dagokionez, esango zenuke argazkiak “gustuko dut”-en arabera baloratu egiten direla? Eta neska baten ospea? Zure kasuan, zure argazkiek gustuko dut gutxi edo asko dituzte?*

**E:** A ver, argazkiei eta *likei* dagokienez, kasu gehienetan bai, horren arabera baloratzen dira. Nire kasuan, adibidez, ez. Ni sare sozialetan ez naiz inor. Gero errealitatean, aldiz, bai. Jende asko ezagutzen dut, pertsona batengana noa y tengo toda la facilidad y confianza del mundo berarekin hitz egiteko y caigo bien. Gero sare sozialean ez naiz inor eta niri lo de los *likes* y así ez zait importa, sudo. Baina badago jende bat egiten duena lo de: igotzea argazkia eta ez badute haiek espero zuten *like* guztiak igotzea publikazioa *storie*-tara ere, *like* eta iruzkin gehiago lortzeko. Promozionatzeko.

**G:** *Eta zergatik uste duzu egiten dutela hori?*

**E:** Gaur egun, baloratzen delako zenbat jarraitzaile dituzun, suposatzen delako horrekin famatua zarela, “pop”.

**G:** *Zuk ezagutzen duzu zure inguruan jendea euren ospea horren arabera neurtzen dutena? Eta oso bideratuta daude horretara? Baldintzatuak daude?*

**E:** A ver, haiek esaten dute ezetz, “ah, no no, eso amí me la suda” y tal, baina daude egunero begiraten en sugerencias de Instagram si hay alguien que conocen amigo de no sé quién o no sé cuál, le siguen y esperan el *follow* de vuelta. Baina bai, horrelakoak egon badaude. Eta nahiko obsesioa da.

**G:** *Eta zuri zure argazkietan dituzun like-ek, asko edo gutxi badira, ezberdin sentiarazten dizute?*

**E:** Nik horri ateratzen diot umore puntu bat. Baldin baditut *like* gutxi digo: “joder, no me quiere nadie, solo los “*rials*”. Pero es de coña, no es en serio. Eta alderantziz, baldin baditut 200 edo, digo: “buah txabal, de aquí a las Kardashians”. En plan, baina egia esanda, ez dit larregi inporta.

**G:** *Zer hartzen duzu kontuan argazki bati like ematekorako orduan?*

**E:** A ver, nik *like*-ak ematen ditut, normalean, cuando hago lo de “recargar” (*refresh*), han ateratzen bada ezagutzen dudan norbaiten argazkia, pues ematen diot *like*. Eta ya.



Egia da, famatuei, jarraitzen ditut famatuak baina ez diet *like*ak ematen. Beti esaten dut: “hauek badituzte *like* larregi, no necesitan más”. Y lo dejo ahí, y me voy.

**G:** “*Gustuko dut*” gutxi dituzten publikazioei *like* ematen diozu?

**E:** Bai.

**G:** *Besteek zer hartzen dute kontuan like ematerako orduan?*

**E:** Pues, ez dakit. Igual argazkia polita den edo ez. Edo...

**G:** *Zeren arabera da polita argazki bat?*

**E:** Ya... Pues no se, haien kriterioen arabera, ez dakit. A ver, nik hori egiten dut. Ezagutzen badut pertsona, pues ematen diot *like*. Famatua bada eta milioika *like* baditu, ez diot ematen. Baina, ez dakit nola egiten duen jendeak.

**G:** *Zuk uste duzu jendeak zure kriterioa erabiltzen duela?*

**E:** Ez, ni de palo.

**G:** *Zure jarraitzaileak eta jarraituak ikusita, orokorrean, zeintzuk dira “gustuko dut” gehien dituzten argazkiak? Oraintxe bertan zure Instagramen sartuz gero, zer argazkik izango luke like gehiago? Zer motatako argazkiek dute like gehiago?*

**E:** Adibidez, nire lagun bat oso harro sentitzen da bere gorputzaz. Eta oso polita ikusten denez, igotzen ditu bere argazkiak en tanga, en bikini eta halakoak. Eta bera bai dituela *like* asko. Es que las cosas caen por si solas.

**G:** *Esango zenuke, gorputz atalik erakusten ez dituen argazkiek like gutxiago dituela?*

**E:** Lo voy a mirar (Instagram kontua begiratzen du). Pfff... Sí. Es que, badauka bat hondartzan agertzen dela, bikinian con las olas, eta baditu 800 *like*, eta hurrengoan, bera dago paseo batean eta 400 ditu. Erdia.

**G:** *Uste duzu hori orokortua dela?*

**E:** Nire beste lagun baten kontura sartuko naiz ikusteko. Es que como sea así, me muero. (Instagram kontua begiratzen du). Bai, gorputz osoa ateratzen denean, eta ikusten denean igual la figura bastante más, tiene casi 1000 *likes*. Eta besteetan 500. Ufff, que mal.

**G:** *Aldatuz apur bat gaiaz, zer esango zenuke, neskek, mutilek edo ez binarioek dituztela jarraitzaile gehiago?*

**E:** Nire hurbileko jendeari dagokionez, neskek. Espero que no escuchen esto... Nik ezagutzen dut neska kuadrilatxo bat Bilbo mailan badirela bastante conocidillas eta haiek badute la fama de: es una puta, se lia con todos. Eta beti daude de discotequeo, con vestidos así, super super super cortos eta azkenean ezagutzen dute auzo guztietako jendea. Eta jarraitzaile pilo bat daukate. Eta gehien bat nik uste dut direla mutilak. Normalean neska horiek liskarrak izaten dituzte beste neska batzuekin. Muy fuerte. Es que soy de un barrio... (hasperen egiten du).

**G:** *Zuk zeintzuk jarraitzen dituzu gehien? Eta zeintzuk dira zure jarraitu nagusiak?*

**E:** Ez dakit. Nik esango nuke mutilak direla. Orokorrean, así de primeras, leku berri batera heltzen naizenean, hago más migas mutilekin, neskekin baino.

**G:** *Eta jarraitzaileak?*

**E:** Nik uste dut berdina. Agian mutilak. Baina ez dago diferentzia askorik.

**G:** *Esango zenuke jarraitzaile gehiago dituzten pertsonak aktiboagoak direla Instagramen?*

**E:** Bai, baina aktiboagoak no es un sentido útil. Aktiboak, en plan, haien argazkiak igotzen, haien mobidak, Tiktokak eta horrelakoak igotzen. Erabilgarriak diren gauzak egiten, ez.

**G:** *Eta zergatik da hori?*

**E:** Azkenean, nik uste dut, adibidez, aipatu dudan nesken kasuan, haiek badirela kontziente daukatela publiko bat, gehien bat, gizonez osatua, eta agian, inkontzienteki, daukate behar bat publiko hori mantentzeko.

**G:** *Zuk uste duzu, erakusten dutena publiko horren aurrean, egia dela? Eurak diren moduan agertzen dira Instagramen?*

**E:** Ez. Están creando un producto. Es que, pff... (hasperen egiten du). Quiero llorar (txantxetan). Son chicas, totalmente... No lo quiero decir, pero son chicas totalmente artificiales. Llevan kilos y kilos de maquillaje, kilos y kilos de pestañas larguísimas, que yo las he visto y es que se te cae el ojo. Bilatzen dute beti la pose perfecta, que no se les vea nada, la pose perfecta para tal. Eta beti daukate pose berdina, así (imitatzen du), así (beste pose bat imitatzen du). No se. Uff (hasperen egiten du), que mal.

**G:** *Zeintzuk dira gaur egungo joerak Instagramen baitan, influencerrak, modak, challenge-ak, eta abar.? Eta horiek jarraitzen dituzu?*

**E:** Es que nik janari kontuak jarraitzen ditut, kar kar kar (barre egiten du). Ez dut ikusten jendea jaten, baizik eta, janaria prestatzen. No se, me entretiene. Dantza egiten duten neskak ikusten ditut. Eta igual moda apur bat, arropa. Nire gustuen arabera jarraitzen ditut kontuak. A ver, no se concinar pero me gusta. Me entretiene muchísimo. En la lupita de Instagram, beti agertzen dira zure gustuko gauzak, pues nik beti ditut janari bideoak. Además, varias publicaciones.

**G:** *Zure inguruko neskek zer jarraitzen dute?*

**E:** Arropa eta modako gauzak: makilajea eta halakoak. Ah, bai eta nik ere bai jarraitzen ditut cosas de humor. Cuentas que hacen *speeches* o asi. Kontatzen dituztenak haien eguna. Baina umoreakin. Eta nire hurbileko jendea, nik uste dut, halako kontuak jarraitzen dituztela eta baita moda, arropa, makilajea, Tiktok, bai.

**G:** *Eta ezagutzen duzu jendea zure inguruan adibidez Tiktoken ospetsu egiten diren dantzak errepikatzen dituztenak edo horren gainean daudenak?*

**E:** Bai, ezagutzen ditut bai.

**G:** *Zertan oinarritzen zara Instagramen igotzen denari garrantzia handiagoa ala txikiagoa emateko?*

**E:** Pues, Kardashianak badira garrantzia handia ematen diot, kar kar kar (txantxetan). Solo me gustan ellas, que quede claro. El resto de modelos no. No se porque me gustan tanto, es que me hacen mucha gracia. Ah, bueno, otras que me gustan mucho son, hay que vergüenza, las Gipsy King, kar kar kar. Bai bai, puff.

**G:** *Eraginen blokerak salto eginez, zuk zer sentitzen duzu Instagram erabiltzen duzunean?*

**E:** Ni banaiz kontziente de que es una mierda, lo se. Y digo: es una mierda, pero seguimos con ello. Denok egiten dugu. Nik pentsatzen dut horretan asko. Sare sozial bat da eta horrek arriskuak dakartza, eta ez dagoela ondo zure bizitzako arlo guztiak etengabe publiko egitea edo asko esposatzea gure burua. Baina siempre pienso: “bueno, denok gaude hemen, si caigo yo caemos todos”. Y nos vamos todos a la mierda. Baina inoiz ez zait gertatu gauza askorik. Una vez que un pavo me acoso así muy fuerte, no paraba y no paraba. Le dije: “vete a tomar por el culo”. Le bloquee y ya está. Nada más, pero sin más.

**G:** *Denbora asko ematen duzu Instagramaren aurrean? Zenbat ordu igaro ditzakezu Instagram begiratzen?*

**E:** Depende, azterketa garaian gutxi. Denbora librean, igual egin behar badut gauzaren bat pues rollo hemendik (kasu partikularrari egiten dio erreferentzia, soilik testuinguruan uler daiteke), ba ez asko. Baina bestela bai. Porque yo me meto en la lupa y la lupa que baja y baja, bueno...

**G:** *Esango zenuke gustuko dituzula Instagramera igotzen dituzun argazkiak?*

**E:** Bai, ez nuke ezer hobetuko. Es que nik Instagramen igotzen ditut gauza oso aleatorioak. En plan, adibidez, ni mendi alboan bizi naiz y subo fotos de mi gallina. Menditik ez dakit zergatik jaisten da oilo bat, y yo les enseño a todos mis seguidores como es la gallina, kar kar kar. Subo cosas aleatorias, entonces ps (keinu arduragabea), subo lo que me apetece.

**G:** *Eta zure argazkiak igotzen dituzu?*

**E:** Bai. Nireak bai, baina no es rollo “hola, mi culo”. Eso no me gusta. Ui, que vergüenza. Batzuetan me miro al espejo, y digo: hoy estoy tan guapa que lo tiene que ver todo el mundo. Y eso es así, y lo subo. No suelo subir mucho tampoco. Normalean igotzen ditudan argazkiak dira nire lagunekin.

**G:** *Uste duzu Instagramek autoestimua gora beherekin zerikusia izan dezakeela?*

**E:** Depende a quien, bai. Niri adibidez, ez. Yo no se porque, que me alegro, suelo tener la autoestima muy alta. Kar kar kar. No es malo eh, pero muchas veces quedo como una flipada. Es que hay veces que me paso. Pero es que yo me veo muy guapa siempre. Entonces, pues no se. Pero niri ez, baina jende gehienari uste dut baietz. En plan, nik baditut beste laguna batzuk, oso jodituak daudenak. Eta dira oso inseguras haien buruarekin. Eta igotzen dituztenean argazkiak Instagramera, sentitzen dira hobeto gehienetan daudelako babosoak que les responden. Aunque sean babosos, te sube la autoestima porque ves que gustas. Luego, están tocadas de la cabeza y como no se trabajan, y dejan que el resto influyan pues a la mierda. Baina nik ezin dut ezer egin.

**G:** *Esango zenuke jende horrek neurtzen dutela euren autoestimua Instagramen duten iruzkinetan oinarrituta? Eta zerk gehiago izan dezake autoestimuan eragina? Nola neurtzen dute eurek euren autoestimua?*

**E:** Bai. Baita mezu zuzenen bidez. “Mira con cuantos tios estoy hablando”. Eta horren arabera se sienten mejor o peor. Voy a romper con todas mis amistades si se enteran de esto, kar kar kar. Justo ayer egon nintzen lagun batekin hitz egiten. Daukagu beste lagun bat etxean arazo pilo bat izan dituen. Eta hori eragin zuzena izan du bere buruarekin eta bere harremantzeko moduan. Hace comentarios todo el rato de: “es que, mira cuantos me tiran” (mezu zuzenak bidali). Edo, batzuetan, beste... es que siempre es entre tias, ostia. Neska honek beste lagunei egiten die la mítica de que otra amiga le cuente un cotilleo rollo: “el otro día me paso esto con un chico”. Y ella conteste: “es que ese quiere con todas, quiere hasta conmigo”. Y así que se le suba la autoestima. Baina hori egitea mezu zuzenen bidez gero erakusteko eta esateko: “mira cuantos me tiran”. Qué lache. Qué vergüenza.

**G:** *Zuk esango zenuke, orokorrean, jendea eta, konkretuki, neska gazteak, eroso daudela igotzen dituzten argazkiekin? ¿La gente sube una foto y piensa: buah, me encanta la foto que he subido?*

**E:** Bai, gehienetan igotzen dituzten argazkiak están super preparadas por detrás. Dituzte pila bat filtro, aurkitu dute justo el momento en el que la luz le da la sombra y la postura, maquillaje perfecto. Nik uste bai daudela eroso baina por eso, porque lo han trabajado y se lo han currado para que la foto sea perfecta. Sin todo eso dudo que subieran esa foto.

**G:** *Zuk, adibidez, denbora behar duzu argazki bat igotzerako orduan erabaki hori hartzeko?*

**E:** Nik momentu berdinean ateratzen ditut hainbat argazki. Eta gero, gustuko ditudan argazkien artean erabakitzen dut zein den niretzako politena, eta ya está. Así, pin pan, baina ez dut egiten, agian, gaur atera dut argazkia eta gaur igo. Estoy hasta mañana pensando si quiero subirla. Si me apetece que sea vea, o que se me vea.

**G:** *Y eso, ¿por qué? ¿Te raya algo en concreto?*

**E:** No, en plan, sin más. Batzuetan me rayo porque imagínate que me está siguiendo algún abuelo, así de raro. Y por eso, no porque no me guste o porque me guste más.

**G:** *Eta jendea orokorrean kontziente da horretaz? Jende arraroak jarraitu ahal dituela presente dute?*

**E:** Nik uste dut batzuk bai direla kontziente eta beste batzuk ez. Ezagutzen ditut kasuak de chicas que suben su culo y así. Nik batzuetan esan diet: “tía, no lo digo a malas, pero

ten cuidado porque badago jendea que está pirada de la cabeza”. Y decirme: “no no, si ya sé”. Pero amí me gusta, yo lo subo. Alde batetik, badira kontziente, baina ez zaie inporta. Baina, beste alde batetik, badago jendea esaten duena, en plan, yo solo acepto a mis amigos, y ya está. Baina konturen bat izan daiteke faltsua edo lo que sea. Orduan ez dakit hasta que punto.

**G:** *Zuk filtroak erabiltzen dituzu?*

**E:** Ez. En plan, askoz jota, blanco y negro. Pero que cambien la cara no. Koloretako filtroak erabiltzen ditut soilik, kar kar kar. Gustatzen zaizkit beltza eta zuria jartzen dituztenak, edo igual argazkia hau cielo azul, monte verde izan beharrean, que lo cambia a monte morado, edo horrelakoak. Baina ez itxura edo argazkia, en si, aldatzen dutenak.

**G:** *Zuk esango zenuke filtroak edo prestatuak dauden argazkiak igotzen dituztenak gero haien itxura errealitatearekin alderatuz gero, gaizki sentitzen direla?*

**E:** Bai, sentimendu negatiboak sortzen ditu horrek. Ezagutzen dut neska bat argazkietan oso guapa ateratzen da, cuerpazo, cara, pomulos, labios, tal. Baina gero, en persona, badago beti las manos así (tripa gainean jartzen ditu eskuak) para que no se le vea la tripa, edo para que no se le noten los “michelines” que todos tenemos. Es que, bera ere bai txikia zenean tuvo acoso por su físico. Sudurretik garauak zituen y le llamaban Rudolf. En persona, por Insta, alde guztietatik eta a raiz de eso se empezó a maquillar. Y a raiz de eso empezo a cambiar bastante. Baina gero ikusten duzu igotzen dituen argazkiak eta itxuraz, dirudi oso segurua, oso polita eta oso tal, baina gero, errealitatean, bera dago así como, super insegura. Bere gestoak no dan la misma sensación que en argazkis.

**G:** *Ezagutzen duzu jende gehiago bere gorputzarekin edo itxurarekin gaizki sentitzen dena baina gero Instagramen bestelako irudi bat transmititzen duena?*

**E:** Nik uste dut, orokorrean, denok sentitzen garela momentu batean edo bestean gaizki gure gorputzarekin. Baina, igual jende guztiak ez du egiten aipatu dudan kasuaren antzeko gauzak.

**G:** *Egiten dituen horiek hobetzen dute bere sentsazioa edo okertzen dute?*

**E:** Ez. Yo me sentiría mal porque al final, argazkian agertzen den gorputza es mío pero porque yo he posado para que sea así. Al natural no estoy así, entonces sí que me sentiría mal.

**G:** *Zure Instagramen duzun jardunak edo orokorrean, jendeak duen jarduna publikoaren aurrean aurkezteko modu bat da? Horrek zure identitatearen eraikuntza baldintzatzen du?*

**E:** Nik uste dut zure Instagramen igotzen badituzu nahi dituzun gauzak bai zarela benetan zaren pertsona. Baina hasten bazara a filtrar contenido, ahí ya nik uste sortzen ari zarela identitate bat edo pertsonaia bat. Ez dela benetako pertsonaia.

**G:** *Esango zenuke Instagramen neska gazteek dituzten erabilerak ondorio onak, txarrak edo eraginik ez dutela euren pertzepzioan, euren buruaren gaineko ustean?*

**E:** Eragin txarrak ditu. Batzuetan, hain sartuta zaude zure pertsonaian edo Instagramen eraiki duzun identitatean que mezclas la real con la ficticia y ya no sabes ni quién eres. Yo sí creo que eso pasa. Eta gainera horrek eragiten du asko zure autoestimuan, gero igual egun batean ez zara makilatzen porque no te apetece, y no te dejas sacar fotos, porque no quieres que la gente te vea así. O sea, no quieres que la gente te vea con tu cara (enfasia jartzen du), con tu cara real.

## **2. elkarrizketa – 18 urte (53' 15'')**

**Galdera (elkarrizketatzailea):** *Kaixo. Lehenik eta behin egingo dizut sarreratxo bat azalduz zeren inguruan izango den elkarrizketa. Elkarrizketa anonimoa da eta edozein momentutan ahal diogu grabatzeari utzi. Ez duzu zertan zure izena eman behar eta horretaz gain, deseroso sentitzen bazara edo ez baduzu nahi elkarrizketarekin jarraitu geldituko gara.*

*Ni Argia naiz, nire TFMa izango da 16, 17 eta 18 urte bitarteko neska gazteek Instagramen duten erabileraren eta honen ondorioen ingurukoa. Horretarako hiru dira egingo ditudan elkarrizketak. Eta nire asmoa da dituzuen erabilera horietan sakontzea; hala ere, erabilera horien aspektu konkretuagoak nahi ditut ezagutu. Orain arte egin ditudan inkesten bidez erabileraren aspektu nagusiak ezagutu ditut, baina elkarrizketetan bizipen eta emozioak dira nahi ditudanak aztertu eta horretarako, hainbat elkarrizketa egingo ditut.*

*Orduan esandakoa, askatasun guztiarekin nahi duzuna esan, sentitzen eta pentsatzen duzuna inongo pegarik gabe, eta edozein momentutan zeozer adierazi nahi ez baduzu moztu dezakegu elkarrizketa. Eta bukatutzat eman. Zalantza edo kezkarik izatekotan esan orain edo bota edozein momentutan ere bai.*

*Hasierako galderak: noiz eta zergatik sortu zenuen Instagram?*

**Erantzuna (elkarrizketatua):** 12 urte nituenean, uste dut. Al principio no quería hacerme. Nire lagunek egin zutelako egin nuen nik ere. Hortik hitz egiten zuten, para mandarse fotos, para hablar y no sé qué. Whatsapp bat bezala baina gertuagoa. Baina nik ez nituen argazkiak igo nahi. Baina azkenean egin nuen. Esan daiteke nolabaiteko presioa sentitu nuela.

**G:** *Gustatzen zaizu Instagrama erabiltzea? Zenbat erabiltzen duzu?*

**E:** Bai, me entretiene. Eta erabiltzen dut bastante, más de lo que debería, yo creo. Behera egiten hasten zara eta ezinezkoa da gelditzea. Es como el Tiktok, te pones a ver un video, luego otro y otro...

**G:** *Orduan, esango zenuke noizbait nazkatu zarela Instagramekin? Kontua kentzera heldu zara?*



**E:** Bai, eta kendu dut noizbaiten, bai. Agian ikasi behar nuelako zen, y como me entretenía me lo quitaba eta mozteko.

**G:** *Zer uste duzu gertatuko litzatekeela guztiz edo betirako kenduko bazenu?*

**E:** Ba, ez dakit. No sería un cambio radical, yo creo. Gauza da ere, informazio asko hartzen dudala bertatik. Me entero de prácticamente todo por Instagram. Aunque sea un cotilleo, aunque sea una noticia que lo puedo ver por las noticias. Pero es como más... me parece más informativo que ver la tele. Azken finean, dituzu iturri gehiago, puntos de vista diferentes, cuentas de las que puedes sacar X información u otros y contrastarlo, o lo que sea.

**G:** *Soilik informazioa batzeko erabiltzen duzu edo beste erabilera batzuk ematen dizkiozu plataformari?*

**E:** Harreman sozialak mantentzeko ere erabiltzen dut, besteekin komunikatzeko, bideoak ikusteko, sin más, deskonektatzeko... Inspiraziorako ere.

**G:** *Zer da Instagrametik gehien gustatzen zaizuna eta gutxien gustatzen zaizuna?*

**E:** Gehien gustatzen zaidana... Ba ez dakit, porque cada cosa buena también tiene su parte mala. Orduan, gustatzen zait jende asko dagoela sare sozial honetan eta horregatik ikusi daitekeela nola bizi den jende ezberdina, munduko leku ezberdinetan, momentuan bertan. Baina horrek aldi berean, hace que tengas una sobrecarga de información y al final te saturas.

**G:** *Eta gutxien gustuko duzuna?*

**E:** Gutxien hori, lo de informazio gehiegi hartzen dudala oso momentu konkretuetan, en un minuto un montón de estímulos que luego en el momento ya... vamos, que no es algo que verdaderamente disfrutes. Es totalmente superfluo.

**G:** *Primeran, sartuko gara ja bigarren blokean. Bigarren blokea harremanen inguruko da. Instagramen erlazionatzeko dugun eraren eta erabileren inguruko galderak izango dira. Zenbat jarraitzaile dituzu Instagramen eta zenbatek jarraitzen dizute? Denak ezagutzen dituzu?*

**E:** 800 ta pikok jarraitzen naute eta jarraitzen ditut pixkat gutxiago, 600 ta piko edo. Ia 700 uste dut. Ez ditut guztiak ezagutzen. Para nada. Jarraitzen ditudanak igual bai, baina

jarraitzen didatenak ez. O sea, conocer en persona no vaya. De hecho, hay gente que no me interesa nada su vida, pero por compromiso los sigo.

**G:** *Esan duzu dagoela jende bat ezagutzen duzula gehiago eta beste batzuk gutxiago. ¿Hasta qué punto conocer a esa peña?*

**E:** Hay de todo. Círculo cercano, en plan, mis amigos serán 40 edo. Teniendo en cuenta que tengo cuadrilla aquí, cuadrilla en Gorniz, tal.

**G:** *Interakzio asko dituzu Instagramen? Aktiboa zara?*

**E:** Bai. Igotzen ditut argazkiak, y luego pues tengo interacciones de todo tipo, no sé. MDs (mezu zuzenak), comentarios y así. Ez dakit.

**G:** *Zer sentitzen duzu jendeak zuren interakzionatzen duenean?*

**E:** Suposatzen dut que me gusta. Depende que tipo de comentarios, también.

**G:** *Galdera aldrebes egingo dizut: zer gertatuko litzateke inork ez balu zurekin Instagramen harremanik izango?*

**E:** Ez nintzateke larregi kezkatuko. O sea, yo creo que me parecería raro, pero no me preocuparía. En ese aspecto, yo creo que tengo una relación bastante sana con el Instagram. No me pongo a llorar si no tengo likes o si no tengo comentarios, me da bastante igual. Porque lo que subo es porque me apetece, no para que la gente lo vea y así.

**G:** *Baina igotzen duzun argazki batek “gustuko dut” gutxi baditu zerbait pentsarazi egiten dizu?*

**E:** Bai pentsatzen dudala agian jendeari ez zaiola argazkia gustatu, baina luego digo: “bah, que más da, si me gusta amí”.

**G:** *Nor harremantzen da gehien zurekin plataforma honetan?*

**E:** Nire lagunak, gertuko lagunak, batez ere. Lehen esan dizut 40 zirela, baina igual gehiago dira. Ahora que lo estoy pensando me parecen muy pocas. Porque, es que, me muevo en círculos super diferentes por mi vida, entonces es como... bueno, zer?

**G:** *Zuk interakzionatzen duzunean jendearekin, gehien bat, norekin egiten duzu?*

**E:** Nire lagunekin ere, bai. Ezagutzen ez dudan jendearekin ere eh, baina gutxiago. Adibidez, hasi nintzen jarraitzen Andaluziako neska bat, rapeatzen duena. Una chavala de mi edad. Y a raíz de esa empecé a seguir como a más. Porque tenían un rollo que me gustaba o lo que sea. Eta hori, hasi nintzen interakzionatzen berarekin eta hitz egin izan dugu noizbaiten. Orduan, harreman berriak ere sortu ditut. No con una *influencer*, pero eso.

**G:** *Zergatik uste duzu interakzionatzen duzula jendearekin plataforman? Hau da, iruzkin bat edo mezu bat bidaltzen duzunean, zergatik uste duzu egiten duzula?*

**E:** Pues depende, igual un comentario es porque me gusta la foto porque es rollo para apoyar. Y un MD (mezu zuzena) puede ser por mil cosas, como un Whatsapp.

**G:** *Zure tratua Instagramen eta Instagrametik kanpo asko aldatzen da?*

**E:** Hombre, no. Jende bat da super laguna iruzkinen bidez, baina gero ez du kaletik agurtzen. Nik uste hori ez dudala egiten, adibidez. Hala ere, ez da berdina. Hotzagoa da, ebidentemente. Bidali ahal dizut argazki bat edo bideo bat baina ez da berdina. Eta ere idatziz denez, ezberdina da. Baina, bai. Baina dago jende asko ez duela tratu berdina Instagramen eta kalean. Porque, al final, es como una careta. Hay muchísima gente que insulta, que trata muy mal a la gente que sube X cosas o que expresa su opinión sin ningún tipo de límite y luego encima, en la calle no lo harían. Eta hori gertatzen da Instagramek ematen duelako horretarako askatasuna al no saber quiénes son. Lo que he dicho antes, hay tanta gente que al final es como que da igual, eres uno más, un comentario más, qué más da, ¿no? Eres anónimo.

**G:** *Nori, uste duzu, doazela bideratuta gehiago horrelako iruzkin lizunak edo itsusiak?*

**E:** Jende pixkat ezberdina denari. Tipo iritzi ezberdinak dutenak edo gauza ezberdinak igotzen dituztenak. Feministak, adibidez, TERF o no TERF, muchísimo. Edo cuentas de activistas y así.

**G:** *Hurrengo blokeria salto egingo dugu. Hau Instagramen garrantzia duten gauzen ingurukoa da. Esango zenuke argazkiak “gustuko dut”-en arabera baloratzen direla?*

**E:** Bai, bai, badago jendea horrela funtzionatzen duela. Nik ezagutzen dut jendea agian argazki batek ez badu X *like* que la borran, edo, adibidez, argazki bat beste bat baino *like* gehiago izaten baditu horrelako argazki gehiago igotzen dituzte. Jendeak askotan igotzen ditu argazkiak *like*ak bilatzen edo. Azken finea, ese es el fin, ¿no?

**G:** *¿Ese es el fin? ¿Dirías que Instagram está creado para que la peña, básicamente, se dedique a dar likes a los demás?*

**E:** Sí, yo creo que sí. Es para valorar las fotos. Es como que sí, que las subes para ti, para tenerlas ahí. Aun así, si es verdad que cada vez se está llevando más a ese lado, que cada uno suba lo que le dé la gana. O por lo menos, en la parte de Instagram que estoy yo. Pero al final las subes, para que la gente las vea, ¿si no, para que las subes?

**G:** *Esango zenuke neska baten ospea edo popularitatea liken arabera neurtu daitekeela?*

**E:** Bai, eta neurtzen da. Baina berdina da nesken edo mutilen kasuan. Berdin dio. Nire inguruan depende, igual gazteagoa nintzenean bai zela horrela. 14 urterekin edo. Baina gaur egun hori jada ez da horrela, edo hori nahi dut pentsatu. Adibidez, jarraitzaile gehiago baldin badituzu zara ospetsuagoa, tipo suele ser el que más va de fiesta y eso, porque es cuando más gente conoces. Si tienes muchos seguidos significa que vas mucho de fiesta o que sales mucho.

**G:** *Esan duzu berdin dela nesken edo mutilen artean. ¿Tú crees que es por igual?*

**E:** No, porque luego también... A ver, no se. Nik uste dut baietz. Es que la mayoría de los amigos que tengo, amigos chicos, son más de lo de “si tengo muchos seguidores es que tal”, no sé si es justo porque mis amigas les importa menos baina es que también está el tema de que tipo de fotos subas. Rollo, si subes *nudes* (argazkiak biluzik edo erdi-biluzik) o lo que sea, pues la gente por el morbo te sigue.

**G:** *Gorputz atal gehiago agertzen diren argazkiek “gustuko dut” gehiago dituztela esango zenuke?*

**E:** Bai, sin duda. Llevo años pensando eso. Hala ere, bidaien argazkiek ere tienen un montón. Cuando estás fuera y así, rollo si te vas a París y sacas la Torre Eiffel pues tiene más *likes* que si sacas la torre de la iglesia de tu barrio.

**G:** *Esan duzu bidaietako argazkiek arrakasta handia dutela Instagramen, orduan, esango zenuke zure bizitzaren aspektu onenak, adibidez, bidaiak, erakusten direnean ongi etorri hobia dutela argazkiek?*

**E:** Bai, nahiko eskaparate da. Bueno baina, adibidez, denean algo rollo comunicado o así, de repente una persona que ves feliz todos los días, un este (argazkia edo publikazioa) llorando o no sé qué, ba horrek igual ere ditu *like* asko. Si es así como: pum (karraska

egiten du). Por el cotilleo también, eso al final es puro morbo. Edo zure bikotearekin igotzen dituzun argazkiak, hasieran behintzat.

**G:** *Zure kasuan, zer hartzen duzu kontuan argazki bati “gustuko dut” ematerako orduan?*

**E:** Pff, es que yo le doy *like* un poco a todo. No sé, me da igual. Si total. A ver, es que yo creo que elijo más a la gente que sigo que a la que le doy *like*. Es decir, les sigo para darle *like*. Tipo la gente que me interesa, mis amigos y así, les doy *like* siempre, eta bestela, algo que me parece útil o algo que me parece bonito, ez dakit.

**G:** *Besteek zer hartzen dute kontuan “gustuko dut” emateko orduan?*

**E:** Nire inguruan, nik esango nuke berdina hartzen dutela kontuan. Si les hace gracia, si les parece bonito. Ba berdina, nik uste dut. Edo agian hori da nik nahi dudana pentsatu, que todo el mundo funciona como yo o piensa como yo. Yo subo un montón de fotos que vale, las subo porque me gustan, pero al mismo tiempo las estoy eligiendo de otras muchas fotos. No subo cualquier cosa. Baina hori, beste jendea, nik uste dut berdina.

**G:** *Zer profilek dituzte jarraitzaile gehiago?*

**E:** Tipo modelos y así. En plan, estoy pensando en Kylie Jenner y Kim Kardashian y así. Pero esas no se ni lo que hacen con su vida. Yo creo que también por eso, por cotilleo y tal. Tienen muchos seguidores también por su cuerpo. Porque sí, porque tienen el culo grande, tienen tetas. Yo qué sé. Baina, ez dakit, benetan ez dute egiten un contenido que de verdad te aporte algo yo creo. Son cantantes, actores y actrices que suben fotos suyas en una alfombra roja o así. Y yo creo que muchas veces es eso lo que gusta.

**G:** *Zuk uste duzu neska gazteek Kardashianak bezalako modeloak jarraitzen eta imitatzen dituztela?*

**E:** Bai. Eta horrek ondorio batzuk ditu, adibidez, norberaren gorputza den bezala ez onartzea. Eta sortzea como una perspectiva irreal de los cuerpos buenos o perfectos. Porque es que son cuerpos irreales. Eta azkenean, al buscar siempre el ángulo perfecto, el este perfecto eta luego, estas normal y no te parece normal. No sé si me explico. Estas así normal (postura “normal” bat imitatzen du) engerida o lo que sea y dices: “este no es mi cuerpo”. O usar tantos filtros de Instagram que luego cuando sales a la calle no sales con el filtro, y no te ves tan guapa.

**G:** *Horrelako profilei dagokienez, eta zure inguruari dagokionez, zeintzuk dituzte jarraitzaile gehiago?*

**E:** Nire ustez mutilek dituzte jarraitzaile gehiago. Igual es que yo sigo a más tíos. O algo así. O a más tíos que tienen más seguidores. Es que gainera beste egunean ikusi nuen bideo bat que a una le preguntaban que a ver quién era la persona con más seguidores en Instagram. Y también era un tío. No me acuerdo quien era, pero... Baina igual tipo, en el más alto standing, rollo artistas y así, yo creo que las tías tienen más seguidores. Porque encima hay más *influencers* tías.

**G:** *Eta zuk zer jarraitzen duzu gehiago?*

**E:** Uff, ez dakit. Creo que te lo puedo decir ahora mismo. Mira bai, es que ahora se puede saber todo. Es que a mí me aparecían tipo gráficos de donde son, género, media de edad, baina bai, ateratzen zitzaidan hori guztia. Aurkitzen badut bidali ahal dizut.

**G:** *Esango zenuke jarraitzaile gehiago dituzten kontuak aktiboagoak direla Instagramen?*

**E:** Ez du zertan horrela izan behar. Si que tiene que ver, porque cuanto más subes le llega a más gente. Y todo eso. Pero hay mucha gente que sube muchas cosas y no tiene muchos seguidores, pues porque no, porque no son nadie o lo que sea. Es verdad que si no subes fotos puede pasar que la gente te deje de seguir, pero no es tan así. Pero, por ejemplo, si un actor no sube fotos hay gente que le sigue igual. Pero a mí, por ejemplo, si no subo fotos, en tres años, me van a dejar de seguir. Significa que ya no usas la cuenta.

**G:** *Zeintzuk dira Instagrameko egungo joerak? Eta jarraitzen dituzu?*

**E:** Nik, adibidez, jarraitzen dut asko pues cosas de moda. Bailes de Tiktok pues no, pero igual bai me entero de lo que se lleva por Instagram. Tampoco se decirte otra cosa. *Influencerrak* bai jarraitzen ditut. Pero tampoco es que me interese mucho, es como que paso las historias todo rápido. Les sigo igual porque suben fotos que me gustan o porque tal. Pero no porque suban nada en concreto. También me aparecen muchísimos *posts* de gimnasio. Me agobia un montón, me agobia muchísimo. Porque encima mi ama está venga a echarme la bronca: “encima que he pagado el gimnasio y no vas a ir”. Y yo quiero ir, pero... Lo de que como en un día me aparece muchísimo. Y no comen nada. Una bolsa de patatas y ya. Todo como super medido, esto no sé cuántas calorías, esto no sé qué, y yo como: para. Y luego rutinas de gimnasio y un poco así, pero eso, por lo menos, me

interesa un poco más. Porque igual me la guardo y me la veo más tarde. Y recetas también, pero útiles. Que me vayan a servir en el futuro, como unos espaguetis al pesto o algo así.

**G:** *Zertan oinarritzen zara Instagramen igotzen denari garrantzia handiagoa ala txikiagoa emateko?*

**E:** Cotilleos, por ejemplo: si alguien sube una foto con alguien me paro a mirar. Tipo que son novios o así y acaban de empezar, pues me paro porque me llama la atención. Edo ez dakit, nire lagunak bat kanpoan bada eta argazki politen bat igotzen badu. Me quedo mirando también, no se. Zerbait gertatu bada era bai, alguien hablando o lo que sea. Hay *X influencers* que de vez en cuando sí que me paro. Pues que se ha ilegalizado el aborto en Estados Unidos, pues me paro más o lo que sea, para enterarme o eso. Sigo a una *influencer* que la insultan muchísimo. Sindy Takanashi se llama. Es feminista radical, en plan, abolicionista y tal. Y la llaman TERF-a. Pero dice cosas super coherentes, en plan, yo he visto muchos videos explicándose y así y me parece super coherente lo que dice. Pero luego por el otro lado, como que tienes que... También porque ha sido madre muy pronto tal... A mí al principio me parecía una persona muy enfocada en maternidad y así, ese lado del feminismo, por así decirlo, pero a la vez no, porque también dice como, hay días que sale sin sus hijos y la critican muchísimo. Y luego se va de fiesta, no sé, tiene veintipocos años y a su marido no le dicen nada. Su marido también es famoso, es humorista. Es un tío muy famoso que tiene un programa y todo, y a ese no le dicen nada. Pues en esa tía sí que me paro más, porque me parece que habla bastante bien y así. Porque me aporta conocimiento o me interesa lo que dice.

**G:** *Sartuko gara laugarren blokean. Da gehien bat Instagramek dituen eraginen ingurukoa. Zuri dagokizunez, zer sentitzen duzu Instagram erabiltzen duzunean? Denbora asko ematen duzu honen aurrean?*

**E:** De todo. Momentu batzuetan me desaburre, me entretiene. Baina beste momentu batean, estoy enganchada y no paro, y eso a mí, por ejemplo, me parece una mierda. Y luego no hago nada en todo el día y me quita las ganas. Me quedo ahí y digo: “ya está”. Da entre desconectar o sentirme mal por no hacer nada.

**G:** *Zer uste duzu zure argazkiek interakzio gutxi dituztenean?*

**E:** Yo pienso: “bueno, ya le darán más”. Tipo, ya seguirán dándole. Yo tengo como un mínimo. Tipo si tiene menos de esto, que ha pasado. Si que hay mucha diferencia entre la gente que me sigue y la gente que me da *like*

s, por ejemplo. Pero más o menos en todas es parecido. Será la gente más cercana, más fiel. Los que dan *like* por lo menos se quiénes son.

(Elkarrizketan deskantso bat dago)

Begiratu dut lo que hemos hablado antes de que tipo de gente me sigue. Ikusi dezaket cuantos me siguen: 60.9% mujeres y 39.1% hombres.

**G:** *Lehen aipatu duzu igotzen dituzun argazkiak gustuko dituzu. Zertan oinarritzen zara hori esateko?*

**E:** Es que, azkenaldian ez ditut nire argazkiak igotzen kasi. En plan, lo que subo rollo *post* son cosas que veo o que hago o lo que sea. Tipo un amanecer o una noche con mis amigos. Como más que me recuerden a algo o lo que sea, que más, si subo fotos más pues tipo a las historias o así suelen ser, y normalmente, las fotos que me hago me suelen gustar. Si que me hago bastantes.

**G:** *Soilik daukazu kontu bat edo ere duzu kontu itxiago bat lagunentzako? Horra eduki berdina igotzen duzu?*

**E:** Bai. Bestean nire bizitza kontatzen dut gehiago. En plan, me da bastante igual la estética y así. Hor interakzio gehiago ditut.

**G:** *Uste duzu Instagram autoestimua gora beherekin zerikusia izan dezakeela?*

**E:** Bai. Eta asko gainera. Depende de las modas que haya, la gente que sigas y como estes tu te afecta. En plan, si estas mal o lo que sea, te pasas media hora en Instagram, luego te pasas otra media y luego no sé qué, y empiezas a ver fotos y fotos y fotos. Eta ikusten duzun bakarria bada jende oso zoriontsua, ez duela zertan soilik gorputzarekin harremanetan egon behar. Ves a todo el mundo pasándose bien, a todo el mundo de fiesta. A mí me ha pasado un finde que no salgo porque necesitaba quedarme en casa porque no me apetecía salir, y me acabo sintiendo mal por no salir. Cuando no me apetecía y yo necesitaba descansar. Pero a la mañana siguiente igual veo, cuarenta mil historias de fiesta, gente que se lo ha pasado super bien, claro porque ves quince segundos. Baina



hori, niri azkenean raiatzen dit bastante. Pero con cualquier cosa puede ser eso y a cualquier persona. Obviamente hay a gente que le afecta más o menos.

**G:** *Nola neurtzen da autoestimua Instagramen? Esango zenuke lehiaketa dagoela plataforman?*

**E:** Bai, lehiaketa dago noski. Todo el rollo este de *body positive*, baina azkenean también, las que promueven eso, que no tiene por qué ser que no tengas ningún tipo de inseguridad, obviamente, todo el mundo tiene algo. O no. Baina normalean hori bultzatzen dutenak dira oso persona normatiboak. Que luego encima se les echan encima por ser personas muy normativas. Es muy complicado. Luego también eso, es gente muy delgada, que no tiene por qué estar sano, pero como es el canon esto, pues la gente les sigue más que a una persona que puede estar más sana pero que tenga más curvas o lo que sea. Que la gente también se piensa que lo que ve es como lo perfecto o idílico, baina azkenean ez dakite zer dagoen pertsona bakoitzaren atzean. Lo de la Kardashian, por ejemplo, para entrar en el vestido de Marilyn Monroe... En la Met Gala, el tema era la edad de oro en Estados Unidos, y se puso el vestido de Marilyn Monroe, que lo destrozo. Estuvo sin comer no se si era una semana o dos semanas. No sé cuánto. Bajo unos diez kilos para entrar en el vestido y aun así, lo rompió. Y eso lo dijo tal cual en una entrevista. Sin s ni nada.

**G:** *Orokorrean, jendea eroso dago igotzen dutenarekin? Eta, konkretuki, neska gazteak?*

**E:** Uff (hasperen egiten du). Nik uste asko kostatzen dela eroso sentitzea argazki batekin. Azkenean, jarraitzaileen araberakoa da ere. Jarraitzaile asko baldin badituzu, o te importa una mierda lo que subas o todo lo contrario. Azken finean, jende askok ikusten du igotzen ari zaren hori. Agian ez jende guztia, baina badago zati bat igual que lo analizan más o así. Entonces estas más pendiente de subir X cosas o de no subir.

**G:** *Zuk zenbat denbora hartzen duzu igoko duzun argazki bat igoko duzula erabakitzeke?*

**E:** Depende. Agian egun batean digo esta foto, esta y esta y las subo. Eta beste egun batan, el día entero pensando. Pero los subo tal cual, no las edito. Bai erabiltzen ditudala noizbehinka filtroak edo, pero de bajar brillo o subir el no sé qué. No filtros de belleza o así.

**G:** *Esango zenuke Instagramek zure irudiaren gainean duzun ikuspegia aldatzeko gai dela?*

**E:** Bai. Nire ustez, bai. Azken finean, alderatzen duzu zure burua besteekin. Eso al final en cómo te ves a ti misma. Ves que el resto tiene más no sé qué. Menos no sé qué. Y ves lo tuyo más acentuado. Baina inkontzientea da. Y se intenta impulsar lo contrario, de todos los cuerpos son válidos y tal.

**G:** *Ezagutzen duzu norbait Instagramen eraginagatik gorputz atsekabea sentitu izan duena?*

**E:** Bai. Yo misma. Alguna vez me he sentido mal. Ya sea por mi cuerpo o por otra cosa, porque no he hecho X cosa, porque no he sido de X manera. No se te decir un ejemplo en concreto, pero sí.

**G:** *Instagramen duzun jardunak zure identitatearen eraikuntza baldintzatzen du?*

**E:** Bai. Lo que percibo afecta a lo que subo, entonces lo que subo me afecta a mí. Porque veo X cosas repetidas todo todo el tiempo y al final digo: “esto está bien” o “esto no está tan mal”. Que igual no me ha pasado eh, pero una cosa que odias igual la ves tantas veces que dices: “bueno, pues está ahí y hay que aceptarlo”. Y al final te acaba gustando y lo acabas reproduciendo.

**G:** *Azkenengo galdera, hausnarketa forman, esango zenuke Instagramen neska gazteek dituzten erabilerak ondorio onak, txarrak edo eraginik ez dutela euren pertzepzioan, euren buruaren gaineko ustean?*

**E:** Nire ustez, gehien bat, txarrak. A ver, que puede tener alguna consecuencia positiva o algún lado bueno. Baina gehien bat, txarrak. Azken finean, te condicionan por todos los lados. Hay X comunidades que son más liberales o más no sé qué, que hay que aceptar esto o hay que aceptar lo otro, pues están aceptadas las fotos de todo tipo, chicas con pelo, chicas con granos o lo que sea. Pero también está la otra parte de es que yo no quiero tener esto. Aunque te digan que está todo bien, luego también hay otra parte que tú ves, las que más seguidores tienen, las que más no sé qué, las que más tal, son las que no tienen esas cosas. Y luego también por validación masculina y validación de los seguidores que tengas, subes X cosas, con menos ropa, con el culo echado para este o al otro lado, con lo que sea.

**Elkarrizketa bukatu eta ordu erdira elkarrizketatuak gehitu nahi zituen hainbat ideia Whatsappen audio bidez azaldu zituen. (01' 13")**

**E:** Gauza bat gehitzea gustatuko litzaidake. Se me acaba de ocurrir. A las chavalas pequeñas también les puede afectar un montón ver X cosa y no ser capaces de entender o de ver lo que se esconde detrás de eso. Que igual a mí después de haber estado los años que he estado en el Instagram, después de ver de todo puedo diferenciar o, por ejemplo, una chavala que es como super espiritual, que dice que cada uno tenemos que buscar nuestro lugar, como que da lecciones de vida y que se la ve que no hace nada en todo el día, pues al final te puede afectar en el sentido de “joe, yo no tengo tiempo para hacer estas cosas y me gustaría un montón”. Pero igual también es una persona que tiene una pasta de la leche y se lo puede permitir. Y la persona que lo está viendo no lo percibe así. Te crea unas expectativas super altas de la vida que no son ciertas, o por lo menos, para la gente que no tiene ese poder adquisitivo.

