

Instagram, interbentzio kulturalerako tresna

2021-07-08



GARAZI NAVARRO

Atal honetan idatzi diren artikuluek nahikoa pista eman dizkigute, honezkero, kultura proletarioaren erromantizazio obreristak alboratzeko, eta proletalgoaren kultura eta bere adierazpenak ere, gehien-gehienean, kosmobisio (hots, ulermen- eta jokabide- marko) kapitalistaren araberrakoa direla ulertzeko. Ikusi besterik ez dago langileria baitan zeinen txertaturik dauden, esaterako, indibidualismoa, aspirazionismoa, ideologia matxista, hipersexualitatea, trukean oinarrituriko harremanak... finean, erlazio sozial kapitalisten erreprodukzioa dakarten ezaugarri kulturalak.

Izan ere, etengabea da proletalgoarengan egiten den interbentzio kulturala, burgesiaren kontrolpeko diren bitarteko eta instituzioen bidez. Interbentzio kultural hori gauzatzen dutenen artean daude, esaterako, hezkuntza-instituzioak, non «posible denaren mugak» ezagutzen ditugun, horrek ulermen-marko kapitalistaren ertzetatik haratago doan borondate iraultzaile oro galaraziz. Horrez gain aipatzekoak dira mass mediak ere. Hain justu, gaurkoan horiei heldu nahiko nieke, badiarelako jada mass media izenda daitezkeen eta denbora gutxiren buruan gainontzeko medioei itzal egin diezaieketen masa-komunikabide batzuk, kosmobisio kapitalistaren hedapenean paper garrantzitsua hartzen ari direnak: sare sozialak. Horietako bakoitzaren ezaugarri partikularrek analisi bereziak eskatuko lituzketenez, gazteen artean arrakasta handiena duen, eta beraz, etorkizuneko langile belaunaldien gainean esku-hartzeko potentziala duen sare sozialean jarriko dut arreta: Instagram. Hasi baino lehen, esan behar dut artikulua honetan ez dudala gaia behar duen besteko sakontasunean aztertuko: lanketa sakonagoak beharko dituzten ideia edo puntu solte gutxi batzuk plazaratzea da honen asmoa.

Mila milioi dolarren truke Facebook enpresak erosi zuen

Instagram 2012an, eta dagoeneko mundu mailan bigarren sare sozial erabiliena da, 1.221 milioi erabiltzailerekin. Hego Euskal Herrian gazteen artean gehien erabiltzen den sare soziala da, EAEn[i] eta Nafarroan[ii] 14 eta 30 urte bitartekoen % 81,1ek eta % 77,6k erabiltzen baitu, hurrenez hurren. Ez nuke Instagram eta haren eragina hutsetik sortzen den fenomeno gisa kokatu nahi, ezpada kultura kapitalista posmodernoaren isla gordin gisa. Posmodernismoa (hots, posmodernitateko logika kultural eta subjektiboa) ezaugarritzen dute, besteak beste, iragankortasunak, errealitate objektiboaren fragmentazio subjektiboak, zentzu kolektiboaren galerak, identitateen zentralitateak... eta Instagramen egiaztatzen eta islatzen dira subjektu posmodernoari lotutako ezaugarri asko eta asko. Paul Beitiak «Antikomunismo millenniala» izeneko artikuluan aipatu zuen sare sozialak kapitalaren egungo beharretarako diseinatuak daudela, eta «haien konfigurazio teknikoak objektiboki mugatzen dituela bertatik eratorritako espresioak». Zehazki memeez edo umore millennialaz ari bazen ere, pentsatu beharko genuke Instagramen berezko ezaugarri teknikoek zein puntutaraino baldintzatzen dituzten bertatik eratortzen diren espresio kulturalak.

Zehazki bi dimentsiotan jarriko dut arreta: 1) Norbanakoa izatea jarduera sozialaren abiapuntu eta helburua. Ondorioz, klase antagonismoak zeharkatzen ez dituen pertsona askeak garelako mundu-ikuskera indartzen da, non bakoitzaren esfortzu pertsonala den arrakastaren (eta beraz, «ongizatearen») baldintza. 2) Iragankortasunaren kultura, edo norbera unekoaz haragoko ezerk ez errepresentatzea.

Posmodernismoak, modernitatearekin kontrajarrita, subjektu kolektibo unibertsalik eza dakar langileriaren ulermen-markoan. Indibidua da geratzen den helduleku bakarra. Hori Instagramen hainbat modutan azaleratzen da, bere ezaugarriek hala bideratuta, pertsona bakoitzaren profila haren izatearen argazki ahalik eta zehatzena izan behar baita, beti ere norberak nahi dituen ezaugarriak moldatzeko eta azaltzeko aukera izanik. Garrantzitsua da erabiltzaile

aktiboa izatea, hots, sare sozialak dituen tresnez baliatzea: norbere ezaugarriak idazteko biografia, unean egiten ari zarena transmititzeko story-ak (ni lanean, ni ikasten, ni gosaltzen, ni lagunekin...), eta «kontu fantasma» izan ez zaitezen beharrezkoak diren argazki-argitalpenak. Horrela, Instagrameko kontu bakoitzaren ardatza norbanako bat da, bere azaleko ezaugarriekin (argazki eta bideo bidez agertzen direnak, hots, ikusten eta entzuten direnak), eta ez plazaratzen diren ideiak edo edukiak. Beraz, erreferentzialtasuna ere pertsona konkretuek hartzen dute: hala sortu dira influencer deritzen figurak, eta horiek egiten, esaten, janzen... dutena de facto eredu bihurtzen da milioika jarraitzailerentzat (batik bat gazteak). 2019an mundu mailan 8.000 milioi dolar inbertitu zituzten enpresek influencerren marketingean. Espainiaren kasuan, 2020an 75,6 milioi eurokoa izan zen publizitate-inbertsioa, 2019an baino % 22,3 handiagoa[iii]. Instagramen beren bizitza erakustetik bizi diren figura hauen fenomenoak uste faltsu bat sortzen du proletarioengan: beraiek ere hori izan daitezkeelako ustea. Hor hasten dira imitazioak eta aspirazioak, eta horrekin, frustrazioak, kalte psikologikoak, inpotentzia, elikadura-nahasteak... batez ere horiei aurre egiteko baliabiderik apenas duten emakume langileengan ondorio latzak dakartzatenak.

Aurrekoarekin lotuta, Instagram norbanako «idealen» erakusleho bihurtu da, non bakoitzak nahi duen pertsonaia sortu dezakeen eta aipatu ditudan figura «eredugarrien» bizitzeko moduak imitatzeko saiakerak egiten diren, era kontziente zein inkontzientean. Hala ere, arreta jarri beharreko auzia influentzia horiek sortzearen atzean dauden interesak dira, kapital-metaketaren fase bakoitzera egokitzen den proletariotza eredu kulturalki erreproduzitzekoak, hain zuzen ere. Ez da harritzekoa, esaterako, nola areagotu den Instagramen etengabeko ongizatearen, pozaren eta baikortasunaren erakusketa azken urteetan (kapitala krisi sakon batean sartzen ari zen artean) norbere lorpenak eta bizi-kalitatea esfortzu pertsonalaren korrelazio positibo gisa azaltzen dituzten motibazio-mezuekin. Finean, zeure baldintzak zuk zeuk sor ditzakezunaren ideia da behin eta berriz erreproduzitzen dena. Proletalgoak erakusleho horretan

bilatzen du bere frustrazioen arintzea, errealtate miserableak ezkutatzeko dituzten argazki perfektuekin, eta aldi berean frustrazio gehiagoren eragilea da hau. Nahi eta ezinaren sorgin-gurpilak ez du balaztarik, baldintza bakar gisa norbere esfortzua agertzen duen eta klase antagonismoa den errealtate materiala ostentzen duen indibiduen pasarela horretan.

Proletalgoak garrantzia zeri ematen dion erregulatzeko tresna ere bada Instagram, orokorrean, duen konfigurazioa dela eta, bertan irudiak hartzen duen zentratutasunaren eraginez. Instagramen proiektatzen den irudia desio den irudiaren (aipatu gisa, imitatu nahi denaren) ahalik eta antzekoena izan dadin, erabiltzaileen kezka bihurtzen dira beren aspektu fisikoa, argazkiak, planak... muturreko kasuetan (hainbat ikerketaren arabera, ez direnak urriak) kezka horiek hartzen duten gaindimentsioaz bista lainotu arte. Honek izaera nartzisistak eta ikuspegi egozentrikoak indartzen ditu, eta horrek, norbereez haragoko helbururik proiektatzeko ezintasunera garamatza.

Bestetik, Instagramek, eta orokorrean egungo sare sozial guztiek modu batean ala bestean, iragankortasunaren kultura indartzen dute. Twitterren kasuan aipu laburrak dira horren adierazle, ideiak 280 karakteretara laburtuta, «mucho texto» izan ez daitezkeen. Instagramen irudiak dira batik bat, eta ez da kasualitatea, azken bi urteetan jada profiletan txertatuta geratzen diren argazki-argitalpenek ospea galdu izana eta storyena izatea Instagramen gehien erabiltzen den funtzioa: profilean 24 orduz irauten duten 15 segundoko irudiak dira, bata bestearen atzetik nahi beste jar daitezkeenak. Jada gure burmuinek ez dituzte jasaten 15 segundo baino askoz gehiago irauten duten bideoak, eta ez dugu jarri nahi egun bat baino gehiago irauten duen norbere irudi bat: une iragankorrek errepresentatzen gaituzte, eta ez irudi iraunkorrek. Hau adierazpen soil baina esanguratsu bat bada ere, iragankortasuna egungo ulermen- eta jokabide-marko kapitalisten ezaugarria da. Ziurtasunik gabea eta ezegonkorra da oraina proletalgoarentzat, eta aurreikusi ezinezkoa

etorkizuna. Eta beraz, iraunkortasunik gabeko harremanak, pentsamenduak, esperientziak... nagusitzen dira: «gozatu momentua, bihar zer datorren ez dakigu eta». Kontua ez da ziurgabetasuna gezurrezkoa dela, baina bai, ezbairik gabe, momentuaz gozatzeko eta gainontzekoaz ahazteko apologia hori epe luzeko perspektiba, konpromiso irmoa eta antolakuntza progresiboa behar dituen kultura sozialistaren eraikuntzari kontrajarria dela.

Hemen Instagram hizpide hartu badut ez da izan sare sozial konkretu horrek eragiten duenagatik: gaur Instagram da eta bihar beste zerbait izango da, proletalgo babesgabea zatituta, kezka hutsalekin eta idiotizatuta mantenduko duen interbentziorako tresna, gaur egun ere beste asko badiren moduan. Instagramek indibidualtasuna eta iragankortasuna indartzen ditu: proletalgoaren miseria irudi perfektuez estaltzen du frustrazioa handitzen duen artean; nahieran moldatzen den gazteriaren berme da, influencerrek antzeztutako tendentziekin; abiapuntu eta helburu bakartzat norbere burua duten bizitza-proiektuak bultzatzen ditu. Esandakoez gain, baina esandakoen hariari tiraka, aurrera begira aztertu beharrekoa begitantzen zait Instagramek identitate-politikentzat eskaintzen duen eszenatokia ere. Ordea, azterketa sakonago bat eskatuko luke hori behar bezala abordatzeak.

Burgesiak proletalgoarengan kulturalki esku-hartzeko dituen tresnak ezagutzea dagokigu, eta batez ere, horiek erreproduzitzen dituzten eredu kulturei kontrajarriko zaien kosmobisio komunistaren hedapenean eta garapenean jardutea, hots, etsaia ezagutzea ahalbidetuko digun ulermen-markoaren eta hura gaingritzeko etika iraultzailearen hedapenean. Eta bide horretan, zalantzarik izan daiteke Instagramek, esaterako, komunistontzat tresna politiko komunikatibo gisa duen potentzialitatea, bere konfigurazioak berak ukatzen baititu kultura sozialista batek behar dituen, eta beraz, haren eraikuntzak izan behar dituen ezaugarriak. Hau da, zalantza honakoa da: zein ekarpen egin dezaken Instagram bezalako tresna batek, bere ezaugarriek

ahalbidetzen eta erreproduzitzen duten kulturari kontrajarri behar zaion kosmobisio baten eraikuntzan eta hedapenean. Baina, aldi berean, gurea ez da hutsetik sortuko, eta horretan datza gure eginbeharra: dauden baldintzetatik abiatuta, baldintza horien gainditzea ekarriko duen boterearen eraikuntza. 15 segundoko uneen ordezt progresiboa eta iraunkorra den antolakuntza da behar duena, eta 24 ordu baino gehiagor geratzeko datorrena.

[i] Gazteen Euskal Behatokia. (2019). Euskadiko gazteak eta sare sozialak. <https://labur.eus/Isi3X>

[ii] Nafarroako Kirolaren eta Gazteriaren Institutua. (2018). Encuesta de la población joven navarra. <https://labur.eus/JHVWs>

[iii] INFOADEX. (2021). Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2021. <https://www.thinketers.com/blog/publicidad-influencers-2021/>