

Per què estem tan enganxats a Instagram?

Presentació

Inicialment tenia la intenció de desenvolupar la meva recerca sobre un tema vinculat al camp de l'educació, ja que hi pretenc orientar la meva futura carrera professional. M'atreia la idea d'estudiar les emocions i el seu paper en l'**àmbit educatiu**; però, quan vaig començar a buscar informació, vaig adonar-me que ja hi havia alguns treballs d'anys anteriors que tractaven el tema. Així és que, finalment, vaig decidir replantejar-lo. Jo, que si tinc alguna cosa que em sobra són inquietuds i ganes de saber el perquè de tot, d'un temps ençà tenia una qüestió que em rondava pel cap i que em venia força de gust estudiar.

Fa un parell d'anys que tinc un compte d'Instagram. De seguida que en vaig ser usuària em va sobtar la conducta que hi tenien algunes de les persones amb qui em relaciono en el món real. Em sorprenia el tipus de fotografies que publicaven, com els obsessio-nava el nombre de *likes* de les imatges, la importància que donaven a la quantitat de seguidors dels seus comptes o, fins i tot, l'estona que eren capaces d'estar-hi connectades. En especial, però, em cridava l'atenció el grau de dependència de la xarxa que la majoria d'elles tenien i que fins i tot jo mateixa començava a experimentar.

Procurava llegir tot el que queia a les meves mans que tractés sobre Instagram. No obstant això, la majoria d'articles que trobava es limitaven a destacar alguna de les



desorbitades xifres que envolten aquesta xarxa o bé a alertar que podia provocar efectes nocius entre els seus usuaris, especialment entre els adolescents. Més enllà d'això, no feien referència a cap estudi de tipus científic que ho argumentés o n'expliqués el perquè.

Quina és la raó que porta tantes persones d'arreu del planeta a connectar-se a la xarxa social Instagram amb una freqüència tan elevada que, des d'alguns sectors, s'adverteix dels possibles efectes que aquesta pot generar entre els seus usuaris? Dit d'una manera més planera: Per què estem tan enganxats a Instagram? El treball de recerca em brindava una excel·lent oportunitat per a descobrir-ho.

Metodologia

La metodologia que he utilitzat per a desenvolupar el treball de recerca ha estat l'obtenció d'informació. La recerca bibliogràfica i l'enquesta han estat els mitjans que hem emprat.

La cerca bibliogràfica, que ocupa la primera part del treball, s'ha centrat d'una banda en la xarxa social Instagram i, de l'altra, en la conducta humana i els factors que la determinen. Pel que fa a aquest segon àmbit d'estudi, la informació l'he obtingut principalment a través de la lectura de llibres de psicologia. El fet que aquesta ciència social compti amb nombroses escoles de pensament i diversitat d'enfocaments, i la manca de formació que jo tinc en aquesta matèria, ha suposat que el treball de lectura, síntesi i redacció requereix una inversió de temps força important.

L'estudi de la incidència de les xarxes socials en la psique humana he comprovat que, a nivell bibliogràfic, és gairebé inexistent al nostre país i ho fa des d'un nivell molt superficial, poc científic. El llibre *Hooked*, de l'investigador Nir Eyal, ha estat l'única font bibliogràfica que he trobat que estudia el tema des d'una perspectiva més rigorosa. Aquest autor nord-americà investiga la intersecció de la tecnologia, la psicologia i l'economia en el disseny i el desenvolupament dels productes i serveis. El seu llibre, malgrat que encara no està traduït, m'ha ajudat molt a definir la direcció de la meva recerca: gràcies a la seva lectura he pogut establir quins elements resultava imprescindible incloure en l'estudi per tal que aquest gaudís d'un mínim rigor i em permetés assolir els objectius que m'havia plantejat.

Cos del treball

Està format d'un cos teòric, amb sis apartats, i un cos pràctic.

El primer apartat del cos teòric és el que fa referència a la mateixa xarxa Instagram. He explicat de manera breu la seva història i funcionament i he recopilat algunes estadístiques per tal que el lector pogués fer-se una idea de la magnitud d'aquesta xarxa social.

El segon apartat és el que estudia la persona i la seva conducta, en concret les seves bases biològiques i psicològiques. Per la seva importància i influència en el comportament humà, he tractat en un punt a part les emocions i el desenvolupament cerebral. He considerat convenient també incloure la definició d'alguns conceptes que sovint fem de manera errònia.

Atès que els adolescents som els principals usuaris d'Instagram, i veient la importància que aquesta etapa té tant en el desenvolupament cerebral com en la maduresa psicològica de l'individu, el seu estudi s'inclou en el tercer apartat del cos teòric. L'apartat número quatre estudia els elements que indiquen quan una persona pot considerar-se madura a nivell psicològic.

El cinquè bloc del cos teòric tracta l'altre gran factor determinant de la conducta humana: el medi. La influència que exerceix la societat sobre la persona, el paper del grup, la teoria del sociòmetre, la dependència social o la síndrome FOMO són els principals elements estudiats.

La part teòrica del treball finalitza amb l'apartat dedicat a l'àmbit econòmic de l'objecte que és estudi del meu treball de recerca. Aquí és on explico el model *Hook* de Nir Eyal, la formació d'hàbits i el subtil fet diferenciador entre un hàbit i una addicció. La part pràctica del meu treball de recerca s'articula al voltant de l'enquesta. Hi ha un primer punt en què explico com s'estructura l'enquesta i per què. Després incloc el formulari, el resum gràfic de les respostes obtingudes i la corresponent anàlisi dels resultats.

Conclusions

Després d'haver donat per finalitzada la meua recerca, la primera conclusió que n'extrec és que la xarxa social Instagram, tal i com la coneixem avui, és un producte gairebé perfecte «d'enginyeria psicològica». Dic 'perfecte' perquè inclou tant els individus que tenen una necessitat de relació com la solució que la satisfà. I ho fa d'una manera tan eficient que no requereix la participació de cap altre agent extern. A nivell psicològic també es pot qualificar de gairebé perfecte. Malgrat que el seu funcionament és molt senzill, les seves funcions es valen de molts dels elements estudiats en psicologia per afavorir que la conducta dels seus usuaris es repeteixi d'una manera tan freqüent que aquesta s'acaba convertint en un hàbit. És a dir, els seus usuaris ens connectem a aquesta xarxa social d'una manera gairebé inconscient. I el plaer que n'obtenim en veure satisfeta la nostra necessitat és tan gran que inconscientment la tornem a repetir. D'aquesta manera, l'hàbit fàcilment pot arribar a convertir-se en una addicció.

Des del meu parer, la manca d'una substància fa que l'addicció sigui difícil de preveure. En aquests casos, l'addicció directament es diagnostica perquè l'individu ja en manifesta els símptomes. I aquest és justament el perill que em porta a con-

cloure que és molt important informar que la vulnerabilitat adolescent és una característica pròpia d'aquesta etapa evolutiva i, en comptes de menystenir-la, el que cal és conèixer-la, comprendre-la i educar. En el tema del meu treball de recerca en concret, crec que no es tracta de criminalitzar Instagram ni els seus usuaris. Com en el cas de tantes altres coses que mal emprades poden esdevenir nocives, el que cal és informar i educar-nos per fer-ne un bon ús. I quan dic educar-nos em refereixo al conjunt de la societat.

Bibliografia i webgrafia

LLIBRES: — Adès, J.; Lejoyeux, M. *Las nuevas adicciones. Internet, sexo, juego, deporte, compras, trabajo, dinero*. 1a ed. Barcelona: Editorial Kairós, S.A., 2003. 300 p. ISBN: 84-7245-554-8. — Aronson, Elliot. *El animal social*. 1a ed. Madrid: Alianza Editorial, S.A., 2000. 488 p. (El Libro Universitario, Manuales) ISBN: 978-84-206-8709-4. — Echeburúa, E.; Requesens, A. *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educadores*. 1a ed. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.), 2012. 187 p. ISBN: 978-84-368-2700-2. — Eyal, Nir. *Hooked. How to Build Habit-Forming Products*. 1st ed. London: Penguin Books Ltd., 2014. 242 p. ISBN: 978-0-241-18483-7. — Fernández-Abascal, E. G.; Martín Díaz, M. D.; Domínguez Sánchez, J. *Procesos Psicológicos*. 11a ed. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.), 2018. 402 p. (Colección Psicología). ISBN: 978-84-368-1605-1. — Gaviria Stewart, E.; Cuadrado Guirado, I.; López Sáez, M. (Coord.). *Introducción a la Psicología Social*. 1a ed. Madrid: Sanz y Torres, S.L., 2009. 546 p. ISBN: 978-84-929-4863-5. — Martínez Sánchez, F.; Fernández-Abascal, E. G.; Palmero Cantero, F. (Coord.). *Todo lo que usted siempre quiso saber sobre las emociones (y nunca se atrevió a preguntar)*. 1a ed. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.), 2019. 180 p. ISBN: 978-84-368-4092-3. — Pinillos, José Luis. *Principios de psicología*. 9a ed. Paracuellos del Jarama (Madrid): Alianza Editorial, S.A., 1981. 731 p. ISBN: 84-206-2100-5. — Puente Ferreras, Aníbal. (Coord.). *Psicología básica*. 3a ed. Madrid: Ediciones Pirámide S.A., 1998. 858 p. ISBN: 84-368-0875-4. — Sarráis, Fernando. *Madurez psicológica y felicidad*. 1a ed. Barañáin (Navarra): Ediciones Universitarias de Navarra (EUNSA), 2013. 150 p. (Colección Persona y Cultura; 24). ISBN: 978-84-313-2950-1. — Sarráis, Fernando. *Temperamento, carácter y personalidad*. 1a ed. Madrid: S.A. Eiuinsa. Ediciones Internacionales Universitarias, 2016. 176 p. ISBN: 978-84-8469-337-6. — Triglia, A.; Regader, B.; García-Allen, J. *Psicológicamente hablando*. 1a ed. Barcelona: Espasa Libros, S.L.U., 2016. 302 p. (Paidós) ISBN: 978-84-493-3242-5. — Twenge, J. M.; Campbell, W. K. *La epidemia del narcisismo. Vivir en la era de la pretensión*. 1a ed. Madrid: Ediciones Cristiandad, S.A., 2018. 504 p. ISBN: 978-84-7057-636-2. WEBS: — <https://15f8034c-dff6595cbfa1-1dd67c28d3aade9d3442ee99310d18bd.ssl.cf3.rackcdn.com/8858b-1de688c412047067d05fbfcba70/tema_4.__procesos_cognitivos_basicos-5313.pdf>

– <<https://blog.c<https://www.xuletas.es/ficha/factores-biologicos-influyen-conducta/>>>– <https://ca.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_FOMO> – <<https://www.danielcolombo.com/la-diferencia-entre-caracter-comportamiento-y-conducta-por-daniel-colombo/>> – <<http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/2410/La%20personalidad.pdf?sequence=1>> – <<https://www.e-encuesta.com/tipos-de-pregunta-en-la-encuesta/>> – <https://egaraepisteme.files.wordpress.com/2014/03/05_processos_psicologics_superiors_v1.pdf> – <<https://es.slideshare.net/nancycardenasmorales/factores-que-determinan-las-conductas-28535244>> – <<https://www.mindmeister.com/es/1312290045/conducta-humana-y-factores-que-la-determinan?fullscreen=lognifit.com/es/conducta/>> – <<https://pdfs.semanticscholar.org/e125/ddc802ca67b959bd56d6af8c68205bdb7b7f.pdf>> – <<https://www.psycoactiva.com/blog/nuevo-trastorno-ansiedad-fomo/>> – <<https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>> – <<https://www.uv.es/choliz/Proceso%20emocional.pdf>> – <<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/4212/TFG-B.365.pdf;jsessionid=AF73AA508588C480C7085175B07576F9?sequence=1>>
