



Entrevista a Sarah Frier, analista de ‘Bloomberg’; autora de ‘La historia secreta de Instagram’

*“Tengo 30 años: he crecido con las redes. Vivo en San Francisco. **Instagram** en diez años se ha convertido en la mayor red de seguidores de la historia gracias a unir al impulso del narcisismo el de la avaricia. Tras ser engullido por **Facebook** es el eje de la pugna entre monopolios y libertades que decidirá nuestro destino”.*

Compre libros por los colores

En la librería del barrio de Sarah Frier en San Francisco, los libros no están ordenados por materias ni autores, sino por colores, para que queden bonitas las fotos de ella que los usuarios cuelgan en Instagram: su mejor publicidad. Del mismo modo, nuestra imagen, comercio, lecturas, formación, ideología, resultados electorales... La vida entera pasa ya por plataformas digitales que ahora quieren convertirse también en nuestros bancos, universidades, cines, teatros, iglesias... Y está Instagram: una feria de las vanidades, pero también del marketing, que está reconvirtiendo nuestros modos de producción. Nuestra digitalización aún no ha encontrado sus límites e Instagram sigue creciendo gracias a que nuestro ego y nuestra avaricia no los tiene.

Por qué Instagram ha crecido tanto y tan rápido?

Porque permite a millones de personas mostrarse al mundo como les gustaría ser.

¿Solo crece por el ego?

Y por ambición, ya que esa aspiración de los más de mil millones de usuarios de Instagram se convierte en dinero real para muchos.

Una combinación irresistible.

Instagram arrasa porque ha sabido cruzar ego y capitalismo. Es una red aspiracional.

¿Es como quien enseña fotos de su último viaje que no podrá volverse a pagar?

Como quien muestra un estilo de vida idealizado que con las fotos y los filtros que proporciona a cualquier usuario -porque es facilísimo de usar- parece real y cotidiano.

¿Como las revistas del corazón antaño?

Esas revistas son la cultura analógica de la que parte la plataforma; pero es que, además, en Instagram no tienes que imaginarte que eres la princesa o la rock star; porque allí tú eres la prota siempre. Y enseñas tus fotos de la playa a tus amigos y crees que al mundo entero, que aparecen junto a las de los famosos.

Si el Hola o Hello hubiera logrado eso, aún serían el gran negocio que fueron.

En Instagram muestras un estilo de vida que pueda ser seguido y hasta envidiado en muy poco tiempo por miles de personas; y hay millones de usuarios que cuelgan en Instagram imágenes de sus vivencias hora a hora.

¿No puede llegar a ser enfermizo?

Pero también se ha convertido, en solo diez años de existencia, en uno de los mejores negocios de la historia. Tanto, que se lo apropió Mark Zuckerberg al comprarlo para que no le hiciera sombra a Facebook.

Me refería a enfermizo para el usuario, que cuelga la foto de cada plato que se come.

Y hasta de cada café tan bien presentado o cada ejercicio de gimnasia con tu nueva indumentaria, que tanto te gusta, te ha costado y te acabas de comprar. O con tu cachorrito -monísimo- con sus lacitos al salir de la pelu.

Puede ser agotador.

Tan agotador como resulta nuestro ego cuando no sabemos gestionarlo. Por eso, es importante tener la suficiente madurez y ser capaz de distanciarse de esa competición de glamur non stop. Yo recomiendo abstinencia digital de vez en cuando para descubrir que puedes tener vida sin que nadie la vea.

¿Usted está en Instagram?

Sí, pero lo uso muy poco.

¿Cuántos seguidores tiene usted?

Solo 3.800. Yo soy más de Twitter, que da contenidos e información. Instagram es pura imagen. Me metí en él solo para poder escribir este libro. Me interesan, sobre todo, las luchas de poder y dinero que ha generado el control de estas redes.

¿Por qué?

Porque es la última frontera del capitalismo más avanzado en plena ebullición.

¿Y qué ve en ella?

Mark Zuckerberg acumulando un poder inmenso y acabando con cuantos le hacen sombra, como al comprar Instagram.

¿Acabará el capitalismo con esos gigantes o acabarán ellos con el capitalismo?

Corren rumores en los mercados de una pronta intervención reguladora para evitar esos monopolios.

¿Volvería la Sherman Act que puso fin al monopolio de la ATT o de Microsoft?

Sí, pero en este caso hablamos de Facebook e Instagram: crecí, como toda mi generación, pendiente de esas plataformas.

¿Qué sacan los más de mil millones de instagrameros a cambio de su tiempo?

Aceptación digital: la sensación de que lo que vas viviendo es bien recibido por los demás y el sueño de que sea incluso envidiado.

¿Y dónde está el dinero?

En esa intersección entre ego y capitalismo. Porque no solo hay ego para todos en Instagram: también se reparte dinero. Más de 200 millones de instagrameros tienen más de 50.000 seguidores, que es la audiencia requerida para empezar a vivir de ella.

¿Cómo?

Como influencers, representando y recomendando marcas y avalando tendencias de consumo. Menos de una centésima parte de ellos tiene más de un millón de seguidores.

¿Cuántos tienen más de un millón?

Unos seis millones de instagrameros tienen esa audiencia millonaria o mayor.

Si la humanidad somos 7.700 millones de personas, eso sería uno de cada siete.

Sí, son cifras mareantes, pero piense que muchos siguen a muchos. Y juntos forman un negocio formidable.

¿Sin barreras de idioma ni culturales?

En Instagram la historia no se explica con palabras, sino con imágenes, el lenguaje universal y eterno de la humanidad.

¿Y si desaparece en cuatro días y sale otra app y nos olvidamos de Instagram?

En mi librería favorita de San Francisco, los libros no están ordenados por títulos ni autores, sino por colores. Y al lado hay una heladería repleta, porque vende helados preciosos para las fotos de Instagram. Nadie se los come. Son para alimentar el ego.

Entrevista de Lluís Amigué, en lavanguardia.com.