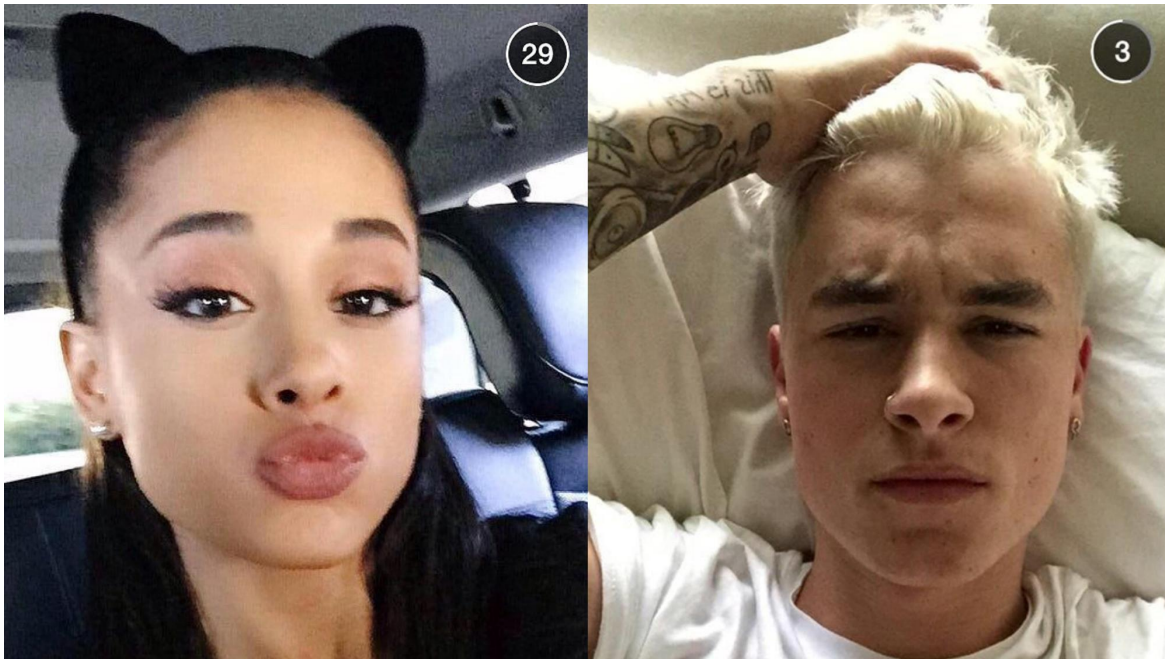


TENDENCIAS

Si no tienes snapchat no eres nadie (o eso dicen)

El Ciudadano · 21 de noviembre de 2015



Después de darnos cuenta de que Facebook es para nuestros padres, que Instagram se ha llenado de personajes de la farándula compartiendo su desayuno y que Twitter es una sarta de chistes sin gracia, la sociedad necesitaba una nueva red social. Su nombre es Snapchat, y nos permite seguir con

alma de voyeur la vida de nuestros amigos, nuestros enemigos y nuestros ídolos a partes iguales.

 si no tienes snapchat no eres nadie (o eso dicen)

Snapchat nació en 2011, así que de novedad no tiene nada, pero sobre todo desde su última actualización la cosa ha cambiado y el juego ha ido evolucionando. Lo que nació como un sistema de mensajería efímera ha pasado a convertirse en una galería de vídeos, fotos y anécdotas varias en formato GIF y con hilarantes máscaras que cambian a diario, ‘tesoros’ y más cosas que, francamente, vamos aprendiendo día a día.

Gigi Hadid y Kendall Jenner.

La aplicación fue creada una vez más por un grupo de estudiantes que se han hecho asquerosamente ricos en tiempo récord, y su ‘boom’ ha ocurrido hace escasos dos años, cuando llegó la actualización de los filtros, las historias y las actualizaciones que se enlazaban unas con otras con una duración de hasta 24 horas online -para los no iniciados, pensad en los ‘momentos’ que duran 24 horas en Tinder: es básicamente lo mismo-.

Para aumentar la leyenda, su actual director ejecutivo, Evan Spiegel, tiene 25 años y es uno de esos guapos clásicos que acaba con la leyenda del ‘friki gafotas’ que está detrás de cualquier innovación tecnológica que busque respeto en el mercado

Kian Lawley.

Es ahí cuando el potencial de Snapchat se hizo más que evidente y dejó de ser una simple aplicación de mensajería con contenidos comprometidos que se

autodestruían (ideal para los amantes del *sexting*) para convertirse en una herramienta de promoción, tanto de particulares como de las marcas comerciales que no se han querido quedar atrás.

La atención del usuario se desvanece cada vez más temprano, así que una app cuyo máximo tiempo de exposición por 'historia' es de unos diez segundos parece haberse convertido en la herramienta que las personas con problemas del primer mundo necesitábamos.

Si Kim Kardashian es la reina indiscutible de Instagram, **Kylie Jenner** ('Kylizzlemynizz' en SC) lo es de Snapchat. La pregunta es: ¿Por qué las estrellas que triunfan entre los *millenial* han hecho de esta aplicación de interfaz poco atractiva y funcionamiento nada intuitivo una de sus favoritas? Digamos que la vida de una de las adolescentes más conocidas del planeta gracias a su aparición en un reality encaja perfectamente con el concepto de las 'historias' de Snapchat, donde podemos espiar -con su consentimiento, claro- lo que ha hecho durante el último día.

Kendall Jenner.

No obstante, al igual que Kylie Jenner, son otros muchos los artistas que no llegan a los 25 años y que ya se han decantado por esta aplicación. Además, ya han aprendido a utilizarla como complemento a sus otras aplicaciones, lo que ayuda a sus equipos de relaciones públicas a la hora de diversificar la estrategia de sus clientes.

Nick Jonas ('jicknonas') o **Ariana Grande** ('moonlightbae') son dos de los cantantes que tampoco dudan en compartir vídeos y fotografías de sus aventuras a lo largo de interminables jornadas de promoción en todo el mundo. **Madonna**

(‘madonna’, claro), como no podía ser de otra manera, también se ha apuntado al carro; de hecho avanzó su videoclip de *Living for Love* a través de la aplicación.

Ariana Grande.

Por su parte, el mundo de la vida moda no ha hecho oídos sordos a esta nueva revolución y se ha metido de lleno en el mundo Snapchat. A las que hicieron de avanzadilla, las *it-girls*, se les unieron marcas de moda, diseñadores (jóvenes y no tanto) y firmas de belleza que no quieren dejar escapar una porción del pastel que tan jugoso se presupone (sin datos reales de beneficio por el momento). Ya se sabe que si no estás en redes sociales no existes y por eso parece que en Snapchat nadie quiere quedarse fuera.

Si consideramos a Kylie Jenner una de esas *it-girls*, y no olvidemos que su look se ha convertido para regocijo de unos y horror de otros en el más imitado entre las adolescentes: ella es la que dirige a la manada. Lo mejor de Snapchat es que el hecho de que las actualizaciones sean efímeras anima a las estrellas a atreverse con selfies sin maquillaje, con fotografías poco favorecedoras y demás instantáneas que impensables por ejemplo en Instagram, donde cada actualización cuenta para conseguir proyectar «la imagen perfecta» (sic).

Diplo.

Rihanna (@rihanna) es otra de las que no parece tener ningún tipo de reparo a la hora de actualizar su cuenta de Snapchat, pero tampoco es que los tuviera a la hora de colgar porros o pezones en Instagram. Lo mismo te adelanta algo de sus colaboraciones con Puma o Dior que muestra cómo se echa uno la siesta en condiciones en Barbados.

Rihanna.

Sin ese filtro de 'belleza' que otorgan otras de las apps más conocidas, las marcas de moda no se han amedrentado a la hora de lanzar sus fotografías en baja definición e incluso los vídeos de sus salidas a pasarela. Una de las firmas más atrevidas a la hora de lucirse por Snapchat está siendo **Burberry** (@burberry), que publicó su última campaña en exclusiva a través de la aplicación.

Valentino.

El resto de firmas de lujo se ha animado a entrar poco a poco en este nuevo universo de negros y amarillos (los colores corporativos) pero sin la presencia casi permanente de la firma que hizo famoso al *trench* fuera de Inglaterra. El rejuvenecimiento general y muy bien entendido de **Valentino** (@valentino) también ha pasado por el compartir 'snaps' por la red.

Calvin Klein, Louis Vuitton, Alexander Wang o **Michael Kors** también lo hacen, pero lo realmente interesante y que no se limita a pequeños anuncios de menos de diez segundos se encuentra en los diseñadores jóvenes y algo arriesgados que también pululan, con bastante más gracia que las marcas grandes, por la aplicación.

Louis Vuitton.

Entre ellos recomendamos a **Marques' Almeida**, la pareja portuguesa que presenta en la Semana de la Moda de Londres, parecen estar enganchados. Si contamos cada una de las actualizaciones como una pequeña obra de arte, estos

chicos son verdaderos artistas. El proceso creativo, los *fittings* y las presentaciones para la prensa tienen un hueco en la cuenta de este dúo creativo.

Dentro de nuestras fronteras otros a los que conviene seguir son el diseñador **Xavi Reyes**, flamante ganador del premio a la mejor colección en el pasado EGO de MBFWM. **Pepa Salazar**, esperanza de la moda y realidad, tampoco se ha querido quedar atrás y comparte los momentos más divertidos junto con aquellos que merece la pena destacar de sus laboriosas jornadas.

Aunque no asistamos al agotamiento de la fórmula de redes sociales más asentadas lo que sí es cierto es que la eclosión de Snapchat con su feísmo no intencionado y su nula posibilidad de interacción (o al menos no tan obvia ni tan dada a la aparición de *trolls* como Twitter o Instagram) es una aplicación que ha llegado para quedarse. Una nueva actualización inminente amenaza con volver a poner patas arriba toda la aplicación, pero si en su momento medio mundo supo acostumbrarse a Facebook está claro que vamos a tener Snapchat para rato.

Después de darnos cuenta de que Facebook es para nuestros padres, que Instagram se ha llenado de personajes de la farándula compartiendo su desayuno y que Twitter es una sarta de chistes sin gracia, la sociedad necesitaba una nueva red social. Otra que nos permitiera seguir con alma de *voyeur* la vida de nuestros amigos, enemigos y de ese otro montón de gente que se encuentra entre esas dos aguas.

Fuente: [I-D](#)

Fuente: [El Ciudadano](#)