

# Instagram, un truc de filles

MÉDIAS 68% des utilisateurs du réseau social de partage de photos sont des utilisatrices

- Elles sont illustratrices, sculptrices, graphistes...
- Et règnent sur les 700 millions d'Instagrameurs actifs chaque mois.

**A** lors évidemment, il y a les blogueuses, les influenceuses qui facturent jusqu'à 100.000 dollars un post sponsorisé. Celles qui font des « duck faces » et des masques exfoliants, celles qui déballetent leurs Louboutin toutes neuves avec une volupté d'actrice X, puis qui taguent #instafashion, #fashionista ou #streetstyle jusqu'à avoir les pouces engourdis.

Ces Instagrameuses sont sans surprise. Elles ont trouvé dans ce petit outil né en octobre 2010 et aujourd'hui troisième réseau social au monde – derrière Facebook et son 1,8 milliard d'utilisateurs, derrière le Chinois Qzone (653 millions) –, comme un miroir parfait qui corrige, diffuse la bonne nouvelle et récolte les louanges à la pelle. Après la réalité virtuelle et la réalité augmentée, la réalité idéalisée.

Les femmes sont les plus accrocs. Globalement, déjà, ce sont elles qui règnent sur les réseaux sociaux. Parce qu'elles sont naturellement communicatives, networkeuses, multi-tâches et qu'il est plus facile pour elles de se « brander » – vendre leur image, par extension : exister – sur le web que dans la vie réelle. « Elles sont généralement plus promptes à s'exprimer en ligne, dit l'analyste digital britannique Michael Litman dans le *Telegraph*. Elles sont aussi plus conscientes de leur apparence que les hommes, notamment sur les photos. »

**« Les gens ne sont pas que des images jetables »**

©BRETTMANNINGART

D'où Instagram. Délaissant les Twitter et LinkedIn, deux réseaux jugés plus professionnels que les autres où elles apparaissent en sous-nombre, ces gourmandes de selfies se sont ruées vers une plate-forme gorgée de filtres méga-flatteurs « qui

leur donne le pouvoir de modifier leur apparence d'une manière pratiquement à la hauteur du maquillage et des produits de beauté », décrypte l'auteure américaine Rachel Simmons, l'une des premières à avoir écrit sur le rapport des adolescentes aux réseaux sociaux (avec tuyaux pour les parents largués !).

Plus surprenante, la théorie avancée par Katrin Tiidenberg, La sociologue et chercheuse à l'université de Tallinn en Estonie, qui a notamment enquêté sur le selfie pense que « l'omniprésence des femmes sur Instagram est liée au fait qu'elles sont historiquement responsables des photos familiales dans de nombreuses cultures. » Instagram découlerait d'une longue tradition remontant au XIX<sup>e</sup> siècle où les mères, dans les classes aisées, ont commencé à prendre des photos de leur famille et de leurs amis, puis à les assembler dans des albums mêlant tableaux, dessins et papiers découpés. L'ancêtre du scrap-booking.

Mais zoomons sur ces utilisatrices effrénées. Pas les gamines (60 % des actifs ont moins de 30 ans), mais cette émergence d'artistes, sculptrices, designeuses, graphistes, illustratrices dont chaque post attire les « *Awesome!* » et quelques dizaines de milliers d'abonnés... Des comptes souvent liés à une boutique du site Etsy (l'Amazon des créations personnelles ou vintage) où elles écoutent leurs œuvres lors de ventes exclusives et passionnées.

Bon, on est loin des 200 millions d'abonnés de Kim Kardashian, mais c'est tant mieux, non ? Brett Manning (@brettmanningart) est une jeune Américaine née en 1986 à Halloween. Depuis sa vieille ferme au fin fond de l'Indiana rural, elle poste avec une régularité de coucou suisse des « stories » – clichés ou vidéos éphémères – de son quotidien et de ses carnets de dessin (#sketchbook, #doodleoftheday...) qu'elle noircit de petits monstres biscornus. Vous likez ? Instagram vous proposera instantanément de découvrir @busymockingbird alias Mica Angela Hendricks, star de l'illustration depuis qu'elle bosse

en duo avec sa fille Myla, huit ans, ou Octoplum, la « body positive artist » Paloma Smith dont les cheveux sont une perpétuelle œuvre d'art...

Inoffensives, sensibles, ultrafamilières – tout le monde connaît maintenant l'étrange axolotl en arrière-plan des photos de Brett ou le bouledogue de Mica qui a généré une grosse vente sur Etsy il y a quinze jours pour financer son opération de la queue... –, ces Instavedettes forment aujourd'hui une véritable armée d'amazones : « une matriarchie », s'emballent le site féministe Jezebel.com. « Les femmes artistes sont pour la plupart très introverties, explique Brett Manning (par message privé sur... Instagram) et il est bien plus facile pour nous d'exprimer les choses avec des visuels. Surtout depuis le confort de la maison. » Pour elle, si Instagram est aussi féminin, c'est parce que « c'est un réseau où l'on s'intéresse, on se préoccupe, on s'investit énormément dans la vie des autres. Pas d'une manière flippante, vous comprenez ? Juste, les gens n'y sont pas que des images jetables. » ■

JULIE HUON

## EN CHIFFRES

**68 %**

des utilisateurs d'Instagram sont des femmes.

**95**

millions de photos sont postées chaque jour. Plus de 40 milliards depuis le début.

**4,2**

milliards de likes sont générés chaque jour.

**20 %**

des utilisateurs d'internet sont sur Instagram.

**1**

milliard de dollars : le rachat par Facebook en 2012.

**70 %**

des grandes marques, de Nike à Disney, ont un compte Instagram.

**5**

millions de vidéos ont été postées au cours des premières 24 heures quand Instagram a introduit la vidéo. Les hashtags les plus populaires sont #love, #instagood, #me, #cute et #follow. Les pizzas sont le plat le plus instagrammé, suivies par les sushis.

J.H.

Source : Omnicore Agency, avril 2017