

ara llegim

Anna Codina aconsegueix traslladar a 'Algoritmes' les contradiccions i el ritme frenètic del món digital del present, a partir de la història d'una jove parella catalana que arriba a Londres disposada a menjar-se el món. Ell, en una empresa tecnològica. Ella, com a 'influencer'

Anna Codina

Especialista en estratègia digital i novel·lista.
Publica 'Algoritmes'

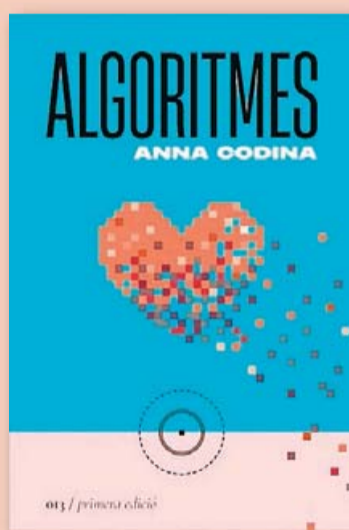
“Si vols ser
'influencer' has
d'estar disposada a
no descansar mai”

Jordi Nopca

Anna Codina (Girona, 1983) és especialista en estratègia digital. El 2009 va impulsar la seva pròpia consultoria, El Giròscopi, on assessora empreses per crear i desenvolupar els seus “universos digitals”: la construcció de la marca a través de les xarxes, la comunicació, la publicitat i el màrqueting. Codina és també una lectora voraç que encara recorda la descoberta, als 15 anys, de *La campana de vidre*, de Sylvia Plath. El llarg camí que l'ha portat a publicar la seva primera novel·la, *Algoritmes* (La Segona Perifèria), va arrencar el 2016 a l'Escola d'Espectura de l'Ateneu Barcelonès. El resultat ha valgut la pena: en la línia de llibres com *Valle inquietante*, d'Anna Wiener (*Asteroide*, 2020), i *Poco se habla de esto*, de Patricia Lockwood (*Alpha Decay*, 2022), Codina aconsegueix traslladar les contradiccions i el ritme frenètic del món digital del present, a partir de la història d'una jove parella catalana que arriba a Londres disposada a menjar-se el món. En Robert és programador per a una gran empresa tecnològica. La Muriel vol triomfar com a *influencer*.

¿El punt de partida d'aquesta novel·la té a veure amb tu mateixa?

No. Vaig començar a pensar-hi durant una època en què es criticava molt el postuereig de penjar segons quines fotos



ALGORITMES

Anna Codina
La Segona Perifèria
312 pàg. / 19 €

a Instagram. ¿Era una cosa nova, això d'ensenyar el millor de nosaltres, o quan ens expliquem als altres tenim la tendència de mostrar les versions més edulcorades? Jo penso que els humans tenim una tendència a mentir que ve de lluny.

A les xarxes es menteix sovint per aconseguir més audiència.
Aquesta seria una de les novetats del món digital en què vivim ara.

En Robert i la Muriel s'instal·len a Londres per menjar-se aquest món digital.
Vaig triar Londres perquè és un exemple de lloc on podria voler marxar una *influencer*. És una ciutat que conec bé. No hi he viscut mai, però hi he treballat estius, hi he estudiat i hi he estat molt en contacte. Londres s'ha acabat construint una versió Instagram d'ella mateixa. A vegades t'hi trobes edificis que conserven la façana victoriana, però és l'únic que en queda, del passat: la resta s'ha reconstruït. Instagram em recorda el doble moviment de buidatge de contingut i de manteniment de la façana.

A la novel·la, la Muriel es treu un sou gràcies als seus posts, que transmeten un benestar trampós. Ella i en Robert viuen en un pis minúscul, però sap com col·locar la càmera i quin efecte posar perquè sembli un lloc fenomenal.
Mai no he volgut ser *influencer*, però he



fet moltes campanyes amb *influencers* abans que els haguéssim batejat així. Primer parlàvem de bloguers, després de *youtubers*, llavors d'*instagramers*... tots ells buscaven crear-se un perfil reconeixible i atractiu a les xarxes. L'objectiu final era convertir-se en una marca.

A les escoles hi ha molts nens i nenes que responen, quan els demanen a què es volen dedicar, que volen ser *influencers*.
Amb la quantitat d'*influencers* que hi ha actualment, d'això cada vegada se'n podrà viure menys. Personalment, no em sembla cap meravella, convertir la teva vida en una *performance* constant. Si vols ser *influencer* has d'estar disposada a no descansar mai. Tot el que fas ho fas per explicar-ho als teus seguidors. Aquest canvi de mentalitat em preocupa: a la platja, cada cop et trobes més adolescents que en comptes de banyar-se o prendre el sol es dediquen a posar per a Instagram o per a TikTok.

En Robert es dedica a perfeccionar un algoritme de consum per a BTC, una