Instagram perdió casi 25% de sus usuarios diarios una semana después de aplicar y luego retractarse de cambios en las condiciones de servicio.

Sus usuarios se indignaron mientras temían que el servicio de intercambio de fotos usara las imágenes sin compensación.

Instagram vio el número de sus usuarios diarios activos -que accedían al servicio vía Facebook- caer a 12.4 millones este viernes desde 16.4 millones que registraba la semana pasada, según datos recopilados por AppData, que hace seguimientos online.

Instagram, una empresa que Facebook compró este año por 715 millones de dólares, cuestionó la información.

«Esta información es incorrecta. Continuamos viendo un fuerte y constante crecimiento tanto en usuarios activos como registrados en Instagram», dijo una portavoz en un comunicado enviado por correo electrónico el viernes.

No está claro porqué la popular aplicación, que permite a las personas añadir filtros y efectos a fotografías y compartirlas en Internet o en teléfonos inteligentes, experimentó esa caída en el corto y a veces volátil periodo de vacaciones.

Los usuarios activos mensuales subieron a 43.6 millones para el viernes, un aumento de 1.7 millones en los últimos siete días, según AppData.

Muchos usuarios se cambiaron a Twitter y otros foros públicos la semana pasada amenazando con abandonar el servicio de Instagram.

La baja en la actividad seguramente llame la atención trasuna polémica revisión de los términos de servicio de Instagram que, entre otras cosas, permitía a anunciantes pagar a Instagram «para mostrar el nombre de usuario, gustos, fotografías (junto con otros datos asociados)» sin compensación.

La airada reacción pública que siguió llevó a que el fundador de Instagram, Kevin Systrom, se disculpara.

La semana pasada, un usuario de California demandó a la compañía por violación de contrato y otras quejas, en lo que sería la primera demanda civil a partir del cambio en las condiciones de servicio.

Posteriormente, Instagram revirtió algunos de los cambios.

La decisión renovó el debate sobre cuánto control sobre sus datos personales debe ceder un usuario para participar en las redes sociales.

Los analistas dicen que Facebook, la red social más extensa del mundo, estaba intentando comenzar a generar ingresos por publicidad, al darle a los anunciantes el derecho a mostrar fotos de perfiles y otra información personal, como qué usuarios seguían las publicidades.

Fuente: CNNexpansión