

Instagram stories como nueva forma de performatividad

DURÉ, Mariana G. / FFyL - UBA - marianne.dure@gmail.com

LABAIG, Florencia A. / FFyL - UBA - florbabaig@gmail.com

Eje: Performance en redes sociales¹ Tipo de trabajo: ponencia

» Palabras claves: Instagram Stories - Liminalidad - Performance - Storytelling

> Resumen

La producción de contenido audiovisual ligada a las redes sociales se ha ido incrementando de manera exponencial, transformándose en parte de la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo. El objetivo del presente trabajo es analizar la implementación de la técnica del *storytelling* en las *Instagram Stories* como nueva forma de relato. Pensar el concepto de *reality-show* como falso documental, nos permitirá sostener que las *Instagram Stories* se constituyen como un híbrido (entre el cine y la televisión), una nueva práctica artística que problematiza el binomio ficción/realidad, generando la creación de un nuevo público diversificado. El límite entre lo público y lo privado se desdibuja constantemente, generando una espectacularización de la cotidianeidad.

> Presentación

La incorporación del uso de redes sociales a las actividades que forman parte de la vida cotidiana nos lleva a preguntarnos por las lógicas que subyacen a sus dinámicas junto con algunas de sus características. La proliferación de las imágenes ligada a los medios audiovisuales y la variabilidad de soportes en que estas se producen y reproducen, nos permite un acercamiento a los modos de producción y difusión, los cuales en muchos casos se generan a partir de las propias redes sociales.

Desde una perspectiva interdisciplinaria que reúne bajo una mirada analítica al arte y la antropología nos proponemos abordar la problemática de las *Instagram Stories*, entendiéndolas como una nueva forma de performatividad.

El concepto alrededor del cual se erige este trabajo es el de liminalidad, acuñado por Arnold Van Gennep e implementado por el antropólogo Victor Turner para el estudio de los procesos sociales. El autor aborda el análisis de la vida social desde una perspectiva procesual, de acuerdo con la cual ésta pendula entre dos estados, de estructura y antiestructura. Definiendo este último el estado como un momento de liminalidad.

Según Turner, durante el estado antiestructura las fronteras que definen y delimitan la vida social se vuelven más difusas y permeables.

En una instancia preliminar, al intentar precisar y delimitar el objeto de estudio, arribamos a la siguiente pregunta: ¿Qué son las *Instagram Stories*? Al intentar definir las nos encontramos frente a la dificultad de clasificarlas dentro de una disciplina artística específica. La heterogeneidad de su composición, la variedad de temas, de recursos audiovisuales, así como la dinámica de las *Instagram Stories* mismas, hacen de estas plataformas universos performáticos con límites difusos que dificultan su definición.

› **Liminalidad en Social Media**

Las redes sociales se han ido incorporando a las actividades cotidianas de las sociedades. Si bien existe una extensa variedad de redes sociales, esta investigación se circunscribe al análisis de la red social Instagram. Precizando aún más el campo de estudio, este trabajo pone el foco en las *Instagram Stories*, una parte componente de la red social.

Instagram Stories es una sección dentro de Instagram cuya característica distintiva radica en el poder compartir contenido audiovisual, fotos y videos, con una duración máxima de 15 segundos por cada publicación. Otro de los rasgos propios de esta sección es que, el contenido permanece disponible solamente durante 24 horas, a menos que el administrador de la cuenta decida anclarlo al contenido permanente.

Fragmentos de contenido de corta duración y permanencia efímera, condensan la descripción más relevante de las *Instagram Stories*.

Para el estudio de los hechos sociales Victor Turner lleva elementos propios de la disciplina del teatro a la arena antropológica, acunando así híbridos analíticos tales como “drama social”, *communitas* y *performance social*. Según la perspectiva procesualista del autor, la vida social es el continuo devenir de un drama social tras otro, y que al igual que cualquier historia narrada consta de un inicio, un nudo y un desenlace. La acción social que compone los dramas sociales es entendida como un acto de *performance*, de actuación social.

En relación a ello, desde una perspectiva que considera la *performance* como acto expresivo ligado al campo social, cultural y político, Diana Taylor propone abordar las actuaciones- tanto sociales como artísticas- en su dimensión de escenarios, en términos de “paradigmas generadores de sentido que estructuran entornos sociales, conductas y desenlaces posibles”. (Taylor, 2003: 14) En este sentido es que entendemos la *performance* como concepto complejo, bajo el cual se encuentran y reúnen el mundo artístico y social.

Pensar las *Instagram Stories* en diálogo con las prácticas artísticas, nos permite tender puentes con el concepto de performatividad, como aspecto característico del escenario contemporáneo, donde la implementación de la tecnología digital vinculada a las artes escénicas, juega un papel fundamental en las diversas formas de percibir la realidad. Una realidad mediada, donde se produce un desdoblamiento de los cuerpos en escena, como sucede en algunas obras de teatro por ejemplo, al incorporar cámaras o proyectores que duplican la acción, a la vez que el punto de vista, ubicando al espectador en un posición de observación activa, donde la mirada se encuentra fragmentada, al ponerse en tensión el cuerpo real del actor y su imagen mediada. De modo similar, Instagram se configura como la red social a través de la cual los individuos se convierten en consumidores/público por un lado, y creadores de contenido/*performers*, por el otro.

Las *Instagram Stories* brindan un espacio para la difusión de la vida, son un nuevo escenario sobre el cual pueden actuarse los dramas sociales. La dinámica que opera en este espacio es la de prácticas de carácter fragmentario que responden al mandato de la inmediatez, adoptando una aparente casualidad (casual), que enmascara producción, estrategia de aquello que es performado. Estas formas de actuar atienden a nuevos modos de percepción, y a la presencia cada vez más determinante del receptor, en términos de consumidor, más que espectador, configurándose así de un nuevo tipo de público.

Mayor o menormente explicitados los dramas sociales que se ponen en juego sobre el escenario digital provisto por las *Instagram Stories* no dejan de tener su origen en la sociedad más amplia que las contiene. Que gran parte del contenido allí se corresponda con representaciones de los acontecimientos de la vida privada hace pensar que la exhibición de la vida responde a un interés/curiosidad por un contenido ligado a elementos pertenecientes a la esfera de lo privado. Con Internet, y en especial con las *Instagram Stories*, las fronteras que delimitan los territorios de lo público y lo privado se flexibilizan. Elementos de la intimidad, de la esfera de lo privado, adquieren carácter público, cayéndose así en limbo dentro del cual es difícil precisar el ámbito al que corresponde el contenido.

Así como la liminalidad del sujeto que se encuentra inmerso en un momento antiestructura, donde no se es ni lo uno ni lo otro, cuando en términos de Turner es inclasificable; lo mismo sucede en la dinámica a la que se somete la relación entre lo público y lo privado en las redes sociales. Elementos de lo privado, de lo íntimo se vuelven públicos, pero editados, producidos, puestos en escena. Proponemos aquí la idea de subjetividades editadas, que se adaptan a los requisitos de la red. Entonces, nos encontramos frente al interrogante sobre la clasificación de aquello que es público y aquello que es privado, ¿es lo privado propio de la intimidad? ¿Cuándo es exhibido pierde su status de privado o puede continuar siendo definido como tal bajo una reconceptualización de lo que ahora es considerado privado? ¿lo que se muestra está construido para simular lo público? Justamente creemos que aquí nos encontramos totalmente inmersos en el limbo de la inclasificación del cual Turner habla.

› **Falso Documental**

A partir de lo expuesto, podemos hablar de un contenido que se desprende de la “realidad”, ganando terreno sobre la ficción. ¿O se convierte en la nueva ficción? Parafraseando a Grotowski, la cotidianidad social sería el entorno del simulacro, mientras que el teatro, entendido como “*actions*”, sería el vehículo para tender un puente hacia la expresión de lo esencial. Proponemos aquí una producción de la no-ficción, en consonancia con la problemática que implica la distinción entre los enunciados que hacen referencia al “mundo de lo real” y aquellos que se refieren al “mundo de lo posible”. En este sentido tomamos términos propios del cine o la televisión, como el documental o el *reallity-show*, para abordar lo que podemos pensar como una espectacularización de la cotidianidad.

Craig Hight desarrolla el concepto de *mockumentary* o falso documental como discurso complejo, lo califica como elemento imprescindible de la narrativa de ficción contemporánea, el cual se puede definir como "la subversión de los documentales (y, generalizando, de todo el género audiovisual de no ficción) ya que demuestra lo fácil que es falsificar estas modalidades de representación". (Hight, 2007: 176) El autor problematiza el término, entendiendo el documental como discurso, para luego proponer el falso documental multiplataforma, como un híbrido que actúa simultáneamente en varios medios de comunicación.

Este subgénero nació como resultado del dominio creciente de las plataformas digitales y las obras que se enmarcan en él confirman que el discurso del falso documental posee una habilidad enorme para adaptarse a los cambios fundamentales que se desarrollan en el paisaje mediático contemporáneo. (2007: 178)

En este sentido, considerar las *Instagram Stories* como un discurso performático, nos permite un acercamiento a la idea de multiplataforma, las cuales si bien se generan a partir de la misma red social, pueden ser exportadas a diferentes soportes y medios de difusión, como la televisión. Lo cual se puede ejemplificar con los individuos que a partir de su éxito en Instagram se convierten en *influencers*, y eso deriva, entre otras cosas, en un interés por parte de cadenas como MTV, como el caso de "MTV Emergente", cuyo lema se enuncia como "un espacio donde nuevas generaciones de artistas e *influencers* tendrán la oportunidad de encontrar su camino al éxito" (2019).

A su vez, el autor explica que el falso documental surge a partir de una intencionalidad de los productores, donde los modos de representación implican formatos basados en el entretenimiento. Como consecuencia de esto, se tornan confusos los límites entre la no ficción y su apropiación de códigos y convenciones por parte del falso documental.

Asimismo, el continuo de realidad/ficción más general incorpora elementos visuales que se asocian a imágenes grabadas por cámaras de seguridad, a la fotografía y videografía no profesionales y a formatos más recientes de medios de comunicación personales como las webcams y las cámaras de fotos de los móviles. (2007: 183)

En relación a ello, podemos plantear que la aparente espontaneidad, aspecto característico de las *Instagram Stories*, se presenta como indicador de autenticidad. Nos encontramos frente a una aparente casualidad que enmascara producción, estrategia. La exhibición de la vida se convierte en el contenido a través del cual representar la realidad, de modo tal que esta se convierte en una ficción que pretende mostrarse como espontaneidad. De este modo lo cotidiano se convierte en el contenido a ser representado, y la vida el guión, y las *Instagram Stories* el escenario sobre el cual todo esto es puesto en acción ajustado a los parámetros estéticos y artísticos que la red exige para que estas historias se tornen creíbles, en términos de verosimilitud.

› **Configuración de un nuevo público consumidor/creador**

Esta exhibición de la vida responde a un interés por un contenido ligado a elementos pertenecientes a la esfera de lo privado. Con Internet, y en especial con las *Instagram Stories* las fronteras que delimitan los territorios de lo público y lo privado se flexibilizan. Elementos de la intimidad, de la esfera de lo privado, adquieren carácter público, en lo que podemos pensar como la configuración de un nuevo público.

La vida es narrada para ser compartida. En su libro “La intimidad como espectáculo” la antropóloga Paula Sibila concibe al usuario de redes sociales como un ser tripartito, "El yo que se muestra incansablemente en la *Web* suele ser triple: es al mismo tiempo autor, narrador y personaje (Sibila, 2008; 37). En algunos casos de forma consciente, en otros inconsciente, para quienes participan de las dinámicas de las plataformas sociales las *Instagram Stories* se presentan como el escenario ideal que permite un desarrollo eficaz del *storytelling*.

La mencionada práctica supone el acto de contar una historia a través de un relato. En *marketing* es la técnica que a través de la narración de historias conecta al público con un producto determinado, apelando a lo emocional mediante la construcción de una trama y personajes. Este mismo proceso es traspolado a las dinámicas de las *Instagram Stories*, plataformas en las cuales suelen verse compartidos aspectos de la vida que apelan a la identificación, a la empatía y en muchos casos terminan convirtiéndose en contenido aspiracional. A ello hemos optado por denominar como proceso de *marketinización del self*. Mediante la representación de las no-ficciones, por un lado los actores se convierten en marcas, y por otro los espectadores en consumidores. La relación dialéctica entre actores y espectadores, entre marcas y consumidores, donde por un lado el actor es quien provee el relato, la representación del ideal de vida a través de la no ficción, que termina por consolidarse mediante la mirada del otro, el espectador legitima la representación.

La alteridad implica la instauración de una relación identitaria entre otredades tanto desde las similitudes como desde las diferencias. Este encuentro propicia el descubrimiento que el yo hace del otro y a la

inversa. La alteridad como mecanismo de producción de identidades se encuentra constantemente activa en las *Instagram Stories*, ya que la plataforma necesita de la existencia de un otro para que las acciones y el contenido allí publicado adquieran sentido y en el mejor de los casos eficacia. En este sentido, el objetivo que persigue la marketinización del *self* es la optimización de la eficacia simbólica del relato que permita una mayor identificación positiva y la instauración de la relación vincular con un otro.

› **Conclusiones**

El momento de liminalidad supone la inexistencia de un orden estructural, caracterizado por la ausencia de status sociales y el predominio de la igualdad entre individuos, aunque confuso y difuso, es una instancia que propicia el cambio social. Al quedar deshabilitados los sistemas que por clasificar inmovilizan a los individuos en posturas determinadas, estos recuperan su capacidad de agencia y con ella la posibilidad de generar cambios. La intromisión de las redes sociales en el cotidiano social proveen esa misma posibilidad.

Creemos que las *Instagram Stories* se erigen como un escenario más sobre el cual se representan distintos dramas sociales encarnados y representados por alteridades que al encontrarse se descubren y construyen en un proceso de mutua influencia. A la hora de generar y compartir contenido en la red, apelando a técnicas y herramientas como en *storytelling*, los individuos adquieren un rol tripartito que en palabras de Sibila los define como autores, narradores y personajes. A este modo de actuar es lo que hemos determinado como marketinización del *self*, que supone generar un vínculo entre el personaje y su público a través de la identificación y la empatía.

El contenido compartido a través de las redes sociales, aunque en apariencia espontáneo y casual, es pensado, producido y curado antes de llegar a los ojos del público. Que muchos de los elementos componentes del corpus de contenidos correspondan a tópicos de la vida cotidiana producidos da indicio de cómo estos autores, narradores, actores perciben el espacio de las *Instagram Stories* como el escenario sobre el cual se pone en marcha el acto performático.

En este sentido, plantear las *Instagram Stories* como fenómenos mediáticos ligados a nuevos estético-culturales nos acerca a una reflexión acerca del rol que jugamos en el consumo de bienes artísticos. En relación a lo cual, McKenzie se refiere a la performance como “matriz de poder de la globalización” (McKenzie, 2003: 118), asociada a las diferentes maneras como actualmente circula el poder, lo cual se vincula con la eficacia que tienen los medios que se presentan como transparentes, la cercanía que genera su aparentemente espontaneidad del aquí y ahora.

Proponemos aquí una mirada crítica sobre la supuesta democratización del medio que implica el modelo comunicacional de Internet, ante una serie de tecnologías capaces de crear una ilusión más real que la realidad, en términos de Baudrillard; a propósito de la información y los contenidos que allí circulan, donde la tecnología digital juega un papel fundamental en las distintas formas en que percibimos la realidad.

Internet se constituye así como un paradigma profundamente performativo por su sensación de inmediatez, donde las *Instagram Stories* como prácticas liminales habilitan un cuestionamiento interdisciplinario desde una mirada no específicamente escénica, donde lo interesante radica precisamente en pensar la escena como un espacio de contrastes y choques en constante construcción.

Bibliografía

- Diéguez, I. "Escenarios y teatralidades liminales. Prácticas artísticas y socioestéticas", ARTEA <http://artesescenicas.uclm.es/index.php?sec=subca&id=33> (Consulta:02-09-2019)
- Hight, Craig. "El falso documental multiplataforma: un llamamiento lúdico" en Revista Archivos de la Filmoteca, vol. 1, n° 57-58, Octubre 2007-Febrero 2008.
- McKenzie, Jon. 2003 «Democracy' performance». TDR/The Drama Review, 47(2): 117-128. Nueva York: Nueva York University and the Massachusetts Institute of Technology.
- Prieto Stambaugh, A. (2009) "¡Lucha libre! Actuaciones de teatralidad y performance", Actualidad de las artes escénicas. Perspectiva latinoamericana, Domingo Adame (ed.) México, Universidad Veracruzana/Facultad de Teatro.
- Prieto Stambaugh, A. (2007) "Performance y teatralidad liminal: Hacia la representación-acción", Investigación Teatral, Revista de la Facultad de Teatro de la Universidad Veracruzana y la Asociación Mexicana de Investigación Teatral, (12).
- Schechner, R. (2000) Performance: teoría y prácticas interculturales, Buenos Aires, Editorial Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires.
- Sibila, P. (2008) La intimidad como espectáculo. México, Fondo de Cultura Económica.
- Turner, V. (1967) La selva de los símbolos. México, Editorial Siglo XXI.