III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín, 2024.

Instapoets: Cuando Transmedia y la poesía se unen en la cultura digital.

Carla Karina Montoya.

Cita:

Carla Karina Montoya (2024). *Instapoets: Cuando Transmedia y la poesía se unen en la cultura digital. III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/3.congreso.eh.unsam/423

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/esz9/YrS

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

"*Instapoets*": Cuando Transmedia y la poesía se unen en la cultura digital.

Carla Karina Montoya
Cepel/EH/UNSAM

cmontoya@unsam.edu.ar

Resumen

Estamos viviendo en un entorno de medios digitales, más conectados e inmersivos, con audiencias que fluyen naturalmente a través de distintos tipos de plataformas de medios. Los *Instapoets* son las y los autores y creadores de la llamada *Instapoetry*, esa forma de poesía breve que ha ganado inmensa popularidad en la última década, asociada particularmente con la cultura digital. Las y los poetas que publican y difunden sus obras a través de la red social Instagram se caracterizan por no estar adscritos a editoriales tradicionales, sino que publican sus textos de forma independiente. También, el alto *engagement* y los asuntos urbanos y cotidianos son apreciados por su impacto. Por eso, las y los *Instapoets* suelen acompañar sus textos con imágenes atractivas, fondos decorativos o tipografías artísticas.

Enmarcada dentro de la *micromedialogía* (Scolari, 2020) Instapoetry resulta ser un fenómeno literario reciente que surgió con la popularización de las redes sociales, particularmente *Instagram*. Se trata de poemas cortos, a menudo de estilo libre y temáticas cotidianas, que son compartidos y difundidos. *Instapoetry* parece adoptar una lógica transmedia al diseminar los poemas por distintos medios y fomentar experiencias multimediales e interactivas, creando universos poéticos expandidos. Esta estética multimodal con participación de audiencias, comunidades en línea y vivencias inmersivas busca difundirse de manera viral, es decir, propagarse a través de las redes sociales, similar a como las narrativas transmedia se expanden por múltiples plataformas. En este trabajo sugiero que *Instapoetry* es un movimiento estético digital. De esta manera, me propongo caracterizar *Instapoetry*, y las y los Instapoets a través del estudio de *The Sun and Her Flowers (*2017), escrita por Rupi Kaur, su libro número uno en ventas, disponible en una edición impresa de Andrews McMeel Publishing, una edición digital (.pdf) en el sitio web y la aplicación Kindle®, y fragmentos o páginas que se pueden encontrar en las publicaciones

realizadas por la propia autora en sus cuentas de Instagram y Facebook. Este poemario consta de cinco capítulos en los que la autora aborda temas como la inmigración, el cuerpo femenino y la comprensión y aceptación de los sentimientos personales. Finalmente, se plantea una diálogo sobre Instapoetry y la cultura digital, que expone algunas reflexiones prima facie sobre la forma en que se concibe la poesía.

Palabras Clave: Instapoets e Instapoetry; micromediología; cultura digital; movimiento estético digital.

Presentamos *Instapoetry*

Los medios digitales tienen un impacto significativo en nuestras vidas. Han transformado la forma en que nos comunicamos, accedemos a la información, y nos conectamos con los demás. También han florecido plataformas en las que se comparten experiencias, y emociones. Así, vivimos en un entorno de medios digitales, más conectados e inmersivos, con audiencias que fluyen naturalmente a través de distintos tipos de plataformas de medios (Montoya, 2022). Si reflexionamos, desde la pandemia se han suscitado discusiones en torno a los procesos de virtualización y las condiciones en las que esto ocurre, sus límites, pero también su poder. Un escenario que evidenció un vertiginoso proceso de digitalización de la experiencia cotidiana (Costa, 2021), donde cada ámbito de la vida se ha convertido en objeto de un conjunto de plataformas (Van Dijck, et. al. 2018) dispuestas a facilitarnos todo: las formas de viajar, de comprar, las maneras de estudiar, los goces y disfrutes de la literatura... Como indica Schaefer (2015)

> si la literatura ya no funciona como un medio único unificado (si alguna vez lo hizo) sino que se desarrolla en una multiplicidad de medios, los conceptos centrales para los estudios de intermedialidad, como la especificidad de los medios, los límites de los medios y el cambio de los medios, deben ser reconsiderados. (Schaefer 2015, p. 1) [1].

Con esta panorama en mente, este trabajo quiere investigar la mediación digital en la poesía y tiene doble propósito: por un lado, se sugiere que *Instapoetry* es un movimiento

[1] if literature no longer functions as a unified single medium (if it ever did) but unfolds in a multiplicity of media, concepts central to intermediality studies, such as media specificity, media boundaries and media change, have to be reconsidered. Mi traducción.

estético digital enmarcado dentro de la micromedialogía (Scolari, 2020). De esta manera, me propongo caracterizar *Instapoetry*, y las y los *Instapoets* a través del estudio breve de *The Sun and Her Flowers* (2017), escrita por Rupi Kaur. Por otro lado, se plantea una diálogo sobre *Instapoetry* y la transmedialidad, que expone algunas reflexiones prima facie sobre la forma en que la cultura digital concibe la poesía.

Hace años se han descripto los procesos de remediación (McLuhan en Cavell, 2016) por el cual los nuevos medios, como el dispositivo móvil por ejemplo, absorben y transforman simultáneamente las características de los medios más antiguos (Scolari, 2014). De esta forma, se toman prestados algunos elementos de los medios más antiguos por su familiaridad y conveniencia, mientras que otros elementos del nuevo medio pasan a ser el centro de nuestra atención. Así, las y los instapoetas, *Instapoets,* expresan su deseo de ver textos publicados digitalmente que vayan más allá del libro electrónico estándar, es decir, remedian el modelo del códice impreso de una manera que replica en gran medida las convenciones de diseño y estructuración de la publicación impresa. Tanto es así que Jenkins en *Spreadable Media* (2013) examina un modelo híbrido emergente de circulación de contenido, donde una combinación de fuerzas de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba determina cómo se comparte el material entre las culturas de maneras mucho más participativas. Este cambio señala un movimiento hacia un modelo de cultura más participativa, que ve al público no como simples consumidores de mensajes preconstruidos, sino como audiencias que dan forma compartiendo, reformulando y remezclando el contenido de los medios. También, Jenkins (1992) acuñó el término “cultura participativa” para describir la producción cultural y las interacciones sociales de las comunidades de fans, inicialmente buscando una manera de diferenciar las actividades de los fans de otras formas de espectadores. A medida que el concepto ha evolucionado, ahora se refiere a una gama de diferentes grupos que despliegan la producción y distribución de medios para servir a sus intereses colectivos, ya que varios académicos han vinculado las consideraciones del *fandom* en un discurso más amplio sobre la participación en y a través de los medios.

Siguiendo a Clare Bucknell (2020) la Instapoesía, también conocida como poesía en Instagram, *Instapoetry*, es un fenómeno literario reciente que surgió con la popularización de las redes sociales, particularmente en la red social Instagram®. Se trata de poemas cortos, a menudo de estilo libre y temáticas cotidianas, que son compartidos y difundidos a través de esta plataforma de fotos y videos. Las y los poetas, *instapoets*, son

profesionales que suelen acompañar sus textos con imágenes atractivas, fondos decorativos o tipografías artísticas. Al respecto, Mackay & Mackay (2023) los caracterizan por ciertos imperativos: uno es la autoedición, ya que muchas y muchos instapoetas no están adscritos a editoriales tradicionales, sino que publican sus textos directamente en la red social o de forma independiente. Otra característica es el alto e*ngagement*, que busca una conexión directa con seguidores a través de *likes*, comentarios y publicaciones compartidas. Los autores también describen como rasgos distintivos el enfoque visual porque no sólo escriben poemas, sino que los acompañan de imágenes estéticas y atractivas visualizaciones tipográficas para potenciar el impacto, y las temáticas urbanas y cotidianas abordadas, tópicos cercanos a la vida moderna. Algunas y algunos instapoetas muy populares han logrado construir una marca personal y cosechar miles o millones de seguidores, convirtiéndose en microcelebridades. Finalmente, Mackay & Mackay (2023) observan que "la falta de control métrico o complejidad lingüística de la instapoesía se puede atribuir a las preferencias de los consumidores por aforismos comerciales breves que puedan atraer a un público amplio"[2] (Mackay & Mackay 2023, p. 1) Además, mencionan la cuestión de la monetización como un tema comercial en el que se aprovecha la plataforma para vender libros, *merchandising* y eventuales presentaciones presenciales. Estas últimas características son atribuibles a la poeta que describiré más adelante, Rupi Kour, según los expertos.

Retomando a Bucknell (2020) las claves para comprender la instapoesía suele ser la brevedad, dado que son poemas muy concisos, de unos pocos versos, adaptados al formato de lectura rápida en redes sociales. Otro aspecto es la accesibilidad, al utilizar un lenguaje sencillo y directo que aborda temas universales como el amor, la soledad, la autoestima, entre otros. La viralidad es esencial al ser compartidos en la red social *Instagram*, porque estos poemas pueden alcanzar una gran difusión si logran conectar con la audiencia. No menos importante resulta la interacción, esa sinergia entre las y los lectores y los instapoetas, dado que se pueden dejar comentarios, compartir y generar comunidades en torno a la instapoesía. Finalmente, la estética visual, es decir, la combinación de texto e imagen es fundamental, visto que suelen ser creaciones y composiciones artísticas atractivas.

[2] Instapoetry's lack of metrical control or linguistic complexity can be attributed to consumer preferences for short-form commercial aphorisms that can appeal to a wide audience. Mi traducción.

Es imperioso, llegando al final de esta sección, referirse a dos términos acuñados por la autora argentina Claudia Kozac (2015). En su libro *Tecnopoéticas argentinas*, nos sensibiliza sobre la relación siempre existente entre el arte y la tecnología, al "compartir el mundo como regímenes de experimentación de lo sensible y potencias de creación" (Kozac, 2015, p. 10). Su término "ciberliteratura" es descripta como hipertextual e interactiva. Por su parte, la "tecnopoesía" es vista como una confluencia entre tecnología y poesía, caracterizada por ser atravesada por lo digital, el videoarte, los nuevos medios y la experimentación.

La próxima sección detalla y profundiza el contexto inmersivo de la cultura digital en la que se halla la instapoesía hoy en día.

Cultura digital: *micromedialogía* y formatos breves

La cultura digital es un concepto nuevo y complejo: hoy en día las tendencias digitales se entrelazan cada vez más con el mundo de la cultura y las artes, involucrando diferentes aspectos de convergencia de culturas, medios y tecnologías de la información e influyendo en nuevas formas de comunicación. Para Charlie Gere (2008), las culturas digitales se centran en los rápidos cambios que se producen en la sociedad. Su objetivo es ofrecer una visión comprensiva de la cultura digital, y analizar una nueva ecología social que condiciona las experiencias pero que ofrece oportunidades a los ciudadanos de hoy, en un entorno de redes digitales con nuevas prácticas, posibilidades y amenazas. Por su parte, al autor italiano Alessandro Baricco (2018) explora los orígenes y el desarrollo temprano de la cultura digital, centrándose en cómo ha transformado la identidad, la comunicación y la interacción humanas. En *The Game: A Digital Turning Point* (2018) la lectura parece fácil, aunque es ágil y entretenida. Sin embargo, el texto es complejo e invita a detenerse y reflexionar, y a no dar nada por sentado porque sus ideas son revolucionarias y multidimensionales. Baricco hace referencia a los videojuegos y a los entornos informáticos: "Usuario", "Contraseña", "Jugar", "Mapas", "Subir de nivel" son los apartados principales del libro, en el cual el autor afirma que hubo una revolución mental que desembocó en la revolución tecnológica. Su título describe la situación actual de las sociedades globales, hiperconectadas por pantallas de inspiración lúdica. Estas transformaciones en la cultura explican diversos surgimientos de movimientos en distitos ámbitos.

Más aun, pero no menos importante, el concepto “cultura Snack” de Carlos Scolari (2020) describe una tendencia en la producción y consumo de contenidos culturales en la era digital, destacando tanto las oportunidades como los desafíos que esta tendencia presenta para la creación y difusión de contenidos. El experto en medios distingue varios aspectos sobresalientes de estos formatos breves:

- La fragmentación, que se refiere a la creación y consumo de contenidos breves, rápidos y de fácil digestión, similares a los snacks o aperitivos en la comida.
- El consumo rápido, dado que los contenidos están pensados para ser consumidos en poco tiempo, adaptándose a los ritmos acelerados de la vida moderna.
- La multiplataforma, en dónde los contenidos son distribuidos especialmente redes sociales y dispositivos móviles.
- La dispersión de la atención, que refleja la tendencia a la multitarea y la atención fragmentada de los consumidores modernos.
- La variedad porque al igual que ocurre con los *snacks*, existe una gran variedad de contenidos breves disponibles para diferentes gustos y momentos.
- La accesibilidad de contenidos y consumibles en cualquier momento y lugar.
- Y la viralidad, contenidos breves que tienden a ser más compartibles y virales en las redes sociales.

Cuando nos referimos a instapoetry, hablamos de un movimiento estético digital que se enmarca en una teoría denominada micromedialogía (Scolari, 2020):

> Del griego *micro* (pequeño), *mesos* (medio) y *logos* (palabra, estudio, tratado). Disciplina que estudia los contenidos breves, los dispositivos mediáticos de reducidas dimensiones y otros fenómenos vinculados al carácter efímero y fragmentario que suelen asumir los proceso de comunicación. (Scolari, 2020, p. 45)

La proliferación de las redes y plataformas en el ecosistema mediático implica otro tipo de transformaciones, especialmente en los hábitos y formas de consumo. Así, la tecnología digital parece actuar como un catalizador, ya que favorece y permite incorporar no solo la imagen, sino fotografías, gráficos, o videos al texto literario no como una simple ilustración o decoración, sino como parte de una nueva forma literaria.

Un caso de estudio: Rupi Kaur (*Instapoet*)

The Sun and Her Flowers (2017) es un libro de poesías escrito por la escritora indio-canadiense Rupi Kaur, que consta de cinco capítulos en el que se tratan temas como la inmigración, el cuerpo femenino y la comprensión y aceptación de los sentimientos personales. La obra tiene ilustraciones realizadas por la propia autora en muchos poemas, incluida la portada. Más allá de su atractivo contenido, una de las razones por las que este libro se ha convertido en un *best seller* mundial es que ha sido promocionado a través de diferentes plataformas de redes sociales, involucrando a la audiencia en la experiencia poética. Como se mencionó en los apartados anteriores, este uso de las nuevas tecnologías tuvo el efecto de introducir la poesía a un público más diverso que, en muchos casos, no conocía ni estaba familiarizado con el mundo de la poesía.

Si bien Rupi Kaur posee otras obras, su libro más vendido *The Sun and Her Flowers* (2017) está disponible en una edición impresa de Andrews McMeel Publishing, una edición digital (.pdf) en el sitio web y la aplicación Kindle®, y se pueden encontrar fragmentos o páginas en las publicaciones que la propia autora hace en sus cuentas de Instagram[3] y Facebook[4]. Estas publicaciones se rigen por las reglas de las redes sociales y las estrategias de marketing de las y los *influencers*, que no se enumeran como principios ni se publican en ningún lugar, pero que son conocidas por quienes participan en las redes sociales. De acuerdo a Bucknell (2020) dichos códigos abarcan la noción de publicar *algo* todos los días para ser o favorecer tendencias, además de ofrecer fragmentos, pedacitos de información usando pocos caracteres para que la audiencia *desguste,* experimente un poco del material.

Respecto de su escritura poética, Kaur impone su estilo. Desde su sitio web[5], la autora impulsa los poemas “crudos, sin editar” que siguen las primeras ideas que pueden recordar a la técnica “stream of consciuusness”. Más aun, Kaur afirma que disfruta

> de esta simplicidad. Es simétrica y directa. También siento que hay un nivel de igualdad que esta visualidad aporta a la obra. Una representación visual de lo que quiero ver más en el mundo: igualdad. (Kour, 2024)

[3] https://www.instagram.com/rupikaur_/?hl=es-es
[4] https://www.facebook.com/rupikaurpoetry/?locale=es_LA
[5] https://rupikaur.com/pages/about-me

Sin dudas, la instapoeta expresa sus experiencias personales en su escritura. Tal como indica Schaefer (2015) se piensa en la literatura como una práctica cultural que se expande a través de los medios y que conforma una "configuración o red transmedial" (Schaefer, 2015, p. 10)[6] que ofrece un modelo descentralizado de interacción, de intercambio y convergencia. Tal es el movimiento digital estético que se sugiere y al que se refiere este trabajo.

Reflexionamos

Decíamos que es esencial comprender las múltiples formas en que circulan los contenidos hoy en día, de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba. Al explorar esta circulación, vemos la forma en que se crea valor y significado en este panorama mediático emergente. Como el mensaje de Jenkins (2006), simple y directo: "si no se difunde, está muerto,"[7] los avances tecnológicos de la última década han tenido un impacto profundo en la literatura, la cultura y las artes. En estos tiempos de humanidades digitales y convergencias culturales, este escrito aporta nuevas perspectivas y retos para entender la cultura, el conocimiento digital y la literatura mediatizada. En palabras de Vilariño Picos (2016) "un impacto de lo digital y numérico en las formas culturales y en las nuevas textualidades, más flexibles, interactivas, intermediales, multilineales y transmediales" (Vilariño Picos, 2016, p. 79).

Este escrito también abordó el rol de las y los *instapoetas,* es decir, las y los autores y creadores de la llamada *Instapoetry*, esa forma de poesía breve que ha ganado inmensa popularidad en la última década, asociada particularmente con la cultura digital. Las y los poetas que publican y difunden sus obras a través de la red social *Instagram* se caracterizan por no estar adscritos a editoriales tradicionales, sino que publican sus textos de forma independiente. También, el alto *engagement* y los asuntos urbanos y cotidianos son apreciados por su impacto. Por eso, las y los *Instapoets* suelen acompañar sus textos con imágenes atractivas, fondos decorativos o tipografías artísticas. A modo de estudio, describíamos la obra de Rupi Kaur, *The Sun and her sunflowers,* que converge con los medios sociales y redes como Facebook® e Instagram® para promover la lectura y escritura de poesía en la web.

[6] "transmedia configuration or network". Mi traducción.
[7] "if it doean't spread, it's dead".

Finalmente, inscribimos a este tipo de poesía dentro de la micromedialogia (Scolari, 2020), al poseer características de "cultura snack", brevedad y fragmentación, entre otros rasgos distintivos. Cuando nos referimos a I*nstapoetry*, hablamos de un movimiento estético digital que nos ofrece la posibilidad de examinar y comparar los diversos contextos y plataformas de medios en la cual se produce y circula la literatura de hoy en día. Así, es preciso desarrollar un marco adecuado con la cultura digital para analizar estas convergencias. Es el espíritu de este trabajo facilitar una nueva forma de entender la literatura en el medio digital, o, para decirlo con otras palabras, la mediación digital en la literatura.

Referencias bibliográficas

Baricco, A. (2018). *The game. A Digital Turning Point*. (Translated by Clarissa Botsford) USA: McSweeney.

Cavell, R. (2016) *Remediating McLuhan*. Amsterdam University Press, Amsterdam.

Costa, F. (2021). *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida.* Buenos Aires: Taurus.

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, H., Ito, M. & Boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era: A7 Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics.* New Jersey: Blackwell Publishing.

Jenkins, H., Ford, S. and Green J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red.* Barcelona: Gedisa Editorial.

Gere, C. (2008). *Digital Culture*. London, UK: Reaktion Books.

Green, J., Ford, S & Jenkins, H. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture.* New York: NYU Press.

Kozak, C. (2015). (Eds*). Tecnopoéticas argentinas. Archivo blando de arte y tecnología.* Ciudad autónoma de Buenos Aires: Caja negra.

Kour, R. (2024). https://rupikaur.com/pages/about-me

Mackay, J. and Mackay, P. (2024). Antecedents of Instapoetry: Considering the Commercial Short Form Aphorism Before and Beyond the Social Media Sphere", *European journal of American studies* [Online], 18-2 | 2023, Online since 03 July 2023, connection on 29 August 2024. https://doi.org/10.4000/ejas.20084

Montoya, C. (2022) *La enseñanza de las narrativas transmedia a estudiantes de cine y literatura en idioma inglés : el estudio de un seminario en la Licenciatura en Lengua Inglesa de la UNSAM.* Master's Degree thesis. http://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1876

Schaefer, H. (2015) Poetry in Transmedial Perspective: Rethinking Intermedial Literary Studies in the Digital Age. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 10 (2015) 169−182. http://193.16.218.141/acta-film/C10/film10_11.pdf

Scolari, C. (2020). *Cultura snack.* Buenos Aires: La Marca.

Van dijck, J. *et. al* (2018). *The platform society. Public values in a connective world.* New York: Oxford University Press.

Vilariño Picos, M. (2016, November). «Intermedia/transmedia(lidad)» como modelos de un método.https://artnodes.uoc.edu/articles/10.7238/a.v0i18.3033/metrics/