

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Helvio de Araújo Caldeira Júnior

**NO MEIO DO *FEED* TINHA UM POEMA: considerações sobre
a escrita de *instapoesia* e suas dinâmicas interativas**

Belo Horizonte
2023

Helvio de Araújo Caldeira Júnior

**NO MEIO DO *FEED* TINHA UM POEMA: considerações sobre
a escrita de *instapoesia* e suas dinâmicas interativas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Área de Concentração: Comunicação e Sociabilidade Contemporânea

Linha de pesquisa: Textualidades Midiáticas

Orientador: Prof. Dr. Bruno Guimarães Martins

Belo Horizonte

2023

301.16 Caldeira Júnior, Helvio de Araújo.
C146n No meio do feed tinha um poema [manuscrito] :
2023 considerações sobre a escrita de instapoesia e suas dinâmicas
interativas / Helvio de Araújo Caldeira Júnior . - 2023.
141 f. : il.
Orientador: Bruno Guimarães Martins .

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas
Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.
Inclui bibliografia

1.Comunicação – Teses.. 2.Literatura - Teses . 3.Poesia -
Teses . 4.Instagram (Rede social on-line) - Teses . I. Martins,
Bruno Guimarães. II. Universidade Federal de Minas Gerais.
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

FOLHA DE APROVAÇÃO

"NO MEIO DO FEED TINHA UM POEMA: considerações sobre a de instapoesia e suas dinâmicas interativas."

Helvio de Araújo Caldeira Júnior

Dissertação aprovada pela banca examinadora constituída pelos Professores:

Prof. Bruno Guimarães Martins - Orientador
DCM/FAFICH/UFMG

Profª Ana Elisa Ferreira Ribeiro
CEFET/MG

Prof. Elton Antunes
DCM/FAFICH/UFMG

Belo Horizonte, 24 de agosto de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Guimaraes Martins, Professor do Magistério Superior**, em 31/08/2023, às 11:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ana Elisa Ferreira Ribeiro, Usuário Externo**, em 31/08/2023, às 17:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Elton Antunes, Professor do Magistério Superior**, em 31/08/2023, às 20:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2589472** e o código CRC **E21BECC8**.

*A Deus, fonte inesgotável de toda poesia,
e ao meu pai, Helvio Caldeira, em memória.*

AGRADECIMENTOS

Pelos incentivos diários e todo o suporte ao longo de minha caminhada acadêmica, não poderia começar estes agradecimentos senão com uma menção especial à minha mãe, a pessoa sem a qual nada disso seria possível. Ao lado de todas as outras alegrias por ser seu filho, a agradeço por se preocupar com meu conforto e bem-estar durante as intermináveis jornadas de estudo nesses anos. Espero um dia ser capaz de retribuir tudo o que tem feito por mim até aqui.

Estendo o agradecimento à toda a minha família, em especial aos meus irmãos, que tanto torcem e acreditam em minha paixão pela pesquisa científica. Sou privilegiado por saber que sempre terei alguém com quem dividir os desafios da vida acadêmica.

Aos meus amigos, agradeço sobretudo pela torcida, o interesse em acompanhar — ainda que indiretamente — cada passo desta dissertação e por entenderem minhas ausências nos últimos anos. Obrigado por ouvirem minhas ideias, inquietações e angústias: não tenho dúvidas de que contar com a parceria de vocês tornou essa caminhada muito menos árdua.

Entre as tantas coisas que poderiam ser ditas ao Jonathan, talvez eu começasse por essa: não consigo imaginar outra pessoa com quem eu teria compartilhado todas as etapas da elaboração desta dissertação.

Ao meu orientador Bruno, deixo registrado o meu agradecimento e admiração, além da imensa satisfação por ter sido compreendido desde nosso contato inicial em meados de 2021. Quando penso em nossa parceria, tudo o que vem à mente são sua receptividade diante de um tema como este, a generosidade com a qual transmitiu suas ideias e o respeito pelo meu tempo e o tempo desta pesquisa. Nossas trocas foram essenciais para o desenrolar do trabalho.

À Universidade Federal de Minas Gerais, um obrigado por ser minha segunda casa durante muitos anos, e também um agradecimento específico ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, seus professores e funcionários.

Aos docentes que leram, elogiaram, teceram críticas e me ajudaram a crescer enquanto pesquisador, sou muito grato pelas leituras atentas e apontamentos. Elton Antunes, Ana Elisa Ribeiro e Juarez Dias, agradeço muitíssimo pela disponibilidade em participar de minha banca de qualificação, iluminando diversos dos caminhos trilhados nas páginas a seguir.

Da mesma forma, reforço aqui a gratidão por todos os bate-papos profundos, conversas descontraídas e a amizade com os queridos colegas do Mestrado. Ainda que, em decorrência da pandemia, tenhamos passado boa parte da pós-graduação sob a modalidade remota, sinto que isso não interferiu na criação de laços tão cheios de afeto.

A Ele, sempre a Ele, por Suas infinitas graças e por me permitir.

Peço-lhe que tente ter amor pelas próprias perguntas, como quartos fechados e como livros escritos em uma língua estrangeira. (...) Viva agora as perguntas. Talvez passe, gradativamente, em um belo dia, sem perceber, a viver as respostas.

(Rainer Maria Rilke)

RESUMO

A pesquisa em questão busca refletir, com base no fenômeno literário que vem sendo chamado de *instapoesia*, de que formas se dão os processos de escrita e compartilhamento de poesia a partir das *affordances* do Instagram, bem como a apresentação de si e interação com os leitores por parte dos poetas dentro da rede social. Para isso, inicialmente, o trabalho proposto se vale de aportes teóricos de variadas naturezas, sobretudo discussões voltadas às expansões literárias, a literatura enquanto forma de comunicação e os Estudos de Plataforma, de modo a tentar apreender essas diversas facetas que constituem as dinâmicas (insta)poéticas. Soma-se a esse esforço, em seguida, uma investigação netnográfica (Montardo; Jung Rocha, 2005) do perfil dos escritores Rupî Kaur (@rupikaur_ no Instagram), Igor Pires/"Textos Cruéis Demais" (@textoscruéisdemais), Amanda Lovelace (@ladybookmad) e Atticus (@atticuspoetry), que, sendo relevantes expoentes desse tipo de poesia viral, têm suas obras e contato com o público durante o primeiro trimestre de 2022 registrados e examinados segundo quatro eixos analíticos: 1) *panorama geral de publicação*, com apontamentos amplos sobre a periodicidade e tipos de postagens encontradas nas quatro contas; 2) *os instapoemas*, em que são descritas as maneiras como cada qual os produz e divulga; 3) *presença digital e interação com leitores*, que olha para as formas com que os artistas se apresentam e se relacionam com os seguidores; 4) *monetização do trabalho*, seção interessada na exploração comercial da *instapoesia*. A análise do *corpus* nos permite perceber, entre outros aspectos, como estamos falando de produções literárias que ora tensionam, ora se adequam ao *modus operandi* da plataforma (seja no ritmo de postagem, autoexposição do escritor ou contato direto e diário com o público), além de conviverem com uma série de outros *posts* comuns à lógica das mídias sociais. Nesse sentido, focalizar as atividades que ocorrem nos perfis escolhidos se mostra fundamental para, mais do que se ater às dinâmicas particulares dos autores com seus leitores, discutir as constantes reconfigurações do fazer poético e suas especificidades no meio digital.

Palavras-chave: *instapoesia*; literatura; ciberespaço; *affordances*; plataformas digitais.

ABSTRACT

The research in question seeks to reflect, based on the literary phenomenon known as *instapoetry*, on the ways in which the processes of writing and sharing poetry occur through Instagram's *affordances*, as well as the self-presentation and interaction with readers by poets within the social network. To do so, initially, the proposed work relies on various kinds of theoretical contributions, especially discussions focused on literary expansions, literature as a form of communication, and Platform Studies, in order to grasp the diverse facets that constitute the dynamics of *instapoetry*. In addition to this effort, a netnographic investigation (Montardo; Jung Rocha, 2005) of the accounts of Rupi Kaur (@rupikaur_ on Instagram), Igor Pires/"Textos Cruéis Demais" (@textoscruéisdemais), Amanda Lovelace (@ladybookmad), and Atticus (@atticuspoetry) is carried out, once they are relevant exponents of this viral type of poetry. Their works and contact with the public during the first quarter of 2022 are reunited and examined according to four analytical sections: 1) *posting overview*, with general notes on the frequency and types of posts found in the four accounts; 2) *the instapoems*, with descriptions about the ways in which each one of the artists produces and promotes the poems; 3) *digital presence and interaction with readers*, looking at how the artists present themselves and engage with their followers; 4) *monetization of work*, a section interested in the commercial exploration of *instapoetry*. The analysis of the *corpus* allows us to perceive, among other aspects, that we are talking about literary productions that sometimes collide with, sometimes adapt to the *modus operandi* of the platform (whether in the pace of posting, the writer's self-exposure or the direct and daily contact with the public), in addition to coexisting with a series of other posts common to the social media logic. In this sense, focusing on the activities that take place in the chosen profiles proves to be fundamental for, more than sticking to the particular dynamics of the authors with their readers, discussing the constant reconfigurations of poetic making and its specificities in the digital space.

Keywords: *instapoetry*; literature; cyberspace; *affordances*; digital platforms.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Noção de <i>affordance</i> em esquema visual	55
Figura 2 - Perfil de Rupi Kaur no Instagram	62
Figura 3 - Perfil de Atticus no Instagram	64
Figura 4 - Perfil de Amanda Lovelace no Instagram	66
Figura 5 - Perfil da “Textos Cruéis Demais” no Instagram	67
Figura 6 - Capturas de tela a partir de <i>stories</i> postados por Rupi Kaur	77
Figura 7 - Capturas de tela a partir de <i>stories</i> postados por Amanda Lovelace	78
Figura 8 - Captura de tela de conteúdo postado por Atticus	80
Figura 9 - Captura de tela de conteúdo postado por “Textos Cruéis Demais”	81
Figura 10 - Exemplos de <i>instapoemas</i> publicados pelos quatro artistas	83
Figura 11 - Captura de tela de conteúdo postado por “Textos Cruéis Demais”	84
Figura 12 - Exemplos de <i>instapoemas</i> publicados por Atticus	86
Figura 13 - Exemplo de como o carrossel é explorado no perfil de Atticus	87
Figura 14 - Poemas de Atticus possivelmente voltados ao público feminino	89
Figura 15 - A natureza ilustrada nas poesias de Rupi Kaur	90
Figura 16 - Poema publicado no perfil de Rupi Kaur	91
Figura 17 - Da esquerda para a direita, um mesmo <i>instapoema</i> digital e impresso	92
Figura 18 - Poema publicado no perfil de Amanda Lovelace	93
Figura 19 - Exemplos de <i>instapoemas</i> publicados por Amanda Lovelace	95
Figura 20 - <i>Stories</i> de Amanda divulgando poemas postados no <i>feed</i>	96
Figura 21 - Exemplos de <i>instapoemas</i> publicados pela página “Textos Cruéis Demais”	98
Figura 22 - Postagem publicada no perfil de Igor Pires	99
Figura 23 - Rupi Kaur e leitora trocam mensagens carinhosas	102
Figura 24 - Conteúdos marcados com a <i>hashtag</i> #rupikaurworldtour	104
Figura 25 - Registros da conclusão do projeto “Irmandade do Livro Viajante”	105
Figura 26 - Postagem de Atticus em parceria com o <i>Children’s Hospital Los Angeles</i>	108
Figura 27 - Chamada para concurso de poesias lançado por Atticus e Poetizer	109
Figura 28 - <i>Post</i> feito por Atticus em celebração ao Dia Mundial da Poesia	110
Figura 29 - Ilustrações de leitoras repostadas por Amanda Lovelace	111
Figura 30 - Amanda Lovelace indica livro de Juliet Diaz aos seguidores	112
Figura 31 - <i>Post</i> de lançamento do livro “ <i>Unlock Your Storybook Heart</i> ”	114

Figura 32 - Matérias divulgadas em <i>stories</i> da página “Textos Cruéis Demais”	116
Figura 33 - Perfis nas plataformas Twitter e TikTok são divulgados por Igor	117
Figura 34 - Exemplo de publicação compartilhada entre os dois perfis de Igor Pires	119
Figura 35 - Versões brasileiras dos livros dos quatro <i>instapoetas</i>	120
Figura 36 - Amanda Lovelace compartilha joia inspirada em seus poemas	122
Figura 37 - Versão estadunidense do oráculo de cartas de Amanda Lovelace	123
Figura 38 - Marca amacomce store divulga blusas da “Textos Cruéis Demais”	124
Figura 39 - Coleção especial de <i>Valentine’s Day</i> divulgada por Atticus	125
Figura 40 - <i>Post</i> publicado pela página oficial da coleção <i>Lost Poet</i>	126
Figura 41 - Anúncio do suéter “ <i>Oh but the pussy is brave</i> ” de Rupi Kaur	128
Figura 42 - Tatuagens inspiradas nos poemas de Rupi Kaur	129

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Frequência geral de publicação	72
Gráfico 2 - Produção geral: o lugar do poema	73
Gráfico 3 - Publicação geral por categoria de análise	75
Gráfico 4 - Publicações de cada <i>instapoeta</i> por categoria de análise	76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ELO - *Electronic Literature Organization*

GAFAM - Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft

TCD - Textos Cruéis Demais

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. “É OU NÃO É POESIA?” — UMA NOTA AO LEITOR	19
2.1. Muito além do literário: o não pertencimento da <i>instapoesia</i>	21
3. POESIA, UMA RELAÇÃO	25
3.1. Comunicação poética: premissas teóricas iniciais	26
3.1.1. Textualidades, o ponto de partida	26
3.1.2. Poetas e leitores produzindo presença	31
4. O POEMA NA REDE	36
4.1. Antecedentes e definições: para compreender a chamada <i>instapoesia</i>	37
4.1.1. Por uma ciberliteratura (ou literatura digital)	37
4.1.2. Em meio à poesia viral, a <i>instapoesia</i>	41
4.2. Um fazer poético... plataformizado?	46
4.2.1. O Instagram	50
4.2.2. Do que falamos quando falamos de <i>affordance</i>	54
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	57
5.1. Netnografia como perspectiva de pesquisa	57
5.2. Para o que olhamos: recorte empírico	60
5.2.1. Quem são os <i>instapoetas</i> investigados?	61
5.2.1.1. Rupi Kaur, a poeta pop	61
5.2.1.2. Atticus: um poeta e sua máscara	63
5.2.1.3. A magia e poesia de Amanda Lovelace	65
5.2.1.4. Textos cruéis demais para serem lidos rapidamente	67
5.3. Notas sobre o <i>corpus</i>	68
5.4. Percurso sistematizado	69
6. INSTAPOESIA: DINÂMICAS DA CRIAÇÃO E INTERAÇÃO ONLINE	71
6.1. Panorama geral de publicação	71
6.2. Os <i>instapoemas</i>	81
6.3. Presença digital e interação com leitores	100

6.4. Monetização do trabalho	119
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	131
REFERÊNCIAS	137

1. INTRODUÇÃO

Na contramão da ideia de que as tecnologias digitais vêm prejudicando os hábitos de leitura da população, nos últimos anos, o mercado editorial tem se deparado com um novo fenômeno, curioso devido à sua excepcionalidade: o sucesso global dos livros de poesia, que agora perpassam a casa das milhões de cópias vendidas e chegam com força às listas de *best-sellers*, se tornando a grande aposta das editoras em diversos países. A título de exemplo, apenas no contexto britânico, as vendas de obras do gênero tiveram aumento de 66% no intervalo de cinco anos¹, enquanto, entre os estadunidenses, cerca de 17% da população jovem adulta afirmou ter lido poesia ao longo de 2017² — número mais alto registrado em 15 anos. Já em 2018, período em que o Brasil observou o salto de 107% na comercialização de livros poéticos nacionais³, o gênero chegou a registrar a marca de 209 mil exemplares vendidos entre janeiro e abril, 130% a mais que no mesmo período do ano anterior⁴. Curiosamente, independente do cenário, o êxito é sempre justificado pela mesma tendência literária: o que os leitores chamam de “poesia de Instagram” ou *instapoesia* (do inglês *instapoetry*).

Como o próprio termo sugere, a expressão de origem imprecisa tem sido utilizada para se referir ao trabalho de escritores que, segundo Oliveira e Fazano (2020), vêm transformando a relação com seus leitores via Instagram, algo similar ao realizado anos antes dentro do Facebook, Twitter e Tumblr. Aqui, no entanto, a dinâmica leva nome próprio, designando a produção composta por autores iniciantes que aproveitam as potencialidades da rede social para escreverem e compartilharem suas poesias autorais com a audiência. O público, por outro lado, não se diferiria daquele que recorre às plataformas frequentemente, sendo descrito como jovens ávidos por conferirem as pílulas poéticas na mesma mídia social em que consomem notícias, registros dos amigos e memes. Uma vez adaptados para o acesso via dispositivos móveis, o aparente consenso entre jornalistas e críticos é o de que o grande trunfo dos *instapoemas* está em sua concisão e simplicidade, características que os possibilitam ser viralizados e chamar atenção das editoras, repetindo o *boom* também depois de transformados em livros impressos.

Para além da forte adesão do público e a figuração constante dos artistas nas listas de mais vendidos, ao ganhar proporção mundial, o fazer poético mediado pelo Instagram tem

¹ Disponível em: <https://bit.ly/3qkhzOY>. Acesso em: 06 jun. 2023.

² Disponível em: <https://bit.ly/3OmK8M7>. Acesso em: 06 jun. 2023.

³ Disponível em: <https://bit.ly/3EYuWZu>. Acesso em: 06 jun. 2023.

⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3r8xyIY>. Acesso em: 06 jun. 2023

fomentado uma série de debates em direções diversas do campo cultural. À conhecida discussão acerca do que seria a alta e baixa literatura, por exemplo, somam-se críticas acerca de figuras como as escritoras Rupri Kaur e Amanda Lovelace, nomes que caminham entre o status de celebridade e poeta, bem como os traços típicos de seus textos — tais quais a falta de figuras de linguagem e a aproximação com os memes. A própria opção pelo neologismo *instapoesia*, jargão com ares de gênero à parte, muitas vezes é endossado por especialistas não para tentar dar conta do que acontece no ciberespaço, mas como maneira de dividir os “poetas de segunda categoria” dos supostos artistas de verdade, algo similar ao que ocorre com as *fanfictions* (ficções criadas por fãs a partir de personagens já existentes).

Distanciando-nos de discussões em torno da qualidade dos textos, olhar para os perfis de poetas dentro da rede social parece um caminho muito mais proveitoso para, na interface entre os Estudos Literários e as teorias da Comunicação, analisar tanto as especificidades desse tipo de criação literária quanto os fatores situacionais envolvidos na relação escritor-leitor, vínculo esse marcado por movimentos distintos de engajamento via livro e plataforma digital. É o que fez o teórico e crítico cultural Hans Ulrich Gumbrecht (1998), aliás, quando elaborou o conceito de “mídia literatura”: deixando de lado a preocupação com supostas características que respaldariam o caráter literário de uma obra, propôs um percurso genealógico que se atentasse às formas de presença à distância promovidas pelo autor e audiência nesta relação de intimidade imaginada. Será com base nesse raciocínio, retomado com prioridade ao longo do trabalho, que a pesquisa partirá do seguinte questionamento: como se articulam os processos de escrita e compartilhamento de poesia, bem como as demais interações promovidas por *instapoetas* a partir das *affordances* do Instagram?

Abarcando o ofício da poeta indiana Rupri Kaur (@rupikaur_ no Instagram), a estadunidense Amanda Lovelace (@ladybookmad), o canadense Atticus (@atticuspoetry) e o brasileiro Igor Pires e a página “Textos Cruéis Demais” (@textoscrueisdemais), refletiremos sobre o comportamento dos autores na rede social, mais especificamente os recursos e estratégias levados em conta para se apresentarem, produzirem poesia e estimularem a experiência poética no ambiente digital. Além das *affordances* do Instagram de maior preferência entre os poetas em questão, suas formas de uso e finalidades, ainda buscaremos traçar um breve panorama sobre a *instapoesia*, sua relação com o contexto sociocultural no qual está inserida e as demais manifestações literárias digitais que emergem do contato entre artistas e a internet. Nesta direção, nosso exercício vem como uma contribuição para o fortalecimento do campo de estudos embrionário que se forma sobre o tema no Brasil e no mundo.

De certo modo, a justificativa para a pesquisa em questão perpassa três dimensões que se cruzam. Inicialmente, elencaríamos nossas escolhas acadêmicas como fruto de certo interesse pessoal na temática — algo relacionado à experiência de quem produz esta dissertação enquanto leitor (não apenas da literatura produzida no contexto das plataformas online). Ao decidirmos pelo fenômeno da *instapoesia* em meio às demais possibilidades, reconhecemos que, antes de mais nada, essa é uma escolha impulsionada pela afinidade íntima com o assunto, certo domínio decorrente do contato diário com as produções estudadas e a percepção de que, porque elas nos inquietam, há espaço para contribuirmos para sua investigação acadêmica. Neste ponto, trata-se de um gesto consciente que vai ao encontro da ideia de que “sujeito e textos fundam-se na textualidade, pondo-se em movimento e tornando-se outro para e pelo outro, num movimento em que conhecer o outro é conhecer-se a si como outro” (Leal, 2018, p. 31-32).

Por sua repercussão em inúmeros países, o trabalho de poetas que se utilizam do Instagram pode, por si só, ser compreendido como um pertinente foco de análise. Em termos numéricos, alguns pontos ajudam a ter certa noção do impacto, visto que expoentes da poesia viral como Rupi Kaur e Atticus contam com milhões de seguidores na internet, uma quantidade similar de livros vendidos e figuração constante nas listas de mais vendidos, algo inédito para o gênero poético. Por sua vez, se, como afirma Prado (2016), estamos falando de uma face importante da literatura contemporânea, seu destaque repentino se torna um caminho potencial para o estudo de dinâmicas sociais mais amplas, sejam elas os processos digitais de escrita e leitura ou o papel das mídias sociais na democratização do acesso à literatura. No fim, observar a suposta reemergência de uma arte tão antiga é se atentar às marcas do nosso tempo que fazem dela um sucesso de vendas e crítica.

Ainda, somado aos apontamentos acima, parece impossível justificar a relevância do tema sem recorrer à falta de materiais acadêmicos que se debruçam sobre ele até o momento de finalização desta pesquisa. Em junho de 2023, por exemplo, uma busca rápida na plataforma de pesquisa Google Acadêmico revela apenas 110 resultados para a palavra “*instapoesia*” e 389 para “*instapoetry*”, termo equivalente em inglês. Além disso, mesmo entre o que é encontrado, os conteúdos nem sempre contemplam a área da Comunicação, se atendo aos Estudos Literários ou sua interseção com as discussões de gênero. É a partir dessa percepção que nosso estudo surge como uma oportunidade de, ao mesmo tempo, desassociar o fenômeno de campos específicos do conhecimento e trazer novos olhares para seu debate intelectual — o que tentaremos fazer nos capítulos que se seguem, descritos abaixo.

Afinal, *instapoesia* é poesia de verdade? Como forma de, simultaneamente, situarmos o leitor sobre as principais críticas recebidas por *instapoetas* e nos posicionarmos diante delas, iniciamos nosso percurso investigativo percorrendo a recepção de parte da crítica acerca do que vem sendo produzido literariamente no Instagram. De maneira geral, no segundo capítulo, enfatizamos que a procura pela suposta “essência” ou “natureza” poética desse tipo de produção pode ser vista como um exercício vazio e infrutífero, sobretudo quando as diversas tentativas de apreender a poesia e o poema ao longo do tempo têm se tornado cada vez mais passíveis de questionamento. A proposição que trazemos, por outro lado, é tentar visualizar o fenômeno descrito enquanto mais um exemplo da expansão literária, que vem, com mais força desde o século XX, se materializando em diversas “literaturas pós-autônomas” (Ludmer, 2010) ou “frutos estranhos” (Garramuño, 2014), cujas sucessivas tentativas de catalogação apontariam para a própria fragilidade de tal esforço.

Adentrando o que de fato nos interessa, no terceiro capítulo, a poesia é pensada em seu aspecto mais relacional, com atenção primária não ao seu “valor”, mas às diferentes interações estabelecidas entre poetas e leitores na transição entre a performance oral, o livro impresso e as mídias digitais. Para tal, evocamos como ponto de partida a noção de “textualidade” (Costa Val, 1991; Leal, 2018), que nos possibilita olhar para os textos como manifestações dinâmicas e perpassadas por diversas outras redes textuais que cooperam para seu sentido. Em continuidade a esse pensamento, trazemos a “mídia literatura” gumbrechtiana (Gumbrecht, 1998) de modo a discutirmos as maneiras com as quais escritores e seus públicos têm se aproximado e se distanciado historicamente, principalmente diante da mudança dos suportes que dão base para a comunicação literária. Ora, se, segundo Gumbrecht, a passagem das performances orais ao objeto livro desencadeou uma série de transformações no contato autor-leitor durante a Idade Média, o que podemos dizer sobre as relações poéticas que se formam no seio das mídias eletrônicas? Nos ajuda a refletir sobre possíveis respostas o pensamento de Zumthor (2002) a respeito do engajamento corporal no circuito da poesia em diferentes materialidades.

Com a chegada da poesia nas mídias sociais, uma série de outros agentes e possibilidades aparecem em meio à relação entre poetas e leitores — aspectos que abordamos no quarto capítulo do trabalho. Do ponto de vista genealógico, nos esforçamos para traçar uma breve história da *instapoesia* considerando as sucessivas discussões teóricas sobre o tema e as diferentes experiências poéticas mediadas por um computador, como as chamadas literaturas eletrônicas (Hayles, 2009; Rettberg, 2009) e a poesia viral (Prado, 2016; Moura *et al.*, 2018). Já enfocando o *modus operandi* da produção literária específica no Instagram,

exploramos o conceito de *affordance* (Gibson, 1986; Norman, 1990; D'Andréa, 2020; Mcveigh-Schultz; Baym, 2015) para entender como *instapoetas* entendem e se apropriam de suas funcionalidades, ao passo que a noção de “plataforma” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020) é convocada enquanto nos questionamos a respeito da participação da mídia social na constituição da *instapoesia*, ou melhor, as implicações decorrentes do processo de “plataformização da literatura”.

Os procedimentos metodológicos adotados por nós são apresentados mais detalhadamente no quinto capítulo, seção na qual destrinchamos nossa perspectiva de pesquisa, recorte empírico, *corpus* escolhido e, ao final, também a sistematização geral do percurso. Para desvendarmos o modo como se produz poesia no Instagram, nos ancoramos na netnografia (Montardo; Jung Rocha, 2005) e acompanhamos de perto Rupí Kaur, Atticus, Amanda Lovelace e Igor Pires, conferindo e compilando o que produziram cada um dos autores em seus perfis online de janeiro a março de 2022, entre postagens de poesias e interações com o público nos diversos espaços da mídia social. Uma vez coletados todos os 1145 *posts* feitos pelos quatro artistas no período em questão, descrevemos suas dinâmicas na plataforma utilizando os seguintes eixos analíticos: 1) *panorama geral de publicação*; 2) *os instapoemas*; 3) *presença digital e interação com leitores*; 4) *monetização do trabalho*.

Os resultados podem ser vistos no sexto capítulo, onde, por meio de gráficos e registros dos materiais, revelamos de que maneiras tais nomes se comunicaram com os seguidores, produziram e divulgaram os poemas autorais no primeiro trimestre de 2022. Em síntese, diríamos que, junto das particularidades que caracterizam o ofício de cada expoente, vislumbramos vários padrões no que diz respeito tanto ao fazer poético quanto à comunicação com aqueles que os seguem na plataforma: a semelhança no ritmo geral de postagem de conteúdos, o lugar ocupado pelos *instapoemas* em cada conta, a forma como tais pílulas literárias são elaboradas (atributos visuais, estilo de escrita, temas recorrentes e modos de divulgação), a interação com os públicos e as maneiras de rentabilizar a profissão de escritor. Nesse sentido, concluímos nossa caminhada com a certeza de que, entre curtidas, comentários e compartilhamentos, a circulação dos textos literários no Instagram é capaz de revelar muito sobre as expectativas e exigências de um espaço marcado pela efemeridade, participação ativa dos usuários, acesso imediato ao que se consome e, claro, a rápida disseminação dos conteúdos.

2. “É OU NÃO É POESIA?” — UMA NOTA AO LEITOR

20 de novembro de 2020. Na plataforma de publicação de conteúdo Medium, o editor e poeta estadunidense Jay Sizemore compartilhava mais um de seus artigos de opinião, que dividiam o espaço de seu perfil com dicas para novos autores, crônicas cotidianas e resenhas de filmes e músicas, quando não acabavam cedendo lugar para os poemas autorais. No texto daquele dia⁵, no entanto, Sizemore parecera disposto a deixar de lado o otimismo para dissertar sobre sua recente leitura, já que tanto o título do material quanto os parágrafos iniciais não disfarçavam o incômodo do escritor com “Meu Corpo Minha Casa” (tradução brasileira para o inglês “*Home Body*”), a terceira coleção de poesias da *instapoeta* Rupi Kaur. Ele, que na época já havia registrado mais de dez livros do gênero poético na Amazon, foi direto ao dizer, pela primeira vez, que “Rupi Kaur não é uma poeta. É uma desgraça para a arte fingir que é assim” (tradução nossa⁶). Por esse motivo, em protesto contra a suposta falta de substância do livro, decidiu finalizar a crítica canalizando a indignação em um exercício excêntrico: se filmou rasgando e mastigando página por página da obra de Kaur, de modo a mostrar que, mesmo enquanto devorado materialmente, o texto de nada serviria.

No mês seguinte, um novo questionamento envolvendo a produção de outro fenômeno do Instagram. Aqui, quem teve sua qualidade literária invalidada foi Amanda Lovelace, cujos primeiros *instapoemas* na temática dos contos de fadas foram impressos na coletânea “A Princesa Salva a Si Mesma Neste Livro” (“*The Princess Saves Herself in This One*”, no original). Durante a análise da obra para seu site oficial⁷, a autora e especialista em poesia Janice Greenwood até teceu elogios sobre o texto da escritora, o que não a impediu de destacar que esta é uma poeta inexperiente, com poemas que apostam de forma excessiva no melodrama e o clichê, algumas combinações duvidosas e que, em determinados momentos, soam mais como canções pop ruins. Os pareceres, quando comparados aos de Sizemore, carregam um teor menos agressivo, mas também delegam à artista o lugar de quem ainda precisa se esforçar para adquirir a “consistência” necessária e ser um nome levado a sério pelos entendedores do gênero.

Se dispostas lado a lado, é até possível argumentar que trata-se de críticas isoladas, que nada compartilham além da similaridade das opiniões e o foco em poetas populares na rede social do grupo Facebook. Basta um olhar mais aguçado, todavia, para reconhecê-las

⁵ Disponível em: <https://bit.ly/3hBur1t>. Acesso em: 12 mai. 2022.

⁶ Do original: “Rupi Kaur is not a poet. It’s a disgrace to the art to pretend this is the case”.

⁷ Disponível em: <https://bit.ly/3WpOz5g>. Acesso em: 12. mai. 2022.

como manifestações distintas da mesma controvérsia com a qual a *instapoesia* é encarada — um fenômeno também global, que vem impelindo amantes da literatura e veículos especializados a colocarem o valor das publicações em xeque, entre comentários acerca da superficialidade das fórmulas prontas e sua distância do que seriam os versos tradicionais. Elas estão em todos lugares: quando, nos comentários do vídeo de lançamento do segundo livro de Atticus, postado em 2018 pela livraria *Strand*, dois internautas enfatizaram que “essa é, muito possivelmente, a poesia mais inferior do país” e “a pior merda que já encontrei” (tradução nossa⁸). Ao longo de uma matéria de 2019 do periódico britânico *Spectator*⁹, onde o romancista Thomas Hodgkinson, depois de comentar que a *instapoesia* no geral é terrível, chamou a maior parcela das postagens de repetitivas, banais e manipuladoras em meio a uma lista de outros insultos. Ou em 2021, durante a resenha de Vivien Lando sobre o trabalho de Kaur para a Folha de São Paulo¹⁰, com o alerta: “A internet é um facilitador sem filtros. Ali, quase tudo entra, e os seguidores precisam ficar atentos. Ou não.”

É inegável, neste ponto, deduzir que a rede de tensões em torno do valor das obras *instapoéticas* inaugura o novo capítulo de uma discussão antiga, que ressurge a cada vez que uma narrativa ganha os holofotes, encabeça um filão com legiões de fãs e chega às listas dos mais vendidos. Tal desconfiança diante das produções literárias contemporâneas é sustentada, como de costume, por discursos já familiares para quem se debruça sobre o campo cultural: a dicotomia alta e baixa literatura, as diferenças pressupostas entre o lucro e a qualidade da arte (da qual derivaram as noções de “literatura de massa”, “romances cor de rosa” e “livros de entretenimento”), comparações entre os meios literários impressos e digitais (como se as mídias sociais não fossem suportes tão legítimos para a poesia quanto os livros) e demais apontamentos que, vez ou outra, articulam juízos de valor¹¹ e aspectos estéticos. Nos trechos destacados acima, aliás, emergem implícitas todas essas discussões, que podem ser

⁸ Do original: “this is, very possibly, the worst poetry in the country” e “this is the worst shit I’ve ever come across”. Disponível em: <https://bit.ly/3PIZHrN>. Acesso em: 12 mai. 2022.

⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3I6og0j>. Acesso em: 12 mai. 2022.

¹⁰ Disponível em: <https://bit.ly/3v1L2yn>. Acesso em: 12 mai. 2022.

¹¹ Tendo em vista a frequência com que tais juízos costumam aparecer nos discursos acadêmicos, autores diversos vêm chamando atenção para os riscos que esse tipo de postura traz para o campo dos Estudos Literários. Na opinião do linguista Even-Zohar (1990), por exemplo, fundador da Teoria dos Polissistemas e, portanto, quem propõe o estudo da literatura a partir dos diversos polissistemas que a constituem, a rejeição de tudo aquilo que foge do cânone “não pode ser compatível com a literatura historiográfica assim como a história geral não pode mais ser as histórias de vida de reis e generais” (Even-Zohar, 1990, p. 13, tradução nossa). Sua proposta, nesse sentido, é ignorarmos certos critérios de gosto pessoal e pensarmos o literário como um sistema múltiplo, no qual obras legitimadas culturalmente interagem, influenciam e são influenciadas por aquelas tidas como de segunda ordem.

sistemizadas em duas breves perguntas: afinal, *instapoetas* fazem boa poesia? Ou melhor, podemos afirmar que *instapoesia* é, de fato, poesia?

Embora estejamos cientes da movimentação ao redor do estatuto poético da poesia digital, é de suma importância reforçar que esta pesquisa não se compromete em conceber respostas para indagações sobre a legitimidade qualitativa do fenômeno. Isso porque as opiniões ferrenhas acerca da (falta de) autoridade literária da *instapoesia* revelam, por si mesmas, muito sobre o apego ao cânone e a estigmatização com o que viraliza, o que aponta para “a necessidade de atualização que rege um fenômeno como a internet de modo incontornável” (Prado, 2016, p. 33). Além disso, se há algo que as teorias da poesia nos mostram é que a própria expressão poética é marcada historicamente pelo mistério e a mutabilidade, comporta funções substantivas e adjetivas — o teor poético nas narrativas audiovisuais ou nos romances de prosa, por exemplo — e se dilata a ponto de abarcar nomes e materiais tão distintos quanto os de Homero, Breton e Leminski. Por que não Rupî Kaur?

2.1. Muito além do literário: o não pertencimento da *instapoesia*

A criação pura, um corpo estranho, a precisão da imprecisão. Em busca de aproximações entre os conteúdos de *instapoesia* e as definições mais básicas sobre o que constituiria o poético, encontramos nos escritos de Décio Pignatari (2005) o primeiro indício de que estamos desembarcando em um terreno permeado por incertezas. Afinal, nem mesmo ele, que se dedicou à idealização da poesia concretista no Brasil, negou a natureza indecifrável do fenômeno, até nas ocasiões em que assumiria a forma do poema. “É como uma pessoa, ou como a vida: por melhor que você a explique, a explicação nunca pode substituí-la” (Pignatari, 2005, p. 12). De toda forma, sua identificação de que é um desafio abordar a poesia conceitualmente não o eximiu de desenvolver uma espécie de guia com constatações gerais sobre a ideia de uma “comunicação poética” — tipo de comunicação esse que, a seu ver, parece ter muito mais em comum com a música e as artes plásticas do que com a própria literatura. “A questão da poesia é esta: dizer coisas imprecisas de modo preciso. As artes criam modelos para a sensibilidade e para o pensamento analógico. Uma poesia nova, inovadora, original, cria modelos novos para a sensibilidade: ajuda a criar uma sensibilidade nova” (Pignatari, 2005, p. 54).

A concepção de um trabalho poético ligado à recriação da linguagem é compartilhada, entre os modernistas, por Murillo Araujo (2021), cujos esforços de síntese culminaram em um material igualmente didático acerca do tema. Ao falar das habilidades inerentes ao ofício de

um poeta, no entanto, o artista evoca o que chama de “sensação poética”, iluminação sublime capaz de redimir os aspectos simples do cotidiano de seu estado trivial. “Para a sensação poética não basta a observação; é preciso o dom divinatório que nos dê a impressão de que a coisa observada acaba de ser descoberta. Uma forte emoção que ponha em jogo as forças da alma pode gerar esse condão do lirismo” (Araujo, 2021, p. 19). A poesia, como frisa, está longe da exatidão que marca o terreno científico e o automatismo das máquinas, recusa a sujeição absoluta à utilidade social ou política e pode surgir pelas mãos de qualquer um, desde que submetida às forças do sentimento e da imaginação.

A inapreensão conceitual da poesia volta a reaparecer em Borges (2000), para quem os poemas inscritos em livros são apenas um dos encontros possíveis com a dimensão poética à nossa espreita. De acordo com o crítico, dono de trabalhos práticos e teóricos sobre o assunto, seu caráter enigmático parece estar atrelado ao fato de que cada experiência com a poesia traz algo de inaugural em si mesma, o que dificultaria as definições exatas. A incapacidade de defini-la, contudo, não deveria nos preocupar: em sua visão, a poesia está tão entranhada no homem que somos capazes de reconhecê-la tão bem quanto as tarefas e sensações mais comuns do dia a dia.

Se preciso definir poesia, e se me sinto um tanto hesitante, se não tenho muita certeza, digo algo como: "Poesia é a expressão do belo por meio de palavras habilmente entretecidas". Essa definição pode ser boa o suficiente para um dicionário ou um manual, mas todos sentimos ser bastante frágil. Existe algo muito mais importante — algo que pode nos encorajar a seguir adiante e não somente treinar a mão escrevendo poesia, mas desfrutá-la e sentir que sabemos tudo a seu respeito. (Borges, 2000, p. 26)

Laureado com o Prêmio Nobel de Literatura em 1990, Octavio Paz (1982) também atesta que cada poema, como lugar de encontro entre o homem e a poesia, seria único e autossuficiente, não podendo, assim, ser desvendado por meio de critérios históricos. Segundo ele, junto da ausência de palavras que deem conta de fixá-la, outro impasse para a determinação do que é poesia residiria na distância do pesquisador em relação aos poemas analisados, que geralmente nos leva a ignorar a heterogeneidade poética de certos períodos e “a uniformizar paisagens ricas em antagonismos e contrastes” (Paz, 1982, p. 19), sem contar o olhar enviesado para algumas formas de arte em detrimento de outras. Para Paz, não há dúvidas de que telas, danças e até paisagens podem se tornar poemas a seu próprio modo, apesar de nem todas as obras construídas sob a lógica da métrica serem realmente poemas.

Até agora, lançamos mão de definições conhecidas do texto poético para mostrar que, mesmo entre seus estudiosos e grandes poetas, há uma série de limitações quanto aos elementos que constituem essa forma de linguagem e experiência com o mundo. Vemos, por

exemplo, que as tentativas de conceituá-la muitas vezes partem da sensibilidade e da emoção — seja durante o ato criativo ou na leitura —, enquanto as elaborações racionais recebem um papel secundário diante daquela que seria indispensável às nossas vidas. Talvez por isso, quando a tarefa é dar conta de artefatos cada vez mais heterogêneos, que pedem por respostas simplificadoras para o encerramento da discussão, acabamos percebendo que, “na modernidade, as tentativas de definição de poesia fracassam com mais rapidez do que as de romance ou conto – isto é, de obras em prosa que, de uma forma ou outra, contam uma história” (Franchetti, 2013, p. 101).

Somada à imprecisão do conceito, tal fracasso também pode ser atrelado à sucessiva expansão do campo poético nos espaços digitais nas últimas décadas. Cabe a esta altura, inclusive, retornar à célebre obra da pesquisadora Rosalind Krauss (1984), que nos ajuda a reconhecer a possibilidade de alargamento do uso de categorias aparentemente rígidas, como é o caso da “literatura” e “poesia”. Foi ela quem assinalou, após objetos artísticos bastante heterogêneos receberem a denominação de “escultura” nas décadas de 60 e 70, que tais formas só poderiam reivindicar o direito de explicar o termo caso o próprio conceito se expandisse:

O processo crítico que acompanhou a arte americana de pós-guerra colaborou para com esse tipo de manipulação. Categorias como escultura e pintura foram moldadas, esticadas e torcidas por essa crítica, numa demonstração extraordinária de elasticidade, evidenciando como o significado de um termo cultural pode ser ampliado a ponto de incluir quase tudo. (Krauss, 1984, p. 129)

Em resumo, em meio ao embate de opiniões em torno da qualidade dos textos, a postura adotada ao longo desta pesquisa se inspira em seu trabalho para recusar a visão da produção poética via Instagram como passível de avaliação formalista, sob justificativa de seu enquadramento também na ideia de “literatura pós-autônoma” indicada por Ludmer (2010). Isso porque, a partir da percepção de que muitas escrituras da atualidade “atravessam a fronteira da literatura (os parâmetros que definem o que é literatura) e ficam dentro e fora, como em posição diaspórica” (Ludmer, 2010, p. 1), a teórica argentina enfatiza que essas manifestações não admitem leituras literárias, já que a operação, por sua ambivalência, se tornaria um exercício sem sentido, de completo esvaziamento. Mais até do que se revelarem um desafio para quem as observa, por serem e não serem ao mesmo tempo, representariam o próprio fim da autonomia da Literatura, tensionando a existência de lógicas internas capazes de definir sozinhas o valor, quando não o significado, de uma criação.

Em outras palavras, trata-se de ver na atividade *instapoética* mais um exemplo de prática artística de impertinência, o que Florencia Garramuño (2014), cujos esforços de

pesquisa salientam uma noção renovada de literatura, reapresenta por meio do nome de “fruto estranho”:

Frutos estranhos e inesperados, difíceis de ser categorizados e definidos, que, nas suas apostas por meios e formas diversas, misturas e combinações inesperadas, saltos e fragmentos soltos, marcas e desenquadramentos de origem, de gêneros — em todos os sentido do termo — e disciplinas, parecem compartilhar um mesmo desconforto em face de qualquer definição específica ou categoria de pertencimento em que instalar-se. (Garramuño, 2014, p. 11-12)

Enquanto traça uma breve genealogia da inespecificidade da arte, percurso que associa inicialmente às vanguardas da segunda metade do século XX, a autora pontua que a crise literária fomentada durante o período reverberou de forma peculiar na poesia moderna, que vem, desde a incorporação do poema em prosa, explorando a assimilação da linguagem coloquial, a alternância entre o verso e a estrutura prosaica, além de escolhas estéticas de caráter multimodal como a presença de fotografias, fragmentos de instalações e ilustrações que acompanham determinados textos. Juntas, todas essas articulações têm, aos poucos, contribuído para a constante redefinição poética e a “mutação daquilo que define o literário na literatura contemporânea, que em sua instabilidade e ebulição atenta até contra a própria noção de campo como espaço estático e fechado” (Garramuño, 2014, p.34). Logo, depreendemos que, com base na visão acima, qualquer esforço de verificar a qualidade da *instapoesia* a pautando na suposta essência do poema pode ser um risco.

3. POESIA, UMA RELAÇÃO

Justificados os motivos pelos quais não discutiremos o “valor” literário *instapoético*, talvez seja importante reforçar, dentre as diversas maneiras de apreender um fenômeno de modo intelectual, o que de fato ocupará o primeiro plano deste trabalho daqui para frente: seu viés comunicacional, sobretudo questões concernentes à produção e circulação de poesia no seio das mídias online. Partindo do reconhecimento de que qualquer exercício poético “não teria sentido — nem sequer existência — sem a história, sem a comunidade que o alimenta e à qual alimenta” (Paz, 1982, p. 226), avançamos um pouco mais para, nos próximos capítulos, focalizarmos o tema sob o prisma da Comunicação, com atenção especial às diferentes formas de engajamento dos autores com seus públicos, bem como o papel da plataforma na criação do que convencionou-se chamar de *instapoesia* na última década.

Isso posto, é preciso reconhecer que tal postura envolve duas afirmativas em torno do discurso poético, ambas orientadas não para o conteúdo do que é percebido e veiculado como poesia, mas para as suas dinâmicas sócio-técnicas de publicação (e recepção) ao longo do tempo. A primeira, mesmo que óbvia, está na identificação central de que pensar a poesia no mundo é admiti-la como “um fenômeno cultural, historicamente situado, dependente do contexto social em que se constitui” (Moisés, 2019, p. 95), o que significa olhar para tudo aquilo que, mediando os poemas, contribui para lhes conferir sentido. Também como parte de seu deslocamento para o campo comunicacional, a atenção ao fato de que toda atividade poética, enquanto prática social, pressupõe um estado de interrelação afetiva composto por poetas compartilhando suas mensagens e interlocutores interagindo com estas — seja nos cantos líricos gregos, rodas de batalha de *slam* ou em meio a *posts*, *stories* e leituras conjuntas via *lives* no Instagram. Há toda uma rede textual que aflora dessa circunstância: daí nosso interesse particular nas cenas comunicativas inauguradas a cada encontro entre um artista que utiliza a internet para publicar e as pessoas que o seguem.

Para investigá-las, é esperado que as bases teóricas articuladas nos próximos capítulos não partam de estudos antecedentes da *instapoesia*, já que estamos tratando de um gênero digital emergente, ainda em processo de ascensão. Dos embrionários conteúdos científicos disponíveis a seu respeito, poucos parecem discorrê-lo relacional e interacionalmente. Mas isso não quer dizer, por outro lado, que sejam inéditas as abordagens acadêmicas dedicadas à dimensão comunicacional dos textos literários, como atestam as propostas de Gumbrecht (1998) e Zumthor (2002), entre outros autores cujos focos convergem para o que pretendemos. São algumas dessas reflexões, mais especificamente as reunidas sob os

guarda-chuvas conceituais de “texto”, “textualidade” e “mídia literatura”, que revisitaremos neste capítulo, a fim de evidenciar como a composição do nosso pensamento é resultado de uma construção interdisciplinar e coletiva.

3.1. Comunicação poética: premissas teóricas iniciais

3.1.1. Textualidades, o ponto de partida

Caso pausássemos a escrita desta pesquisa para investigar as dinâmicas que se desenrolam em parte dos ambientes online, aqui estão algumas das coisas que provavelmente encontraríamos: milhões de usuários compartilhando mensagens em conversas individuais e grupos no Whatsapp. Uma *hashtag* nos *trending topics* do Twitter, alimentada de modo contínuo por *tweets* que misturam imagens, vídeos, *gifs* e outros elementos diversos. Discussões sobre uma nova controvérsia na comunidade de fóruns do Reddit, com comentários verbais, possíveis *hyperlinks* e registros de tela relativos ao ocorrido. E o vídeo-tutorial mais recente de uma *youtuber*, que o finalizaria indicando uma leitura complementar em seu blog. Em resumo, uma composição heterogênea de conteúdos que nos relembram como, quando o assunto são os textos produzidos na internet, a impressão mais imediata é crer que estejamos lidando com uma abundância e instantaneidade inéditas em nossa própria história.

Ultrapassado o ímpeto de atribuir ares de ineditismo à tecnologia, permanece inegável concordar que as mídias digitais têm, de um lado, impacto significativo na constituição de determinados tipos de textos e, por consequência, em nossa relação com as coisas que costumamos tomar como textos. Do viés constitutivo, para além de meras digitalizações do que está fora das redes, Kirchof (2016) ressalta que muitas aparições textuais surgidas no circuito das plataformas de mídia não seriam possíveis no passado, devido à ausência de fatores como a bifurcação dos hipertextos, os muitos programas e a maior facilidade de exploração transmídia. Sua distinção dos impressos, no ponto de vista do pesquisador, ainda poderia ser justificada pela capilaridade dos textos digitais já observada por Manovich (2001 *apud* Kirchnof, 2016, p. 208), característica que os permitem ser automatizados de inúmeras formas, existirem em versões distintas infinitamente e transitarem em meio aos códigos culturais e de computação.

Ora, mas indicar as potencialidades das manifestações textuais eletrônicas também é, de certo modo, notar como elas trazem à tona os limites impostos por concepções generalistas de texto, que tendem a associá-lo a algo muito bem definido, uniforme e fechado em si

mesmo, desvinculando seu processo de significação das questões pragmáticas que participam de sua formação. Na mesma medida, a multiplicidade de formatos assumida pelos textos nos espaços digitais põe em dúvida as definições mais grafocêntricas do termo, caso exemplificado pelo dicionário Priberam da Língua Portuguesa, que o entende como “conjuntos das palavras de algum livro ou escrito”¹², ou o Michaelis, com “sequência de frases de um autor, em um documento, folheto, livro etc.; redação original de uma obra escrita”¹³. Não é preciso muito para perceber que, ao reduzi-lo a um agrupamento organizado de sentenças, os significados acima desconsideram tudo o que contém mais do que o código linguístico registrado no papel. Diante disso, surgem alguns questionamentos: como superar tais visões rumo a uma compreensão textual mais criteriosa? O que nos oferecem as demais perspectivas sobre o texto para melhor caracterizarmos as coisas com as quais nos deparamos — coisas que ficam “de fora” do conceito por não se restringirem à linguagem verbal ou por não se vincularem a suportes fixos?

É sabido que, embora tendam a discordar em alguns pontos, as teorias do discurso nos fornecem boas bases ao conceber os textos como, simultaneamente, regidos por estruturas linguísticas e por dimensões culturais. Na recuperação dos fundamentos da semiótica greimasiana feita em “Teoria Semiótica do Texto”, por exemplo, Barros (2005) resume sua composição dualista na ideia do texto enquanto “objeto de significação”, ou um “todo de sentido” possível de ser analisado por meio de sua organização intradiscursiva, e ainda um “objeto de comunicação”, com preocupações externas, focadas nas questões culturais (relações de poder, ideologias) que recaem sobre seu sentido. Mesmo que reconheça que os semioticistas inspirados pela abordagem francesa dão ênfase à primeira dimensão citada, a autora expõe que “o estudo do texto com vistas à construção de seu ou de seus sentidos só pode ser entrevisto como o exame tanto dos mecanismos internos quanto dos fatores contextuais ou sócio-históricos de fabricação do sentido” (Barros, 2005, p. 12), exercício que valeria seja para os escritos e impressos ou para possibilidades que prescindem das palavras. Longe de reduzir todo o trabalho de Greimas e seus seguidores, acreditamos que essas duas percepções, a de um texto que não se esgota no formato verbal e nem deve ser averiguado somente no plano linguístico, merecem centralidade imprescindível para nos movermos adiante.

¹² TEXTO. In: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2021. Disponível em: <https://bit.ly/3PMMNsT>. Acesso em: 2 jun. 2022.

¹³ TEXTO. In: Michaelis - Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3hEqeKq>. Acesso em: 2 jun. 2022.

Também questionando esse foco restrito à dimensão verbal, já faz um tempo que estudiosos da Semiótica Social vêm propondo uma abordagem multimodal do texto, visto que este, como fenômeno cultural vivo, raramente se apresenta sob uma única modalidade de linguagem durante o ato comunicativo. Se “a palavra escrita, enquanto originária de um sistema de sinais, é apenas parte da mensagem composta” (Descardec, 2002, p. 20), segundo nomes como Kress e van Leeuwen (2006), os textos em circulação na sociedade devem ser sempre compreendidos a partir da articulação do que chamam de “modos semióticos”, isto é, todos os recursos por meio dos quais os sujeitos dialogam no dia a dia: sons, movimentos, cores, ilustrações, gestos, entre uma série de outros componentes textuais. Só assim teríamos uma visão abrangente e sociossemiótica do texto, algo que, ao contrário das tentativas de sua estabilização, é dinâmico e constantemente recriado pelos sujeitos de acordo com suas intenções (Santos; Pimenta, 2014, p. 322).

Partindo de um pensamento similar, Costa Val (1991) destaca outros eixos básicos para o entendimento do texto e de seus aspectos essenciais. Um deles é a noção de “textualidade”, firmada pelos linguistas Beaugrande e Dressler (1981) no livro “*Introduction to Text Linguistics*”, para se referir ao “conjunto de características que fazem com que um texto seja um texto, e não apenas uma sequência de frases” (Costa Val, 1991, p. 1). Em suma, trata-se da gama de fatores não inerentes a ele e que, imbricados na sua articulação, se tornam indispensáveis para a efetividade da compreensão textual: a intencionalidade de quem o produz, a aceitabilidade por parte daqueles que encaram o texto, sua coerência e coesão, a pertinência do material no contexto no qual se encontra, seu grau de informatividade e a relação de intertextualidade que estabelece sobre outros textos. Pensar a *instapoesia* à luz do conceito é, em poucas palavras, descentralizar o foco no conteúdo do que é veiculado e se deixar ser auxiliado pela multifacetada rede textual dos espaços online, bem como os conhecimentos compartilhados entre seus usuários, para descobrir o que eles vêm nos dizendo. Um caminho sugestivo é vislumbrar de que modos as textualidades típicas dos meios digitais incidem sobre as produções dos *instapoetas* e como elas os distanciam ou aproximam da poesia fora das mídias online.

Para autores do campo da Comunicação, a passagem à perspectiva das textualidades representaria, junto do entendimento de que há uma série de aspectos pragmáticos que tornam um texto um texto, a conseqüente problematização das maneiras como o caracterizamos, conhecemos e analisamos — o que, portanto, abriria uma diversidade de implicações éticas envolvendo nossas práticas de textualização de fenômenos comunicativos, o papel dos pesquisadores na conformação textual e os riscos e dilemas de certas escolhas de análise. Isso

porque, conforme nos explica Leal (2018), aqui, os debates sobre as chamadas textualidades ganham novos contornos epistêmico-metodológicos, sistematizando críticas ao fazer científico que rejeita os textos como ação e ignora a interdependência entre aqueles que os pesquisam e as formas como estes emergem, já que “a maneira como cada um — pesquisador ou não — se integra a esse processo define por certo os modos como ele vai ser experienciado e apreendido” (Leal, 2018, p. 24).

Numa leitura de Rhiney (2010), o autor retoma a consciência de que, ao se apropriarem dos termos, áreas como a Filosofia, a Antropologia e a Teoria Literária vêm fazendo com que as visões clássicas de texto e textualidade sejam questionadas, o que também tem acontecido em decorrência do surgimento e expansão dos meios de comunicação. Uma vez superado o pensamento de que ambos se referem a fenômenos estáticos, o que há, por consequência, é a identificação de que eles melhor definiriam processos multimodais (não há texto puro), sempre vinculados a outros signos, o curso das situações comunicativas em que se inserem e, logo, a quem está os interpretando. Indo um pouco além, “textos” inclusive denotariam “um modo de apreender os acontecimentos e os fenômenos sociais. Ou seja, a vida e o agir humanos podem ser vistos como ‘textos’. Com isso, ‘textualidade’ passa a se referir tanto ao que faz ‘de um texto um texto’ como aos modos de investigá-lo” (Leal, 2018, p. 18), mudança essa que desnaturaliza os textos presumidamente prévios à intervenção do investigador, conforme aponta para o lugar de destaque do agir humano em sua configuração.

Visto que, na linha de raciocínio acima, materiais e ações diversas podem ser tomados em suas dimensões textuais dependendo de como os enxergamos, a lista de possíveis textos em exploração agora se amplia. Já não soa equivocado abordar o tema e enxergar como exemplos as produções televisionadas, tais quais as telenovelas, filmes e programas de TV. Numa lógica similar, dentro das narrativas jornalísticas, o foco que costuma recair sobre as notícias e reportagens também passa a percorrer um trajeto longo em meio a todos os elementos, atores e relações que os cercam, não necessariamente localizados em páginas e portais. Nas dinâmicas interpessoais, por sua vez, os aspectos performativos da linguagem recebem dedicação extra, como os sentidos socialmente produzidos e reforçados em cada gesto e costume presentes no cotidiano. E, no caso da circulação de poesia pelas redes sociais, diversas ações realizadas por poetas e seus leitores por fim adquirem função textual: o conjunto de postagens em um perfil online e o que ele comunica, as tramas discursivas

encontradas em *hashtags* do tipo *#writewithme*¹⁴ e *#readmorepoetry*¹⁵ ou as que se formam entre o poema postado e os milhares de comentários realçadores e tensionadores de seu sentido. Em contrapartida, o desafio em vislumbrar algo sob a forma de texto está na identificação vaga de seu começo e seu fim.

Sendo os textos e suas textualidades verdadeiras tramas, é plausível se perguntar quando eles começam e quando terminam. Sobre os limites textuais, Leal é categórico ao dizer que, embora os estudos de Comunicação pouco se questionem acerca de seus contornos, tratar os textos como relações que fluem continuamente implica saber que processos comunicativos não se iniciam ou se finalizam sozinhos e que, por trás da impressão de que algo se encerra em um ponto final está, na verdade, sua “submissão a parâmetros ideológicos institucionais historicamente constituídos, legitimados, criticáveis e investigáveis” (Leal, 2018, p. 25). Mesmo se decidimos não levar tais parâmetros à risca, isso também significará estabelecer, enquanto estudiosos, novas demarcações temporais condizentes com nossas propostas metodológicas — provando mais uma vez o ponto-chave de que, no fim, não há estabilização textual que não seja fruto de escolhas.

Mas que decisão tomar diante de um novo *instapoema*, por exemplo: considerar seu fim no momento em que ele acaba de ser produzido ou publicado no Instagram? No instante em que os primeiros seguidores o leram ou só depois, com os materiais repostados nos *stories* dos internautas? E nas ocasiões em que uma poesia viral do Instagram cai nas mídias vizinhas, se transforma numa linha de produtos e rende conteúdos variados a ponto de estar em todos os cantos da Web? Cientes de que o curso das poesias no ciberespaço é um fluxo inconclusivo, aceitamos como parte do ofício a impossibilidade de acompanhá-las de modo incessante, sendo eventualmente obrigados a fechar o ciclo em alguma altura. Assim, na maioria das ocasiões da exploração narrada nos próximos capítulos, os limites serão o perfil dos poetas. Em outras, as contas de seus leitores, quando ocorrer de os autores lançarem projetos colaborativos em *hashtags* ou repostarem conteúdos de seus seguidores. Vez ou outra, seguindo a divulgação de materiais externos feita pelos *instapoetas*, comentaremos ações exclusivamente difundidas no TikTok ou Spotify, evitando, contudo, perder a plataforma que nos compete. Não são gestos ingênuos: que, nesse ir e vir, possamos sempre entrever a artificialidade das ações para fins de pesquisa, concordando que nem a origem, nem o término do fio narrativo se circunscrevem ali.

¹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/writewithme/>. Acesso em: 9 jun. 2022.

¹⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/readmorepoetry/>. Acesso em: 9 jun. 2022.

3.1.2. Poetas e leitores produzindo presença

Para perscrutar o compartilhamento de poesia no Instagram, vimos, nas seções anteriores, o quanto são benéficas as viradas interpretativas que acompanham os termos “poesia”, “texto” e “textualidade”, que aos poucos delineiam o trajeto ao redor do que nos interessa. Com ajuda das literaturas híbridas e pós-autônomas, abandonamos de antemão a obrigatoriedade de ter de entrar em debates sobre o “ser ou não ser” da *instapoesia*. Um passo adiante, enfocamos as revisões conceituais de nomes como Leal (2018) a fim de contemplarmos a fluidez, o papel dos agentes e as instâncias socioculturais atuantes no sentido dos textos online. A seguir, é hora de nos movermos novamente em direção aos Estudos Literários à procura de novos diálogos entre o fazer poético e as formas comunicativas. Poderia a poesia ser considerada um meio de comunicação? Se sim, seria possível traçar um panorama sobre esse meio de comunicação ao longo do tempo, de modo a averiguar em que a veiculação poética nas redes se distinguiria das demais, mediadas por outros suportes?

Não existem respostas simples, mas, em “A Mídia Literatura”, o crítico alemão Hans Ulrich Gumbrecht (1998) com certeza nos fornece as pistas e ferramentas necessárias para elucidar tais dúvidas. Afinal, foi o filósofo quem se indagou sobre questões semelhantes décadas atrás quando, olhando para a história dos textos escritos e preocupado com a interferência material na percepção do literário, nos advertiu de que talvez o ponto não seja conferir se a literatura é um meio de comunicação, mas ver em que medida as diversas materialidades que ela assume a aproximam ou distanciam da mesma sensação de “presença à distância” pressupostamente contida na ideia de mídia — a saber, uma forma de proximidade psíquica que “recupera” a copresença de corpos distantes espacial e temporalmente. Aí, sim, tem-se a premissa que o faz reconstruir, desde a segunda metade da Idade Média, passando pela institucionalização da imprensa no século XV, a dimensão ético-política da literatura no Iluminismo, o Romantismo e as vanguardas do século XX, uma genealogia ocidental do meio de comunicação “literatura”, com sucessivas etapas e particularidades na relação de intimidade imaginada entre autores e leitores com base na mudança dos suportes.

A fase inicial articulada por Gumbrecht é o fim da Idade Média, período em que o teórico se detém precisamente à referência cronológica mais antiga pertencente a um autor: Guilherme IX, o duque da Aquitânia. Entre o que lhe desperta atenção sobre aquele momento está a familiaridade com que os poetas interagem com seus públicos (impressão comum nos espetáculos de poesia trovadoresca), tidos muitas vezes como “companheiros” durante as

cantigas, transmitidas verbalmente. Há nessa conjuntura, segundo Gumbrecht, toda uma rede de movimentos corporais ao redor dos textos que se altera à medida que a imprensa começa a se institucionalizar, já na segunda metade do século XV. Afinal, com os impactos da invenção de Gutenberg, que mecanizou boa parte do que era manuscrito, a propagação em massa dos textos literários vai, pouco a pouco, os desassociando das performances orais, o que o teórico compreende como o processo de retirada dos corpos dos cantores e públicos dessa cena comunicativa:

Parece ter sido decisivo o fato de que, ao contrário dos textos manuscritos, as letras e palavras impressas não mais podiam ser vistas como marcas de um movimento corporal do copista (ou autor) e de que essa mudança convergiu com uma nova atitude da parte do receptor, qual seja, considerar os textos impressos cada vez menos como indicações para a recitação oral. (Gumbrecht, 1998, p. 305)

Dá-se início, como consequência, a uma série de profundas transformações nas relações comunicativas em torno da produção textual impressa: como concretização da subjetividade da era moderna, emerge a figura do autor propriamente dita e, com ela, a busca dos leitores pelas intenções autorais contidas na superfície do texto. Decorrente dessa procura constante pela interpretação da “alma do escritor” manifesta na obra, também ocorrem rearranjos na hierarquização do autor e seus leitores, agora mais anônimos por causa das peculiaridades do material impresso (Gumbrecht, 1998, p. 306). Quanto à postura diante dos textos, o crítico literário ainda diz que a imprensa parece ter reforçado a ideia dos textos como regidos pela verdade ou reflexos do mundo, o que em compensação abre espaço institucional e funcional para o surgimento da ficção como categoria narrativa. “Os conceitos familiares para nós de autoria, de intenção de autor e leitura, de reflexo do mundo, de ficção e de identificação são, portanto, grandezas que se tornam constitutivas da mídia ‘literatura’ somente a partir do início da era moderna” (Gumbrecht, 1998, p. 307), modificando os processos literários estruturalmente em diversas direções.

Para Gumbrecht, o afastamento dos vestígios da presença entre produtores e receptores de literatura promovido pela impressão tipográfica fomenta, a esta altura, a projeção da proximidade psíquica sobre as expectativas de proximidade via leitura, com artifícios como “o *topos* dos autores frente aos seus ‘queridos leitores’ e o *topos* do autor como ‘parente anímico’ do leitor” (Gumbrecht, 1998, p. 307). Os artistas, aliás, tendem a se sentir mais responsabilizados pelos textos produzidos, pois sua intenção será tomada como certa pelo público e a exposição traz consigo a necessidade não apenas de entreter, mas instruir, ser útil de alguma maneira. São eles quem, juntos dos leitores, propiciam novos usos e sentidos para o livro, que ocupará a centralidade do circuito literário cada vez mais desde

então — centralidade essa que, de acordo com o teórico, talvez fosse motivo para enxergarmos como literatura apenas o que se constitui ao redor do objeto.

As propriedades da “mídia literatura” observada no século XVIII formam outra etapa citada por Gumbrecht, momento no qual a literatura ocidental atinge seu ápice na busca pela constituição de significações e sua autenticação enquanto representação do mundo e conhecimento sobre ele (Gumbrecht, 1998, p. 310). Observa-se, aqui, alguns processos de reivindicação particulares por parte dos autores: à suposta transgressividade literária, ligada ao valor provocativo de uma arte a serviço constante da mudança e da inovação, à desvinculação de quaisquer que fossem as instituições corporativas, tais quais suas tradições, e à objetividade da literatura, numa postura que ignora a subjetividade integrante do próprio campo. Já a relação de proximidade com os leitores, por sua vez, se sustenta neste período sobre a ideia de que os autores são responsáveis por apresentar um novo saber em oposição à censura e à repressão.

Do ponto de vista da recepção, segundo as observações estatísticas do teórico, o século XIX é o tempo no qual de fato ganha força uma leitura não oralizada, privativa e mais solitária, não necessariamente direcionada a objetivos específicos. Importante nos lembrarmos de que trata-se de uma modalidade também observada nos séculos anteriores, mas cuja popularização o historiador Chartier (1994) atrela, nesse período, ao surgimento e ampliação das escolas urbanas e às formas hegemônicas de produção e venda dos livros, que saem dos *scriptorium* para ocupar as livrarias e papelarias (Chartier, 1994, p. 188). Isso, como Gumbrecht explica, tem impacto não somente nos gestos e espaços experimentados pelos leitores silenciosos, mas na constituição da literatura enquanto campo: como resposta a tal dinâmica, desponta a visão da literatura carente de função, impressão compensada pela ideia vaga de uma mais-valia particular, que não podia ser calculada em termos funcionais comuns. Ademais, uma vez incidindo sobre o ofício dos autores, tal sacralidade dá margem à associação cada vez mais frequente de suas figuras (por outros ou pelos próprios escritores) à imagem de sacerdotes alheios ao restante do mundo, ao mesmo tempo guias e perseguidos por ele.

Apesar de pontuar as mudanças que envolvem a passagem das performances medievais às redes em volta do livro, há pouco sobre a “mídia literatura” de Gumbrecht que abarque a chegada das mídias eletrônicas, menos ainda, como trabalho publicado nos anos noventa, sobre as relações poéticas mediadas pelo ciberespaço. Nesse sentido, se atendo um pouco mais sobre os modos de presença específicos das poéticas digitais, uma das grandes contribuições trazidas pelo medievalista Paul Zumthor em “Performance, recepção, leitura”

(2002) é o sucinto diagnóstico que este faz sobre os efeitos das mídias eletrônicas, auditivas e audiovisuais na cena comunicativa instaurada sobre os textos literários: muito com certeza se modificou, mas isso não quer dizer que as redes textuais que ali ganham vida sejam de fato inéditas. Isso porque, para o crítico suíço, igualmente movido pelas formas de engajamento corporal¹⁶ no circuito da poesia, o que ocorre no contexto dos meios como a TV, rádio e, porque não, o computador, muito se assemelha à comunicação poética predominante nos tempos anteriores ao letramento cultural, numa “espécie de ressurgência das energias vocais da humanidade, energias que foram reprimidas durante séculos no discurso social das sociedades ocidentais pelo curso hegemônico da escrita” (Zumthor, 2002, p. 15).

Em outras palavras, o que ele reforça é o fato de que, mesmo se comparando à atividade escrita por abolir ou tensionar espacialmente a presença de quem se manifesta com finalidades poéticas, tais mídias se distinguiriam dos escritos e impressos ao exigirem o domínio da função vocativa e auditiva (junto da percepção visual, dependendo do tipo de conteúdo), forçando a voz outrora distante a (re)ocupar o papel central dessa relação literária. Vozes em dimensões não tão plenas, como a dos personagens de uma radionovela ou a dos filmes gravados, pois são sempre acompanhadas pela artificialidade das máquinas que as edita, transforma, fabrica e fixa em determinados tempos e espaços, mas ainda vozes que dizem de um cenário que lembra os processos de recepção dos cantos dos jograis e trovadores da Idade Média.

É também para essas modalidades que, influenciados pelos esforços de pesquisa acima, tentaremos olhar a partir da *instapoesia*: de um lado, interpretando a materialidade do suporte como uma peça central da comunicação poética, as participações dos autores nestes espaços não-sequenciais e lineares, suas escolhas e as consequências delas diante da vastidão de recursos digitais dentro do Instagram, as possíveis distinções em relação aos papéis tradicionais atribuídos a poetas (e, indiretamente, seus leitores) quando, em vez dos impressos, o que os envolve materialmente é a interface de uma mídia social dentro da tela do *smartphone*. De outro, embora a vocalidade e os aspectos corporais não ocupem o núcleo principal deste percurso analítico, também comentários sobre certos processos de

¹⁶ Como parte de seu esforço de atenção ao corporal nos estudos literários, o crítico nos apresenta a ideia de “performance” para refletir sobre tudo aquilo que diz respeito à presença dos produtores e espectadores no contexto real dos discursos poéticos. Reconhecendo que o uso anglo-saxão do termo tende a remeter à teatralidade dos nossos atos, o que explica sua apropriação no âmbito da dramaturgia, ele ressalta a relação performancial com o “tempo, o lugar, a finalidade da transmissão, a ação do locutor e, em ampla medida, a resposta do público” (Zumthor, 2002, p. 30), aspectos exteriores ao suporte verbal que, juntos, integram a experiência dos envolvidos e o alcance da poesia. Dessa maneira, a performance não prescinde do escrito, embora inscreva a efetividade textual na prática concreta de comunicação do texto — o momento em que um corpo, nos seus rituais, ritmos e gestos plenos, o apresenta e se deixa afetar por ele.

corporificação online de Rupi Kaur, Atticus, Amanda Lovelace e Igor Pires, mais especificamente em que ocasiões vemos seus corpos e vozes se fazerem ausentes e presentes na plataforma, articulando-se a outros recursos explorados pelos *instapoetas* em suas produções.

4. O POEMA NA REDE

No meio da *timeline* tinha um poema, tinha um poema no meio da *timeline* — e, com a presença da poesia neste outro meio, uma série de novas nuances, possibilidades e preocupações para quem se dispõe a percorrer a interseção entre literatura e ciberespaço. O que, historicamente, os recursos tecnológicos têm proporcionado às já conhecidas formas de expressão literária e poética? Em que tais obras digitais se afastam daquelas experimentadas sob outras materialidades? Navegando por entre dúvidas referentes à natureza genealógica da poesia na Web 2.0, sua apropriação pelas plataformas online e o surgimento da *instapoesia* enquanto gênero à parte, o capítulo que se inicia começa a aprofundar o interesse analítico desta dissertação em torno da publicação de poesia no Instagram. Para tal, faremos dois movimentos que se complementam: um introdutório, dedicado a destrinchar a breve história da literatura eletrônica, e outro destinado a olhar criticamente para o que chamaremos de plataformização poética, apenas mais uma das diversas facetas do “processo de amplo alastramento da ‘lógica das plataformas’ a diferentes instâncias da vida social” (Mintz, 2019, p. 106).

De partida, cabem, aqui, dois adendos: antes de abordarmos algumas características da ciberliteratura ao longo do tempo, reconhecemos que sua história, em consonância com o que defendemos na pesquisa, não deve ser apartada do desenvolvimento geral do próprio campo literário, como se essa e as demais formas de circulação da literatura não coexistissem e se afetassem em reciprocidade. Por outro lado, por se tratar de procedimentos e estratégias similares, também acreditamos que o que foi produzido especificamente nos blogs, fóruns e mídias sociais nas últimas décadas pode nos ajudar a compreender melhor quais fenômenos criaram terreno para a *instapoesia* e os elementos que a une a outras emergências do tipo. Nesse sentido, mais que demarcar os sucessivos encontros dos escritores e leitores pela internet (não haveria espaço e pretensão para tal), nosso desejo é interligá-la a dinâmicas que a antecedem temporalmente e cujas bases parecem reverberar na poesia dentro do Instagram.

Quanto à apropriação da poesia pelas plataformas, observaremos, evitando o determinismo tecnológico, como as práticas poéticas se reorganizam segundo a infraestrutura do Instagram, tal qual vem acontecendo em diversas esferas da Sociedade da Plataforma (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018): na uberização da mobilidade urbana, nas transações comerciais em meio aos *e-commerce* ou no consumo audiovisual mediado por sites de compartilhamento de conteúdo. Ancorados em seus interesses comerciais e *affordances*, pretendemos introduzir a argumentação sobre o modelo de negócio da mídia social, sua materialização em recursos

que orientam as ações dos usuários e o constante “jogo de forças” assumido por estes usos prescritos e a experiência dos *instapoetas*, que ora seguem o indicado pelo Instagram, ora o ressignificam por meio da prática ordinária.

4.1. Antecedentes e definições: para compreender a chamada *instapoesia*

4.1.1. Por uma ciberliteratura (ou literatura digital)

Muito antes do surgimento do Instagram, quando sequer pensávamos na ideia de poesia viral, no mínimo quatro expressões já podiam ser ouvidas nos gabinetes dos pesquisadores voltados às obras literárias e as novas tecnologias: “ciberliteratura”, “literatura digital”, “*e-lit*” e “literatura eletrônica”¹⁷. Termos usados para definir as narrativas geradas por computadores, todos eles faziam referência às primeiras poesias interativas e histórias hipertextuais produzidas durante e após os movimentos de vanguarda do século passado (Moura, 2021). Embora as origens das três primeiras sejam mais difusas, a quarta definição foi inicialmente empregada em meio à virada do século, nos Estados Unidos, por figuras como Katherine Hayles (2009) e Scott Rettberg (2009), em trabalhos que esboçavam a possibilidade de transformar em gênero o que emergia junto da expansão da informática — essa literatura “‘nascida no meio digital’, um objeto digital de primeira geração criado pelo uso de um computador e (geralmente) lido em uma tela de computador” (Hayles, 2009, p. 20). Os esforços, na época, chegaram a culminar na criação da Organização Literatura Eletrônica (em inglês, *Electronic Literature Organization* - ELO) em 1999, projeto com o intuito de incentivar a postagem e leitura literária nos meios de comunicação eletrônicos.

Exemplos práticos não faltavam ao redor do globo até aquele momento. Na França dos anos sessenta, o engenheiro e linguista Jean Baudot já havia criado a primeira poesia gerada por um computador no país, a “*La machine à écrire*” (1964). Entre os colombianos, o autor Jaime Alejandro Rodríguez se firmava como um dos mais proeminentes escritores de hipertexto com a narrativa “*Gabriella infinita*” (1999), que explorou a participação do usuário e uma variedade de *links*, imagens, sons e outros recursos computacionais. Na literatura árabe, o artista jordaniano Muhammad Sanajilah e a obra “*Zilal al-Wahed - One's Own Shadows*” (2001) inauguravam o filão de romances digitais interativos em sua língua. E, entre a vasta produção experimental brasileira do século XX, tanto o “Beabá” (1986) de Waldemar

¹⁷ As terminologias costumavam variar temporal e geograficamente, como nos explica Rocha (2020). “Ciberliteratura”, por exemplo, foi bastante utilizada ao longo dos anos 90 e 2000, mas perdeu força nas abordagens teóricas atuais. Já “literatura eletrônica” teve seu uso mais empregado no contexto estadunidense, de modo parecido com o que aconteceu com “literatura numérica” na França e “literatura hipermídia” no Canadá.

Cordeiro quanto o “*Le Tombeau de Mallarmé*” (1972), de Erthos Albino de Souza, resultavam da utilização do computador para a composição poética. Ou seja, evocando as palavras de Hayles, a literatura eletrônica já vinha sendo “palco de crescente volume de trabalho que interroga a mídia em rede e programável como a base material para a inovação e a criação artística” (Hayles, 2009, p. 35).

Em compensação, se tal volume de trabalho evidenciou a pluralidade assumida pela literatura no circuito online, essa mesma profusão de formatos também iluminou novas dúvidas envolvendo a natureza literária e suas possibilidades na era digital. Talvez as que mais nos interessem, pelo menos para fins de definição, sejam aquelas que questionam as circunstâncias sob as quais um material na internet pode ou não ser considerado literatura eletrônica. Até que ponto, por exemplo, os *e-books*, *instapoemas* ou cópias digitalizadas deveriam ser vistos como livros digitais? Quanto a isso, alguns detalhes da denominação compartilhada pela Organização Literatura Eletrônica podem amparar nossas respostas. Antes de mais nada, é preciso que a obra em questão tenha sido produzida e executada dentro dos meios de comunicação programáveis, o que de partida excluiria do nicho os exemplares impressos passados pela digitalização. Ademais, “o caráter de urgência do código para o desempenho do texto é fundamental para o entendimento da literatura eletrônica” (Hayles, 2009, p. 23), cujas obras se desenvolvem a partir das capacidades multimodais típicas das páginas da Web: a tridimensionalidade, o hipertexto, a imersão interativa (os cliques e comentários em tempo real), entre outros.

Ainda sobre a exploração multimodal, vale pontuar que a associação das literaturas digitais com o experimentalismo também nos fornece pistas para caracterizá-las sem o risco de englobar tudo o que está presente na internet. Conforme afirmado há alguns parágrafos, a origem das produções literárias eletrônicas guarda fortes relações com vanguardas históricas como o Surrealismo e Dadaísmo, nas quais os suportes comumente assumiam sentidos dissonantes para além de seus usos ordinários. Estendendo esse uso disruptivo da materialidade dos meios para os espaços digitais, de acordo com Kozak (2018), somente a ciberliteratura realizada na América Latina nos apresenta inúmeros casos em que seus produtores se envolveram em espécies de “comunidades experimentais” e colaborativas, testando procedimentos digitais desconhecidos a fim de produzir outras experiências imprevisíveis.

Similarmente, mas se restringindo à literatura digital produzida no Brasil, Luiz dos Santos (2009) também admite que muito do que foi incorporado às criações nacionais mediadas pelo computador vem retomando o trabalho das correntes poéticas experimentais de

1950 em diante, com destaque para aquelas pertencentes ao Concretismo: heranças como o esforço em investir na linguagem visual e na participação ativa do leitor, certas estratégias de escrita e as constantes tentativas de renovação da linguagem, juntamente à inovação radical da forma e técnica — que o fazem concluir que, “de fato, não se pode falar de criação digital, sem passar pela Poesia Concreta” (informação verbal)¹⁸. Mesmo que a “imprevisibilidade” comentada por Kozak e a “inovação” em questão sejam questionáveis (o que está sendo entendido como “experiências imprevisíveis” e “inovação radical”, por exemplo?), acreditamos que ambas são um bom ponto de partida para pensarmos se e por que um mero livro digitalizado, em comparação a contos e romances hipertextuais, entraria ou não em uma categoria tão heterogênea.

Falando no hipertexto, a ideia de que ele é um traço primordial das produções literárias na rede não vem à toa. Hayles nos informa que, à medida que os estudos sobre o tema foram se desenvolvendo ao longo do tempo, uma parcela marcante dos trabalhos salientou que os *links* seriam o elemento que distingue a literatura eletrônica das demais, uma vez que o recurso transformaria o percurso de leitura ao fornecer maior poder aos leitores. A inferência é logo contestada pela teórica, que a rebate ressaltando que as notas de rodapé e as referências cruzadas dos livros impressos em muito se parecem com o que é feito pela funcionalidade¹⁹, sendo utilizadas com frequência e sem influência da tecnologia computacional. Soma-se a isso o fato de que o poder de caminhar por entre *links*, à primeira vista libertador para o público, não é algo menos arbitrário que guias impressas de leitura, pois o usuário só tem permissão de navegar por páginas previamente escolhidas pelos escritores.

Nem um traço exclusivo, nem tão empoderador quanto parece, os *hyperlinks* são, na verdade, o embrião da história da literatura eletrônica estadunidense²⁰ — e uma constante nas obras que se seguiram desde então. Antes de 1995, nos primórdios da *e-lit* designados por Hayles “período clássico” ou “primeira geração”, tornou-se comum ver obras em que os *links*

¹⁸ Citação retirada da transcrição de sua palestra “A criação poético-digital no Brasil”, de 2009. Disponível em: <https://bit.ly/43C0Fvw>. Acesso em: 2 ago. 2022.

¹⁹ A associação entre paratextos editoriais impressos e a função hipertextual está longe de ser algo isolado. Tal questão também aparece no trabalho de Rui Torres (2004), por exemplo, que entende a hipertextualidade digital como tensionadora da linearidade dos textos, mas defende que “como leitores, não podemos esquecer que os livros, principalmente na sua parafernália paratextual de notas de rodapé, bibliografia, epígrafes, etc (...), também usam a tecnologia da hiperligação” (Torres, 2004, p. 7).

²⁰ Isso não valeria para o modelo europeu, por exemplo, onde o modelo hegemônico não é o hipertexto, mas as obras de animação e os geradores de textos automáticos (Bootz, 2001 *apud* Hayles, 2009, p. 33).

apareciam como característica principal, o que as fez ser conhecidas por "ficções de hipertexto" ou "ficções em rede" (Hayles, 2009, p. 24). Foi depois daquele ano, no "período contemporâneo/pós-moderno" ou "segunda geração", que, para a teórica, proliferaram uma variedade maior de subgêneros, como obras literárias jogáveis (com inspirações do universo dos *games* e animações) e narrativas locativas imersivas (que usufruem dos dispositivos móveis em locais geográficos específicos), "trabalhos artísticos criativos que interrogam os contextos, as histórias e as produções de literatura, incluindo também a arte verbal da literatura propriamente dita" (Hayles, 2009, p. 22). Se vista à parte, é válido comentar que a poesia também não escapou a esse dinamismo, com destaque para os ciberpoemas²¹ em *flash*, marcados pela progressão de telas sequenciais sem intervenção do internauta.

A poesia eletrônica vem carregada de elementos visuais, sonoros e, também, textuais. Ela é animada, intimando o leitor a segui-la; pode conter apelo musical para envolver o leitor também por meio das notas musicais; pode ser interativa, exigindo a participação do leitor; pode ter ou não apelo verbal, fazendo com que o leitor atreva-se a buscar significados; pode ser progressiva, deixando o leitor na expectativa do seu ponto culminante ou do seu desfecho. O poeta ao incluir efeitos em seus poemas faz um jogo com o leitor, exigindo deste uma liberação da sua capacidade criadora, uma ampliação da criatividade para que ele possa explorar significados e perceber conteúdos imprevisíveis no poema. (Neitzel; Bridon, 2012, p. 122)

Sendo assim, a despeito do intervalo temporal que separa as literaturas eletrônicas da *instapoesia*, há muito dessa etapa inicial de produções online que nos atrai quando refletimos acerca da história do literário e o digital. Do realizado por autores e leitores há algumas décadas, podemos citar uma gama de aspectos que, em gênese naquele contexto, também recaem sobre a poesia escrita nas mídias sociais anos depois: a exploração conjunta de diferentes recursos, as novas lógicas de acesso e fruição das obras e as relações temporais distintas entre o fazer poético e a recepção impressa. Já das discussões teóricas sobre o tema, é igualmente estimulante notar o esforço dos autores em conceber as primeiras definições para a literatura na Web, a busca por suas especificidades e o que parece ser o grande "chamado" de pesquisadores como Hayles: reconhecer as inovações da ciberliteratura sem creditar a ela o único futuro da arte das palavras, evitando, por fim, que a tradição impressa que nos guiou até aqui se torne barreira diante do novo.

²¹ Assim como as diversas denominações relativas à literatura nos meios digitais, a poesia eletrônica também ganhou muitos nomes desde o seu surgimento. "Computer poetry", "tecnopoesia" e "poesia informacional" são alguns exemplos (Antonio, 2007, p. 17).

4.1.2. Em meio à poesia viral, a *instapoesia*

Como vimos anteriormente, tão logo os ambientes digitais se mostraram propícios para certas formas de sociabilidade, novas experimentações poéticas começaram a emergir da união entre autores, ferramentas de programação e sites diversos. No entanto, foi só mais para frente, a partir da expansão de redes sociais como o Facebook, Tumblr e Twitter, que começou-se a falar sobre aquela que talvez seja a faceta mais popular do fazer poético na Web: a “poesia viral”, um fenômeno cuja disseminação, tal qual indicado pela própria terminologia, tem ocorrido em larga velocidade via fóruns, blogs e mídias digitais. Isso porque, no contexto que faz desses espaços ditadores de hábitos e tendências, teóricos do campo como Prado (2016), Rocha (2016), Donato e Almeida (2017) vêm se atentando não apenas à articulação de diferentes mídias durante a criação poética online, mas às práticas de circulação de poesia na internet, o alcance imediato proporcionado pelas redes e a colaboração horizontal entre poetas e seus públicos.

Mas por que a classificação “viral” para essas dinâmicas poéticas, se, pelo menos em sua origem, a palavra era associada ao universo dos conteúdos cômicos e memes? De fato, trata-se de uma dúvida válida se pensarmos que a popularização do termo se deu por volta de 2005, quando vídeos humorísticos e inusitados se espalhavam com rapidez pela plataforma Youtube. A questão é que, junto da ampla difusão digital de materiais como *gifs*, notícias, reportagens e fotografias nos anos seguintes, o vocábulo foi passando a englobar qualquer tipo de publicação, escrita ou não, que cai no gosto do público e se propaga como uma febre (Pavan, 2018, p. 22). Por remeter à facilidade de compartilhamento permitida pelos artefatos online, é possível dizer, inclusive, que a “lógica” da viralização guarda vínculo estreito com a própria história dos espaços digitais, que dependem do fluxo contínuo de *posts* e de sua adesão (curtidas, reações, *reblogs*) para se firmarem como grandes canais de troca de mensagens entre os usuários.

Olhando para as *fanpages* de poesia viral através das páginas “Eu Me Chamo Antônio”²² e “Um Milhão”²³, Prado (2016) foi capaz de identificar, no Facebook, alguns elementos curiosos sobre o fazer poético pensado para viralizar. Na confluência entre escolhas estéticas autorais e *netiquetas* exigidas pela plataforma, ele observou a recorrência de textos mais curtos e concisos, a colaboração do público por meio dos comentários, o apelo visual das postagens e identidades visuais que se valem de certo “ar de nostalgia”, com pedaços de papel

²² Disponível em: <https://www.facebook.com/eumechamoantonio>. Acesso em: 31 jul. 2022.

²³ Disponível em: <https://www.facebook.com/MilhaoPoesia>. Acesso em: 31 jul. 2022.

escritos e digitalizados, poemas em imagens de máquinas de escrever e fontes que reproduzem a escrita desse suporte. Dadas tais características, para o autor, a poesia realizada na Web revela uma face importante da literatura contemporânea, que instiga por se aproximar do descartável e abala a suposta ideia de que o gênero poético deve ser algo distante. Sua recomendação, nesse sentido, é que pesquisadores de literatura abandonem seus receios e preciosismos rumo a um universo que demanda por novas abordagens.

A despeito de suas implicações para a discussão dos rumos da lírica na contemporaneidade e mesmo em um futuro próximo, produções como as destacadas até o momento com muita frequência não gozam de consideração e atenção na medida em que seria necessário para que fossem esmiuçadas e devidamente analisadas. Os motivos para semelhante quadro podem se desdobrar em várias frentes, mas todos convergem para a questão do valor e da legitimação. Seriam as produções elencadas “dignas” de figurar no rol da literatura? Seriam demonstrações do engenho humano capazes de se elevar à condição de obras de arte? (Prado, 2016, p. 31)

Ao seguirem o indicado pelo teórico, Moura *et al.* (2018) chegaram a propor o estudo da poesia viral em sala de aula como modo de aproximar ainda mais os estudantes da nova modalidade poética. Além dos elementos previamente mencionados por Prado, os pesquisadores perceberam algo comum no discurso dos materiais das páginas de Facebook “Eu Me Chamo Antônio” e “Onde Jazz Meu Coração”²⁴, possivelmente uma marca temática desse tipo de literatura: o forte engajamento de classe, com aparição frequente dos eus-líricos feminino e homossexual e “obras que retratam os desafios enfrentados pela classe feminina, por aqueles que integram o movimento LGBT ou pelos grupos étnicorraciais” (Moura *et al.*, 2018, p. 3). Concordando com os autores, não é difícil enxergar o que há por trás dessa diversidade temática: as urgências políticas do nosso tempo, a efervescência dos movimentos identitários nas mídias digitais e a mesma oportunidade de divulgação do próprio trabalho que originou fenômenos como a *twitteratura* (nome dado à literatura produzida no Twitter), as *fanfictions* (ficções criadas por fãs) e, a partir do Instagram, uma espécie de subcategoria da poesia viral. Sim, estamos falando da *instapoesia*.

De antemão, vale comentar que, quanto mais percorremos os rumos da poesia pelo Instagram, mais nos damos conta de que apreender intelectualmente fenômenos literários contemporâneos também é, em certa medida, encarar as incertezas de terrenos por vezes imprecisos. No caso da *instapoesia*, por exemplo, embora um campo de estudos embrionário acerca do movimento venha se constituindo de modo interdisciplinar, nem mesmo sua origem é um consenso para os pesquisadores: sendo uma prática poética mediada pela plataforma de fotos de vídeos, que surge em 2010, infere-se que sua emergência remonta à última década,

²⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/ondejazzmeucoracao>. Acesso em: 31 jul. 2022.

apesar da incompreensão a respeito dos usos iniciais e a popularização do vocábulo. De toda forma, “apesar de não se saber ao certo onde e quando o termo surgiu, ele começou a ganhar mais força com o sucesso no Instagram da poeta nascida na Índia e radicada no Canadá, Rupi Kaur” (Ferreira da Silva, 2020, p. 19), sua expoente de maior proeminência, seja online ou fora das redes.

Kaur, que acumula cerca de 4,5 milhões de seguidores na plataforma em 2022, evidentemente cooperou para que os *instapoemas* logo se convertessem numa febre entre os internautas, ao lado de artistas de grande projeção mundial como Lang Leav e Nikita Gill. No entanto, tal qual demonstram Oliveira e Fazano (2020), esses não são os únicos exemplos bem-sucedidos da união entre poetas e o Instagram, uma vez que o movimento é reflexo de toda uma geração de autores que têm, dentro da globalização cultural, se valido das potencialidades da mídia digital para se lançarem como poetas. Mais do que uma forma de mera divulgação, portanto, a própria rede social assumiria o papel de meio de trabalho, permitindo a exploração de certos recursos que, por sua vez, resultam em variações literárias para consumo via *smartphone*: versos curtos e poemas de linguagem simples, mesclados a elementos gráficos como imagens e ilustrações. O minimalismo com o qual os textos são produzidos e o uso frequente da linguagem não verbal, assim, acabam permitindo um alcance muito maior entre seus seguidores.

Diferentemente da expressão “poesia viral”, que pouco aludia aos variados suportes por englobar toda produção online de consumo rápido, um ponto curioso sobre a ascensão da poesia produzida no Instagram talvez seja o fato de que essa parece ter sido a única a recair sobre as próprias nomenclaturas que designam o fazer poético, com o *instapoesia* (do inglês *instapoetry*, junção das palavras *instant* e *poetry*) se referindo à dinâmica coletiva de “apropriação de aspectos ‘positivos’ das tecnologias digitais” (Lima, 2021, p. 25) por parte dos escritores. Os poemas, seguindo o mesmo raciocínio, aqui se transformaram em *instapoemas*, baseados “na simplicidade, na pouca sofisticação e na liberdade de expressão, dado que esta arquitetura reflete no público multiforme que acompanha diariamente as publicações nos *feeds*” (Oliveira; Fazano, 2020, p. 21). Já a figura do poeta deu lugar ao *instapoeta*, que, em meio a *selfies* diárias e vídeos dos bastidores, interage com a audiência enquanto posta com certa constância. Diante do uso frequente dos neologismos, aquilo que começou como jargão para categorizar e sugerir diferenças entre “poetas de internet” e a

literatura fora dela logo se converteu em um gênero à parte nas livrarias²⁵, formalizado pela seção “*instapoesia*”.

Apesar de o discurso da diferença muitas vezes servir para a manutenção de certos juízos de valor, como aqueles que reduzem o que acontece no Instagram a fórmulas destituídas de profundidade, é indiscutível que fenômenos como o *instapoético* têm alterado a forma como os autores vivenciam os processos de autoria, publicação e relacionamento em torno da poesia. Sem superdimensionar as vantagens da mídia social diante dos limites do impresso, parece óbvio dizer que a facilidade do acesso à internet por certa parcela da população possibilita que um número maior de internautas se convertam em poetas, sujeitos que, no mercado editorial, necessitariam de agentes para inserção no circuito das grandes editoras (não raramente despreocupadas com a diversidade e equidade de gênero) ou no mínimo alguma verba para custear exemplares autopublicados, e talvez nem assim fossem de fato lidas, vide o insucesso comercial que ronda historicamente o gênero poético. Logo, não nos estranha que pesquisadores façam questão de sublinhar como, nos últimos dez anos, algumas grandes estrelas da literatura mediada pelas redes sociais vêm sendo justo mulheres não-brancas jovens, que colhem os frutos do investimento na *instapoesia* como caminho alternativo de publicação (Ailes, 2020 *apud* Smit, 2020, p. 8) e afetam a constituição de seus públicos.

Enquanto o Instagram está sendo usado ativamente para tornar a poesia uma experiência mais diversificada, os poetas também estão usando a plataforma para tornar a forma de arte mais acessível. Embora a ideia de que a poesia é para a “elite” tenha diminuído ao longo dos anos, ainda persiste a crença de que a poesia é para ser consumida e/ou compreendida por um determinado público. Mais do que isso, a poesia não foi historicamente escrita para um público de mulheres jovens. Com o aumento do uso da mídia social, combinado com a ascensão da *instapoesia* como um movimento, a poesia “acessível” significa que qualquer pessoa — independentemente de raça, renda, status, localização global ou educação — é capaz de interagir com a poesia. (Salsbery, 2021, p. 43-44, tradução nossa²⁶)

Na continuidade desse pensamento, se a poesia sempre pressupôs um estado interrelacional, espaços como o Instagram podem ser vistos enquanto catalisadores de

²⁵ A *Barnes & Noble*, maior livraria dos Estados Unidos, é apenas uma das companhias com seção especial para esse tipo de publicação na loja online. Em dezembro de 2022, uma breve pesquisa na categoria “*Instapoetry*” revela 115 títulos. Disponível em: <https://bit.ly/3Wre6M5>. Acesso em: 19 dez. 2022.

²⁶ Do original: “While Instagram is actively being used to make poetry a more diverse experience poets are also using the platform to make the art form more widely accessible. Although the idea that poetry is meant for the “elite” has decreased over the years, there still persists a belief that poetry is meant to be consumed and/or understood by a certain audience. More than this, poetry has not historically been written for an audience of young women. With the increase in social media usage, combined with the rise of Insta-poetry as a movement, “accessible” poetry means that anybody—regardless of race, income, status, global location, or education—is able to interact with poetry”.

interações menos distantes — espacial e temporalmente, com certeza — e hierárquicas que as em torno do livro. É no que crê, por exemplo, o linguista Frederique Smit (2020), dono de uma pesquisa que debate sobre o valor literário da *instapoesia* no cruzamento com os Estudos de Comunicação e Mídia. São muitos os pontos que sustentam tal argumento: o fato de que o arranjo dos elementos da rede social permite que poetas explorem sua escrita ao mesmo tempo em que leitores respondem ao conteúdo, numa espécie de “termômetro em tempo real”, a facilidade de conexões em larga escala via recursos como as *hashtags* e a oportunidade de se associar a inúmeras comunidades de amantes da poesia em poucos cliques. Em suas palavras, “porque os leitores agora podem dar *feedback* direto ao escritor em grande número, o processo de escrita e especialmente de edição mudou drasticamente em comparação com o processo de publicação tradicional. Escrever poesia tornou-se uma atividade colaborativa acessível a todos os interessados” (Smit, 2020, p. 16, tradução nossa²⁷).

A impressão otimista de que as mídias digitais vêm expandindo certas dinâmicas de autoria e publicação literária também ocupa papel central na obra de Miriam Johnson (2017), pesquisadora cuja carreira é dedicada à interseção entre escrita criativa, mercado editorial e o papel das plataformas na formação dessas comunidades. Ela argumenta que, nas últimas décadas, ambientes online como o Tumblr e Wattpad vêm fomentando um tipo de escritor bastante peculiar, marcado por novas formas de acesso à aldeia global, bem como outra intimidade com um público também mais ativo: o chamado “*citizen author*”, o que será traduzido ao longo deste trabalho como “autor cidadão”. Em sua concepção, estamos falando de “alguém que abraça as novas tecnologias digitais para produzir seus próprios trabalhos, cria novas redes, comunidades e seguidores, contornando os mecanismos de controle da indústria editorial” (Johnson, 2017, p. 3, tradução nossa²⁸). Munindo-se de ferramentas que exigem somente um dispositivo conectado à internet e um e-mail para registro do usuário, Johnson explica que o gênero mais escolhido pelos escritores é a poesia, mesmo quando o usuário não possui certo domínio ou contato prévio com o tipo de linguagem. A falta de “inclinações poéticas”, nesse sentido, não seria um problema para atrair os interessados em pílulas reflexivas para curta e compartilhamento rápidos.

Vale evidenciar que, enquanto traça uma genealogia concisa do termo, sua cunhadora chama atenção para o risco de reduzi-lo à figura do autor autopublicado que o antecede

²⁷ Do original: “because readers can now give direct feedback to the writer in great numbers, the process of writing and especially editing has drastically changed compared to the traditional publishing process. Writing poetry has become a collaborative activity which is accessible to all interested”.

²⁸ Do original: “someone who embraces the new digital technologies to produce their own works, create new networks, communities, and followers, bypassing the gate-keeping mechanisms of the publishing industry”.

historicamente, pois este, embora detivesse os direitos do próprio trabalho, muitas vezes não conseguia alterar o modo como os acordos editoriais se davam: ao publicar e vender suas próprias obras, por exemplo, chegava a subverter o sistema tradicional de publicação, embora não o bastante para contornar a lógica da indústria livreira. Já o espaço online ocupado pelos autores cidadãos, a seu ver, possibilitaria não apenas a independência diante das grandes companhias do ramo, mas a desestabilização da hierarquia tradicional de publicação, o entendimento da distinção geográfica local/global e os discursos de poder editoriais que afetam o que é considerado um livro — que, nessa mistura sem fronteiras entre exemplares impressos, *posts* de Facebook e *instapoemas*, rearranja a posição de quem escreve e quem lê em relação às editoras.

4.2. Um fazer poético... plataformizado?

Se desvencilhar do mercado dos livros, evitando acordos editoriais abusivos e a imagem de agentes que cobram por boas vendas, mas mergulhar em outro *modus operandi* de se escrever poesia, fundamentalmente pautado pela arquitetura, base de dados e interesses comerciais do Instagram. Acompanhado da democratização de acesso ao gênero e a disrupção da hierarquia das editoras, ao fazerem da mídia social um espaço voltado à publicação literária, o trabalho de poetas nas redes vem trazendo à tona uma série de discussões acerca da mediação tecnopolítica dos artefatos online durante o desenrolar poético. O próprio uso da categoria *instapoesia*, aliás, pode ser visto como fruto da necessidade de nomear seu processo de submissão à lógica dos cliques, curtidas e compartilhamentos, que, aos poucos, reorganiza as interações entre autores e leitores “a partir das materialidades, do modelo de negócios e governança e das estratégias retóricas das plataformas online” (Guerra, 2021, p. 31). Sendo assim, se faz sentido dizer que vivenciamos uma espécie de plataformização da literatura (e, conseqüentemente, da poesia), quais são as possíveis implicações desse processo na prática poética?

Para começo de conversa, responder a essa pergunta requer que compreendamos dois termos-chave nos estudos críticos em internet e cibercultura: a noção basilar de “plataforma” e sua derivada “plataformização”. Como nos mostra D’Andréa (2020), a opção pelas palavras para designar a dinâmica de certos artefatos digitais não é um preciosismo e faz parte da virada promovida pelos Estudos de Plataforma (*Platform Studies*), ramo dos Estudos de Ciência e Tecnologia²⁹ cujo intuito é buscar “uma refinada articulação entre as dimensões

²⁹ Com desenvolvimento durante os anos 1960 e 1970, os Estudos de Ciência e Tecnologia (em inglês, *Science and Technology Studies*) compõem um campo intelectual transdisciplinar com interesse na mútua afetação entre

técnicas, políticas e econômicas que constituem as populares ‘redes sociais online’ (...) e outros ambientes digitais (como os *games*, que foram os primeiros objetos de estudo dessa perspectiva)” (D’Andréa, 2020. p. 14). Como todo segmento interdisciplinar, é previsto que sejam encontradas visões distintas sobre as plataformas dentro do campo, mas, no geral, todas elas destacarão seu papel conformador de nossas práticas e a ausência de neutralidade por trás de tais espaços, que estruturam nossa comunicação de acordo com os próprios esquemas comerciais.

Não se trata de atribuir aos artefatos tecnológicos o poder de controlar as práticas contemporâneas, mas sim de reconhecer que, em suas lógicas materiais e econômicas, uma plataforma como o Facebook influi decisivamente no modo como compreendemos e gerimos nossas relações interpessoais, profissionais, com a vizinhança, etc. (D’Andréa, 2020, p. 17)

Problematizando os discursos que atrelam as plataformas de forma automática à diversidade e liberdade de expressão, Mintz (2019) observa ao menos quatro componentes que nos ajudam a perceber como a intervenção das grandes empresas se manifesta e gerencia as interações dos usuários: as políticas e termos de uso, que exigem que os sujeitos se adequem durante o ingresso ou postagem, as interfaces gráficas, que impactam diretamente o que é publicado em cada uma delas, seus recursos, que ditam o que pode ou não ser postado (no Instagram, por exemplo, não é possível publicar textos desacompanhados de imagens ou vídeos), e os algoritmos, cuja dinâmica determina a exibição dos materiais a cada internauta. Por isso a percepção do pesquisador de que, a despeito das mensagens progressistas enfocadas pelas organizações que as controlam, “seu uso conceitual deve buscar desfazer esse sentido de neutralidade e observar de que modo as plataformas mediam, ativamente, as relações que sustentam e abrigam” (Mintz, 2019, p. 103).

Cientes dessa intencionalidade muitas vezes sutil e indicando unirmos visões com vieses computacionais e mercadológicos, Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) vão sugerir uma definição holística sobre as plataformas enquanto “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 4). Desse esforço de síntese, destacamos sobretudo a atenção à influência das plataformas em nossas ações, a todo momento transformadas em metadados facilmente monitorados por nomes como Apple e Facebook, que hoje detém o Instagram. Trata-se de parte daquilo que

contextos socioculturais, práticas e métodos científicos e a construção de objetos tecnológicos. Abordagens críticas sobre a oposição natureza/cultura, a manifestação do poder no fazer científico e a interdependência entre materialidades e práticas sociais são algumas das questões frequentemente examinadas por seus expoentes.

Van Dijck (2017), em um trabalho individual anos antes, caracterizou como processo de “datificação” da realidade, que reduz comportamentos, interesses, impressões, conversas e conexões a subprodutos acessíveis a instituições terceiras.

Já o termo plataformização tem sido usado pelos mesmos pesquisadores do campo para descrever o quanto a lógica das plataformas vem se alastrando a outras esferas da vida social. Um deles é Helmond (2019), que, em um trabalho de referência sobre o assunto, reflete a respeito da “plataformização da Web” e aborda como a expansão das plataformas as tornou um “modelo econômico e infraestrutural dominante da web social” (Helmond, 2019, p. 61), consequentemente se expandindo aos demais ambientes online: blogs, aplicativos, fóruns, sites de notícias, entre outros. Da mesma maneira, uma vez que tal dependência não se esgota no digital, Nieborg e Poell (2018) alargam tal raciocínio para olhar para a produção cultural mediada pelas plataformas, em especial as maneiras a partir das quais os setores jornalístico e o de *games* têm adaptado suas dinâmicas de distribuição, monetização e relacionamento com os públicos dentro de uma conjuntura movida por grandes empresas. Na visão dos teóricos, o controle ocidental cada vez maior do Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft (os GAFAM ou “*Big Five*”) vêm trazendo uma série de novos riscos aos segmentos culturais, com “grandes implicações para a distribuição do poder econômico e cultural, bem como para a autonomia de produtores culturais e os tipos de conteúdo que esses produtores podem distribuir por meio das plataformas” (Nieborg; Poell, 2018, p. 8, tradução nossa³⁰).

Na história do Youtube, a controvérsia que se acostumou a chamar de *Adpocalypse*³¹ é um bom episódio para exemplificar como, não apenas em situações extremas, a política das plataformas age de modo coercitivo diante do trabalho de criadores de conteúdo. Tudo teve início em 2017, quando um coro formado pela imprensa, consumidores finais e anunciantes começou a apontar a existência (e, de certa forma, incentivo por parte do site) de vídeos relacionados a discursos misóginos, racistas e anti-LGBTQ+, em meio a inúmeros materiais problemáticos. Com o destaque do caso, que logo ganhou os holofotes da mídia, mais de 250 marcas romperam ou ameaçaram deixar de anunciar no Youtube, algo que o obrigou a fazer mudanças drásticas em sua política de governança: a partir dali, por exemplo, as empresas poderiam escolher as categorias de conteúdo às quais gostariam de veicular propagandas, bem como assuntos considerados “sensíveis ou controversos” seriam desmonetizados pelo site.

³⁰ Do original: “major implications for the distribution of economic and cultural power, as well as for the autonomy of cultural producers and the kinds of content these producers can distribute through platforms.”

³¹ Jogo de palavras a partir de *advertising* (publicidade) e *apocalypse* (apocalipse).

Desde então, porém, a plataforma tem sido regularmente acusada de desmonetização automatizada em vídeos que contenham palavras-chave relativas à comunidade LGBTQ+, como “gay” e “lésbica”, ocasionando instabilidade financeira a *youtubers* com trabalhos muitas vezes precarizados.

Dessa vez envolvendo uma poeta e o Instagram, outro conflito que expôs os mecanismos de censura das plataformas ocorreu em 2015, quando Rupri Kaur decidiu usar a mídia social para compartilhar seu projeto fotográfico “*Period*”, um conjunto de imagens retratando a si mesma menstruada. Na época, bastou postar as fotos com alusão a manchas menstruais para a iniciativa ser automaticamente removida do Instagram, tanto na primeira quanto na segunda tentativa de publicá-la. Depois de expôr a situação, o incidente ganhou proporção mundial e gerou várias discussões sobre os motivos por trás do banimento, visto que as normas da comunidade referenciam apenas conteúdos com nudez explícita ou tidos como excessivamente violentos. Ativistas e coletivos feministas, em defesa da artista, se pronunciaram naquele ano afirmando que essa seria mais uma prova de que as plataformas digitais reproduzem lógicas patriarcais e subentendem que os usuários não se sintam confortáveis em visualizar o corpo real de uma mulher. Sem desprezar os problemas históricos do Instagram com corpos femininos, o que mais nos interessa é, na chave das controvérsias entre produtores e plataformas, ver o quão complicado pode se tornar o uso das redes sociais como meio de trabalho quando quaisquer conteúdos fora dos termos são penalizados.

Se nem sempre a ação das plataformas é relatada pelos criadores, talvez seja porque, como discutem Van Driel e Dumitrica (2020), a evolução da produção de conteúdo online é também uma história sobre a romantização desta atividade, que anda junto de sua precarização. Segundo as autoras, enquanto se submetem à força disciplinar exercida pelas plataformas, é comum que os poucos influenciadores digitais (e, porque não, outras profissões) bem-sucedidos sustentem os mitos de democratização e autonomia na internet ao dizerem que basta “seguir o próprio coração” para fazer dar certo, ignorando o peso do direcionamento algorítmico no sucesso na Web. Tem-se, como resultado, a manutenção de discursos que associam produzir ao prazer e não ao trabalho, visto que esses sujeitos “parecem gostar, até mesmo amar o que estão fazendo e estão dispostos a dedicar longas horas a isso sem remuneração” (Ritzer; Jurgenson, 2010 *apud* Van Driel; Dumitrica, 2020, p. 2, tradução nossa³²), algo que incentiva os seguidores a investirem tempo e dinheiro nas

³² Do original: “seem to enjoy, even love what they are doing and are willing to devote long hours to it for no pay”.

plataformas sem qualquer retorno. O que a falácia esconde, segundo as teóricas, é o fato de que a profissionalização dos produtores pode incluir a perda de potencial criativo e a adequação a sistemas que classificam postagens com base exclusiva em funcionalidades como *likes* e *retweets*.

Por falar no caráter regulador dessas funcionalidades, para que *instapoemas* ganhem vida, é possível se questionar se a experiência de pessoas que utilizam o Instagram para escrever — o espaço é voltado ao audiovisual e não privilegia materiais escritos — costuma envolver desafios, tais quais boicotes frequentes por parte da plataforma (prejuízos no alcance dos *posts*, por exemplo), homogeneização artística ou limitações diante dos usos projetados pela mídia social. Tendo em vista que banimentos como o de Rupi não parecem exceção e que *instapoetas* estão longe de escapar ao controle das plataformas, vale adicionar mais camadas de sentido à nossa curiosidade científica (“como se escreve e se lê poesia no Instagram?”) e ir um pouco além: a que funcionalidades Rupi, Amanda, Igor e Atticus habitualmente recorrem durante seu fazer poético? Existem embates entre as intenções dos escritores e as da plataforma, ou melhor, entre as ações previstas e aquelas que de fato se manifestam nesse entremeio? Em suma, em que medida fazer poesia no Instagram o interroga ou vai ao encontro da sua proposta original? Para conseguir responder perguntas como essas ao longo da pesquisa, nos aprofundaremos na história, objetivos e funcionamento do Instagram no tópico subsequente. Logo depois, convocaremos o conceito de *affordance* no intuito de focalizar tanto as possibilidades e restrições oferecidas por ele quanto os significados que os usuários, quem de fato nos interessa, atribuem aos recursos com que interagem.

4.2.1. O Instagram

Fruto da parceria de um brasileiro e um norte-americano, o Instagram foi oficialmente lançado por Mike Krieger e Kevin Systrom no dia 6 de outubro de 2010. A parceria, que no início daquele ano já havia originado o aplicativo Burbn, à época girava em torno de sua repaginação: a partir de exigências dos financiadores do projeto, ambos os engenheiros de *software* foram recomendados a transformar o que antes era uma ferramenta para postar fotografias, publicar planos e fazer *check-in* (algo parecido com o Foursquare) em um *app* para *smartphones*, mais simples e navegável. Ao acatarem o pedido, seus criadores decidiram adaptá-lo para uma plataforma de compartilhamento de fotos, adicionaram a possibilidade de aplicar filtros digitais no estilo Polaroid e rebatizaram a criação com o nome que conhecemos hoje, disponibilizando-a em seguida na loja Apple Store. O lançamento foi estrondoso e levou

o Instagram ao topo da lista dos mais baixados para iOS em menos de 24 horas, já dando indícios de que ele seria uma das redes sociais com maior número de usuários do planeta na década seguinte.

Como é esperado que aconteça, no início, tratava-se de um *app* muito distinto de sua proposta em 2022 e 2023, período em que essa dissertação vem sendo produzida. Isso porque, durante seus dois primeiros anos de funcionamento, sua distribuição ficou restrita a sistemas operacionais móveis da Apple. Já quando olhamos para seus recursos, pouco podia ser explorado pelos adeptos: as fotografias, tiradas ou enviadas da galeria, precisavam vir no formato quadrado, o que obrigava os usuários a cortarem seus conteúdos se quisessem publicá-los. Os filtros *vintage* nativos, que podiam ser aplicados às imagens e se tornaram sua marca registrada, eram a única opção para “embelezar” os materiais e estavam restritos a quatro opções: Amaro, Rise, Hudson e Valencia. De resto, um espaço para legendas, a possibilidade de editar o próprio perfil e a de curtir, comentar os materiais e seguir outras contas para um acompanhamento mais frequente.

Foi durante 2012, quando o Instagram começou a se tornar uma febre entre os internautas, que as primeiras grandes mudanças estruturais ocorreram. Ao longo de abril, uma versão foi disponibilizada para Android, o sistema operacional do Google. No mesmo mês, a plataforma se tornou um serviço do grupo Facebook por cerca de um bilhão de dólares³³ e, nos anos a partir da compra, uma série de novos ícones, ferramentas e formatos (e, com eles, novas possibilidades de uso) surgiram gradualmente: uma versão para Web, desvinculando sua relação com os aparelhos móveis, *posts* em formato paisagem ou retrato, *boomerang* (transformação de imagens em mini vídeos), o *Instagram Direct*³⁴, permissão para os usuários postarem vídeos e, junto dela, também os importarem da galeria do próprio dispositivo. É importante salientar, de toda forma, que os conteúdos audiovisuais não poderiam se estender para além dos 15 segundos indicados pela rede social, limite que se ampliou para um minuto após 2015.

A nosso ver, uma das atualizações mais consideráveis da história do *app* veio com o surgimento do recurso *Story*, em 2016, em meio à disputa acirrada com o concorrente SnapChat. De modo geral, podemos dizer que *stories* consistem em postagens via foto ou vídeo disponíveis apenas por 24 horas, que ainda podem ser editadas antes da publicação com

³³ Disponível em: <https://bit.ly/3jl8i7O>. Acesso em: 2 ago. 2022.

³⁴ Enviar e receber mensagens privadas de amigos e desconhecidos, compartilhar publicações e criar grupos são algumas das funções do *Direct*, que facilita a comunicação entre os usuários.

gifs, textos, *hashtags*, *emojis*, adesivos, montagens e filtros diversos. Em atualização contínua desde seu surgimento, de tempos em tempos, a plataforma vem assimilando novos componentes à funcionalidade, como foi o caso dos *stickers* de enquete (no qual os usuários podem adicionar dois tipos de enquete para que os demais respondam), perguntas e respostas (com campo aberto para que outras pessoas escrevam o que quiserem) e as *Instagram Lives*, iniciativa que dá aos adeptos a opção de transmitir vídeos ao vivo, inclusive dividindo a tela com outros perfis numa espécie de entrevista/videoconferência³⁵. Atualmente, *stories* também podem ser curtidos, respondidos, ganhar reações dos seguidores e ser divididos entre materiais públicos e limitados aos “melhores amigos” de seu criador — recurso de privacidade em que os conteúdos aparecem apenas para usuários próximos.

Pensando na essência dos *Instagram Stories*, desde 2018, uma novidade que tem abalado a efemeridade dos conteúdos do tipo são os chamados Destaques, que aumentam sua vida útil ao permitirem a fixação permanente dos arquivos logo abaixo da biografia do usuário. Para utilizá-los, isso é tudo o que os internautas precisam fazer: ir até o próprio perfil após ter publicado um *story*, clicar em “novo destaque dos *stories*” e escolher os materiais que desejam guardar no espaço, os nomeando depois. Em seus quatro anos de atividade, é curioso perceber como o que inicialmente era uma forma de tornar as postagens temporárias ativas por mais tempo foi sendo apropriado como elemento de divulgação estratégico por produtores e marcas: nas contas de bares e restaurantes, os destaques costumam ser usados para fixar detalhes do cardápio, enquanto quem ministra cursos geralmente os utiliza para destacar comentários e *feedbacks* de alunos. Já uma rápida passada por perfis de *instapoetas* revela que, nas mãos dos autores, há quem o utilize como vitrine de livros publicados, produtos inspirados em suas obras e compilados de registros de sessões de lançamento.

Disponível de 2018 até o momento, o IGTV também pode ser visto como mais um investimento do Instagram no consumo de vídeos digitais, que são responsáveis por grande parcela do tráfego móvel na plataforma. Resumidamente, trata-se de um recurso para publicação de vídeos verticais que se destaca pela extensão e qualidade, tendo em vista que é possível subir materiais audiovisuais em resolução 4K de até dez minutos (no caso dos usuários comuns) ou uma hora (usuários verificados), formato ideal para videoclipes, tutoriais e curta-metragens. Uma curiosidade é o fato de que, em sua gênese, a ferramenta pensada para competir com sites como o Youtube funcionava tanto via interface do Instagram quanto

³⁵ Nesse caso, uma vez terminada a *live*, seus criadores contam com duas alternativas: divulgá-la nos *stories* ou descartá-la para sempre.

em um *app* à parte, mas o “aplicativo-irmão” foi descontinuado pela empresa em março de 2022 para concentrar esforços na rede social principal.

Ora, se os *stories* são concorrentes diretos do Snapchat e o IGTV uma versão alternativa para o Youtube, não parece incorreto afirmar que os *Reels*, apresentados aos usuários em 2020, foram desenvolvidos em oposição aos *apps* de vídeos curtos Kwai e TikTok. Com o lançamento, que chegou ao lado do *Instagram Shop*³⁶, a comunidade do Instagram é capaz de exportar, gravar e editar vídeos de até 30 segundos, adicionando músicas, narração em *voice-over*, efeitos e textos ao material. Graças à sua extensão, é comum que tal espaço seja alimentado por *trends* virais como dublagens da moda, coreografias populares e desafios que caem na graça dos internautas. Quanto às formas de divulgação, aqueles que possuem perfis públicos podem compartilhar os conteúdos na aba Explorar, o que os permite ter seus materiais encontrados por centenas de outras pessoas, ao passo que perfis privados possuem o vídeo restrito ao próprio *feed* caso assim desejem. Nesse sentido, o único porém diz respeito aos *reels* postados no espaço *stories*: optando pela modalidade em questão, o conteúdo, seja em contas privadas ou públicas, não é exibido nem no Explorar, nem no próprio perfil depois de 24 horas.

Ao trazermos as funcionalidades citadas acima, nosso objetivo foi tentar reconstruir e comentar a história da rede social com base nos usos inscritos pelo Instagram em seus próprios recursos. Vimos, nesse sentido, que parte de suas atualizações são consequência do direcionamento de foco da mídia digital, respostas para a concorrência de mercado e incentivo para a produção de certos tipos de conteúdo em detrimento de outros (é o caso da assimilação, ano após ano, dos materiais em vídeo). De todo modo, como atestam os estudos do campo, olhar para os artefatos digitais isoladamente nunca é o bastante para compreender como diferentes públicos interagem com uma plataforma, já que, no dia a dia, as intenções originais da marca e suas inúmeras outras possibilidades de uso por vezes se desencontram. Sendo assim, para finalmente analisarmos as apropriações tecnológicas realizadas por poetas quando em união com o Instagram, cabe a explanação sobre o conceito de *affordance*, feita na próxima seção.

³⁶ Desde 2020, o Instagram parece estar decidido a transformar a plataforma em um espaço cada vez mais interessante para marcas e lojas. Isso porque, de lá para cá, o chamado *Instagram Shop* tem reunido diferentes produtos em uma aba exclusiva para compras na rede social. Os itens são personalizados e variam de acordo com a navegação de cada usuário.

4.2.2. Do que falamos quando falamos de *affordance*

Enquanto estudo que se dispõe a enveredar pelas discussões sobre as *affordances*, reconhecemos que, por trás da aparente estabilidade de seu conceito, há um universo conceitual heterogêneo que muito se modificou durante o tempo. O próprio percurso científico do termo, por vezes distante de sua forte assimilação no campo tecnológico, vem demonstrando seus diversos usos possíveis: para Gibson (1986), responsável por cunhar o neologismo³⁷ no contexto da Psicologia Ecológica, a ideia geral era evidenciar a indissociabilidade entre agentes e ambientes, demonstrando que tanto as características dos objetos/meios quanto as percepções dos seres vivos seriam fundamentais para determinar as formas com que algo é manipulado. Anos mais tarde, no pensamento de Norman (1990), a palavra acabou ganhando novos sentidos ao ser deslocada para a área do design de dispositivos, com preocupações específicas sobre como “certos objetos poderiam ser projetados para encorajar ou restringir ações específicas” (Norman, 1990 *apud* Bucher; Helmond, 2018, p. 6, tradução nossa³⁸). Já em sua retomada por sociólogos e teóricos da Comunicação, o foco vem sendo, de um lado, os impactos da internet em nossas práticas sociais e, de outro, a construção social da própria tecnologia. Mas essas são apenas algumas das áreas que têm tomado a noção de *affordance* para si.

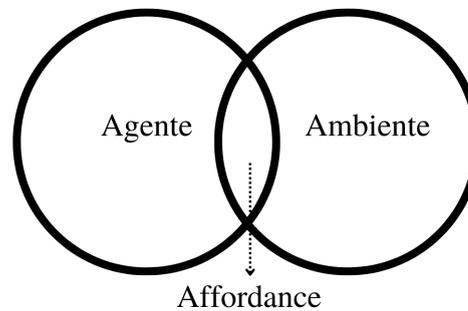
Longe da pretensão de abordar cada uma delas a seguir, um exercício mais produtivo talvez seja mapear aquilo que de fato nos interessa neste trabalho: os pontos comuns e as contribuições particulares de algumas dessas abordagens, que certamente nos ajudam a compreender a relação entre poetas digitais e plataformas online. Em várias das linhas de pensamento com que tivemos contato até agora, por exemplo, parece haver um consenso sobre o raciocínio de que, durante a interação com a materialidade das coisas, indivíduos e ambiente se afetam mutuamente — os objetos trazendo, em suas características ou formatos físicos, “pistas” de ações intuitivas e possíveis de serem realizadas, os sujeitos as explorando ou tensionando essas supostas finalidades convencionais ao perceberem outras possibilidades ali. Em outras palavras, o fato de uma faca ser usada para cortar alimentos não significa que o utensílio não possa ser utilizado como arma por alguém durante uma briga, desde que esse potencial de ação seja percebido pelo sujeito. O mesmo vale para uma mesa que, a depender

³⁷ *Affordance* não é uma palavra que consta nos dicionários de língua inglesa: trata-se de um substantivo proposto por James Gibson a partir do verbo *to afford*, algo como proporcionar, permitir, tornar possível.

³⁸ Do original: “How certain objects could be designed to encourage or constrain specific actions”.

do tamanho de quem a observa, permite que essa pessoa se esconda sob o móvel em um momento de fuga.

Figura 1: Noção de *affordance* em esquema visual



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Na transposição das discussões sobre *affordances* para o contexto dos Estudos de Plataforma, pode-se dizer que tal ideia-base se mantém, ao passo que ganham destaque as dinâmicas entre usuários e artefatos digitais, seus embates e a dimensão política do termo, tematizada com mais afínco por seus pesquisadores. Isso porque, como afirma D'Andréa (2020), mesmo diante dos usos prescritos por espaços como o Facebook ou Instagram, “as *affordances* não estão definidas de antemão nem pelas especificidades materiais dos artefatos nem pelos modos como os artefatos são usados. As *affordances* se constituem nas relações estabelecidas entre um usuário e as materialidades disponíveis” (D'Andréa, 2020, p. 47), relações estas que não raro vão de encontro ao intuito da própria plataforma. O termo, nesse sentido, vem sendo fundamental para pensar como o modelo de negócio das mídias sociais se materializa em determinados atributos e funcionalidades, bem como as preferências e escolhas cotidianas de seus diversos públicos. Como se dá, por exemplo, a escrita de poesia numa rede que tem a publicação de fotos e de vídeos como referência?

Olhando para o fenômeno em questão, talvez a maior contribuição para responder a nossos questionamentos venha dos trabalhos de teóricos como McVeigh-Schultz e Baym (2015), cuja noção de “*affordance* vernacular” evidencia justamente as maneiras com que as pessoas compreendem, dão sentido e se apropriam dos recursos das plataformas digitais. De acordo com os pesquisadores, historicamente, a maior parte dos estudos sobre o tema acabou evidenciando as capacidades da infraestrutura em detrimento de sua relacionalidade, embora tenham se esforçado para se localizar entre as práticas dos sujeitos e os comportamentos predeterminados pela tecnologia. É para evitar esse foco isolado nas plataformas, então, que McVeigh-Schultz e Baym se propõem a fazer outra série de questões, mais direcionadas à

ação dos usuários. Como as próprias pessoas identificam as *affordances* no dia a dia? De que formas elas interagem e entendem as estruturas materiais dos artefatos digitais?

Trata-se, aqui, de um pensamento ancorado em três premissas essenciais: a de que as *affordances* são compreendidas no curso das práticas de quem as experimenta, o entendimento de que essas mesmas *affordances* não são vivenciadas de forma isolada, mas sob camadas, conjuntamente com outras ferramentas e suas ações potenciais, e, por fim, o fato de, ao explicarem as *affordances*, os usuários muitas vezes as reconhecerem como fruto de escolhas pessoais ou consequência de restrições da plataforma (McVeigh-Schultz; Baym, 2015, p. 2). Logo, por estarem em consonância com os objetivos implícitos em nossa busca, cremos que os pressupostos acima certamente nos ajudarão a tornar os aspectos discutidos adiante mais palpáveis: mesmo ao centrarmos nosso olhar para o Instagram durante a análise seguinte, também não desejamos cometer o erro da ênfase reservada à mídia social, limitando as ações dos sujeitos ao que ela sugere ou deixa de sugerir. Afinal, se é inegável que as intenções de seus criadores, uma vez materializadas em atributos da ferramenta, indicam e restringem certos modos de uso, isso não quer dizer que quem a utiliza não tensione e amplie seus potenciais — a nova geração de *instapoetas* e seus leitores é um bom exemplo disso.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Sendo uma pesquisa atenta às marcas do fazer poético e seu compartilhamento no Instagram, buscamos, ao longo dos últimos capítulos, mostrar o quão complexos podem se tornar certos fenômenos literários contemporâneos se não ignorarmos os diversos fatores — editoriais, socioculturais, tecnológicos — que os atravessam e os constituem. Para nós, sobretudo por influência do próprio campo comunicacional, refletir sobre as relações que emergem em torno da *instapoesia* sempre pareceu exigir mais que o olhar científico restrito à estrutura formal do *instapoema*: falar sobre o que autores e leitores realizam na rede social holisticamente é, ao mesmo tempo, discutir a expansão literária que caracteriza o nosso contexto, o que faz de algo poesia, como poetas e públicos interagem em diferentes materialidades, a efervescência de produções poéticas dentro da Web 2.0 e em que medida a agência das plataformas, esse terceiro importante ator, incide sobre o que é mediado por elas.

Nesse sentido, partirmos de um conjunto conceitual formado por ideias como textualidade (Costa Val, 1991; Leal, 2018), mídia literatura (Gumbrecht, 1998), plataforma cultural (Nieborg; Poell, 2018) e *affordances* (Gibson, 1986; Norman, 1990; D’Andréa, 2020; Mcveigh-Schultz; Baym, 2015) foi de suma importância não só em termos de revisão bibliográfica, mas para operação prática durante nossas incursões e análises, que, ao lado de boas teorias, também não prescindem de certo rigor metodológico. Portanto, complementando o detalhamento do percurso do trabalho e cientes de que “a construção metodológica de uma pesquisa ultrapassa qualquer receita ou fórmula” (Da Silva, 2016, p. 100), o capítulo que se segue pretende apresentar todos os detalhes da metodologia utilizada para pesquisar no Instagram: a abordagem e método escolhidos para guiar nossa imersão, nosso recorte empírico inicial, o que se alterou conforme a passagem do tempo e os motivos por trás de tais mudanças. Além disso, comentaremos os desafios para coletar publicações dentro da plataforma, as saídas que encontramos e os procedimentos e parâmetros que orientarão o exame dos materiais coletados.

5.1. Netnografia como perspectiva de pesquisa

Tão logo começamos a rascunhar os primeiros esboços para este projeto, o que aconteceu por volta do começo de 2021, algo começou a ficar cada vez mais claro para nós: o fato de que, entre as inúmeras abordagens teórico-metodológicas para dar conta de emergências como a *instapoesia*, talvez as que mais fizessem sentido para o que parecíamos desejar fossem as perspectivas netnográficas (Montardo; Jung Rocha, 2005). Isso porque,

mesmo com pouco conhecimento e contato prévio com sua aplicação, nossos gestos iniciais já vinham ansiando por um método que propusesse, como condição de existência para o fazer científico, a colocação do próprio corpo em campo, o engajamento enquanto espaço de conhecimento e a descrição minuciosa do que se observa, com técnicas voltadas sobretudo à participação intelectual ativa. Ademais, essa também parecia uma forma de reforçarmos nossa filiação às linhas que não deixam a experiência do investigador de lado e evidenciam a impossibilidade de se separar pesquisa e pesquisador, uma vez que este, “como sujeito do seu tempo, é ele mesmo ‘lugar’ de descoberta, ‘objeto’ do e no mundo a ser interpretado” (Leal, 2018, p. 32).

Desdobramento da etnografia “clássica” (ou offline) para a compreensão de debates e comunidades digitais, é possível afirmar que a netnografia, independente de sua retomada, vai ao encontro dos valores que norteiam o trabalho de seu método predecessor, principalmente quando levamos em conta o fato de que estudos etnográficos consistem em abordagens qualitativas interessadas em entender fenômenos culturais por meio do contato com aqueles que vivenciam a realidade investigada. Como nos conta Souza (2014), trata-se, em sua origem³⁹, de um modo de produção científica oriundo da Antropologia que requer um tipo de postura particular do etnógrafo, marcada pela relação próxima e frequente com os sujeitos estudados, a capacidade analítica e a predisposição para se atentar ao inusitado. Para que a proximidade dessa dinâmica se efetive fora da internet, pesquisadores costumam se utilizar de uma série de ferramentas para registro constante do que encontram a cada momento, como diários de pesquisa, blocos de anotações, gravadores, câmeras fotográficas e equipamentos de filmagem, motivo pelo qual é comum dizer que a etnografia é, simultaneamente, tanto o processo de pesquisa quanto seu resultado final.

Do ponto de vista das semelhanças, durante o minicurso "Introdução à Etnografia Online", oferecido pelo Laboratório de Metodologia do Instituto de Relações Internacionais da PUC-Rio, Cesarino (2020) é precisa ao defender que o método tradicional é tão aberto que sua aplicação é capaz de abarcar diversos contextos, online ou offline. Isso, para ela, também significa subentender que a netnografia (ou etnografia online/digital, como prefere) não é menos do que o que costumamos chamar de etnografia, pois ambas, sendo pesquisas exploratórias, têm a mesma intenção de ir atrás de outras vivências, observá-las

³⁹ A origem da etnografia é difusa e abriga tradições diferentes em certos países. De todo modo, Souza (2014) esclarece que os trabalhos etnográficos iniciais datam da transição do século XIX para o século XX e se associam a estudos antropológicos em comunidades de pequeno porte. Com o passar do tempo, foi-se observando uma reapropriação crescente por parte de disciplinas como a Psicologia Social e Sociologia, que redirecionaram a metodologia para o contexto das grandes cidades.

continuamente e se deixar ser afetado pelo exercício de alteridade a ponto de, em certas ocasiões, ter de reconfigurar o próprio foco (informação verbal)⁴⁰. Sendo assim, na transposição deste estudo descritivo para o ciberespaço, levaria-se quase tudo de seus preceitos alheios ao contexto da Web 2.0, muito embora algumas problemáticas e especificidades também fossem acrescentadas ao ofício do netnógrafo.

Devido à flexibilidade do método e a abundância de trabalhos dedicados à internet nos últimos anos, a pesquisadora comenta que já não é tão simples demarcar o que é e o que não é uma pesquisa netnográfica, visto que é admissível mesclá-la a outras abordagens em um único estudo. No entanto, para fins de definição, Cesarino se oferece para reconstruir aqueles que seriam os princípios básicos do campo, para isso se valendo de indicações de autores clássicos como Malinowski (1961) e O'Reilly (2008). Em suas palavras, antes de mais nada, é imprescindível que pesquisas de viés netnográfico sejam, em maior ou menor grau, iterativo-indutivas, com o netnógrafo reconhecendo a interdependência entre teoria e prática, bem como conseguindo reavaliar, conforme pede o fenômeno, sua imersão e procedimentos. Em segundo lugar, elas devem estar ancoradas na empatia pelo ponto de vista do “nativo” e aceitar que a visão do pesquisador é situada, postura que, na concepção da autora, resulta de certo “treinamento do olhar”.

Em conformidade com o ponto acima, as expressões “observação participante” e “imponderáveis da vida real”, de Malinowski (1961), são retomadas por Cesarino para comentar, respectivamente, outras duas bases essenciais a um trabalho netnográfico: o esforço para se inserir e participar da situação estudada feito seus constituintes (sem, por isso, reivindicar o lugar de “nativo”) e a abertura ao que há de mais imprevisto no trabalho de campo, aquilo que as anotações e planejamentos prévios de qualquer etnógrafo não conseguem captar, mas que fazem parte da rotina de pesquisa. Soma-se a elas, por fim, a adoção de uma perspectiva holística, ou seja, que olhe para práticas individuais sem isolá-las da totalidade de hábitos passados e modelos culturais vigentes, e a habilidade de caminhar em meio aos aspectos micro e macro que compõem o que se está investigando.

Já quanto às diferenças do deslocamento etnográfico para o digital, estamos de acordo com uma grande vantagem específica levantada por Noveli (2010), que pôde ser observada na prática ao longo desta pesquisa: a capacidade de se manter em contato com determinado grupo de modo não obstrutivo, pois “revelar a presença do pesquisador ou contatar os membros da comunidade para obter sua permissão para usar qualquer post específico

⁴⁰ Pontuação feita pela prof^a Dra. Leticia Cesarino durante o minicurso "Introdução à Etnografia Online", no dia 19 out. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3v31TAZ>. Acesso em: 2 ago. 2022.

enfraqueceria uma das maiores vantagens do método, a saber, sua não obstrução” (Noveli, 2010, p. 122). Além dela, também enxergamos como valor a flexibilidade espacial e temporal proporcionada pelos ambientes virtuais, cujos repositórios armazenam dados dos usuários e permitiram, no nosso caso, recuperar as postagens, projetos e interações antigas de cada artista. Sem sombra de dúvidas, ter isso a poucos cliques de distância colaborou muito para que pudéssemos reconstruir a história e modo de produção dos *instapoetas* aqui investigados.

5.2. Para o que olhamos: recorte empírico

Nos munindo de uma perspectiva netnográfica, a ideia foi desenvolver um percurso metodológico que permitisse a compreensão de aspectos diversos relativos à presença dos poetas na rede, como as funcionalidades técnicas do Instagram de maior preferência entre os artistas, os modos com que elas costumam ser utilizadas e de que formas estimulam a leitura poética no ambiente digital. Logo, o ponto de partida mais óbvio foi olhar para a própria mídia social Instagram, à ativa desde 2010 e cujo intuito é fomentar o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus constituintes. Além da associação direta entre a plataforma e o fenômeno analisado, sua projeção global também foi uma justificativa para a escolha: de acordo com dados disponíveis em seu site oficial⁴¹, em 2022, há mais de 1 bilhão de usuários ativos por mês, muitos desses utilizando o espaço para difundir suas obras poéticas.

Para delimitar a quantidade de perfis que compõem o recorte empírico considerado, os movimentos se deram segundo os seguintes critérios: era preciso que o número 1) refletisse (ou ao menos sugerisse) a amplitude global do fenômeno, pois a prática *instapoética*, sendo parte de uma plataforma de acesso mundial, não se restringe apenas ao Brasil; 2) possibilitasse o vigor das análises exploratórias em um período favorável ao tempo de pesquisa. Conseqüentemente, tal processo reflexivo culminou na decisão de olhar para quatro perfis. Já para nos aproximarmos de diferentes experiências e eleger os nomes de grande influência, em um segundo momento, foi necessária uma refinação dos critérios, visto que a escolha dos autores deveria se respaldar na 3) diversidade cultural e geográfica dos poetas, em consonância com o critério inicial, até mesmo para notar o que há de global e peculiar entre as ações desenvolvidas por eles; 4) autenticidade e relevância da conta, algo sinalizado pelo selo de verificação da rede social. Foi com base nisso que chegamos ao grupo constituído pelos

⁴¹ Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/about-us>. Acesso em: 20 nov. 2022.

perfis da poeta indiana Rupikaur (@rupikaur_)⁴², o brasileiro Igor Pires (@textoscrueisdemais)⁴³, a estadunidense Amanda Lovelace (@ladybookmad)⁴⁴ e o canadense Atticus (@atticuspoetry)⁴⁵.

5.2.1. Quem são os *instapoetas* investigados?

5.2.1.1. Rupikaur, a poeta pop

Tida como “a rainha dos *instapoetas*” pela revista estadunidense *Rolling Stone*, Rupikaur talvez seja a primeira figura a vir à mente dos leitores quando o assunto é a poesia difundida nas redes sociais na última década. Isso porque, aos 29 anos, a jovem artista de origem indiana parece ter alcançado uma popularidade e prestígio raros dentro do mercado editorial: graças ao trabalho frequente no Instagram, acumula cerca de 4 milhões de seguidores em seu perfil principal na plataforma, publicações que giram em torno de 100 e 200 mil curtidas, um número de mais de 3,5 milhões de livros vendidos em todo o mundo — ultrapassa os 600 mil apenas no Brasil —, além de um feito inédito para um livro de poesias. Em um contexto no qual o gênero literário parece ter cada vez menos apelo entre os mais jovens, sua obra de estreia permaneceu na lista dos mais vendidos do *The New York Times* por 52 semanas consecutivas, êxito mercadológico que a alçou ao status de estrela literária, bem como dona do título de escritora da década⁴⁶.

Como já comentamos anteriormente, é desde 2013 — período no qual, inclusive, começou a se falar na *instapoesia* enquanto gênero — que Kaur vem seguindo um caminho incomum a respeito da publicação de seus versos autorais. Ela, que se mudou para o Canadá quando criança e possui formação em Retórica e Escrita Profissional, na época viu no Instagram a possibilidade de alcançar novas audiências, além do desejo pessoal de tornar a poesia mais acessível, sobretudo entre os jovens adultos. De lá para cá, compartilha com seus milhões de seguidores poemas que variam entre o diário e o semanal, em um estilo simples

⁴² Disponível em: <https://www.instagram.com/rupikaur/>. Acesso em: 20 nov. 2021.

⁴³ Disponível em: <https://www.instagram.com/textoscrueisdemais/>. Acesso em: 20 nov. 2021.

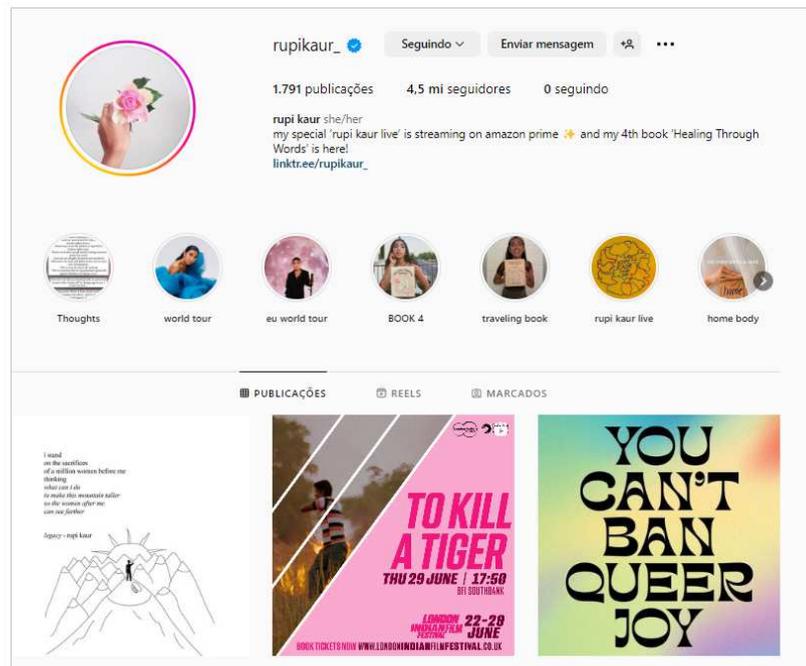
⁴⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/ladybookmad>. Acesso em: 20 nov. 2021.

⁴⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/atticuspoetry>. Acesso em: 20 nov. 2021

⁴⁶ Em um artigo de 2019, a revista norte-americana *The New Republic* sugeriu que, com menos de 30 anos, Rupikaur seria a escritora da década. O título veio sob a justificativa de que, além do impacto cultural de seu trabalho, a artista parece conhecer bem os modos de leitura dessa e das próximas gerações. Disponível em: <https://newrepublic.com/article/155930/rupi-kaur-writer-decade>. Acesso em: 2 set. 2022.

que mescla, como Rupi explica, particularidades da escrita punjabi e o uso cotidiano do inglês⁴⁷. Pelo menos à primeira vista, seus textos costumam variar entre reflexões sobre amor, exílio, questões raciais, gênero e ancestralidade. Em todos eles, a autora ainda parece fazer questão de ressaltar sua experiência como uma mulher não-branca que vive em Toronto desde os quatro anos.

Figura 2: Perfil de Rupi Kaur no Instagram



Fonte: Instagram (2023)

Fruto da notoriedade de sua dinâmica nas redes sociais, a publicação do primeiro livro de poemas, “Outros Jeitos de Usar a Boca” (“*Milk and Honey*”, no original), veio em 2014 de forma independente, mas logo chamou atenção da editora estadunidense *Andrews McMeel Publishing* por conta das vendas. De forma resumida, a coletânea reúne textos poéticos sobre a dor, o amor, a ruptura e a cura, tudo em divisões bem demarcadas sobre cada estágio desse processo. Já o segundo, de título “O Que o Sol Faz Com as Flores” (em inglês, “*The Sun and Her Flowers*”), e o terceiro, “Meu Corpo Minha Casa” (“*Home Body*”, no original), foram publicados originalmente em 2017 e 2020 e também seguem a proposta do material de estreia, mas se distanciam no que diz respeito à sua divisão. Já em “Cura Pelas Palavras” (“*Healing Through Words*”), de 2022, Rupi embarca na não-ficção ao trazer exercícios de escrita criativa para inspirar a prática literária dos leitores. Hoje, junto do trabalho com o Instagram, as quatro

⁴⁷ Como homenagem à língua punjabi, um dos idiomas oficiais da Índia, Rupi não utiliza letras maiúsculas e faz uso do único sinal de pontuação existente no alfabeto em questão: o ponto final. Disponível em: <https://bit.ly/3YE4z5y>. Acesso em: 2 set. 2022.

obras lhe rendem participações em *talk-shows* como o “*The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*”⁴⁸ e turnês com recordes de público na Índia, Inglaterra, Estados Unidos e Canadá, performances em que declama poemas para uma legião de fãs. Quanto ao impacto cultural de sua obra, também é válido dizer que, na Marcha das Mulheres de Washington, em 2017, suas poesias foram utilizadas como forma de protesto em diversos cartazes, além de terem sido tema de uma campanha virtual⁴⁹ para o Dia Internacional da Mulher no Brasil em 2018 e o *Women’s Equality Day* em 2019⁵⁰.

5.2.1.2. Atticus: um poeta e sua máscara

Para o *instapoeta* Atticus, a regra é única: jamais revelar sua identidade, mesmo diante da exposição que marca a dinâmica de redes sociais como o Instagram. Dos quatro artistas analisados neste projeto, o autor, cuja escolha constante pelo anonimato se traduz no uso de um pseudônimo, provavelmente é aquele sobre quem menos temos informações a respeito. Entre o que é apontado por suas atividades na própria plataforma, conseguimos saber, por exemplo, que ele está em atividade na internet desde 2013, quando começou a publicar as primeiras poesias online. Já seus mais de 1,6 milhões de seguidores, por sua vez, também nos mostram que o empreendimento tem dado certo, sobretudo se pensamos no alcance de um público que vai de nomes influentes como as atrizes Emma Roberts e Rachel Bilson à modelo Charlie Koss e a banda Maroon 5. Nesse sentido, independente da falta de detalhes sobre sua figura, é inegável o impacto digital da obra do escritor nos últimos anos, que hoje conta com três livros publicados e sempre se dirige aos leitores, seja nas fotografias que publica ou em aparições públicas, cobrindo o rosto com uma máscara.

Por falar pouco de si mesmo, apresentá-lo é uma tarefa que requer que recuperemos todos os detalhes biográficos que vez ou outra o poeta comenta durante suas entrevistas à mídia. Atticus é canadense, vive no estado da Califórnia, nos Estados Unidos, possui aproximadamente vinte e poucos anos e divide o trabalho como autor com outra carreira, que

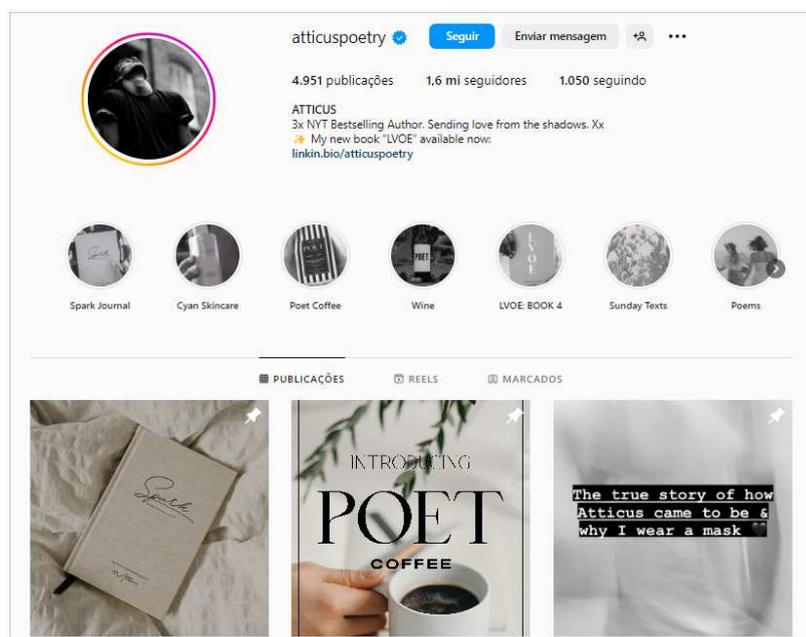
⁴⁸ Como discutido no segundo capítulo desta dissertação, nem sempre os traços típicos de seu texto e os frequentes títulos de representante da poesia são bem vistos pelo público e a crítica. No vídeo em questão, por exemplo, tal desaprovação se materializa em comentários como “Ela não é sequer uma poeta. O que ela escreve são apenas coisas que você leria no Twitter” e “Um monte de *posts* do Tumblr embrulhados em brochura. É tudo o que eu tenho a dizer” (tradução nossa) — o que revela a controvérsia com a qual sua obra é encarada. Disponível em: <https://bit.ly/3FI7kdo>. Acesso em: 2 set. 2022.

⁴⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3hBmlpq>. Acesso em: 2 set. 2022.

⁵⁰ Disponível em: <https://bit.ly/3FDTFUJ>. Acesso em: 2 set. 2022.

lhe gera menos dinheiro que a poesia, como afirmado ao *The Globe and Mail*⁵¹. Embora a origem de seu contato com a literatura tenha se dado através da mãe, uma fã dos escritores e dramaturgos irlandeses, o início da produção poética autoral se deu somente na vida adulta, quando, após um encontro com o poeta Michael Madsen, se viu influenciado a colocar suas ideias no bloco de notas do celular. Desde então, vem fazendo o que chama de brincar com as palavras e conectar a poesia a uma nova geração de pessoas, que, a seu ver, tenderão a consumir os clássicos do gênero depois de um contato desprezioso com o que é produzido online.

Figura 3: Perfil de Atticus no Instagram



Fonte: Instagram (2023)

Vale destacar que grande parcela do que se diz sobre Atticus está associado ao seu anonimato, que pode ser encarado tanto como manifesto quanto estratégia publicitária em meio a diversos outros *instapoetas*. Sobre o fato de ser uma espécie de “poeta mascarado”, apresentando a si mesmo com a face tapada e vestes que cobrem todo o corpo, sua justificativa é a de que tal postura é necessária para que a escrita se distancie das possíveis expectativas geradas sobre sua imagem pública, escolha também influenciada pela morte de um amigo próximo. Além disso, dada a convivência com algumas celebridades de Hollywood em sua vida pessoal (há ocasiões em que Atticus sugere ser um profissional do meio), sua discrição diante das pessoas ainda seria uma maneira de dizer que o culto às personalidades que caracteriza o nosso tempo não o interessa. No mais, exceto por informações generalistas

⁵¹ Disponível em: <https://bit.ly/3v51Ve0>. Acesso em: 2 set. 2022.

como seu amor pelo oceano e o deserto, em destaque nas orelhas de seus livros, tudo o que se sabe sobre ele são especulações.

Em 2022, compõem seu conjunto de obras impressas a coletânea de estreia, “*Love Her Wild*” (traduzido pela editora Verus como “Gosto Dela Livre”), *best-seller* do *The New York Times* e com tradução em mais de dez idiomas, junto de “*The Dark Between Stars*” e “*The Truth About Magic*” (ambos sem publicação no Brasil), livros com poemas focados na descoberta do amor, relacionamentos amorosos e término. Além de se transformarem em tatuagem nos corpos dos leitores, de tempos em tempos, os textos de Atticus dão origem a linhas de produtos como coleções de vinhos, itens de papelaria e peças de vestuário. Em 2019, um de seus textos chegou a inspirar a canção “*Leave Her Wild*”⁵² do artista country estadunidense Tyler Rich.

5.2.1.3. A magia e poesia de Amanda Lovelace

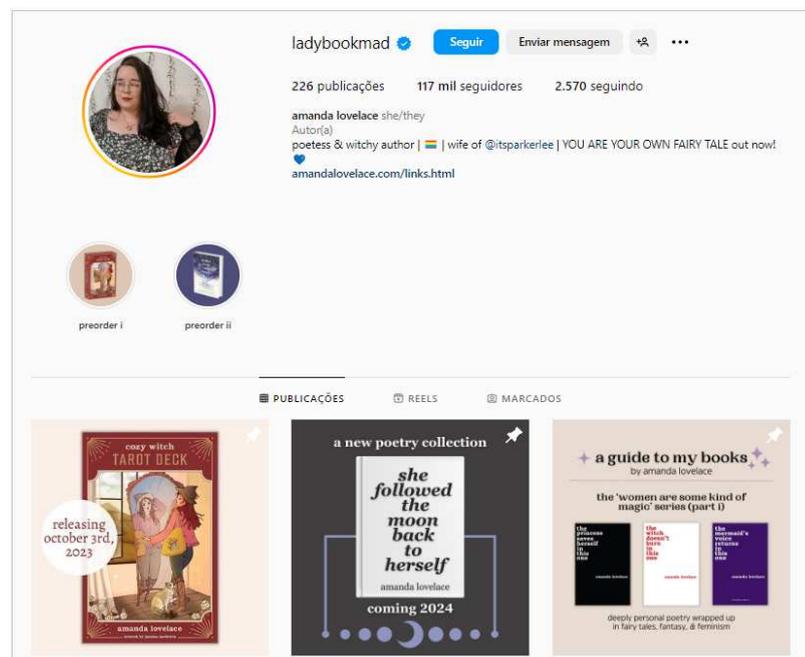
Natural de Nova Jersey, nos Estados Unidos, Amanda Lovelace até já nutria o gosto pela escrita antes de adentrar as redes sociais, mas foi percebendo aos poucos seu potencial como autora diante das oportunidades de autopublicação encontradas nas plataformas online. Das composições musicais despretensiosas na juventude, a artista, formada em Literatura Inglesa com diploma secundário em Sociologia, logo passou a testar postagens com as próprias poesias no Instagram e Tumblr por volta de 2015, chegando a lançar, em 2016, uma coletânea independente de título “*The Princess Saves Herself in This One*” (“A Princesa Salva a Si Mesma Neste Livro”, em português). A união entre os projetos digital e impresso, naquele período, foi o suficiente para torná-la um nome conhecido no mercado editorial: a obra inicial entrou rapidamente na lista de livros mais vendidos da Amazon, teve sua republicação por parte da editora *Andrews McMeel Publishing* — a mesma que procurou Rupi Kaur após sua estreia de sucesso — e se tornou vencedora da categoria “poesia” do *Goodreads Choice Awards 2016*, premiação popular promovida pelo site literário.

Hoje com 31 anos, Lovelace acumula cerca de 116 mil seguidores no Instagram, possui mais de 12 livros físicos e conta com traduções em diversos idiomas, entre eles o português. A forte adesão do público brasileiro ao seu trabalho, nesse ponto, é particularmente curiosa, visto que apenas a trilogia composta por suas três primeiras obras vendeu mais de 50 mil exemplares em território nacional, figurou na lista de *best-sellers* de ficção da revista

⁵² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SKcljBcC-1c>. Acesso em: 2 set. 2022.

VEJA por dezesseis semanas⁵³ e desencadeou o lançamento de outras quatro antologias de poemas pelas editoras Leya e Planeta dos Livros. Tal relação de proximidade com os leitores do Brasil é facilmente observada em sua conta nas redes sociais, seja quando os responde no campo dos comentários, reposta suas fotografias e *feedbacks* ou interage com perguntas da audiência sobre possíveis encontros no nosso país, ideia que a anima. Em certos momentos, o contato direto com os brasileiros também aparece na alta demanda de matérias e entrevistas por parte de portais nacionais como as revistas Marie Claire⁵⁴ e Glamour⁵⁵.

Figura 4: Perfil de Amanda Lovelace no Instagram



Fonte: Instagram (2023)

Quanto ao que aborda em seus textos, é pertinente dizer que o misticismo e a fantasia são dois eixos temáticos primordiais do trabalho de Amanda, que se autodenomina bruxa e possui interesse pela religião Wicca. Norteados os *instapoemas*, publicações impressas e produtos licenciados, há sempre o uso de elementos como feitiços, rituais e seres mágicos como metáforas para abordar os assuntos que aparentemente mais lhe interessam: o empoderamento feminino, a violência de gênero e relacionamentos abusivos. Em 2020, a artista também lançou um misto de livro e oráculo de cartas de tarô chamado “*Believe in Your*

⁵³ Disponível em: <https://bit.ly/3Vgayuu>. Acesso em: 2. set. 2022.

⁵⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3hL9CR0>. Acesso em: 2 set. 2022.

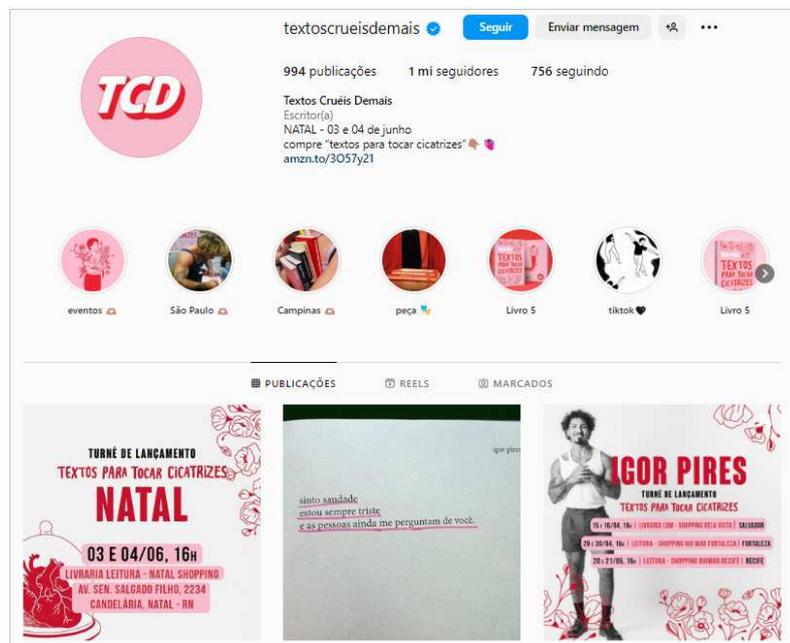
⁵⁵ Disponível em: <https://bit.ly/3WrWE9E>. Acesso em: 2 set. 2022.

Own Magic” (que chegou ao Brasil no ano seguinte, sob nome de “Acredite Na Sua Própria Magia”), além de planejar um guia ilustrado para iniciantes de bruxaria para o ano de 2024.

5.2.1.4. Textos cruéis demais para serem lidos rapidamente

Quando decidiu transformar em poesia as frustrações e mágoas de um relacionamento passado, o publicitário brasileiro Igor Pires certamente não devia imaginar que se tornaria, entre 2018 e 2020, um dos maiores fenômenos editoriais do país. Isso porque, no começo de 2016, ano em que criou as páginas de Facebook e Instagram “Textos cruéis demais para serem lidos rapidamente”, seu intuito era simples: poder publicar pílulas confessionais sem assinar o próprio nome, conversando com as experiências de jovens leitores em colaboração com amigos que também escreviam. Mas a empreitada, ainda que feita sem pretensão, logo se mostrou uma aposta bem-sucedida, pois conquistou mais de 100 mil seguidores apenas nos seis primeiros meses de vida e acabou aguçando a curiosidade da editora Globo Livros, que viu uma oportunidade de publicação impressa inspirada nas postagens das redes sociais. Aquele era o indício de que Igor precisava para investir no potencial de seu perfil literário.

Figura 5: Perfil da “Textos Cruéis Demais” no Instagram



Fonte: Instagram (2023)

Em comparação com os demais *instapoetas* de nosso interesse, é perceptível o quanto as atividades digitais de Igor apresentam particularidades quando ao lado de Rupi, Atticus e Amanda Lovelace. Primeiramente, pelo menos em sua origem, o perfil em muito se

aproximou da ideia dos coletivos de escrita criativa, uma vez que abarcava os poemas e ilustrações de mais de um artista (os demais autores aqui estudados sempre mantiveram trabalhos individuais nas plataformas). Além disso, nos primeiros anos, a página “Textos Cruéis Demais” chegou a ser mais conhecida pelo Facebook que por meio do Instagram — algo que poderia inclusive tensionar seu título de *instapoeta* —, muito embora o trabalho englobasse ambos com frequência similar. Por fim, Igor Pires sempre manteve um perfil à parte nessas mídias sociais, provavelmente numa tentativa de desassociar sua imagem da marca que acabou sendo fortalecida ao longo dos anos.

Já sobre sua relevância, seja dentro ou fora da internet, os números atingidos por Igor Pires até 2022 — sem os parceiros iniciais, que deixaram a iniciativa com o passar do tempo — dão o tom do rápido crescimento que acompanhou o desenrolar da marca “Textos Cruéis Demais”. Nos espaços online, são 1,1 milhão de perfis seguindo a página no Instagram, 1,2 milhões no Facebook e 1,7 milhões no Twitter enquanto produzimos a dissertação, entre textos em versos livres e poemas em prosa. Já os livros da série TCD, que vêm sendo editados pelo selo Globo Alt desde 2017, venderam juntos mais de 750 mil exemplares no total e fizeram do carioca o autor de ficção nacional mais vendido no ano de 2020⁵⁶. Ademais, é válido pontuar que o primeiro da coleção, de título homônimo à página, passou a casa das 70 mil cópias em seis meses e se tornou a obra de ficção mais vendida de 2018, ano em que o segundo lugar da lista de vendas nacionais também foi encabeçado por ele, com o livro dois da coleção.

5.3. Notas sobre o *corpus*

Devido à quantidade de materiais em cada frente, o *corpus* de pesquisa girou em torno de três dos campos por meio dos quais os *instapoetas* produzem conteúdo (e são lidos) na rede social, algo que a própria plataforma denomina como sendo seus “recursos”⁵⁷: os *posts* no *feed*, *stories* e *reels*. De todo modo, antes de decidirmos embarcar na imersão em seus perfis dia após dia, é preciso ressaltar que foram realizadas diversas tentativas de coleta de publicações retroativas dos artistas, sobretudo via *story*, como a automatização do processo via *software/script*. A dinâmica logo foi tida como mal-sucedida: embora houvesse formas de coletar publicações passadas dentro do *feed* dos usuários com ajuda de alguns programas, o

⁵⁶ Disponível em: <https://bit.ly/44VK2f9>. Acesso em: 20 nov. 2021.

⁵⁷ Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/features>. Acesso em: 20 nov. 2021.

mesmo não podia ser feito via *story* — visto que estes se tornam indisponíveis 24 horas após sua postagem. Entendemos, portanto, que o acompanhamento efetivo deveria ser feito em tempo real.

Mudado nosso foco, o objetivo era que os materiais fossem explorados a partir da criação de um perfil à parte na plataforma (não “contaminado” por inclinações algorítmicas baseadas na navegação prévia), que simularia a experiência dos leitores através do acompanhamento diário das contas por um período de tempo. Até chegamos a utilizá-lo por alguns dias, mas percebemos que a opção por começar um perfil acadêmico “do zero” poderia pressupor certa tentativa de distanciamento e neutralidade que não condiziam com a posição do etnógrafo, crítica também apontada por pareceristas e acatada ao longo do processo. Uma vez que, segundo nossos objetivos, o uso de perfis pessoais para fins de acompanhamento parecia não implicar em dilemas éticos, seguimos assim, admitindo a escolha como parte da dimensão subjetiva prevista em uma abordagem netnográfica. Ao todo, a conferência das atividades e captura dos *posts* abarcou o intervalo de três meses — janeiro, fevereiro e março de 2022 —, por acreditarmos que o período retornaria um número considerável de publicações, levando em conta as diferenças no ritmo de postagens dos poetas. Entre os materiais de Rupi, Atticus, Amanda e Igor, foram coletadas **1145 postagens** (350 em janeiro, 286 em fevereiro e 509 postagens em março).

5.4. Percurso sistematizado

Em sua totalidade, rerepresentamos nosso contato com a *instapoesia* sob os três movimentos listados abaixo:

Exploração bibliográfica: aqui, falamos do esforço em traçar as revisões bibliográficas já apresentadas sobre temáticas como expansão literária, texto e textualidade, poesia enquanto forma comunicacional e os diferentes resultados da interseção entre a literatura e o ciberespaço — a literatura eletrônica, poesia viral e *instapoesia*. Lembrando que o aporte teórico evocado ao longo desta pesquisa serviu, simultaneamente, para que conseguíssemos reconstituir a genealogia do fenômeno (ou ao menos conceber possíveis relações temporais e de afinidade para ele), concatenar certos debates que vêm emergindo em torno do movimento e apresentar certas ideias nas quais nos ancoramos durante nossas análises.

Acompanhamento e coleta das publicações: tal processo envolveu, como indicado na seção anterior, a escolha das contas acompanhadas, a criação de uma conta na rede social

Instagram, seu abandono em prol do uso de um perfil pessoal, visitas diárias aos perfis para aferição de novas atividades e a subsequente coleta das publicações⁵⁸, dispostas em uma linha do tempo e divididas por frentes de análise.

Análise dos materiais: à luz de reflexões de ordem teórica, consistirá em um exercício interpretativista indutivo baseado na observação dos materiais acompanhados. No caso das publicações via *feed*, serão levadas em conta sua visualidade (a “foto/imagem” do poema, por exemplo), a legenda do *post* e possíveis interações promovidas pelo autor no campo dos comentários. Já ao olhar para os *reels* e *stories*, nos ateremos às fotos, vídeos rápidos e demais recursos interativos explorados pelos artistas. Apenas para fins de organização do nosso olhar, julgamos necessário dividirmos a investigação em seções dedicadas a certos aspectos do fazer poético ou o que aqui chamamos de “eixos de análise” — dimensões transversais e interdependentes no dia a dia, mas que, em uma pesquisa do tipo, parecem ser melhor analisadas ora seccionadas, ora em conjunto:

- *Panorama geral de publicação:* com que periodicidade os poetas em questão costumam publicar? Dentre essas publicações, quantos *posts* são, de fato, poemas? O que mais é postado nesses perfis?
- *Os instapoemas:* o que os constituem dentro de cada perfil? Qual a sua extensão e formato mais comuns? Há alguma temática e forma de apresentação predominante nas obras de Rupi, Atticus, Amanda e Igor? De quais modos estes artistas percebem e se apropriam dos recursos do Instagram para postar tais poemas?
- *Presença digital e interação com leitores:* como os artistas se apresentam e se relacionam com o público por meio do Instagram? De que maneiras suas vozes e corpos se manifestam online? Que *affordances* são acionadas durante essa autoapresentação e interação com os seguidores?
- *Monetização do trabalho:* se existem, quais são as fontes de renda dos *instapoetas* em questão? Há contratos com marcas, *publiposts*, vendas de produtos e serviços próprios?

⁵⁸ Entre janeiro e março, acessamos os perfis de cada poeta todos os dias às 21 horas. Quando não por registros manuais de tela, a coleta dos *posts* foi realizada com auxílio de dois *scripts* específicos: no caso, o *Instagram Story Saver* para *download* de arquivos do tipo *stories* e o *Instagram Download Button* para os demais. Ambos são disponibilizados gratuitamente pelo site gerenciador de *scripts* de usuário *Greasy Fork*.

6. INSTAPOESIA: DINÂMICAS DA CRIAÇÃO E INTERAÇÃO ONLINE

Em mais uma etapa desta pesquisa, daqui em diante, nosso objetivo será descrever algumas das inúmeras descobertas e considerações advindas do contato empírico com a *instapoesia*, algo possibilitado por intermédio dos perfis online de Rupi Kaur, Atticus, Amanda Lovelace e Igor Pires — contenedores de suas criações e interações. Como comentamos, entretanto, em vez de apresentar os frutos de nossa observação de forma individualizada, com seções específicas sobre cada poeta (o que acreditamos comprometer a visão do fenômeno *instapoético* enquanto objeto), olharemos para os quatro autores em conjunto, verificando aparentes conexões, padrões e divergências no trato do próprio ofício. Mais que uma simples escolha textual, essa é, na verdade, uma tentativa de organizar as reflexões para que o foco deixe a figura particular do artista e se concentre nas dimensões citadas no último capítulo: a visão geral de suas postagens, a apresentação de si e dos próprios poemas e a monetização do trabalho.

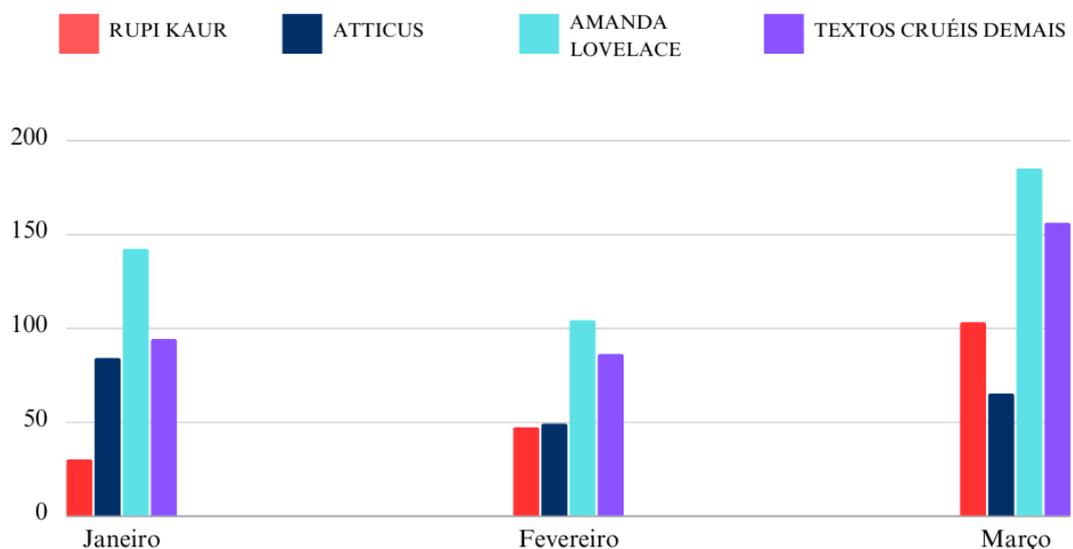
6.1. Panorama geral de publicação

Em um dos ensaios que compõem “O Ser e o Tempo da Poesia”, Bosi (1977) sugere pensarmos a relação da poesia com a temporalidade a partir da seguinte constatação: não estando os poetas alheios à trama histórica em meio a qual escrevem, é previsto que suas obras sejam afetadas pelas exigências dos modos de ser hegemônicos (a indústria cultural, o capitalismo), mesmo quando os autores tentam enfrentar certas lógicas dominantes contrárias ao “tempo do poema”. Embora nosso contato com o texto do crítico tenha ocorrido previamente à análise das postagens de cada artista, a impressão posterior foi a de que sua leitura já vinha nos dando os primeiros indícios do que encontraríamos nos perfis mais à frente, principalmente ao olharmos para o ritmo das publicações poéticas mediadas por uma plataforma digital. Isso porque, em síntese, muito do que vimos sobre a atividade dos quatro escritores pareceu convergir para a necessidade de estar presente diariamente demandada pelo Instagram, cuja proposta pressupõe, para não ser esquecido, um volume constante de *posts* em frentes variadas (*feed*, *story*, *reels*).

Sendo mais específicos, encontramos, de janeiro a março de 2022, a publicação diária de pelo menos um material dentro dos perfis investigados, provavelmente em resposta a um algoritmo que determina o destaque das contas com base, entre outros fatores, na constância dos usuários. No entanto, isso não significa dizer que o padrão de postagens de Rupi Kaur, Atticus, Amanda Lovelace e Igor Pires tenha sido parecido: mesmo havendo uma

preocupação comum em se manter à ativa, pudemos constatar movimentos peculiares de acordo com a proposta de cada autor. Rupi Kaur e Atticus, por exemplo, aparentaram ser poetas mais comedidos ao longo dos três meses, com um número menor e mais espaçamento entre seus *posts*. Amanda Lovelace, por sua vez, se mostrou a mais participativa, com médias diárias de ao menos 3 publicações. Já Igor Pires, o único cujo trabalho se concentra em um perfil profissional “à parte”, chamou nossa atenção por raramente publicar durante os finais de semana — apenas dois *stories* em janeiro, um em fevereiro e quatro em março —, indicando que, diferente dos demais, ser *instapoeta* é sua ocupação apenas de segunda a sexta-feira.

Gráfico 1: Frequência geral de publicação



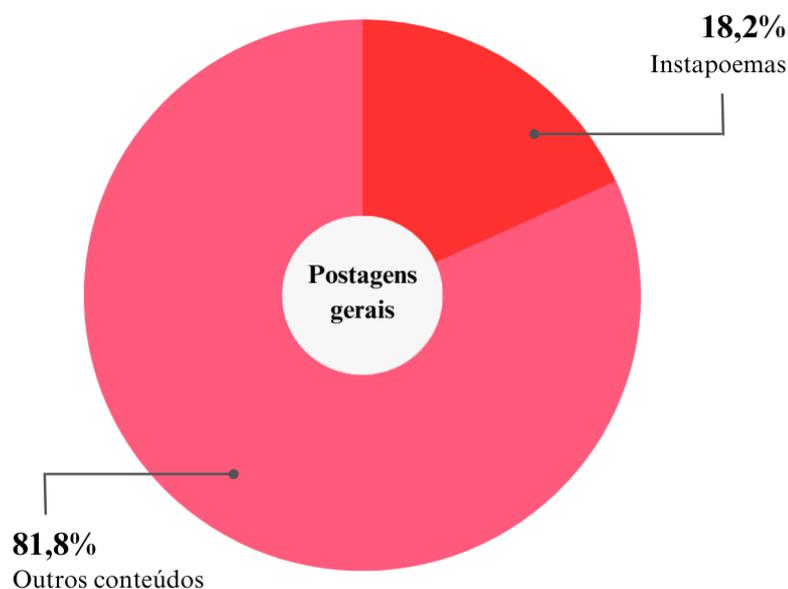
Fonte: Elaboração própria com base em postagens do Instagram (2022)

Para além das percepções gerais, há algo sobre a diferença no ritmo das postagens dos escritores que também parece elucidar a teia na qual se imbricam arte, plataforma e o desejo de ser reconhecido na internet. Conforme demonstrado pelo gráfico acima, se comparados os quatro perfis, não é difícil perceber que a quantidade de *posts* variou de forma inversamente proporcional à fama de cada um (na plataforma, descrita pelo número de seguidores), com uma nítida distância entre o que compartilham alguém como Rupi Kaur, a mais seguida, e Amanda Lovelace, a menos dos quatro. Trata-se de uma lógica comum dos artefatos digitais, como blogs, perfis e canais de Youtube: inicialmente, é preciso que se produza mais para que os materiais circulem pelos espaços até que, à medida que alguém se torna conhecido o bastante, isso vai deixando de ser uma obrigação. Com a obtenção de uma audiência cada vez

mais ampla, os próprios admiradores tendem a realizar a difusão das postagens de seus poetas favoritos em larga escala, o que colabora para certa divulgação orgânica.

Talvez um dos pontos mais curiosos desta pesquisa tenha aparecido ao olharmos para a composição dos materiais publicados pelos escritores, em especial o lugar ocupado pelo poema no perfil de cada autor. Durante nossas incursões, o que mais nos surpreendeu foi notar que, de fato, a publicação de poemas pensados para o Instagram (18,2%) não ocupa lugar único no ofício de um *instapoeta*. No dia a dia, os gráficos — sejam os gerais ou os que consideram cada artista isoladamente — nos mostraram que tais textos literários convivem com uma variedade de outras publicações comuns à lógica dos influenciadores digitais e personalidades da mídia, materiais que não necessariamente fogem à proposta artística dos quatro, visto que também conferem sentido para seus papéis enquanto poetas digitais: fotografias cotidianas, *selfies*, vídeos de bastidores de escrita, registros relativos à publicação de cada novo livro, fotografias de lançamentos, sorteios e concursos literários, entre muitos outros (81,8%). Sendo assim, por entendermos que ignorar tal profusão de materiais significaria reduzir a experiência *instapoética* à mera postagem de poemas, observamos esses outros *posts* e tentamos, ao longo da análise, enquadrá-los a partir de padrões para melhor compreendê-los. Chegamos ao total de cinco categorias: 1) *reposts* de leitores; 2) bastidores/cotidiano; 3) menções a produtos e marcas; 4) projetos paralelos/ações sociais e 5) conteúdos virais/afins.

Gráfico 2: Produção geral: o lugar do poema



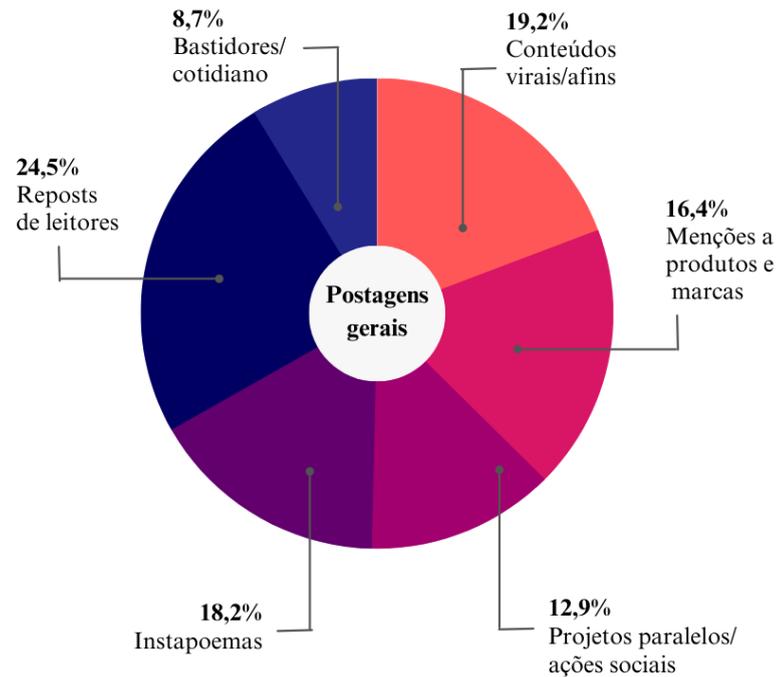
Fonte: Elaboração própria com base em postagens do Instagram (2022)

Na categoria “*reposts de leitores*”, incluímos todos aqueles conteúdos em foto ou vídeo postados por contas externas à do ou da poeta, mas republicados por estes, em geral no campo dos *stories*⁵⁹. Já no grupo “*bastidores/cotidiano*”, optamos por reunir os registros do dia a dia pessoal e profissional de cada um, com tudo o que nos era revelado de suas vidas: da rotina de escrita às saídas com os amigos, passando pela presença em eventos diversos e o antes e depois dos lançamentos literários — excluídos, aqui, os *posts* com menção direta a algum produto ou serviço. Na verdade, preferimos destinar a estes uma seção à parte, a “*menções a produtos e marcas*”, constituída por *publiposts* (postagens patrocinadas), divulgações de livros autorais, produtos licenciados e recomendações do trabalho de outros escritores. Em sequência, como “*projetos paralelos/ações sociais*”, enquadrámos postagens sobre iniciativas pontuais com leitores, ações filantrópicas, concursos culturais, outros projetos (como *podcasts* à parte) e participações em eventos ou programas de TV cujos focos não são exatamente a poesia.

No entanto, como bem sabemos, os conteúdos compartilhados nas plataformas muitas vezes são avessos a classificações tão inflexíveis. Entre os memes, as *trends* e os demais *posts* virais, sempre há o momento em que um pesquisador atento a perfis online se depara com materiais difíceis de serem catalogados objetivamente, materiais estes que, embora entendamos enquanto usuários, parecem contar apenas com certos jargões de internet para sintetizar suas ideias. Foi por isso, portanto, que sentimos a necessidade de adicionar à lista acima a categoria “*conteúdos virais/afins*”, com todos os diferentes memes, músicas, frases de efeito, vídeos humorísticos, *gifs*, ilustrações e demais “aleatoriedades” publicadas pelos quatro artistas no período. De maneira prática, estamos falando de tudo aquilo que, por um motivo ou outro, acabou ficando de fora dos grupos de postagens já elencados.

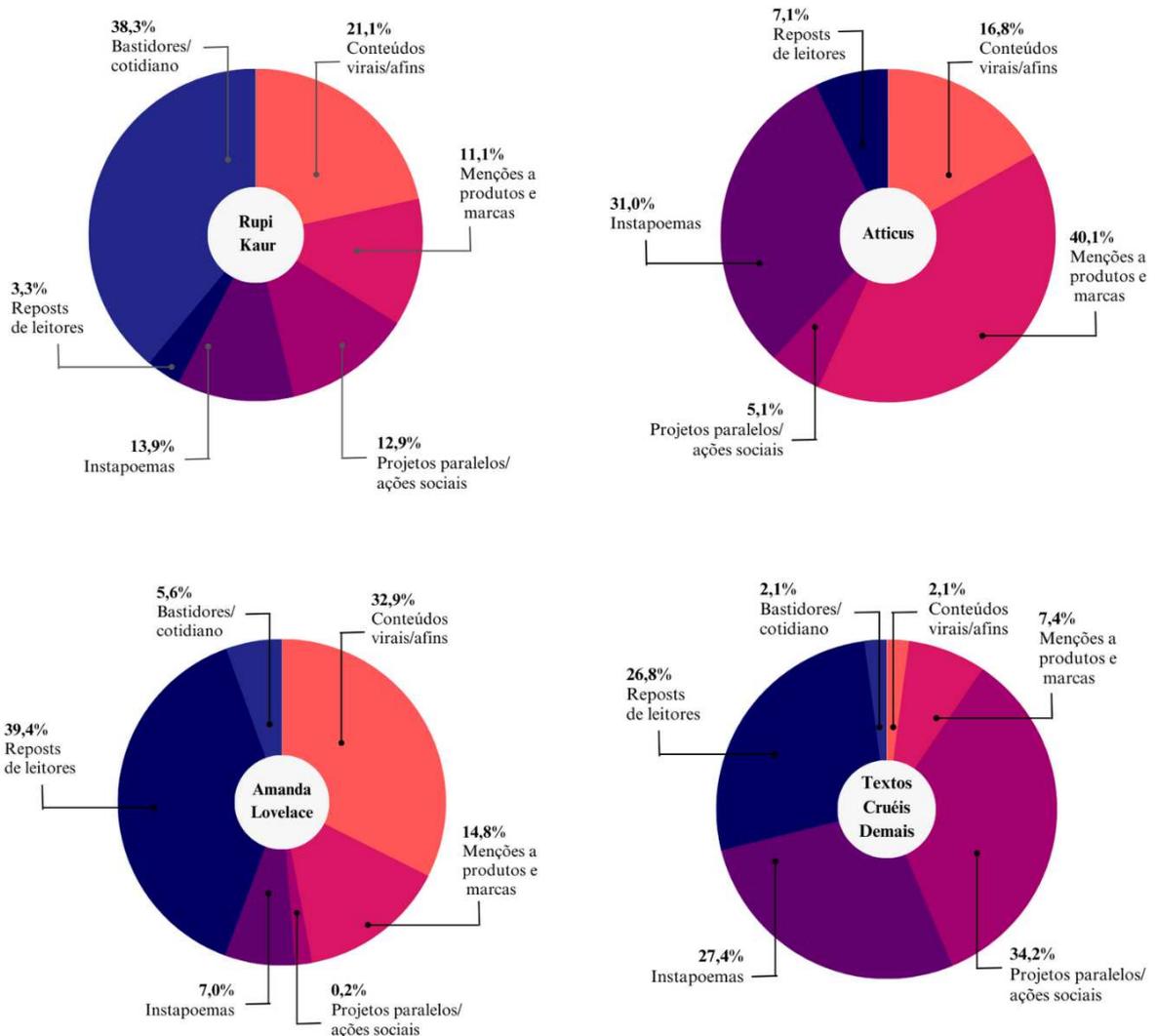
⁵⁹ Embora seja possível que um autor reposte materiais de perfis que não são necessariamente de leitores, ao longo do processo, percebemos que se tratava de postagens de seus públicos por conterem, em geral, trechos de poesias com comentários do tipo “adorei!”, quando não seguidores fotografando suas coleções de livros dos *instapoetas*.

Gráfico 3: Publicação geral por categoria de análise



Fonte: Elaboração própria com base em postagens do Instagram (2022)

Não há dúvidas de que agrupar os *posts* além dos *instapoemas* nos possibilitou explorar ainda mais a relação entre o texto poético e as outras atividades dos quatro perfis. Numa visão panorâmica, inclusive, chegamos à conclusão de que os *reposts* de leitores (24,5%) são muito mais frequentes do que a publicação de poesia autoral no próprio *feed* (18,2%) dos poetas, cuja porcentagem nos três meses também se destacou em meio aos materiais relativos a marcas e produtos (16,4%), projetos paralelos dos artistas (12,9%), bastidores/cotidiano (8,7%) e conteúdos virais/afins (19,2%). Sobre a prática da repostagem, talvez valha salientar que replicar as próprias poesias já publicadas pela audiência traz consigo diversos benefícios. Do ponto de vista do esforço por parte do escritor, o ato é muito menos trabalhoso do que preparar um novo material para os seguidores, enquanto, levando em conta o engajamento dos usuários, o *repost* funciona como um incentivo para que outros fãz façam o mesmo. No fim, enquanto o poeta economiza tempo e recursos destinados à criação de conteúdo, sua imagem pública se beneficia disso ao torná-lo um ídolo que “vê” de perto quem o acompanha e que, logo, pode notá-lo a qualquer momento.

Gráfico 4: Publicações de cada *instapoeta* por categoria de análise

Fonte: Elaboração própria com base em postagens do Instagram (2022)

Em outra direção, também foi pertinente ver como, para além da publicação de poemas, as propostas de trabalho específicas de Rupi Kaur, Amanda, Igor e Atticus se materializam em formas distintas de produzir outros conteúdos para o Instagram. Na conta da primeira, por exemplo, a mais famosa entre os quatro e aquela cujo status social menos se aproximaria do de grande parte dos leitores, ganham destaque justamente os registros sobre os bastidores de trabalho e cotidiano (38,3%), com desabafos sobre seu dia, fotos da natureza e alguns encontros inesperados com os fãs. Uma amostra disso pôde ser conferida no dia 7 de fevereiro, data em que a poeta compartilhou algumas fotos sobre seu dia na academia com a legenda: “quando você aleatoriamente encontra leitores na academia e se tornam companheiros de treino. Momentos como esses são tão especiais ♥” (tradução nossa). Durante

a ocasião, ela ainda aproveitou para brincar ao dizer que o treino se transformara em uma sessão de autógrafos.

Figura 6: Capturas de tela a partir de *stories* postados por Rupî Kaur



Fonte: Instagram (2022)

Similarmente, durante o dia 22 daquele mesmo mês, os leitores puderam acompanhá-la em meio aos afazeres para sua turnê mundial, com início em maio de 2022. À época, Kaur se reunia com sua equipe profissional quando fez questão de registrar, entre fotografias e vídeos, instantes específicos do compromisso: primeiro, a preparação para uma sessão de fotos, com seu time provavelmente conferindo os resultados em frente a um computador. Em seguida, uma ida ao shopping com a legenda “ir ao shopping faz eu me sentir como se fosse uma adolescente e eu meio que amo isso???” (tradução nossa⁶⁰). Mais à noite, um novo conteúdo, em que a artista parecia caminhar sobre a neve e reclamava que o gelo estava se derretendo. Mesmo que convincentes, os relatos e a simplicidade com a qual Rupî aparece diante das câmeras não nos deixam esquecer daquilo que pesquisadores como Van Driel e Dumitrica (2020) afirmam ser um dos pilares do ofício dos produtores online: uma autenticidade estratégica, orquestrada para passar ao público “a impressão de que conhecem a pessoa por trás do *feed*” (Van Driel; Dumitrica, 2020, p. 11, tradução nossa⁶¹).

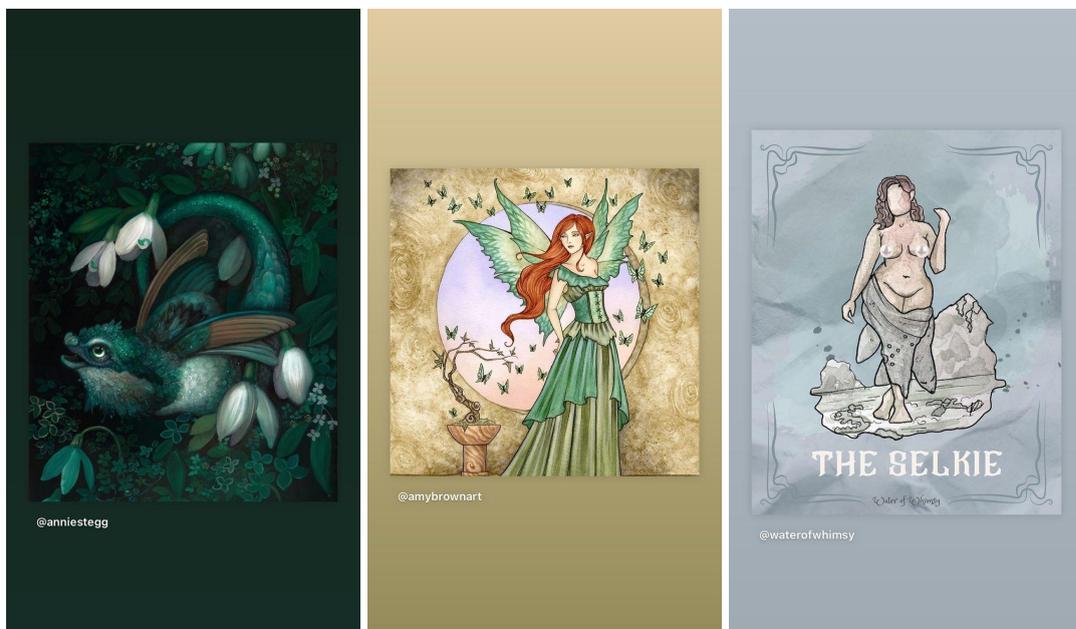
Diferente da poeta indiana, Amanda Lovelace parece preferir outras maneiras de falar de si mesma com o público na internet. Ela, que possui os *reposts* de leitores como categoria

⁶⁰ Do original: “going to the mall makes me feel like i'm a teenager and i kind of love it ????”.

⁶¹ Do original: “The impression that they know the person behind the feed”.

de conteúdo mais expressiva (39,4%), é também aquela que mais publicou os materiais enquadrados aqui como “conteúdos virais/afins” nos meses em questão (32,9%), dado o seu fluxo considerável de memes, *gifs*, colagens e ilustrações. Talvez por isso, durante muitos momentos ao longo da pesquisa, a sensação causada por seu perfil tenha sido a de uma espécie de *scrapbook* em tempo real, como se a artista tentasse recriar a ideia de um álbum de figuras pessoal enquanto publicava suas poesias. Sendo alguém que se autodenomina bruxa, o interesse por elementos mágicos também foi visto em praticamente todos esses conteúdos: não raramente, seres encantados como duendes, fadas, unicórnios e sereias apareciam em seus *stories*, corroborando para reforçar o universo místico que perpassa as obras da autora da trilogia “As Mulheres Têm uma Espécie de Magia”.

Figura 7: Capturas de tela a partir de *stories* postados por Amanda Lovelace



Fonte: Instagram (2022)

Mais até do que indicar certos temas de interesse, em determinadas ocasiões, a extensa gama de conteúdos republicada por Amanda nos deu certos vislumbres de suas crenças e posicionamentos político-ideológicos. Nos dias 18 e 30 de janeiro de 2022, por exemplo, Lovelace compartilhou dois *stories* sobre o Inbolc, celebração pagã que acontece entre o solstício de inverno e o equinócio de primavera, enquanto, em 20 de março, desejou boas-vindas a mais uma celebração do calendário pagão com um *repost*: o Ostara, que simboliza o início da primavera. Em fevereiro, foi a vez de a autora se declarar publicamente sobre os direitos das pessoas trans ao republicar uma ilustração com os dizeres “jovens trans

merecem assistência médica para afirmação de gênero” (tradução nossa⁶²), uma manifestação similar a outro *post* em prol do aborto legal com o *story* “prestadores de serviços abortivos são mágicos” (tradução nossa⁶³). Apesar da constante preferência pelo formato *story*, cabe dizer que seu engajamento político não se limitou ao espaço, também aparecendo nos *instapoemas* localizados em seu *feed*.

Se tanto ela quanto Rupí vez ou outra se expõem aos olhares do público, uma peculiaridade sobre Atticus, o “poeta mascarado”, reside justamente em sua ausência — ou melhor, em como a opção de um autor pelo anonimato incide sobre a organização de seu perfil online. Para se ter uma noção, ao longo do período de análise, o escritor foi o único entre os quatro a não publicar sequer um registro de si mesmo, o que tornou a categoria “bastidores/cotidiano” nula em seu caso. Por outro lado, não estamos sugerindo que ele tenha deixado de publicar no Instagram: na verdade, nos três meses, o artista foi aquele que mais compartilhou pílulas poéticas com os leitores (31%), entre temas como amor, amizade e autoestima. Somente no dia 8 de março de 2022, por exemplo, houve a publicação de um compilado de dez poesias em formato carrossel, além do poema à parte “Nós fomos/estranhos apaixonados/ela e eu/selvagens demais para durar/raros demais para morrer” (tradução nossa⁶⁴).

Por ser o autor que menos aparece diante das câmeras, também julgamos como inusitado o fato de ser justo Atticus quem mais investe em materiais envolvendo divulgações e parcerias comerciais. Curiosamente, enquanto no trabalho de Rupí e Amanda tal categoria de *posts* representou respectivos 11,1% e 14,8%, em sua conta, conteúdos envolvendo *publiposts* e materiais do tipo passaram dos 40% em relação ao total de publicações. Em busca de mais detalhes, também notamos que a constituição da categoria se deu de modo bastante diversificado, com a promoção recorrente de produtos como tatuagens temporárias, peças de roupa, bonés, quadros e joias com frases autorais. Ocasionalmente, ainda foram observadas ações e parcerias envolvendo o setor alimentício, como um sorteio de *Valentine’s Day* em conjunto com a marca de guloseimas *SmartSweet* e iniciativas sobre sua linha de vinhos *Lost Poet* (“Poeta Perdido”, em português), fruto da colaboração entre Atticus e o clube *Winc*.

⁶² *Post* original compartilhado por Amanda Lovelace. Disponível em: <https://bit.ly/3JHmLWN>. Acesso em: 11 fev. 2023.

⁶³ *Post* original compartilhado por Amanda Lovelace. Disponível em: <https://bit.ly/3yvPzLf>. Acesso em: 11 fev. 2023.

⁶⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3yEJoon>. Acesso em: 11 fev. 2023.

Figura 8: Captura de tela de conteúdo postado por Atticus



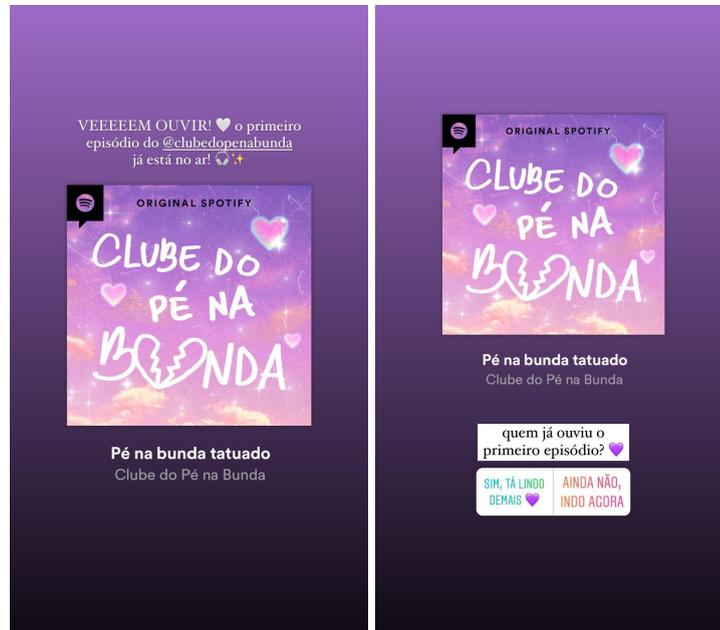
Fonte: Instagram (2022)

Considerando os movimentos de presença e ausência online, podemos afirmar que o perfil que mais se aproxima do comportamento de Atticus é a conta “Textos Cruéis Demais”, mesmo que as razões por trás disso sejam diferentes. Enquanto, para o poeta canadense, a escolha por não se mostrar no Instagram no período esteve ligada à preservação de uma identidade misteriosa, no caso do artista Igor Pires, os poucos registros sobre seu cotidiano (2,1%) foram justificados pela separação bem demarcada entre o perfil poético e a rotina pessoal, já explorada diariamente em @igorpires_. Logo, na falta dos esperados conteúdos rotineiros, apresentaram evidência os *instapoemas* (27,4%), explorados entre formatos como carrossel, *reels* e vídeos para os *stories*, os inúmeros *reposts* diários de leitores (26,8%) e materiais sobre projetos paralelos (34,2%), mais especificamente acerca do *podcast* “Clube do Pé na Bunda”.

Isso porque, do dia 17 de janeiro em diante, pudemos acompanhar o lançamento e o desenrolar da primeira produção original de Igor no Spotify, um programa semanal sobre relacionamentos ao lado de Gabie Fernandes e João Doerdelein, este também um *instapoeta*. A data de lançamento, aliás, pareceu se tornar um ponto de virada dentro de seu perfil de poesias: durante os três meses, o escritor apresentou uma porcentagem expressiva de publicações relacionadas ao projeto em áudio, trazendo trechos do episódio da vez para os *stories*, quando não matérias da imprensa e *feedbacks* dos ouvintes. Em determinado momento, com a ênfase excessiva ao *podcast*, chegamos até mesmo a nos questionar sobre o

papel principal da página “Textos Cruéis Demais”, bem como a possibilidade do fim da marca — hipótese que não se concretizou com o passar do tempo.

Figura 9: Captura de tela de conteúdo postado por “Textos Cruéis Demais”



Fonte: Instagram (2022)

Assim, recapitulando concisamente nossas percepções, o que procuramos enfatizar nas últimas páginas é como o encontro regular com os quatro perfis nos permitiu vislumbrar os primeiros sinais daquilo que une e distancia os nomes em questão. Em maior ou menor medida, percebemos que o fato de estarem no Instagram guiou a periodicidade de postagem dos artistas, suas formas de interação e as escolhas por determinados tipos de conteúdo durante o período de acompanhamento. Em compensação, junto das interferências da plataforma, começamos a observar os traços distintivos mais gerais de cada poeta, materializados em projetos literários individuais que ora recorreram à autoexposição, ora se valeram do investimento em frentes como a publicidade e outras mídias. Em continuidade ao exposto, seguimos agora com comentários sobre os *instapoemas*, numa seção que examinará o que (e como) comunicam poeticamente estes escritores.

6.2. Os *instapoemas*

Sendo ao mesmo tempo produtos do Instagram e reflexos da subjetividade de cada artista, de forma geral, percebemos que os *instapoemas*, o cerne do trabalho dos *instapoetas*, são sempre peculiares, mas também trazem consigo características compartilhadas que nos ajudam a compreender a plataforma onde estão inseridos. Não por acaso, durante o período

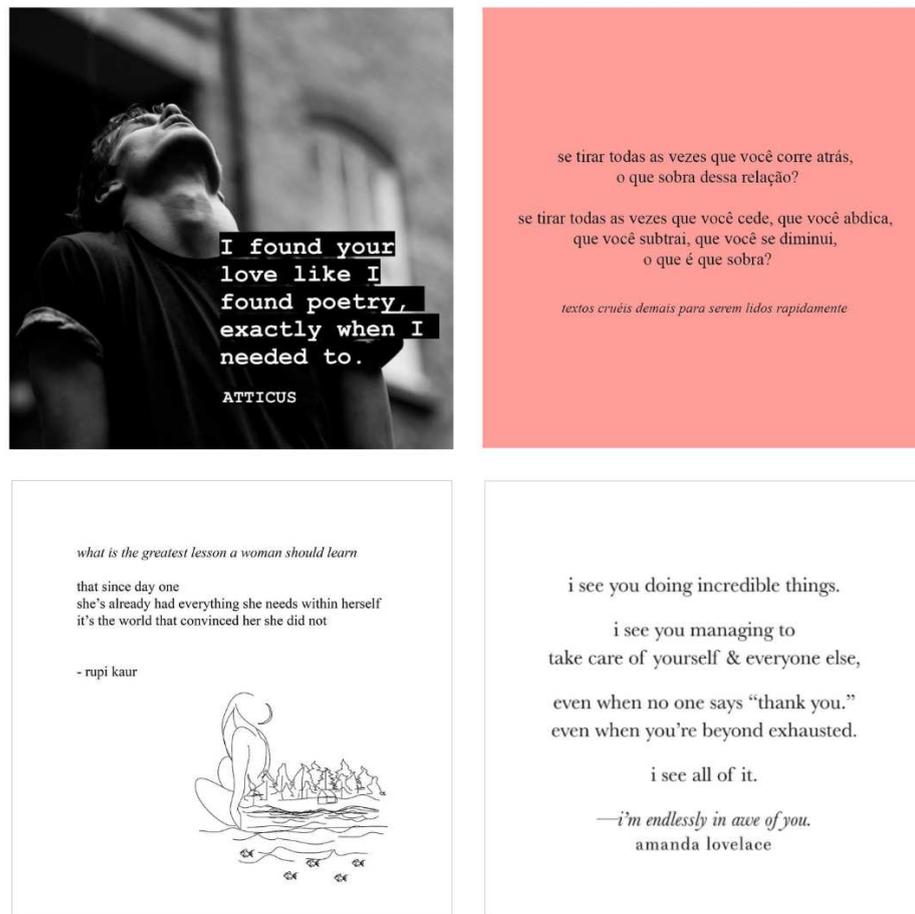
em contato com os escritores investigados, pudemos identificar em diversos momentos que as criações de autores tão distantes — seja geográfica ou artisticamente — dialogavam com certa constância não apenas entre si, mas com toda uma gama de outras poesias sugeridas a nós pela rede social. Da forma como os materiais eram publicados à linguagem e estrutura dos conteúdos, aos poucos, fomos reconhecendo o que pareciam regras comuns desse tipo de fazer poético digital, seguidas de maneira precisa por Rupi, Amanda, Atticus e Igor.

Ao pensarmos na postagem de tais poesias, por exemplo, ficou nítido como, entre os diversos locais para publicação dentro do Instagram (*feed*, *stories*, *reels*), existe uma predileção coletiva dos poetas pelo compartilhamento dos escritos via *feed*, ao contrário dos registros cotidianos, que marcam mais presença nos *stories*. Durante os três meses de incursão, isso pôde ser notado nas contas dos quatro artistas, que utilizaram a funcionalidade de exibição por 24 horas muito mais para divulgar o que já havia sido lançado no *feed* do que para de fato publicar seus textos autorais. Se a escolha não nos surpreende, é apenas porque tal dinâmica segue a própria proposta da mídia social, que compreende o *feed* enquanto um espaço para conteúdos perenes e os *stories* como o formato para tudo aquilo que não deve durar mais de um dia (algo, portanto, passível de “evaporar” com rapidez)⁶⁵. De certo modo, é como se, ao deixarem para publicar os *instapoemas* somente em seus *feeds*, tais artistas estivessem reforçando a ideia de que estes não deveriam se perder no dia seguinte, além de transformarem seus perfis em uma espécie de portfólio de poemas.

Já quando falamos sobre a estrutura dos *instapoemas*, inúmeras similaridades também foram encontradas em grande parte das poesias que compilamos de janeiro a março. Quanto à forma, trata-se de textos geralmente dispostos em formatos quadrados (1080 px por 1080 px), um padrão do Instagram, com planos de fundo monocromáticos, via de regra em tons leves como o branco, cinza ou bege (em contraste com a cor escolhida para os versos) e fonte textual básica, discrição que tende a os destoar do que é produzido na plataforma. Considerando que o Instagram não fornece ferramentas internas de design para o *feed*, depreendemos que todos os autores precisam recorrer a aplicativos externos para criar suas peças gráficas, em um processo que passa pela digitação do próprio poema e a escolha da fonte, plano de fundo, filtros, bordas e, em certos casos, outros elementos visuais.

Figura 10: Exemplos de *instapoemas* publicados pelos quatro artistas

⁶⁵ Vale comentar mais uma vez que, com o lançamento do recurso *Destaques* em 2018, é possível fixar os *stories* no perfil pelo tempo desejado pelos usuários.



Fonte: Instagram (2022)

A visualidade, como bem pontuado por Oliveira e Fazano (2020), é uma parte fundamental de um *instapoema*. Embora não seja correto afirmar que todos são compostos por ilustrações, entre os materiais compilados, não foram poucas as vezes em que o texto escrito foi acompanhado por desenhos ou fotografias, reforçando a sensação de que “essa interação entre palavras e artes visuais é o que distingue a *instapoesia* de outras formas de literatura e outras formas de poesia” (Alghadeer, 2019 *apud* Assink, 2019, p. 5, tradução nossa⁶⁶). Além de uma maneira de se manter em conformidade com a própria plataforma, cujo foco é o audiovisual, reconhecemos que tais recursos imagéticos vêm tanto para chamar atenção do usuário quanto para facilitar a decodificação da mensagem do poema, tornando ágil o processo de leitura e compartilhamento do material entre os internautas. Sugeriríamos, nesse sentido, que a boa aceitação desse tipo de literatura em uma rede social “não literária” certamente passa por seu apelo visual.

⁶⁶ Do original: “this interaction between words and visual arts is what distinguishes *Instapoetry* from other forms of literature and other forms of poetry”.

Esse fazer poético digital, de toda forma, quase nunca se resume somente ao que comunica a “foto” do poema, englobando ainda a legenda das postagens. Nesse sentido, podemos dizer que foram percebidos três usos majoritários desse campo por parte dos poetas: no primeiro e mais comum, a utilização paratextual⁶⁷ do recurso para promover conversas e trazer detalhes sobre os bastidores da poesia, com informações e curiosidades sobre seu processo de produção. No segundo, seu uso para incentivar ações dos leitores, entre chamadas do tipo “marque a pessoa que deveria ler esse poema”, “compartilhe com os amigos” e “escreva no campo dos comentários o que achou do texto”. Por fim, legendas que funcionam enquanto extensões diretas do poema, cujo título ou versos iniciais começam na imagem postada e são finalizados nas próprias legendas, como fez Igor Pires com a prosa poética “eu te amo, mas preciso ir”, compartilhada no dia 21 de março.

Figura 11: Captura de tela de conteúdo postado por “Textos Cruéis Demais”



Fonte: Instagram (2022)

Trazendo considerações sobre a comunicação escrita, de fato, nosso estudo confirmou o que já havia sido antecipado por outros pesquisadores: a linguagem da *instapoesia* é cotidiana e direta. Mesmo tendo se valido de figuras de estilo como metáforas e demais analogias, Rupi, Atticus, Igor e Amanda mantiveram a simplicidade em seus poemas, o tipo

⁶⁷ No mercado editorial, paratextos são o nome dado à variedade de elementos que circundam uma narrativa e “por meio de que um texto se torna livro e se propõe como tal a seus leitores, e de maneira mais geral ao público” (Genette, 2009, p. 9): dedicatórias, epígrafes, ilustrações, fotografias e posfácios, entre outros. Aqui, estendemos o raciocínio para aquilo que, dentro do Instagram, semelhantemente complementa e amplia o que é comunicado nos versos poéticos.

de conteúdo que um público como o do Instagram provavelmente espera. Além disso, como as rimas parecem atípicas neste tipo de poesia (todos os versos com os quais nos deparamos dentro e fora da pesquisa são livres) e seus conteúdos lembram textos motivacionais, é muito provável que, do ponto de vista formal, as obras não causem estranhamento em quem não aprecia o gênero literário. Ainda coopera para a o envolvimento dos novos e velhos leitores o emprego recorrente da segunda pessoa nos textos, o que presume um estado de diálogo com a audiência e reforça a “identificação do locutor com o leitor, pois significa uma experiência comum de ambos, leitor e narrador, fortalecendo o caráter relacionável do poema” (Assink, 2019, p. 24, tradução nossa⁶⁸).

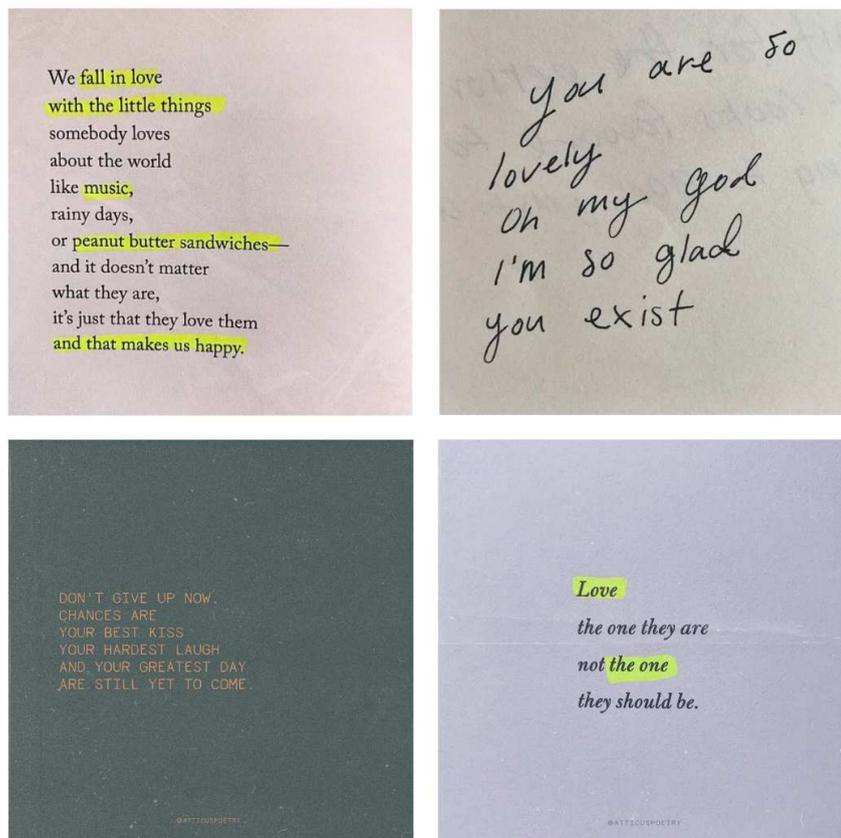
Entre seus diversos aspectos variáveis, gostaríamos de comentar certas questões específicas referentes aos *instapoemas*, começando pela extensão dos textos reunidos por nós. Isso porque vimos, no decorrer do trabalho, que a ideia da poesia de Instagram como algo sempre curto não corresponde exatamente à realidade. Na prática, dentro das contas dos autores, dividem espaço poesias curtas, de três ou quatro versos, e obras mais extensas, que podem passar das vinte linhas. Uma variação parecida também se aplica ao tamanho dos poemas em prosa, embora apenas Igor Pires tenha demonstrado interesse em publicar conteúdos com mais de um parágrafo na plataforma, por exemplo. Em ambos os formatos, é válido mencionar que títulos se fazem presentes e ausentes a depender do material, não sendo uma regra seguida de modo particular por nenhum poeta.

Outro ponto interessante está ligado à variedade de temáticas exploradas pelos expoentes da *instapoesia*, artistas cujas matérias-primas possuem algo em comum ao captarem o espírito (ou seria a mídia?) do seu tempo, embora caminhem em direções peculiares segundo as experiências e públicos de cada um. Mesmo tendo “eixos temáticos” próprios, ou seja, assuntos reiterados continuamente de forma a reforçar suas personas, reparamos que cada perfil está habituado a convocar reflexões múltiplas sobre temas universais como amor, autoconhecimento, identidade, empoderamento e sociedade, inclusive fazendo referências a pautas midiáticas, projetos de governo e datas comemorativas nos conteúdos de suas criações. É pela atualidade e a forte dimensão ideológica de tais discursos, inclusive, que Freitas (2021) sugere olharmos para os *instapoetas* como “oráculos da contemporaneidade, enunciadores de uma verdade social que é compartilhada por todos” (Freitas, 2021, p. 3).

⁶⁸ Do original: “identification from the speaker towards the reader as it signifies a common experience of both reader and narrator, strengthening the relatability of the poem”.

Apesar das incontáveis similaridades percebidas enquanto analisávamos as postagens, é fundamental comentar que, de Rupi Kaur a Amanda Lovelace, os materiais coletados também evidenciaram uma série de atributos próprios dos escritores, seja no que diz respeito à forma ou ao conteúdo do poema. Do ponto de vista da edição, por exemplo, as poesias de Atticus tendem a ser enquadradas por uma variedade maior de molduras e cores quando comparadas aos demais (geralmente em tons mais sóbrios), ao passo que são menos ilustradas de modo geral. Por outro lado, o poeta mascarado é o único do grupo a não possuir uma fonte padrão para as publicações, algo que o possibilitou, ao longo dos três meses, recorrer a tipografias que simulassem a escrita à mão ou aquela via máquina de escrever em diversas ocasiões. Por falar nos recursos tipográficos, um ponto singular reside no hábito de ele costumar grifar certas palavras-chave dentro de seus escritos, exatamente como se utilizasse um marca-texto virtual — artifício que, conseqüentemente, direciona o olhar de quem lê para as partes mais indispensáveis do conteúdo.

Figura 12: Exemplos de *instapoemas* publicados por Atticus

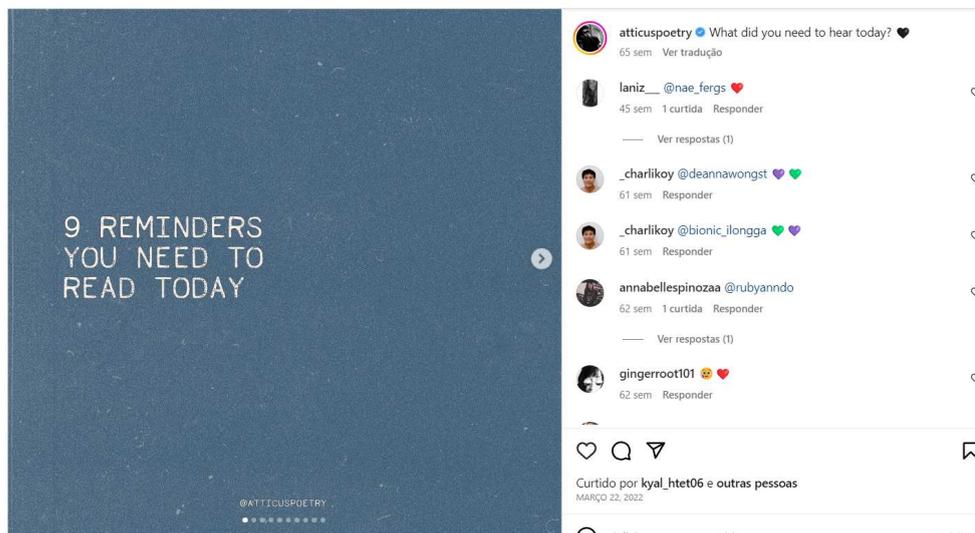


Fonte: Instagram (2022)

Além da falta de título na maioria dos exemplos, no que pode ser visto como mais um reflexo de sua opção pelo anonimato, vimos que nem todos os *instapoemas* produzidos por

Atticus são assinados. Na verdade, também em contraste aos demais, nos casos em que as peças não levaram seu nome ou @ no período de investigação, as poesias foram finalizadas com um XO, expressão que equivale a algo como “beijos e abraços” em inglês. De forma parecida, em publicações que contavam com *backgrounds* e outros elementos específicos, como colagens e fotografias, não encontramos qualquer menção à fonte original do elemento visual, o que nos impediu de entender se o poeta tende a recorrer a imagens externas ao longo de seu processo de edição. No entanto, dada a natureza de tais figuras (modelos e cenários genéricos, falta de detalhes pessoais, alta qualidade e resolução, etc), inferimos que boa parcela delas parece vir de bancos de imagens.

Figura 13: Exemplo de como o carrossel é explorado no perfil de Atticus



Fonte: Instagram (2022)

Fora o tradicional poema no *feed*, tivemos a oportunidade de observar o acionamento de outras duas *affordances* do Instagram por parte de Atticus de janeiro a março: os *reels* e carrosséis. Quanto ao primeiro, ao longo de três ocasiões — cada qual em um mês diferente —, identificamos que o artista optou por divulgar suas poesias não via foto, mas por meio do recurso, voltado para conteúdos audiovisuais verticais e breves. Em todas as situações, os vídeos de poucos segundos consistiam no rapaz abrindo a página de um de seus livros publicados e focalizando um texto em especial, sempre com músicas instrumentais de fundo. Por sua vez, o uso da funcionalidade carrossel serviu para que, em momentos como no Dia Internacional das Mulheres, ele pudesse compilar grupos de poemas temáticos, bastando ao leitor arrastar o dedo para o lado para conferir o “álbum poético” montado pelo autor. Foi o que ele fez no dia 23 de fevereiro, por exemplo, quando reuniu o conjunto “9 poemas para

dias difíceis”⁶⁹ (tradução nossa), assim como em 22 de março, com “9 lembretes que você precisa ler hoje” (tradução nossa⁷⁰).

Ainda que, habitualmente, o Instagram tenha sido e permaneça como a principal “página em branco” de Atticus, isso é, o local primário através do qual ele publica suas criações, em determinadas circunstâncias, sua conta na rede social se tornou o meio de divulgação de outros espaços nos quais Atticus escreve de maneira esporádica. Entre os projetos paralelos à plataforma de Mark Zuckerberg, com frequência, seus seguidores foram incentivados por meio dos *stories* a conferir poesias exclusivas via *newsletters* semanais, preparadas para o público aos domingos à noite. Junto delas, sua audiência também recebeu convites para lê-lo (e também para experimentar escrever as próprias obras) na rede social Poetizer, um aplicativo destinado à edição, compartilhamento e leitura de textos poéticos entre amantes do gênero, o que avaliamos como uma tentativa de expandir sua presença online.

Mas, afinal, o que Atticus comunica em seus tantos poemas? Para apontar que temáticas perpassam o conjunto de sua obra, nos voltamos para as postagens e atestamos que o núcleo central de seu trabalho está ancorado nos relacionamentos amorosos e a autoestima feminina, assuntos abordados por um homem que se coloca ao mesmo tempo enquanto um especialista em relacionamentos, conselheiro feminino e figura masculina sensível, capaz de entender supostos dilemas e desejos afetivos das mulheres que o acompanham. Nos *posts*, por exemplo, pudemos acompanhar o autor canadense passando por questões como insegurança, autoimagem, solidão e o desejo de ser amado, mas constantemente com o pronome “ela”, como se para especificar seu público. Tal ponto pode ser ilustrado por dois de seus poemas antigos recompartilhados em 8 de março, nos quais o artista escreveu que “ela não estava esperando por um cavaleiro — ela estava esperando por uma espada” (tradução nossa) e “ela era poderosa,/não porque ela não estava assustada/mas porque ela continuou tão fortemente,/apesar do medo” (tradução nossa⁷¹).

⁶⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3VKhlOX>. Acesso em: 05 mar. 2023.

⁷⁰ Dos originais “9 poems for difficult days” e “9 reminders you need to read today”.

⁷¹ Disponível em: <https://bit.ly/3pb2e4R>. Acesso em: 05 mar. 2023.

Figura 14: Poemas de Atticus possivelmente voltados ao público feminino



Fonte: Instagram (2022)

É curioso observar como, ainda que notoriamente destinados a um público de jovens mulheres, as experiências femininas descritas nos poemas de Atticus, Amanda Lovelace e Rupi Kaur não poderiam ser mais diferentes. Se, ao falar sobre tais vivências durante o período de acompanhamento, a dimensão privilegiada pelo poeta pareceu se ater aos seus relacionamentos afetivos, Kaur, que se autointitula uma “poeta feminista”, se revelou muito mais crítica em seus escritos, refletindo sobre a interseccionalidade entre gênero, raça e classe, as inúmeras facetas do sexismo e a potencialidade do apoio mútuo entre mulheres. Isso é evidenciado sobretudo quando pensamos em textos como o intitulado “legado”, de 1 de março, em que disse “eu me levanto/sobre os sacrifícios/de um milhão de mulheres antes de mim/pensando/no que é que faço/para tornar essa montanha mais alta/para que as mulheres que vierem depois de mim/possam ver além” (tradução nossa⁷²), bem como “*women of color*”⁷³, compartilhado dias depois, cujos versos destacam: “nossas costas/contam histórias/que nenhum livro tem/lombada para/carregar” (tradução nossa⁷⁴).

Mais até que sintetizar as discussões de gênero em seu trabalho, cremos que os textos que citamos ajudam a exemplificar o tom geral das postagens *instapoéticas* de Kaur, onde, ao menos de janeiro a março de 2022, narrativas pessoais se mesclaram a frases de efeito ao versar sobre tópicos já mencionados nos capítulos anteriores: traumas e processos de cura, relações de afeto, questões identitárias, exílio e a própria relação com a arte, sobretudo na forma de conselhos para jovens escritores. Sem grandes recursos de linguagem, talvez o

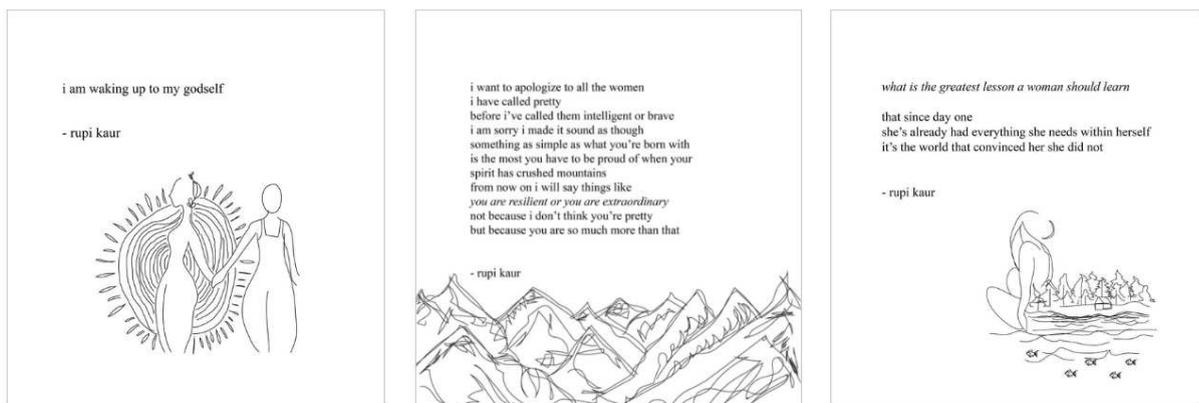
⁷² Disponível em: <https://bit.ly/3VIGCJh>. Acesso em: 05 mar. 2023.

⁷³ Reproduzimos o título no idioma original sob a justificativa de não reduzi-lo ao literal “mulheres de cor” ou expressões similares. “O termo se refere a mulheres não brancas nos EUA, Inglaterra e Canadá” (Caldwell, 2000, p. 1).

⁷⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3NOxktl>. Acesso em: 05 mar. 2023.

aspecto mais chamativo de suas poesias tenha sido, além da mesclagem entre o político e o poético, o fato de, para discorrer acerca dos temas pretendidos, muitas de suas postagens contarem com metáforas que relacionam elementos da natureza a fases e núcleos de sua vida. Isso porque, nos exemplos compilados do perfil de Rupi, raízes de plantas frequentemente se tornaram analogias para sua base familiar, o desabrochar das flores aludiu ao começo de uma paixão e a cor da terra serviu de comparação para o tom de sua pele. Nesse ponto, torna-se relevante destacar que as referências ao natural não se fizeram presentes somente nos versos, aparecendo ainda nas ilustrações que os complementam.

Figura 15: A natureza ilustrada nas poesias de Rupi Kaur



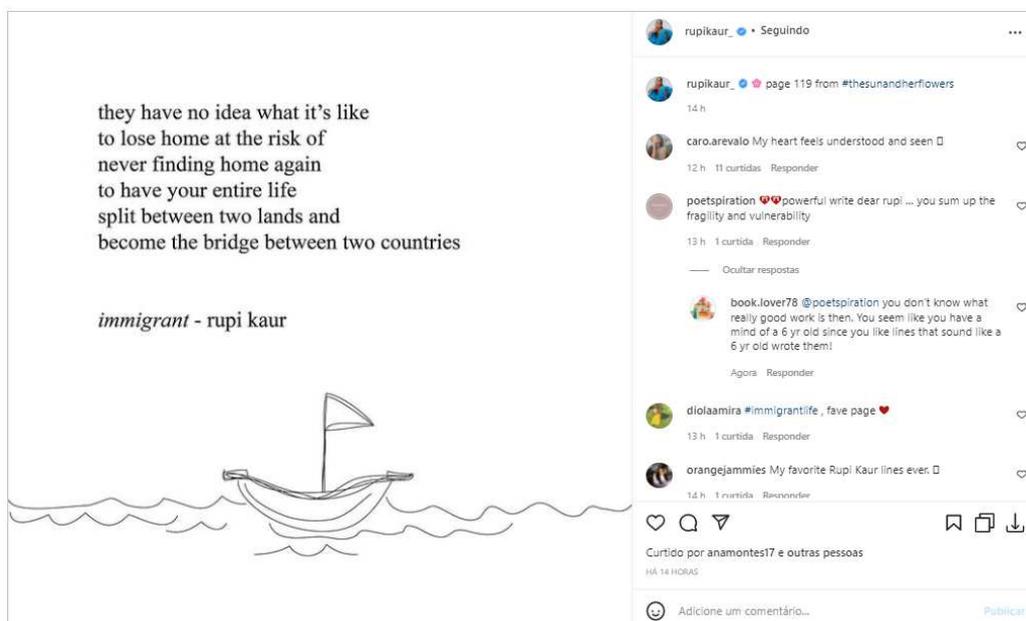
Fonte: Instagram (2022)

Por falarmos nas ilustrações, não temos dúvidas de que os desenhos de Rupi Kaur são uma dimensão representativa e inconfundível dos poemas compartilhados pela jovem poeta. Diferente de Atticus, que buscou responder à premissa visual do Instagram com colagens e fotografias, parte de seus conteúdos de janeiro e março foram marcadamente integrados por artes autorais singelas, todas elas desenhadas de maneira digital ou à mão e depois digitalizadas. O uso do verbo integrar, inclusive, não é por acaso: muito mais do que apenas acompanhar o que foi escrito pela artista, em alguns casos, o texto verbal foi “enquadrado” pelos desenhos, acompanhando sua disposição. A nosso ver, essa junção entre o minimalismo das palavras e das figuras coopera ainda mais para a padronização e simplicidade das peças, que possuem versos em uma mesma fonte, textos que raramente ocupam todo o espaço da postagem e nunca outras cores para além do preto e branco. Poderíamos dizer até que, no fim, a ideia transmitida pelo conjunto da obra é a de que estamos diante de poesias escritas sobre pedaços de papel, emoldurados e inseridos digitalmente dentro da plataforma em seguida.

Sob a perspectiva da escrita, vários componentes saltaram aos nossos olhos quando analisadas conjuntamente as postagens. Dentre as características basilares de sua *instapoesia*,

se destacam a já mencionada inexistência de letras maiúsculas, uma escolha pessoal descrita durante o capítulo 5 da dissertação, bem como a falta de sinais de pontuação, que tornam suas pílulas poéticas fluidas e contínuas. Ao contrário de Atticus, todos os seus poemas são assinados, com o nome de Kaur aparecendo ao final de cada texto. Nas ocasiões em que os materiais recebem títulos, escolha a depender do *post*, estes aparecem de duas formas: acima ou abaixo dos versos, sempre em negrito ou itálico (formatação também usada ao longo do poema para enfatizar certas palavras ou frases). Como de praxe, sua linguagem é acessível e direta, enquanto as poesias, exclusivamente lançadas via *feed* e com a menor regularidade dos quatro, se dividem entre textos intimistas em verso e prosa.

Figura 16: Poema publicado no perfil de Rupi Kaur

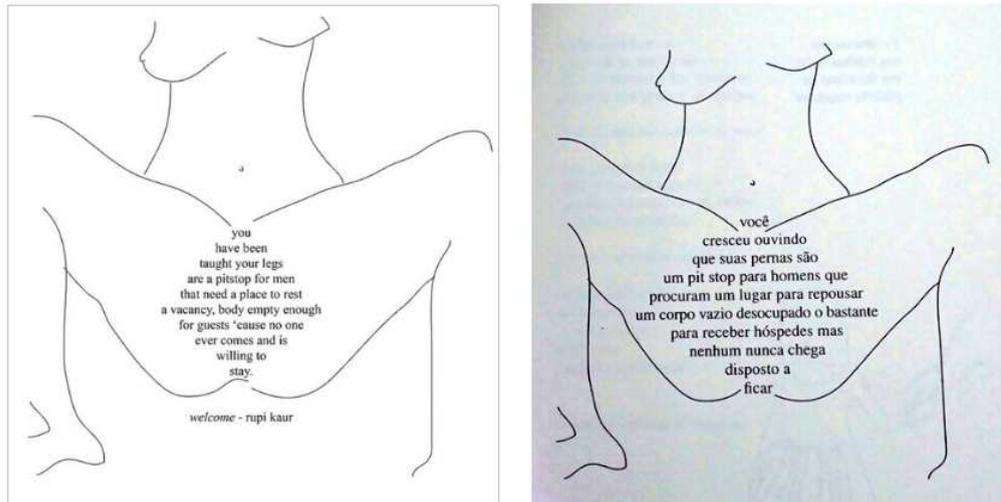


Fonte: Instagram (2022)

Já em relação à exclusividade de suas postagens, um ponto primordial a ser comentado diz respeito à conclusão de que, durante o primeiro trimestre de 2022, poucos *instapoemas* conferidos na conta da poeta indiana foram de fato inéditos — o que diz muito sobre o momento em que este trabalho foi realizado. Se levarmos em conta que nossa pesquisa de campo ocorreu em um período de consolidação de sua carreira, momento este em que Rupi já contava com vários livros publicados, é possível enxergar com naturalidade o fato de que, embora estivéssemos esperando por poesias nunca antes lidas, o que encontramos foram inúmeros materiais publicados em seus livros impressos e postados depois na plataforma, processo sinalizado com regularidade por legendas no formato “página x do livro #nomedolivre”. Trata-se, assim sendo, tanto do resultado quanto da inversão de um caminho

realizado ao longo de seus anos iniciais no Instagram, onde, sem compromissos tão diretos com o mercado editorial, postagens primeiramente divulgadas na mídia social se transformavam depois em coletâneas físicas (e não vice-versa).

Figura 17: Da esquerda para a direita, um mesmo *instapoema* digital e impresso



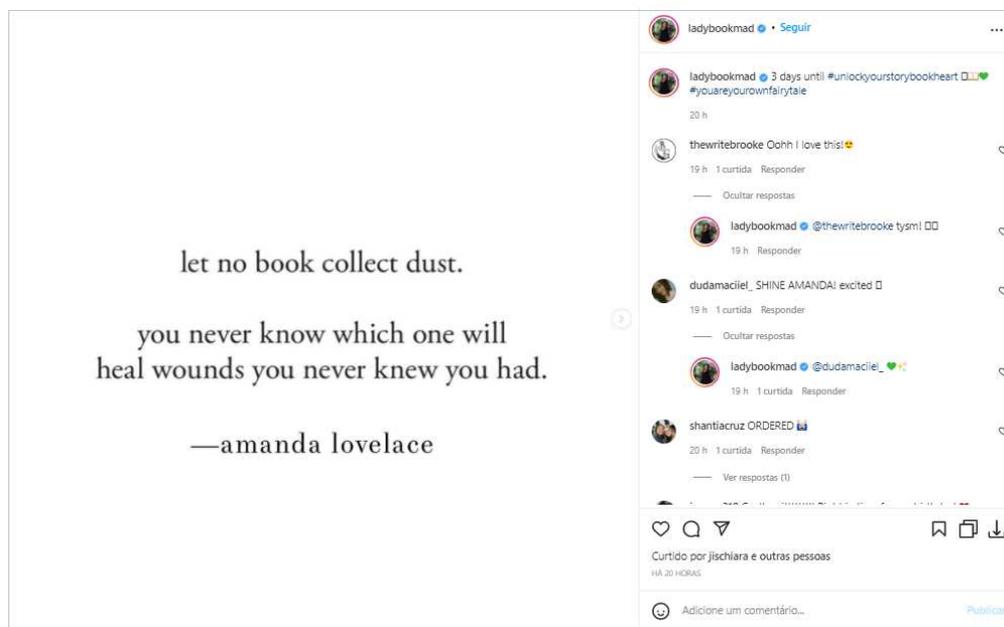
Fonte: Google (2022)

Mas então, se basicamente estamos dizendo que existe uma mudança nessa dinâmica — com poemas que primeiro nascem em livros para só depois serem lançados no Instagram —, faria sentido ainda assim afirmar que as atuais postagens de Rupi Kaur são *instapoemas*? Trata-se decerto de um questionamento relevante, uma pergunta cuja resposta, quando nos indagamos internamente, partiu do reconhecimento de que houve um período no qual o livro era o objeto final e não o ponto de partida, bem como a noção de que muitas características de sua obra que despertaram o interesse editorial (da concisão ao aspecto visual) se originaram de sua apropriação das *affordances* da plataforma, que também afetou de modo direto tais textos em um momento inicial. Além disso, vale pontuar que não estamos falando de uma mera transposição do impresso para o digital: comparando os mesmos poemas no livro e em seu perfil, vimos, por exemplo, que o ato de publicá-los online exigiu um reenquadramento distinto da página em papel, a assinatura do nome de Kaur e uma nova disposição para o título, mais evidente na mídia social.

Um processo muito parecido pôde ser igualmente verificado no perfil de Amanda Lovelace, outra autora que, além de ser publicada em língua inglesa pela mesma editora de Rupi (a estadunidense *Andrews McMeel Publishing*), mantém, tal qual a poeta indiana, relações de complementaridade entre os textos publicados de maneira física e digital no Instagram. Essa, diga-se de passagem, está longe de ser a única semelhança entre suas obras,

talvez as que tenham mais se aproximado durante nosso percurso analítico. Para começar, quando comparados seus aspectos formais, os *instapoemas* de Lovelace pareceram seguir diversos dos elementos já destacados no perfil de Kaur, como o fato de serem postagens também minimalistas em preto e branco, possuírem versos curtos e uma mesma tipografia padrão para todos os textos. A opção por não utilizar letras maiúsculas, que Rupi justifica com sua homenagem à língua punjabi, também foi seguida à risca por Lovelace, embora não tenhamos conseguido identificar se existe uma razão específica para tal ou se a escolha apenas acompanha a informalidade da comunicação via mídias sociais.

Figura 18: Poema publicado no perfil de Amanda Lovelace



Fonte: Instagram (2022)

Numa associação também temática, vimos Amanda Lovelace enfocar, em uma perspectiva confessional e feminista, assuntos afins ligados à autodescoberta, experiências pessoais traumáticas, relacionamentos amorosos e o processo de crescer enquanto mulher, como ressaltado por seu *instapoema* em prosa “se ela tivesse uma escolha, as coisas seriam diferentes”, de 5 de março: “eles dizem que ela é sábia além de sua idade, como se fosse uma coisa rara e maravilhosa de se ver, mas ela não vê da mesma maneira. o que eles não percebem é que depois de tudo o que ela teve que suportar, ela não teve escolha a não ser crescer mais rápido do que deveria” (tradução nossa⁷⁵). O fato de tematizar suas angústias, de todo modo, não fez com que a poeta perdesse de vista as mensagens de incentivo e esperança que perpassam todo o seu trabalho, o que se comprovou com o poema do dia 27 daquele mês,

⁷⁵ Disponível em: <https://bit.ly/3I6gFxB>. Acesso em: 05 mar. 2023.

de nome “eu estou infinitamente admirada por você”. Desta vez em versos, aqui está o que ela compartilhou com seus leitores: “eu te vejo fazendo coisas incríveis./eu vejo você manejando para cuidar de si mesma & dos outros,/mesmo quando ninguém diz ‘obrigado.’/mesmo quando você está além de exausta./eu vejo tudo isso.” (tradução nossa⁷⁶).

Ainda pensando em tal teor motivacional, uma dimensão única do trabalho literário de Amanda é o fato de que, para trazer conselhos e recomendações ao público, a “poeta bruxa” se utiliza de subcategorias poéticas, cujas estruturas se aproximam por remeterem a orientações dadas por uma anciã mística ou entidade superior. Entre janeiro e março, foram detectadas três dessas seções com certa recorrência em sua conta: “os livros dela dizem”, “fada madrinha diz” e “irmã mais velha diz” (tradução nossa⁷⁷), artifícios por meio dos quais ela apresentou diferentes ensinamentos envolvendo autocobrança, lutas individuais e família. Para se ter uma noção melhor, abaixo, reproduzimos o que revelou a seção “irmã mais velha diz” dividida com os leitores no dia 20 de fevereiro, que ajuda a exemplificar tal dinâmica:

nós não somos definidos pelo amor que nossa família pôde ou não nos dar. nós somos definidos, ao invés disso, pelas pessoas que nós conscientemente nos tornamos apesar delas — a gentileza que mostramos aos outros, o perdão que damos a nós mesmos, as vezes em que nós falamos em vez de escolher permanecermos calados, & as desculpas difíceis mas necessárias que nós pedimos. (Lovelace, 2022⁷⁸)

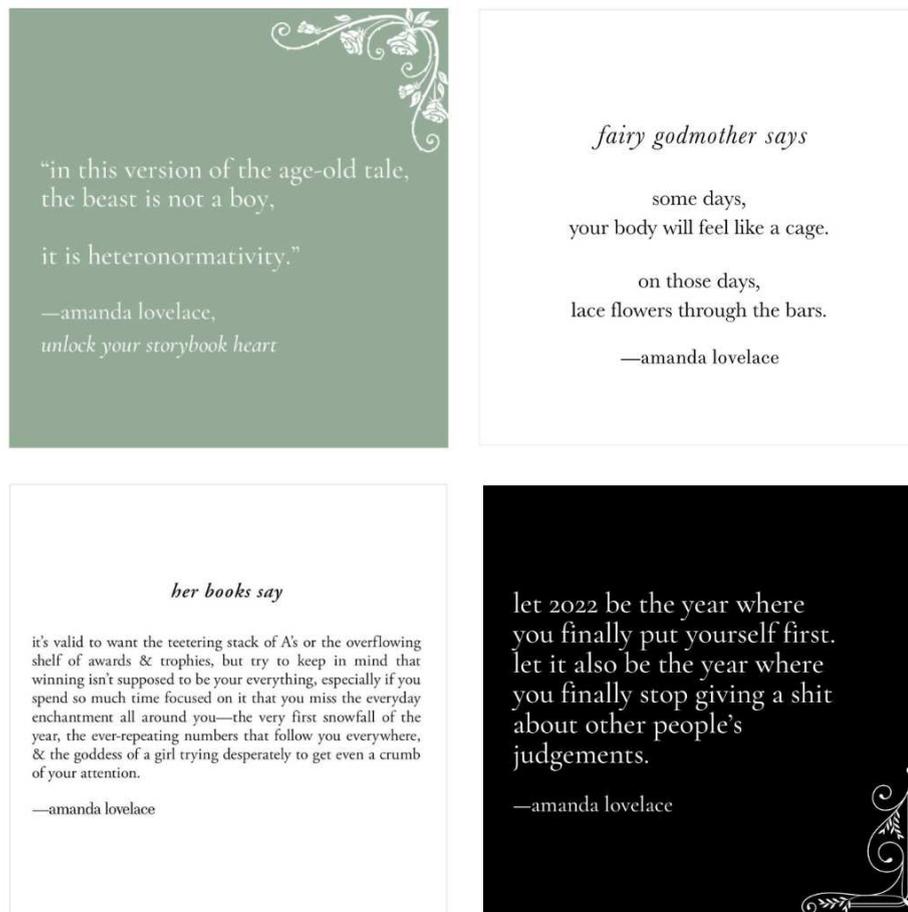
Do que vimos sobre a apresentação dos poemas de Amanda Lovelace, uma breve passagem por outros elementos que os constituem merecem comentários à parte. À semelhança de Rupi Kaur e diferentemente de Atticus, o contato com sua obra nos fez reconhecer que, antes de mais nada, todas as criações difundidas por ela via mídia social levaram sua assinatura, embora nem sempre tenham contado com título (estes, se presentes, variando entre itálico e negrito antes ou depois dos versos). Sem grandes novidades aparentes até então, nossa surpresa maior se revela quando o assunto é o caráter visual de suas obras — ou melhor, a falta dele. Isso porque, dentre todas as *instapoesias* conferidas em seu perfil durante a investigação, não foram encontrados quaisquer poemas que contivessem componentes chamativos como tipografias criativas, imagens de fundo, ilustrações, desenhos ou colagens, mas apenas os adornos laterais como em dois dos exemplos abaixo:

Figura 19: Exemplos de *instapoesias* publicados por Amanda Lovelace

⁷⁶ Disponível em: <https://bit.ly/41FT7Xs>. Acesso em: 05 mar. 2023.

⁷⁷ Dos originais: “her books say”, “fairy godmother says” e “big sister say”.

⁷⁸ Disponível em: <https://bit.ly/3MtHBdr>. Acesso em: 5 mar. 2023.



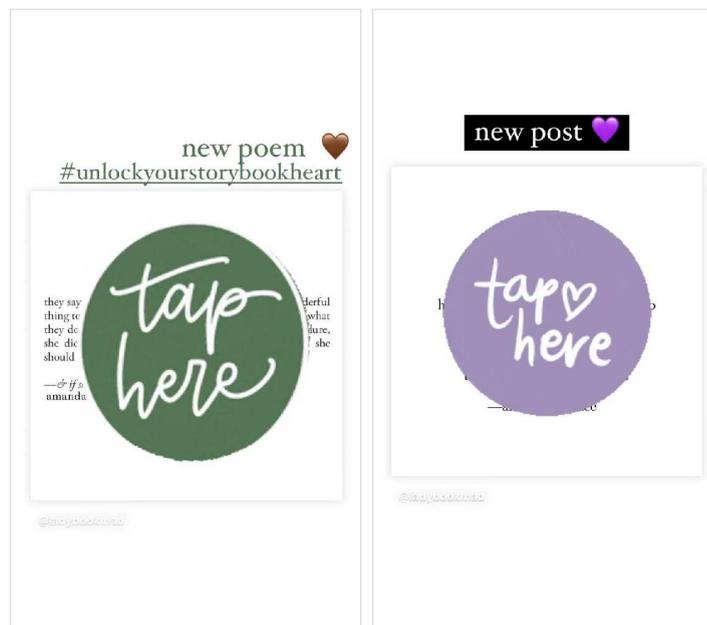
Fonte: Instagram (2022)

Uma curiosidade semelhante também surge durante a identificação das *affordances* exploradas para fins artísticos dentro do perfil de Lovelace, uma artista cuja dinâmica no Instagram, como bem observamos, se desenrola a partir da manipulação de diversos recursos disponibilizados pela plataforma. Nas postagens via *feed*, por exemplo, onde a poeta se dividiu entre poesias produzidas digitalmente e fotos de poemas nos próprios livros, foram raras as ocasiões em que ela não se utilizou de *hashtags* nas legendas para identificar as temáticas ou o nome da coletânea à qual o *instapoema* pertencia, estratégia que a permite compilar as obras e ser encontrada com facilidade pelos leitores (ou até mesmo descoberta por quem navega pelas *tags* em questão). Já a funcionalidade carrossel exerceu dois papéis distintos: em alguns casos, servindo para reunir grupos de poemas e, durante outros, sendo usada para incluir, em um mesmo *post*, tanto uma poesia como a capa do livro do qual esta foi retirada.

Ao contrário dos *reels*, que não lhe pareceram muito úteis de janeiro a março (houve o registro de um único poema no formato), os *stories* de Amanda foram uma peça-chave para a divulgação de suas pílulas poéticas. Esse entendimento decorre da observação de que, em uma

frequência maior que a dos poetas já elencados, a artista demonstrou o hábito de investir na ferramenta sempre que era lançado um novo conteúdo em seu *feed*. Sua tática funcionava da seguinte maneira: tão logo um *instapoema* aparecia em seu perfil, bastava que atualizássemos a página para encontrarmos *stories* com uma versão repostada do material, ao lado de chamadas convidativas como “clique aqui e leia meu novo poema”. Sobretudo enquanto muito se discutia sobre o impacto do algoritmo no alcance dos *posts*, tal forma de divulgação funcionava como um lembrete para os internautas, dinâmica que, ao se repetir dias depois com a mesma poesia, prolongava a “vida útil” do texto por até uma semana.

Figura 20: *Stories* de Amanda divulgando poemas postados no *feed*



Fonte: Instagram (2022)

E quanto a Igor Pires, o representante brasileiro do grupo: como faz poesia na página “Textos Cruéis Demais”? Antes de mais nada, diríamos que se dividindo entre as três frentes disponibilizadas pelo Instagram, com mais destreza que os demais expoentes do fenômeno. Tanto é que, em seus *stories*, um local geralmente reservado à repostagem do que era feito no *feed*, tivemos a surpresa de por vezes nos esbarrarmos com *instapoemas* adaptados para o formato vertical, uma característica do recurso de conteúdos rápidos. Foi o que aconteceu no dia 27 de março, por exemplo, onde o artista, em vez de apenas republicar a obra recém-divulgada no *feed* “eu estava disposto a te querer por inteiro”, a transformou em um *story* à parte, ajustando os versos já compartilhados na legenda do *post* para que se adaptassem à outra funcionalidade.

Ao mesmo tempo em que olhávamos para os *stories*, também víamos os *reels* da “Textos Cruéis Demais” assumirem um papel interessante, numa lógica pouco usual dentro dos outros perfis. Ali, Igor acionou tal *affordance* em ocasiões frequentes para se gravar declamando poemas em voz alta, em vídeos legendados e com músicas instrumentais de fundo. Os textos escolhidos, como aqueles publicados somente de forma escrita, traziam consigo uma forte carga emocional, temas voltados a relacionamentos amorosos e certa atmosfera de proximidade com o leitor, expressa pelo direcionamento de seu olhar à tela (na simulação de um diálogo com o público) e o uso constante dos pronomes pessoais em segunda pessoa. Nos atentemos, aqui, ao que ele disse na declamação compartilhada em 16 de fevereiro⁷⁹, mais especificamente à importância dada ao internauta com a repetição do “você”: “o aperto que você sente no peito faz parte de você. Você nasceu pra ser alguém que não passa ilesa pela vida. Que a encara com a verdade dos que não têm receio, dos que não correm, dos que ficam e esperam pra ver. Isso é seu e como eu te admiro por isso”.

No *feed*, o espaço central dedicado à postagem de seus conteúdos, foi possível notar que os *instapoemas* seguiram uma proposta padronizada, com aspectos que por vezes o aproximaram, por vezes o afastaram dos outros três poetas. De forma geral, quando não foram fotografias de trechos de seus livros, estamos falando de peças discretas, em cores que variaram entre o branco e tons quentes como o laranja, rosê e vermelho, além do diferencial de raramente terem contado com elementos fora o texto verbal (por sua vez, mais um caso de uso restrito de letras minúsculas). Em sua grande maioria, ainda percebemos que a preferência de Igor pareceu girar ao redor de um formato em especial: na contramão das breves pílulas poéticas, longas poesias em prosa, algumas chegando até mesmo a cinco ou seis parágrafos.

Vale enfatizar que, mesmo seu projeto artístico contando com um perfil à parte, os poemas em questão levaram a assinatura tanto do nome do brasileiro quanto da marca “textos cruéis demais para serem lidos rapidamente”, em letras minúsculas tal qual todo o restante dos escritos. A questão é de fato um ponto curioso sobre a proposta literária do brasileiro, que, desde o período inicial de acompanhamento, apresentou ao público obras postadas em seu perfil pessoal e assinadas como “Igor Pires”, poesias com a assinatura “textos cruéis demais para serem lidos rapidamente” na página “Textos Cruéis Demais” e, ainda, casos em que um mesmo *instapoema* foi postado nas duas contas simultaneamente — o que o Instagram chama de “*collab*”. A mesma lógica tem se aplicado aos seus diversos livros publicados, onde os

⁷⁹ Disponível em: <https://bit.ly/43drqvy>. Acesso em: 5 mar. 2023.

nomes presentes nas capas se alternam entre Igor Pires e o nome da iniciativa, sem quaisquer tentativas aparentes de dissociação.

Figura 21: Exemplos de *instapoemas* publicados pela página “Textos Cruéis Demais”



Fonte: Instagram (2022)

Ora, mas sendo o Instagram uma plataforma preocupada com o visual, como é possível produzir conteúdos em textos tão longos para o *feed*? A solução encontrada por Igor nos meses em que o acompanhamos, algo já adiantado, foi simples: se apropriando das legendas ao transformá-las no suporte para suas palavras, exercício que exemplifica alguns dos tensionamentos mais práticos entre o uso previsto pela mídia social e o que de fato se desenrola no dia a dia. Em seu caso, a escolha até mesmo acaba subvertendo a ordem de importância com a qual os usuários estão acostumados, visto que, em vez de atrelar à “imagem” do *post* a atenção maior do que é compartilhado, o escritor opta por tornar seu suposto complemento (a legenda) o foco do interesse de quem lê. O que sem tem, ao final, são

posts como os que conferimos em dias como 18 de fevereiro⁸⁰ e 21 de março⁸¹, com textos extensos e, por isso, pouco usuais no espaço.

Figura 22: Postagem publicada no perfil de Igor Pires



Fonte: Instagram (2022)

Nestes textos em sua maioria amplos, encontramos um universo temático bastante concentrado em experiências amorosas, relatos que Igor não tem problema em admitir serem inspirados por suas relações passadas⁸². Dizer adeus, superar um amor e lidar consigo mesmo após um término foram alguns dos assuntos desenvolvidos pelo autor da “Textos Cruéis Demais” semanalmente, cuja escrita sentimos ser perpassada pelo sentimentalismo e a melancolia. Seu texto “catorze”, compartilhado em 23 de fevereiro, é um notável caso ilustrativo disso, já começando com “pronto, outra pessoa foi embora. desta vez não me sinto triste ou empalidecido. não sinto nada. quis escrever imediatamente depois da fuga, depois da última mensagem visualizada e não respondida. quis gritar também. escrever um cartaz e pendurar na sacada do prédio”⁸³. Não apenas nesse exemplo, colabora para o intimismo de seus textos a utilização do ponto de vista na primeira e segunda pessoa, que faz com que os

⁸⁰ Disponível em: <https://bit.ly/3qXpfsV>. Acesso em: 5 mar. 2023.

⁸¹ Disponível em: <https://bit.ly/43YQyBF>. Acesso em: 5 mar. 2023.

⁸² Disponível em: <https://bit.ly/451Sk0M>. Acesso em: 5 mar. 2023.

⁸³ Disponível em: <https://bit.ly/3OtzoHz>. Acesso em: 5 mar. 2023.

leitores ou se coloquem no lugar do autor ou se sintam em uma conversa confidencial com ele.

Entre descrições sobre seus estilos de escrita e relações com os recursos do Instagram, tentamos, ao longo desta seção, tornar visíveis os aspectos formais e temáticos dos poemas que encontramos ao longo do caminho de pesquisa. Tal esforço nos levou a concluir que, como qualquer experiência artística, o contato de cada autor com a plataforma se refletiu em criações singulares, frutos de escolhas que influenciaram na extensão, formato e dimensão visual das poesias. De qualquer forma, a grosso modo, as obras literárias de Atticus, Rupi, Amanda e Igor também compartilharam uma série de elementos afins: o teor emocional, a linguagem sem rodeios, os aspectos visuais discretos (*backgrounds* monocromáticos, uma ou outra ilustração, poucos adornos). Por fim, as muitas apropriações das *affordances* da mídia social ainda nos permitiram visualizar os casos em que a função atribuída a certas funcionalidades não fugiu do que costumamos ver em outros perfis e os momentos nos quais tais produções envolveram necessidades específicas e usos criativos de espaços como o *post* no *feed*, os carrosséis e as legendas — características que, provavelmente se estendendo aos demais *instapoetas*, jogam luz sobre o que existe de mais individual à *instapoesia* enquanto fenômeno à parte. Para discutir outras facetas sobre a presença digital dos artistas, nos aprofundaremos nos demais ângulos do relacionamento dos quatro com seus públicos nas páginas que se seguem.

6.3. Presença digital e interação com leitores

Enquanto falávamos sobre as poesias dos quatro escritores na última seção, enfatizamos, em diversos momentos, o quanto instituir um estado comunicativo com quem está atrás da tela é uma parte fundamental do fazer *instapoético*. Nos poemas que compilamos, por exemplo, essa procura por proximidade e conexão apareceu tanto na escolha dos temas abordados pelos artistas quanto no uso de artifícios específicos — a preferência pelos pronomes “eu” e “você”, as legendas contendo diálogos — que muitas vezes passaram a impressão de se estar conversando diretamente com o poeta, a despeito da diferença temporal e espacial entre os agentes dessa interação. É possível dizer que a escolha por recursos que incentivam tais trocas, de certo modo, foi ao encontro de duas reflexões trazidas por Zumthor (2002) durante suas ponderações sobre a comunicação poética: primeiro, a noção de que falar de poesia é, acima de tudo, falar sobre relações (estando os corpos envolvidos em um mesmo cenário/tempo ou não) e, segundo, que na ausência aparente desses corpos vivos que em

outras modalidades poéticas compartilhariam espaço (*slam*, recitais, competições de rua), a poesia escrita, para restituir seu “estado performativo”, assimilaria o gestual ou a presença por meio de certos procedimentos.

Achamos significativo voltar às ponderações zumthorianas ao começarmos a falar sobre interação/presença digital porque, embora os corpos e vozes de Rupi, Atticus, Amanda e Igor tenham aparecido com mais destaque em seus registros cotidianos, não poderíamos nos esquecer de que, em maior ou menor grau, “marcas” corporais também puderam ser percebidas nas próprias pílulas poéticas compartilhadas. Olhando apenas para as postagens de Rupi Kaur, por exemplo, é possível pensar nas ilustrações autorais que acompanham suas peças como vestígios de um corpo-escritor para além da palavra digitada, que apela para outro tipo de percepção por parte do público. O mesmo se nos determos sobre as já citadas declamações em vídeo da página “Textos Cruéis Demais”, em que poemas publicados em texto ganham voz ao serem expressos oralmente por Igor, ou ainda seu *podcast* no Spotify “cruel demais”⁸⁴, onde os ouvintes podem escutar “poesias narradas dos livros e conteúdos relacionados a amor, relacionamentos e cotidiano”, como diz a descrição do projeto. Ainda que sejam processos mediatizados tecnicamente, tais dinâmicas envolvem a manifestação de gestualidades que não a escrita e tornam o corpo de quem escreve percebido de outras maneiras por aqueles que o leem.

Quanto aos outros dois autores, vale comentar que, antes até do que nosso contato diário com seus perfis, situações envolvendo suas vozes e a poesia já vinham ocorrendo com frequência não no Instagram, mas em outro espaço de caráter também audiovisual: o TikTok. Na mídia social ao lado, de modo parecido com o que Igor Pires costuma propor para o Spotify, tanto Amanda quanto Atticus conservam a oralidade que marca a arte poética por meio de vídeos curtos, produções nas quais os seguidores encontram seus textos autorais lidos em voz alta. No caso dela, o padrão que encontramos é apresentar o próprio corpo diante da câmera do celular, alternando olhares entre seu livro e a audiência com quem se comunica⁸⁵. Já para ele, que tem como máxima a escolha por permanecer anônimo, músicas instrumentais de fundo e imagens de outras pessoas acompanham a oralização de suas obras em *voice-over*⁸⁶, em um formato distinto do que Atticus escolhe para sua plataforma principal.

⁸⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3OCpjrV>. Acesso em: 7 mar. 2023.

⁸⁵ Disponível em: <https://bit.ly/43WbVUs>. Acesso em: 7 mar. 2023.

⁸⁶ Disponível em: <https://bit.ly/3OG2F20>. Acesso em: 7 mar. 2023.

Além das interações supracitadas, voltadas exclusivamente para os poemas dentro e fora do Instagram, vimos emergir inúmeras outras formas de interação e apresentação de si nos perfis dos escritores durante nossa exploração, todas estas merecedoras de notas em separado. Nos fixando à figura de Rupi Kaur, por exemplo, talvez começássemos resumindo o ponto primário de contato com sua comunidade ao campo de comentários de suas postagens, visto que, frequentemente, experienciamos trocas entre ela e os leitores a cada nova publicação de um conteúdo. No geral, não podemos afirmar terem sido diálogos longos ou complexos: na maioria das situações, tais interações se restringiram a dúvidas retiradas pela poeta, mensagens de agradecimento por elogios recebidos por um poema ou *emojis* enviados a um admirador e outro, que agradeciam em retorno pelo reconhecimento do ídolo. Algo desse tipo ficou evidente em sua publicação do dia 24 de janeiro, quando, após receber um comentário que dizia “eu morri e fui para o paraíso nos seus olhos” (tradução nossa), Kaur devolveu em tom descontraído: “ah meu deus ruborizando quem é você e como você tem as chaves do meu coração” (tradução nossa).

Figura 23: Rupi Kaur e leitora trocam mensagens carinhosas



Fonte: Instagram (2022)

Tão presentes em sua rotina quanto as mensagens via comentários, os *stories* também se provaram um valioso ponto de encontro entre Kaur e o público, com inúmeras *affordances* identificadas além da exibição do próprio cotidiano. Isso porque foi através delas que, mais do

que registrar encontros com leitores no dia a dia, a autora se valeu de *stickers* como o “enquete” para saber suas opiniões e incluí-los em tomadas de decisões⁸⁷, bem como divulgou os *feedbacks* recebidos após um novo *instapoema*, filmou os presentes que ganhou dos admiradores (de janeiro a março, presenciamos duas ocasiões do tipo) e repostou postagens de carinho de seus fãs — sem mencionar as situações em que o espaço serviu para levar os leitores a páginas externas, como seu TikTok ou *newsletter*. Em um desses momentos, chegamos a nos surpreender após a vermos indicar, durante o dia 23 de fevereiro, um material do fã-clube brasileiro Rupî Kaur Brasil, ao lado da mensagem “ouuuf vocês precisam entrar no @rupikaurbrasil ouço que a poesia ‘bate’ de um jeito diferente no português brasileiro” (tradução nossa⁸⁸).

O anúncio e a chegada da turnê mundial de Rupî Kaur em março trouxeram consigo aquele que seria um de seus maiores projetos interativos acompanhados por nós, senão em importância, pelo menos em termos de durabilidade. Tudo começou quando, no Dia Mundial da Poesia, celebrado no dia 21 daquele mês, a poeta veio ao Instagram⁸⁹ para contar que havia acabado de abrir um concurso virtual a fim de escolher artistas que a acompanhassem para o ato de abertura de suas performances, com tais leitores-autores apresentando seus próprios poemas para uma plateia ao vivo. Os passos para se inscrever à iniciativa, divulgada diariamente em seus *stories*, eram simples: os seguidores deveriam basicamente gravar um vídeo de si mesmos performando um poema original, publicar o material final no Instagram ou Facebook, marcar o perfil de Rupî Kaur e utilizar a *hashtag* #RupîKaurWorldTour, de forma a permitir que Kaur (e, porque não, outras pessoas interessadas) os encontrasse. Caso os artistas em questão não possuíssem rede social, também existia a possibilidade de enviar o conteúdo para o e-mail da poeta, que depois entrou em contato com cada um dos selecionados para o prosseguimento da parceria.

Seja por endossar sua relação com os seguidores ou por demonstrar a indissociabilidade entre o trabalho fora da internet e as plataformas digitais, seguir o desenrolar de uma ação como essa no último mês de acompanhamento nos soou de certo modo emblemático, principalmente porque a enxergamos como uma oportunidade de conferir de perto o envolvimento dos internautas com Rupî. Nesse quesito, aliás, o incentivo à

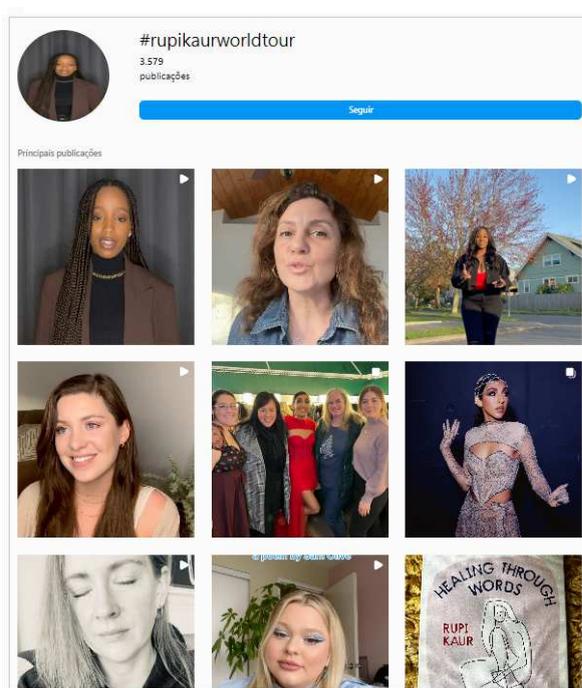
⁸⁷ De modo breve, “enquetes” são recursos interativos que, uma vez adicionados aos *stories*, permitem que aquele que os inseriu crie perguntas personalizadas, dando ao público a possibilidade de tocar nas opções de respostas disponíveis. Durante sua passagem por uma livraria no dia 5 de março, por exemplo, Rupî recorreu à ferramenta para perguntar aos seguidores se deveria autografar exemplares de suas obras secretamente.

⁸⁸ Do original: “ouuuf y'all need to get on @rupikaurbrasil i hear the poetry hits diff in brazilian portuguese”.

⁸⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3Jycsno>. Acesso em: 7 mar. 2023.

participação dos leitores se mostrou uma estratégia efetiva de engajamento, visto que mais de três mil postagens contendo a *hashtag* em questão puderam ser contabilizadas. O fato de haver uma *tag* própria para as marcações do concurso cultural (a mesma que Kaur utilizou para outros assuntos sobre a turnê) também não nos pareceu uma decisão ao acaso, tanto agrupando os conteúdos relativos ao projeto quanto fomentando trocas entre os usuários, participantes ou não. Por meio dela, parece plausível sugerir que o perfil da autora ainda tenha recebido um aumento significativo de novos seguidores provenientes das contas dos participantes.

Figura 24: Conteúdos marcados com a *hashtag* #rupikaurworldtour



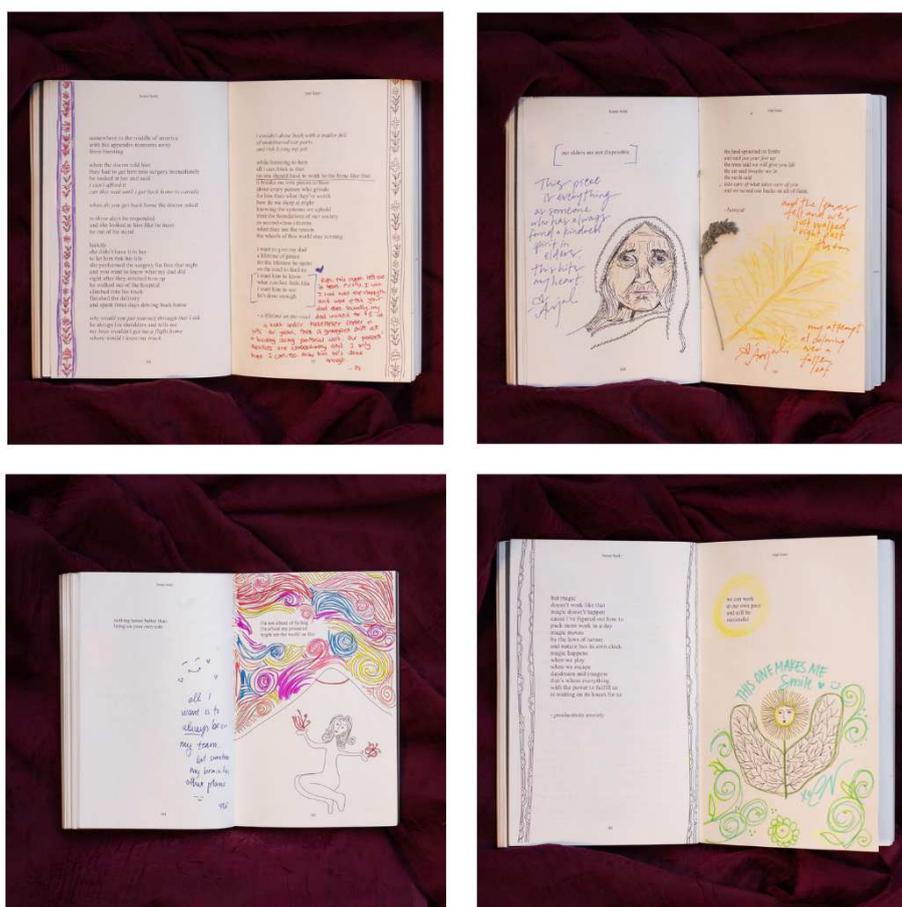
Fonte: Instagram (2022)

No mesmo mês da ação acima, vale citar que tivemos acesso ao desfecho de outro projeto longo por parte de Rupi Kaur, cujo ponto de partida e desdobramentos antecederam nosso envolvimento com seu perfil: a “Irmandade do Livro Viajante” (tradução nossa⁹⁰), experiência na qual, saindo da casa da própria autora, uma mesma cópia de sua obra “Meu Corpo Minha Casa” percorreu a mão de seis leitoras ao redor dos Estados Unidos, que deveriam se envolver afetivamente com os poemas e expressar suas experiências por meio de rabiscos, ilustrações, pinturas, colagens e demais inscrições do tipo. Com início em agosto de 2021 e duração de oito meses, a iniciativa contou com um sorteio pelo Instagram para a

⁹⁰ Do original: “*Sisterhood Of The Traveling Book*”. Disponível em: <https://bit.ly/45BMXe0>. Acesso em: 7 mar. 2023.

escolha das participantes (aqui, portanto, excluídas quem não tivesse um perfil na plataforma) e um mapa interativo no site da artista, através do qual sua audiência conseguiu seguir as sucessivas apropriações do livro por entre estados como Califórnia, Utah, Texas e Carolina do Norte. Ao final, já com o exemplar novamente em mãos, um *reels* e uma sequência de fotos⁹¹ contendo detalhes das “marcas” de leitura foram apresentados aos seus admiradores, que comentaram a dedicação das envolvidas com a atividade.

Figura 25: Registros da conclusão do projeto “Irmandade do Livro Viajante”



Fonte: Instagram (2022)

Tomando notas sobre a apresentação de si mesma de Rupri Kaur, reenfatizamos, como dito antes, que conteúdos sobre a vida da autora estiveram presentes em todas as etapas de nosso acompanhamento, o que permitiu que seus seguidores não se ativessem apenas a suas poesias e demais projetos literários. Em parte expostos por meio do *feed*, em parte por meio dos *stories*, detalhes acerca de suas experiências privadas (incluindo a luta pessoal da escritora contra a depressão e informações sobre a própria família e amigos) e públicas (das sessões de autógrafos às viagens a trabalho) foram divididos com o público com certa

⁹¹ Disponível em: <https://bit.ly/44mwPMh>. Acesso em: 7 mar. 2023.

diferença temporal dentro de cada espaço. Explicamos melhor: enquanto, no primeiro, marcaram presença fotografias e vídeos hiperproduzidos de eventos que nos pareceram mais espaçados temporalmente, como sessões fotográficas, compilados de viagens e capas de revistas, no segundo, nos deparamos com produções em “tempo real” despreziosas. O *story* com seus amigos de escola em 24 de fevereiro, por exemplo, ou o vídeo em que mostrou os adesivos comprados no dia 11 de fevereiro, junto da mensagem “eu estava triste. comprei adesivos. eu me sinto melhor? sim. pelo menos no futuro imediato. descobrirei o restante quando chegar lá” (tradução nossa⁹²), podem servir de modelo para se visualizar o que costumou ser privilegiado nesse espaço.

Tão comuns quanto as ocorrências rotineiras acima foram os *posts* expressando o posicionamento da poeta acerca de questões sociais, dimensão que, não restrita exclusivamente aos conteúdos dos *instapoemas*, reforça o quanto o conjunto de visões políticas de Kaur atravessa seu trabalho dentro e fora da internet. Da primeira à última semana checando suas atividades, identificamos pelo menos cinco pautas sobre as quais ela se manifestou, direta ou indiretamente, àquela altura: tópicos sobre a política indiana, o feminismo, o combate à discriminação racial, a guerra russo-ucraniana e a emergência climática global. Sobre este tema em específico, no dia 14 de janeiro, o público da escritora teve acesso a um carrossel com uma sequência de conteúdos abordando a relação entre a queima de combustíveis fósseis e o estado de calamidade climática global identificado pelas Nações Unidas. Junto das fotografias⁹³, que reuniam dados acerca dos impactos dessa situação na vida das pessoas, Rupi ainda aproveitou a legenda do *post* para convidar seus seguidores a assinarem um tratado sobre a não proliferação de tais combustíveis. No total, vale citar que o material recebeu cerca de 28 mil curtidas e 150 comentários.

“Com o coração partido pela catástrofe desnecessária e sem sentido na Ucrânia. a devastação que as pessoas estão enfrentando é impressionante” (tradução nossa), destacou ela em 2 de março, um dia depois de compartilhar, nos *stories*, uma postagem do jornal *The New York Times*⁹⁴ sobre o campo recém-destinado a refugiados na Moldávia, em meio ao confronto russo-ucraniano. Além de demonstrar solidariedade e apoio aos indivíduos afetados pelo conflito, em seu *post*, a autora agradeceu àqueles que forneceram suprimentos vitais a essas

⁹² Do original: “was sad. bought stickers. do i feel better? sure. at least for the immediate future. will figure out the rest out when i get there”.

⁹³ Disponível em: <https://bit.ly/3qfiSRq>. Acesso em: 10 mar. 2023.

⁹⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3oF1aXe>. Acesso em: 10 mar. 2023.

peessoas e finalizou saudando os veículos de imprensa que forneciam relatos sobre as dificuldades dos refugiados, na sua opinião vitais para dar visibilidade às histórias deixadas de lado por algumas organizações. Mesmo sendo o único material reservado ao tema dentro de seu perfil, o texto ganhou uma versão adaptada para sua página oficial no Facebook⁹⁵ e foi compartilhado por 177 usuários na outra plataforma.

Olhando para trás, é pertinente comprovar como todas essas inferências obtidas sobre a pessoa de Rupî Kaur acentuam ainda mais a anonimidade de um poeta como Atticus, cujas dinâmicas de autoapresentação são consideravelmente discrepantes em relação à autora indiana — e já informamos: também aos demais. Se, enquanto retratávamos o panorama geral de suas publicações, comentamos sobre a inexistência de quaisquer materiais sobre seu cotidiano, é justo porque, de fato, discrição foi a palavra que resumiu o que (não) vimos sobre o autor ao longo dos três meses: nenhum ínfimo registro envolvendo seus bastidores ou rotina, nem mesmo aqueles que talvez não esbarrassem em sua identidade. Por outro lado, para não reconhecermos como ausência absoluta tudo o que foi conferido de sua vida pessoal, diríamos que três de suas ocorrências online nos possibilitaram entrever, ainda que de modo muito mais sutil do que o realizado com Rupî, um pouco de suas crenças pessoais, bem como a história do artista atrás da tela.

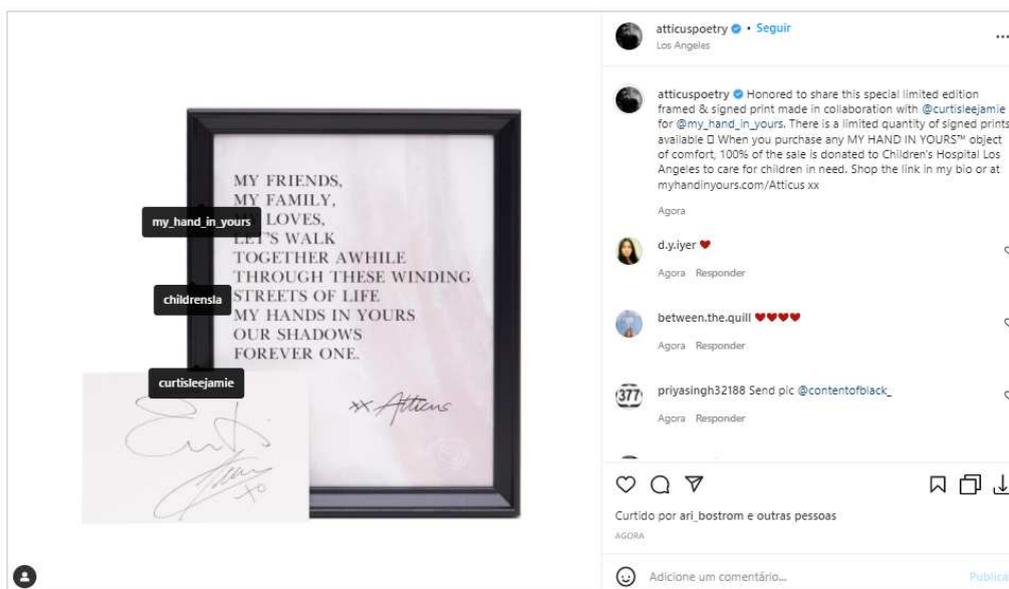
Pelo menos diretamente, aquele que seria o único *post* contendo informações pessoais de Atticus veio no dia 19 de janeiro, junto da publicação de um poema que dizia “Eu encontrei seu/amor como/encontrei a poesia,/exatamente quando eu/precisei” (tradução nossa). Isso porque, aproveitando a legenda da pílula poética para se apresentar aos novos seguidores, o escritor decidiu compartilhar vinte coisas que o público poderia não saber sobre ele, do gosto particular para filmes a experiências passadas. Deu-se, assim, início a uma longa lista de curiosidades, na qual o poeta pareceu brincar com o tipo de revelação dividida com a audiência: disse ser um competitivo jogador de xadrez e um bom falante de francês, que seus filmes favoritos são “Um Bom Ano” (2006) e “Meia Noite em Paris” (2011) e que sente que deveria ter nascido nos anos cinquenta. Quanto aos fatos referentes à sua literatura, descobrimos que, além de ter estudado poesia na *Oxford Wadham College*, Elon Musk, líder das empresas *Tesla* e *SpaceX*, foi um de seus primeiros apoiadores. “Eu permaneço anônimo porque perdi um amigo para a fama e não quero ser famoso” (tradução nossa), ainda confidenciou ele ao tratar da decisão pelo anonimato na postagem⁹⁶.

⁹⁵ Disponível em: <https://bit.ly/45zdbhp>. Acesso em: 10 mar. 2023.

⁹⁶ Disponível em: <https://bit.ly/3NaWQbD>. Acesso em: 15 mar. 2023.

De maneira indireta, não podemos nos esquecer de que os projetos filantrópicos e ações sociais divulgados por Atticus ajudaram a conformar, por meio de suas crenças, a imagem de si que tanto vínhamos procurando naquele momento. Mais de uma vez, por exemplo, o poeta incentivou doações e usou seus *stories* para divulgar aos leitores o *Children's Hospital Los Angeles* (Hospital Infantil de Los Angeles), uma instituição de saúde sem fins lucrativos que oferece programas e serviços pediátricos com base na contribuição comunitária. Em uma dessas ocasiões, o que entendemos ser uma parceria entre ele e a iniciativa “*My Hand In Yours*” (“Minha Mão na Sua”), que reverte a compra de produtos diversos em doações para o hospital, se materializou inclusive em uma ação conjunta: a venda de uma edição limitada e emoldurada de um de seus *instapoemas*, oferecida aos seguidores de modo a angariar recursos para as crianças auxiliadas.

Figura 26: Postagem de Atticus em parceria com o *Children's Hospital Los Angeles*



Fonte: Instagram (2022)

Dando continuidade às ações do tipo lideradas por Atticus, o movimento “Poemas para as Pessoas da Ucrânia” (tradução nossa⁹⁷), organizado ao lado da plataforma parceira Poetizer, procurou coletar e distribuir poemas escritos ao redor do mundo à população afetada pela guerra entre o país e a Rússia. Com esse objetivo, durante as invasões ocorridas em 2022, o artista utilizou seu Instagram para convidar os poetas que o liam a escrever poesias de ânimo aos afetados e publicá-las na mídia social em questão, que, a partir da *hashtag* #WeStandWithU (algo como #EstamosComVocês no português), compilaria os textos

⁹⁷ Do original: “*Poems for People of Ukraine*”.

recebidos e os enviaria ao país. Sua publicação introdutória sobre o projeto⁹⁸, divulgada em 16 de março, foi finalizada com um pedido para que aqueles que conseguissem fizessem doações à Sociedade da Cruz Vermelha Ucraniana, associação humanitária e de caridade cujo @ foi marcado na postagem. A adesão por parte do público, no entanto, não foi unânime, com diversos usuários questionando o apoio do autor a outras nações em guerra, além da efetividade da intervenção para a mudança dos indivíduos impactados.

Abordando um pouco mais de sua relação com o Poetizer, de janeiro a março, muito do que Atticus promoveu em termos de interação com os leitores passou pela parceria com tal plataforma, algo que também identificamos na seção sobre os *instapoemas*. Além das vezes em que *feed* e *stories* abrigaram divulgações de poesias autorais na outra mídia social, no mês inicial de acompanhamento, o artista canadense estimulou a produção poética de seus seguidores com um concurso colaborativo, no qual era necessário se cadastrar no Poetizer, prosseguir com a escrita de um poema iniciado por ele e publicá-lo, enviando depois o material ao autor. Juntamente ao exemplar autografado de um de seus livros e o acesso a qualquer produto de sua loja, consideramos relevante o fato de que os vencedores tiveram os textos expostos nas redes sociais de Atticus e da plataforma, demonstrando não só a interligação entre o que faz no Instagram e em outros espaços, mas ainda o valor atribuído a ser alguém reconhecido — e promovido virtualmente — por ele.

Figura 27: Chamada para concurso de poesias lançado por Atticus e Poetizer

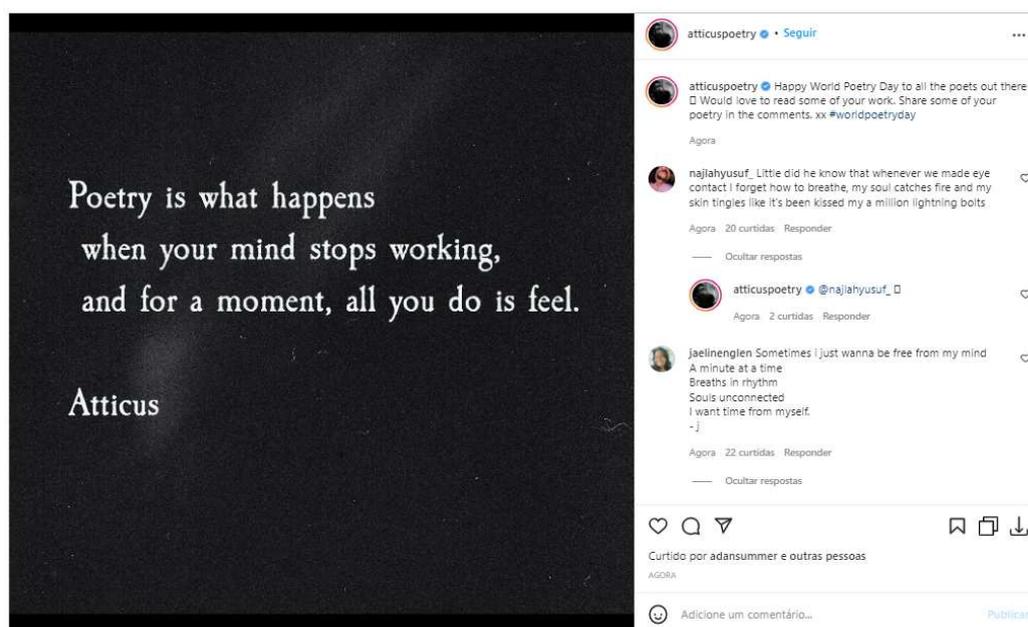


Fonte: Instagram (2022)

⁹⁸ Disponível em: <https://bit.ly/43F6SHb>. Acesso em: 15 mar. 2023.

Como o exemplo acima nos deixa verificar, semelhantemente ao que ocorre no perfil de Rupî Kaur, as fronteiras entre quem escreve e quem lê (pelo menos os sentidos tradicionais de “leitores” e “autores”) são tensionadas momentaneamente no Instagram de Atticus. Isso porque, em episódios como o acima, há, da parte dele, uma expectativa para que seus seguidores exercitem a própria literatura, compartilhando com os demais internautas as coisas que escrevem. É a mesma dinamicidade, aliás, que colocou o poeta na posição de leitor durante o Dia Mundial da Poesia, ocasião em que, junto do poema “Poesia é o que acontece/quando sua mente para de funcionar,/e por um momento, tudo o que você faz é sentir” (tradução nossa), aqueles que o seguiam foram indicados a postar poemas de autoria própria no campo dos comentários de um *post*. Em meio às tantas poesias trocadas entre os seguidores, grande parte das mensagens deixadas ainda contaram com curtidas e respostas breves do escritor, em geral *emojis* de coração.

Figura 28: *Post* feito por Atticus em celebração ao Dia Mundial da Poesia



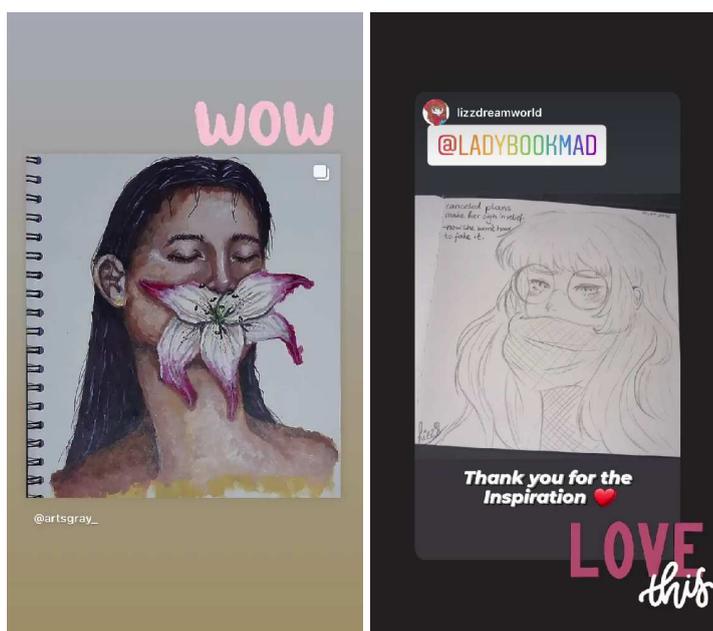
Fonte: Instagram (2022)

Mais frequentes nos *posts* que envolvem conteúdo publicitário e em datas comemorativas, essas réplicas rápidas emitidas por Atticus ilustram também o tipo de comunicação estabelecida com os leitores no dia a dia. Olhar para ele, o poeta menos verborrágico entre os quatro, foi concluir que estivemos diante de alguém que dialogou muito pouco (ou ao menos de outra maneira) com o público via *feed*: curtidas em um comentário aqui e outro ali, respostas igualmente raras e curtas, pouca disponibilidade para conversas que foram além de um “obrigado”, mesmo quando um *instapoema* suscitou perguntas diversas dos

seguidores. Em contrapartida, talvez até para não se mostrar alheio ao apoio, notamos que a repostagem de conteúdos dos leitores foi uma prática constante nos seus *stories*, por sua vez permeados por resenhas literárias, sessões fotográficas e recados enviados por aqueles que o seguem. Foi ali, aliás, que pudemos ver como existe uma certa exibição por parte de quem gosta do artista, com pessoas mostrando orgulhosamente suas coleções impressas, produtos licenciados e tatuagens (definitivas ou temporárias) com as palavras dele.

A centralidade ocupada pelos *stories* na interação entre poeta e público é um padrão que se repete ainda no perfil de Amanda Lovelace, artista essa que, mesmo se apropriando de demais *affordances* durante a comunicação com os leitores, também se ateu ao espaço para se relacionar com quem a segue. Sem ignorarmos o que ocorreu via *feed* ao longo do nosso percurso, diríamos que é ali que ela demonstrou de fato investir para se aproximar da audiência, entre caixinhas de perguntas, enquetes para gerar engajamento e a republicação de conteúdos de outros perfis — prática que, como visto algumas páginas atrás, representou cerca de 40% de tudo o que encontramos em sua conta. Fotos de usuários com seus livros recém-adquiridos, artes inspiradas nos *instapoemas* e resenhas de perfis literários, por exemplo, foram alguns dos diversos materiais recompartilhados pela escritora no primeiro trimestre de 2022, como duas ilustrações feitas por seguidoras ao longo de janeiro (uma delas do Brasil). Vale ressaltar, aliás, que, embora tenha atraído nossa atenção, o reconhecimento do material de uma brasileira logo nos primeiros dias do ano não se tratou de algo isolado, visto que outros dez *posts* de internautas do nosso país foram notados por Amanda nos três meses.

Figura 29: Ilustrações de leitoras repostadas por Amanda Lovelace



Fonte: Instagram (2022)

Um aspecto pertinente sobre a prática descrita acima é o fato de que nem só de registros de leitores são compostos os *reposts* de Amanda Lovelace, que também costuma dar visibilidade para outros autores por meio da funcionalidade. Junto das diversas indicações de obras de *instapoetas* e romancistas *best-seller*, encontramos, nos seus *stories*, conteúdos específicos celebrando a estreia de artistas iniciantes, bem como livros novos de escritores com menos seguidores. Durante o dia 24 de janeiro, por exemplo, Lovelace republicou um *reels*⁹⁹ em que a *youtuber* Hannah Azerang (@clockwork_reads no Instagram) registrava seu primeiro encontro com um exemplar do próprio livro na livraria *Barnes & Noble*, a respeito do qual Amanda comentou: “isso é tão legal!” (tradução nossa¹⁰⁰). Por sua vez, o dia 22 de fevereiro trouxe consigo duas novas indicações: uma antologia da poeta Caitlin Conlon e o guia místico da ativista indígena Juliet Diaz, ambos com os dizeres “feliz aniversário do livro!!” (tradução nossa¹⁰¹) e a marcação do perfil das respectivas escritoras. Uma prática proveitosa para a audiência, que pode descobrir novos nomes, tal reconhecimento contribui especialmente para o fortalecimento da comunidade literária na medida em que promove a conexão entre artistas, lhes oferecendo uma oportunidade de atingir ainda mais pessoas.

Figura 30: Amanda Lovelace indica livro de Juliet Diaz aos seguidores



Fonte: Instagram (2022)

⁹⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3NkiHxc>. Acesso em: 15 mar. 2023.

¹⁰⁰ Do original: “this is so cool”.

¹⁰¹ Do original: “happy book birthday!!”.

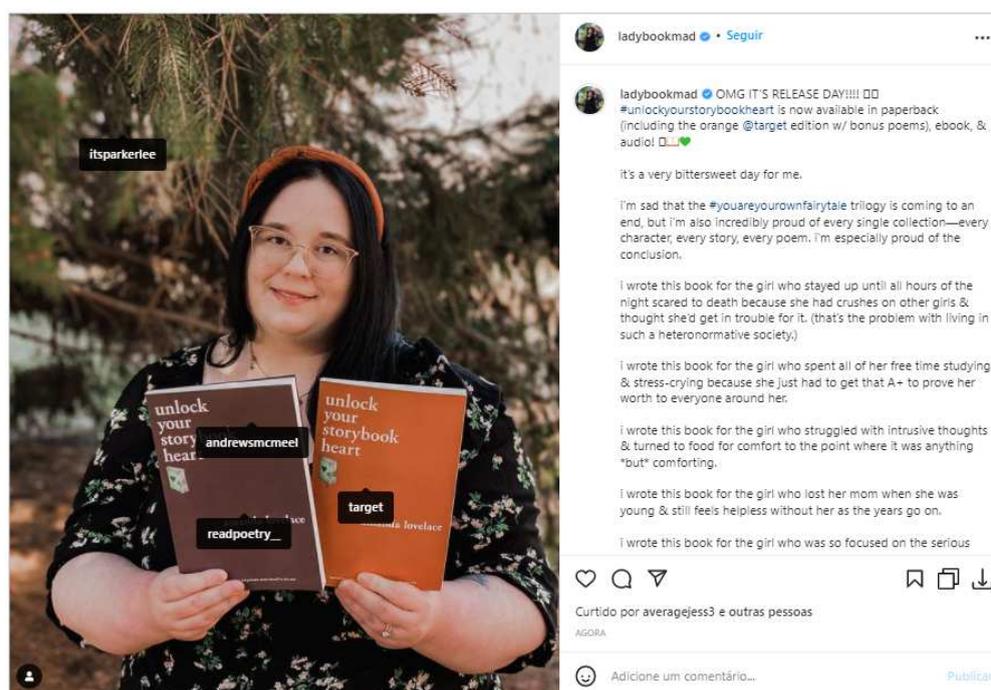
Essa com certeza é uma das diferenças de Amanda em relação a Rupi Kaur e Atticus: enquanto estes dois pouco abordam suas experiências de leitura, quem acompanha a “poeta bruxa” tem acesso regular ao que ela consome enquanto leitora, dos gêneros literários aos temas de maior interesse. Isso porque, seja nos *stories* ou no *feed*, compilamos uma série de materiais nos quais ela mostrou os livros que lhe fizeram companhia entre uma tarefa e outra, no geral romances infanto-juvenis de fantasia como “Corte de névoa e fúria”, da autoria de Sarah J. Maas e indicado em 21 de março. Também comuns tais quais as recomendações das obras foram os momentos em que, como destacado na figura anterior, a artista aproveitou para questionar os seguidores sobre suas leituras atuais, estimulando trocas acerca de histórias para além de seus *instapoemas*. Foi o que aconteceu no *post* acima, por exemplo, em que os comentários deixados pelo público receberam curtidas e respostas entusiasmadas de sua parte, comportamento nada inusitado dentro do seu perfil.

Demonstrando valorizar a importância da conexão direta com os seguidores, ampliaram as interações entre Amanda e a audiência duas estratégias identificadas na conta da poeta, que por vezes se complementaram em algumas ocasiões: as *lives* e sorteios, individuais ou em conjunto com demais artistas. Através das transmissões ao vivo, vantajosas por permitirem que se interaja com seu realizador de forma imediata, tivemos a oportunidade de vê-la anunciar um *workshop* de poesia e um lançamento literário virtual, além de participarmos da chamada “*Magical Live*” com a autora Pamela Chen (@pamelaunicorn), um bate-papo sobre magia, jornada criativa e empreendedorismo. Quatro sorteios distintos envolvendo seus livros, um oráculo de cartas e páginas com poemas autografados também permearam o período de janeiro a março, bastando que os seguidores deixassem comentários em seus *posts* e marcassem os amigos para concorrer aos prêmios. A recompensa, nesse sentido, muito possivelmente não foi uma via de mão única: assim como nos concursos culturais de Rupi Kaur, imaginamos que tais marcações tenham se revertido em novos seguidores para Lovelace, divulgada organicamente pelos interessados nos produtos.

Presenciar o anúncio e a publicação de um novo livro não esteve nos nossos planos quando começamos a registrar suas postagens, mas foi o que aconteceu entre a primeira semana de fevereiro e a metade do mês de março na conta de Amanda. À época, conseguimos vislumbrar como se dá a interação entre um *instapoeta* e os leitores diante de uma nova obra com base no percurso seguido por ela, constituído por um *reels* inicial com detalhes sobre o novo trabalho, um *story* contendo informações do evento de lançamento e lembretes semanais, como numa espécie de contagem regressiva, convidando as pessoas para o dia em questão: 15 de março. Finalmente, com a chegada da data, testemunhamos mais uma etapa da

divulgação, com dezenas de *reposts* dos seguidores com seus exemplares em mãos, mensagens comemorativas vindas dos amigos da poeta e uma “carta aberta” no *feed*, coroando o momento final de um processo extenso para aquela que escreve. Ao longo de todo esse tempo, uma *hashtag* com o título da antologia, “*Unlock Your Storybook Heart*” (sem tradução para o português), foi usada tanto pela artista quanto pelos leitores, o que facilitou o rastreamento dos conteúdos relativos a ela.

Figura 31: *Post* de lançamento do livro “*Unlock Your Storybook Heart*”



Fonte: Instagram (2022)

Sendo uma artista pouco exibicionista, a impressão que ficou é a de que muito do que conhecemos sobre a pessoa de Amanda Lovelace decorreu, na maior parte, do uso do recurso *repost* nos *stories*. Isso porque, mais do que os breves registros sobre a própria rotina, foi o hábito frequente de repostar conteúdos que nos permitiu depreender um pouco de sua vida privada, da postura política ao gosto pessoal para filmes e músicas. Se pensarmos nas pautas sociais em que ela acredita, não faltaram oportunidades de identificar os movimentos privilegiados dentro de seu perfil, como citamos previamente na seção introdutória deste capítulo: a luta contra a violência doméstica, os direitos civis da população LGBTQ+ (com foco maior nas questões trans) e o movimento pela aceitação de corpos gordos são algumas amostras do que apareceu com mais força durante nosso acompanhamento. Podemos dizer o mesmo sobre seu interesse por produtos culturais e artísticos, evidente, ao lado dos conteúdos sobre suas leituras e o seriado “*Gilmore Girls*”, nos *reposts* de cantoras pop como a

norte-americana Taylor Swift e a britânica Florence Welch, da banda *Florence and the Machine*. Interessante notar como trata-se de uma outra forma de mostrar a si mesma na plataforma, menos ligada aos tantos vídeos e fotos do dia a dia que constituem, em compensação, a conta de Rupi Kaur.

Não queremos dizer, de toda forma, que Amanda manteve sob mistério os acontecimentos do “por trás das câmeras”, à semelhança do que fez Atticus naquele período. Nas poucas ocasiões em que a observamos postar fragmentos de seu dia a dia, entre cafés da tarde, lanches e momentos de escrita, se sobressaíram os registros voltados para itens e objetos (um copo sobre a mesa, uma flor no jardim), ao passo que *selfies* e demais exposições diretas da própria imagem ficaram em segundo plano. Vez ou outra, contudo, observamos a abertura de uma pequena brecha para detalhes mais intimistas sobre sua vida romântica, saúde mental e lutas pessoais: em um dos *stories* postados no dia 23 de fevereiro, por exemplo, a artista comemorou com o público o fato de estar há um ano e oito dias sóbria, enquanto, entre fevereiro e março, divulgou cerca de cinco materiais se declarando à esposa Parker Lee¹⁰², também poeta. Nesse aspecto, cabe pontuar que Lovelace se revelou a única a mais que indicar seu estado civil, expôr o próprio relacionamento amoroso no mesmo Instagram em que publica *instapoesias*.

Depois de passarmos pelos perfis de Rupi, Atticus e Amanda, é provável que certos pontos compartilhados sobre Igor Pires e a página “Textos Cruéis Demais” já não pareçam, a essa altura, uma novidade: quanto mais destrinchamos suas estratégias para se manter em contato com os leitores, mais nos certificamos de que elas se desenrolaram em conformidade com o que admitiríamos ser um padrão entre os expoentes da *instapoesia*. A primeira prova disso, pontuamos, decorreu das próprias interações promovidas em meio às postagens do representante brasileiro via *feed*, cuja dinâmica igualmente se baseou em curtidas e respostas breves aos comentários dos seguidores. Dessa vez, de toda maneira, as réplicas nos pareceram ainda mais despojadas e informais, como as vistas dentro da conta de Kaur: à mensagem “IGOR APAGAAAAA” deixada por certa seguidora no poema de 16 de março¹⁰³, por exemplo, o artista replicou dizendo “me obrigue”, ao passo que, diante do comentário zombeteiro “sem dó nem piedade em plena quarta feira né Igor”, ele também devolveu de modo brincalhão que “estava com saudade de atormentar” quem o acompanhava. Acreditamos que, ao lado um do outro, ambos os casos sejam ótimas demonstrações tanto de

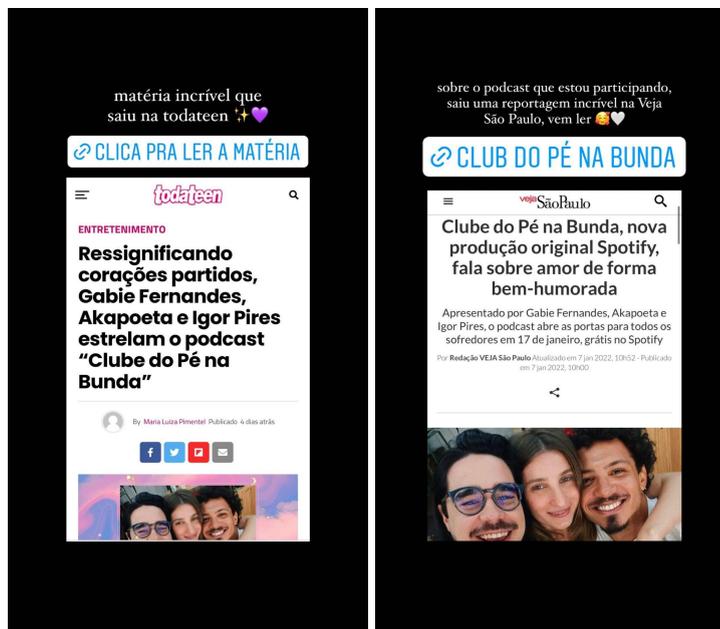
¹⁰² Embora se identifique como uma pessoa transgênero não-binária, nos referimos à Parker com os pronomes “ela/dela” por indicação da própria poeta.

¹⁰³ Disponível em: <https://bit.ly/46h7Zzf>. Acesso em: 15 mar. 2023.

como costumou ocorrer tal comunicação quanto do tom dos diálogos entre o autor e sua comunidade.

Também para ele, o maior leque de possibilidades interativas pareceu estar ligado ao campo dos *stories*, que novamente se mostraram úteis para uma série de funções além do simples compartilhar fotografias do dia a dia. Entre os usos que identificamos, fizeram parte dessa dinâmica os *reposts* de outras contas e dos próprios *instapoemas* postados no *feed*, caixinhas de perguntas do tipo “vamos bater um papo sobre autoamor?” e enquetes interativas acerca de temas voltados a relacionamentos amorosos, táticas parecidas com o que fizeram os demais. Por esse motivo, aguçaram nossa curiosidade outros três hábitos aparentemente particulares do artista: em um primeiro momento, o costume de exibir *prints* recorrentes de mensagens recebidas de modo privado (desabafos, elogios dos leitores, interações mais extensas do que as feitas via campo dos comentários). Com o passar do tempo, o de divulgar conteúdos da imprensa a respeito de sua literatura e trabalho com o *podcast* “Clube do Pé na Bunda”, como vimos nos dias 7 e 18 de janeiro. Em terceiro lugar, a prática de informar os seguidores sempre que surgiam promoções relativas a seus livros.

Figura 32: Matérias divulgadas em *stories* da página “Textos Cruéis Demais”



Fonte: Instagram (2022)

Já que mencionamos o “Clube do Pé na Bunda”, é fundamental reafirmar que a relação do perfil @textoscruéisdemais com o *podcast* citado guiou boa parte da comunicação entre Igor Pires e seu público no Instagram. Isso porque, à medida que os episódios iniciais do projeto iam sendo lançados, começavam a aparecer em seus *stories* não somente *reposts* de

peessoas com livros e trechos de poesias, mas registros de usuários ouvindo e divulgando o programa de maneira orgânica. Mais diretamente, quando Igor não aparecia para perguntar quem já havia ouvido o episódio mais recente (em geral por meio do *sticker* “enquete” disponibilizado pela plataforma), seu interesse era justo colher depoimentos para os encontros futuros da iniciativa. Um exemplo pôde ser encontrado no dia 7 de fevereiro, quando, através de uma caixinha de perguntas sinalizada com “para o *podcast*”, o artista indagou os seguidores: “quem tem alguma história de pé na bunda no carnaval?”. Dois dias depois, com a mesma sinalização, sua curiosidade girou em torno de experiências de ligação emocional excessiva por parte do público. “Você já esteve em uma relação de dependência emocional com alguém?”, questionou ele, complementando em seguida: “Como foi sair?”.

Figura 33: Perfis nas plataformas Twitter e TikTok são divulgados por Igor



Fonte: Instagram (2022)

Paralelamente à divulgação do *podcast*, descobrimos, em *stories* como os trazidos acima, outras amostras do esforço de Igor em integrar o que produz em diferentes espaços e plataformas. A título de curiosidade, os seguidores que o acompanharam nos três primeiros meses de 2022 tiveram a chance de ler inúmeros de seus *tweets* (mensagens postadas no Twitter), em capturas de tela difundidas depois no Instagram. De forma geral, todos os *prints* que registramos traziam conselhos amorosos rápidos, como este, postado em 5 de janeiro: “você não precisa se deixar nas mãos de outra pessoa pra sentir que é amada”. Do dia 18 de fevereiro em diante, com a popularidade do TikTok no Brasil, convites sucessivos para o seguir começaram a substituir as postagens do Twitter, juntamente a materiais “importados”

da rede social de vídeos com a logo e um *link* para acessá-la. Julgamos o período como um novo ponto de virada da “Textos Cruéis Demais” pós-lançamento do “Clube do Pé na Bunda”, já que o brasileiro, apostando no potencial da plataforma chinesa, chegou a divulgar seu outro perfil cinco vezes no Instagram em uma única semana.

À medida que discutíamos a falta de registros de si mesmo no tópico inicial da análise, falávamos sobre como Igor, se pensado por esse aspecto, nos soava o mais parecido com Atticus — e agora enfatizamos como tal ausência impactou o desvelamento de sua autoapresentação na página “Textos Cruéis Demais”. Afinal, se, em nosso contato com os outros três *instapoetas*, chegamos a vislumbrar detalhes sobre seus valores, crenças pessoais e posicionamentos políticos, o mais próximo possibilitado pelos materiais do escritor sempre esteve ligado à dimensão profissional de sua relação com o Instagram. Retornando aos conteúdos mais cotidianos, podemos afirmar que estes, no caso dele, se resumiram a poucas *selfies* de bastidores do *podcast* já citado (o autor e os dois coapresentadores se reunindo para gravações), quando não os *reels* recitando *instapoemas* autorais. Ciente de sua própria ausência, até mesmo ele comentou a respeito do tema na sequência de *stories* de 21 de março, iniciada com a fala “eu nunca apareço aqui, né?”. Durante a ocasião, o artista aproveitou para explicar o porquê de manter um perfil pessoal, atrelando a escolha à possibilidade de conversar e ser mais divertido e leve com quem o lê fora da “Textos Cruéis Demais”. Ao final, Igor anunciou que a ideia era começar a publicar poemas colaborativamente entre ambas as contas.

Tendo em vista que, dentro de plataformas digitais, taguear um conteúdo com certa página de usuário é uma tática comum para atrair novas pessoas a esse perfil, cremos que os poemas compartilhados nas duas contas possuem um efeito equivalente para Igor, com os admiradores da “Textos Cruéis Demais” sendo regularmente conduzidos a o seguirem em @igorpires_. Também aberto e acompanhado por milhares de usuários, o espaço, cujas publicações são majoritariamente poemas, se destaca por marcar uma nova forma de o escritor se expressar diariamente, entre fotos de refeições, vídeos em passeios e viagens, registros do próprio corpo e tudo aquilo que costumamos ver em quaisquer contas pessoais. Ademais, é ali que se encontram os conteúdos de bastidores da vida do artista, com publicações nas quais reflete sobre o processo de escrita, o acolhimento em cada nova sessão de autógrafos e demais eventos pelo Brasil. Nos comentários, é possível perceber que a maioria das mensagens vêm de leitores, tão calorosos quanto na página principal.

Figura 34: Exemplo de publicação compartilhada entre os dois perfis de Igor Pires



Fonte: Instagram (2022)

Em síntese, retornamos à introdução deste tópico para reiterar que nosso esforço em passar pelos pontos acima decorreu do intuito de abordar o que constitui a relação dos quatro artistas e seus públicos em adição à postagem dos *instapoemas*, do *feed* aos *reels*. Nesse sentido, à descoberta de mais similaridades e diferenças entre as atividades dos quatro autores, adicionaríamos que suas dinâmicas de interação e autoapresentação nos ajudaram a enxergar como, no Instagram, não basta apenas escrever poesia isoladamente, uma vez que nos pareceu fundamental participar do *modus operandi* da plataforma para conquistar o público-alvo. Em uma mídia social baseada em curtidas, compartilhamentos e trocas de mensagens, vimos, por exemplo, que até mesmo quem opta pelo anonimato tende a, de alguma maneira, tornar públicas informações sobre si mesmo, bem como suprir a necessidade de diálogos em tempo real com aqueles que consomem seus conteúdos. Inaugurando um novo capítulo da reflexão sobre a *instapoesia*, a seguir, nos proporemos a discuti-la enquanto profissão, destacando as muitas fontes por meio das quais tais *instapoetas* buscaram rentabilidade durante nossa ida a campo.

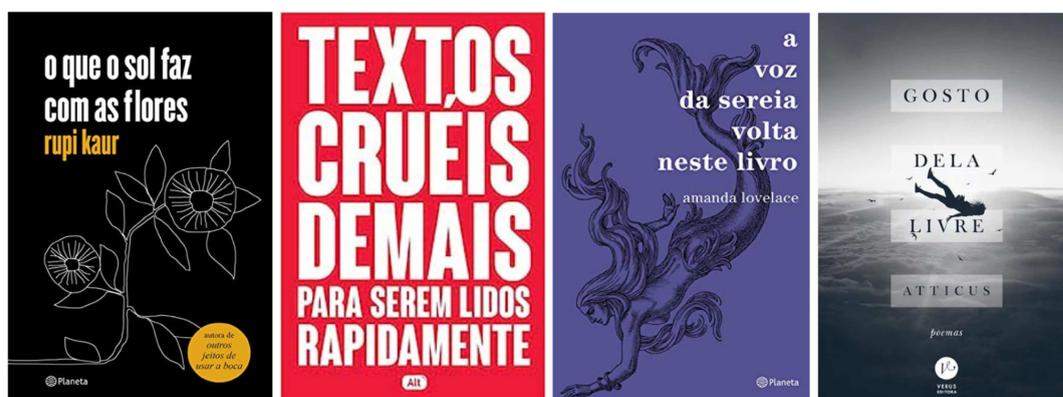
6.4. Monetização do trabalho

Publicar os próprios versos por uma editora ou vendê-los de forma independente, recitar textos autorais em eventos, oferecer, quem sabe, oficinas literárias em escolas... Embora seja um gênero conhecido por não trazer grandes lucros financeiros, é possível

afirmar que, fora dos circuitos digitais, existem caminhos já familiares para a exploração comercial da poesia por parte dos poetas. Mas e quanto ao trabalho nas plataformas digitais, esse terreno no qual influenciadores geram renda a partir da monetização da própria audiência, em meio a postagens pagas, marketing de afiliados e parcerias com anunciantes? Quantos outros modos de rentabilizar o fazer poético podem existir para alguém que, na contramão dos que iniciam suas jornadas com acordos editoriais, opta por apresentar poemas na tela de um *smartphone*? Pelo menos algumas das respostas para tais perguntas nos foram entregues por Rupi, Atticus, Amanda e Igor, artistas cujas atividades online, entre um post e outro, nos ajudaram a desvendar a relação entre *instapoesia*, dinheiro e internet.

Antes de mais nada, se existe algo que os quatro autores nos mostraram é que, mesmo não se tratando do meio inicial para a divulgação da própria literatura, a rentabilidade da *instapoesia* advém da publicação de livros impressos em muitos casos — no geral, coletâneas contendo aquilo que já foi publicado no Instagram. Isso porque, como vimos desde os primeiros capítulos desta dissertação, quando não ocorre através da autopublicação após o angariamento de público suficiente, o caminho natural do sucesso com as plataformas é, mais cedo ou mais tarde, acabar recebendo ofertas de grandes editoras. A parceria, nesse sentido, pode ser encarada como frutífera considerando todas as partes envolvidas: para uma casa editorial, fechar um acordo com uma “celebridade da Web” é a certeza do sucesso de eventuais publicações físicas, enquanto, para os escritores, contar com o apoio de milhares de seguidores de antemão pode servir como a garantia de que ele será lido fora das redes sociais. A avidez com que observamos os públicos dos autores em questão comprarem as obras e os alçarem às listas de mais vendidos por fim indica a força dessa demanda, provavelmente fruto da necessidade de ter uma experiência tátil e colecionar os poemas já lidos em formato digital.

Figura 35: Versões brasileiras dos livros dos quatro *instapoetas*



Fonte: Instagram (2022)

Além da indissociabilidade entre os *instapoemas* e o conteúdo dos livros impressos¹⁰⁴, estamos certos de que cada um dos poetas analisados realiza um trabalho bastante conjunto entre o que desenvolvem de modo online e offline. No Instagram, tal qual atestado no último tópico, sessões de autógrafos, turnês presenciais e participações em eventos são algumas das dinâmicas divulgadas recorrentemente em seus perfis, que também abrigam conteúdos de leitores com os livros em mãos com alta frequência. À medida que um lançamento recente se aproxima, contagens regressivas no *feed* e *stories*, bem como detalhes exclusivos sobre tais edições, costumam ser mostrados pelos escritores, algo que descrevemos há alguns parágrafos após a experiência com Amanda Lovelace. Independente dessa divulgação massiva, limitada a períodos de preparação para um volume físico, a sensação é a de que o livro se torna apenas parte de um trabalho mais amplo, sobretudo se nos atentamos ao fato de que eles se integram a uma série de outros produtos, serviços e parcerias.

Diferentemente dos livros, cuja preparação parece exigir um tempo considerável dos poetas, a segunda forma de monetizar a escrita de poesia está ligada a produtos licenciados inspirados nos *instapoemas*. Constituem tal categoria, portanto, colaborações com marcas de diferentes segmentos, da moda à papelaria, todas elas culminando em uma diversidade de itens (canecas, cadernos, acessórios, produtos de beleza) com citações e referências relacionadas às marcas autorais dos artistas. Diríamos, com base no que conferimos de janeiro a março, que estes tendem a se dividir em dois tipos: criações limitadas, como as coleções de peças de vestuário vendidas por Rupí Kaur, e aquelas de venda contínua, tais quais a linha de vinhos *Lost Poet* (“Poeta Perdido”) de Atticus e a marca *Winc*. Na maior parte das ocasiões, aliás, ambas são comercializadas por meio das lojas virtuais dos autores, um ponto em comum ao qual a única exceção é Igor Pires e a página “Textos Cruéis Demais”.

Na intenção de tornar visualizáveis tudo o que venderam os autores ao longo de nosso contato, começaremos com comentários sobre os itens compartilhados por Amanda Lovelace nos três meses iniciais de 2022. Juntamente ao lançamento de seu livro “*Unlock Your Storybook Heart*”, que contou com uma edição exclusiva para quem o adquirisse pela rede de varejo estadunidense *Target*, nos deparamos logo no dia 5 de janeiro com aquele que seria o primeiro entre seus anúncios de parcerias para o ano: um projeto conjunto com a marca *Luna*

¹⁰⁴ Vale enfatizar que, no Brasil, cada um dos quatro poetas tem sido “abraçado” por uma casa editorial específica, cujas escolhas e formas de classificação de certa forma também contribuem para a impressão coletiva de que a *instapoesia* seria uma poesia mais popular e jovial. Em 2023, por exemplo, Rupí Kaur e Amanda Lovelace são publicadas pela Planeta de Livros Brasil (Lovelace também possui obras pelo grupo Leya), com um amplo catálogo que abriga dos clássicos aos fenômenos infantojuvenis. As obras impressas de Igor Pires, por sua vez, possuem como editora a Globo Livros — se restringindo, porém, ao selo Alt, direcionado ao público jovem. Algo similar também ocorre com Atticus, traduzido pelo grupo editorial Record, mas lançado via selo Verus, nas palavras da editora “sinônimo de entretenimento e emoção”.

Lifted, responsável por criar joias e acessórios simbólicos inspirados por cartas de tarô. À época, a poeta canadense veio a público para divulgar, em um *post* carrossel no *feed*¹⁰⁵, a edição limitada de um colar baseado em sua última coleção de poesias, “*Flower Crowns and Fearsome Things*”, enfatizando na legenda que parte do lucro seria revertido à Rede Nacional de Assistência a Vítimas de Estupro, Abuso e Incesto. Dois dias após o lançamento, Lovelace chegou a voltar ao Instagram para dizer que uma parcela das peças haviam sido esgotadas, abrindo uma nova remessa dos colares em 31 de março daquele ano.

Figura 36: Amanda Lovelace compartilha joia inspirada em seus poemas



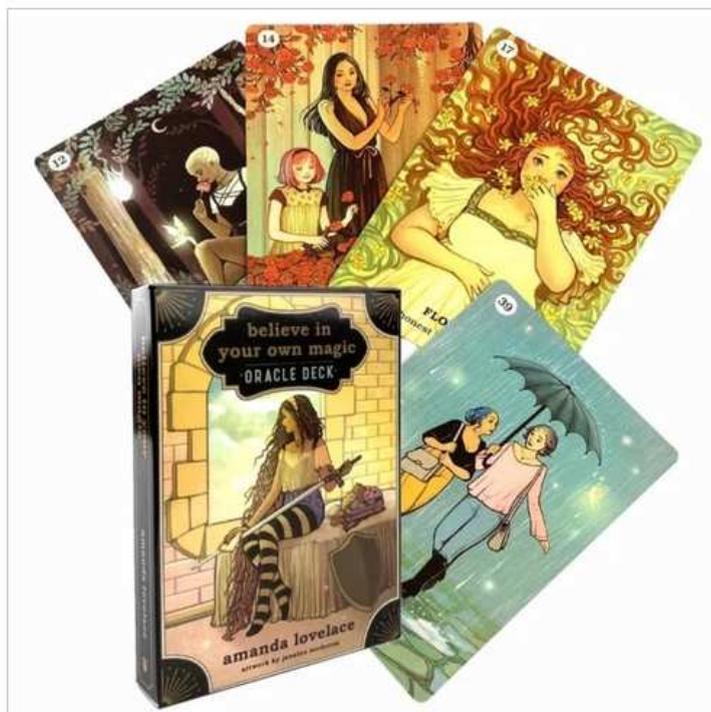
Fonte: Instagram (2022)

Investindo no misticismo que tanto perpassa seus poemas, durante o dia 8 de janeiro, tivemos a chance de conhecer um novo produto autoral que mistura literatura, tarô e mensagens de empoderamento: seu próprio oráculo de cartas, intitulado por Amanda “*Believe in your own magic*” (“Acredite em sua própria magia”). Com o objetivo de, como ela explica, repassar mensagens de poder e inspiração às leitoras, o projeto é constituído por um baralho com 45 *cards* ilustrados pela artista brasileira Janaina Medeiros, acompanhados ainda por um livreto repleto de reflexões sobre amor, autocuidado e relacionamentos afetivos. Visto que não existem regras rígidas definidas de antemão pela autora, sua sugestão é a de que as compradoras utilizem tais cartas para realizar perguntas sobre o panorama geral de suas vidas, meditando em seguida acerca do significado do que foi retirado no livro em questão. Cabe comentar que, diante do sucesso do item dentro e fora do Brasil, este ganhou uma versão

¹⁰⁵ Disponível em: <https://bit.ly/3XmeRXP>. Acesso em: 15 mar. 2023.

nacional organizada pela editora Leya em 2021, a mesma casa editorial responsável por publicar algumas das obras mais conhecidas de Lovelace.

Figura 37: Versão estadunidense do oráculo de cartas de Amanda Lovelace



Fonte: Google (2022)

Quanto às obras literárias, fevereiro trouxe consigo o registro de um lançamento que, de certa maneira, também pode ser incluído à lista de produtos por meios dos quais a *instapoeta* se mantém. Estamos falando não de um livro físico, mas da versão em áudio da coleção de poemas “Você é o seu próprio conto de fadas”, narrada pela escritora e com previsão de lançamento para o mês seguinte. Em seu post inicial sobre o *audiobook* no *feed*¹⁰⁶, Amanda explicou na época que o projeto, constituído de narrações poéticas com música, poderia ser adquirido no formato individual (apenas o áudio de cada livro da série) ou como combo, versão que viria junto de uma entrevista bônus com a participação da esposa. Para incentivar as solicitações dos seguidores durante a pré-venda, tal postagem ainda foi seguida de um *story* por meio do qual seu público pôde acessar um *link* e realizar um pedido antecipado, liberado para audição no dia 15 de março.

De todos materiais coletados na página “Textos Cruéis Cruéis”, apenas dois *stories* divulgados no terceiro mês de 2022 contiveram relações diretas com a venda de produtos, mais especificamente uma coleção de camisetas com trechos de seus *instapoemas*. No que

¹⁰⁶ Disponível em: <https://bit.ly/46m32VG>. Acesso em: 15 mar. 2023.

aparentou ser um dos poucos projetos de Igor Pires em parceria com outras marcas, entre os dias 18 e 27 de março, observamos o brasileiro vir a público para falar sobre tal linha de blusas com a loja “anacomce store”, lançada em 2021 e que se traduziu em quatro modelos estampados com frases como “o meu amor por mim me salvou”, “sim, o amor é pra você” e “vai ficar tudo bem”, seguidas pela assinatura do nome da página do autor. Disponíveis em quatro diferentes cores (as mesmas que compõem o perfil poético de Igor), as peças puderam ser adquiridas de forma terceirizada e em preços promocionais tanto por meio do site da marca de vestuário quanto via mensagem direta no Instagram da empresa. Nesse sentido, para que seus leitores conseguissem ter acesso ao item, o brasileiro se valeu do recurso de marcação de perfis disponibilizado pelo Instagram e destacou a conta de usuário da parceira¹⁰⁷ nos conteúdos, recomendando que o público a seguisse para saber mais.

Figura 38: Marca amacomce store divulga blusas da “Textos Cruéis Demais”



Fonte: Instagram (2022)

Caminhando na direção contrária à de Igor, como citamos no começo deste capítulo, quase metade de tudo o que compilamos no perfil de Atticus foram conteúdos com menções a marcas e produtos, fossem eles autorais ou de marcas terceiras. Em termos numéricos, talvez o maior destaque também tenha sido sua coleção de itens de vestuário, com a observação de que, em seu caso, as linhas apresentadas se restringiram ao público feminino. Presentes com maior constância em seus *stories* que no *feed*, jaquetas, blusas de frio, toucas, bonés e meias com trechos poéticos e ilustrações foram alguns dos inúmeros itens apresentados pelo poeta a

¹⁰⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/anacomce/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

seus seguidores, que receberam, além de *links* para visitar o site da loja do artista, códigos promocionais com descontos em duas datas comemorativas: durante o Dia Mundial da Poesia (21 de março), bem como no *Valentine's Day*, em 14 de fevereiro, celebração que contou com o lançamento de uma linha específica contendo de roupas a canecas. “Quebre o meu coração e você se verá lá dentro” e “ela era apenas meu tipo de louca” (tradução nossa¹⁰⁸) foram as duas frases escolhidas para estampar as peças temáticas.

Figura 39: Coleção especial de *Valentine's Day* divulgada por Atticus



Fonte: Instagram (2022)

O segundo produto mais compartilhado por Atticus de janeiro a março foi também aquele que mais apareceu em suas menções ao longo deste trabalho, haja vista sua aparente importância e popularidade entre os leitores. Trata-se da linha de vinhos *Lost Poet*, projeto colaborativo entre o escritor e o clube *Winc* cuja proposta é trazer, nas embalagens das bebidas no tipo rosé e tinto, pílulas poéticas relacionadas ao amor, a vida e a experiência com bons drinques. Além de possuir uma página à parte¹⁰⁹ em seu site oficial, seção que conta com recomendações de celebridades como Emma Roberts, Owen Wilson e Karlie Kloss, nos chamou atenção o fato de que a parceria é a única a ter uma conta em separado no Instagram¹¹⁰, na qual mais de 20 mil seguidores receberam poesias, imagens e vídeos promocionais semanais. De toda forma, enquanto a divulgação parece se ater

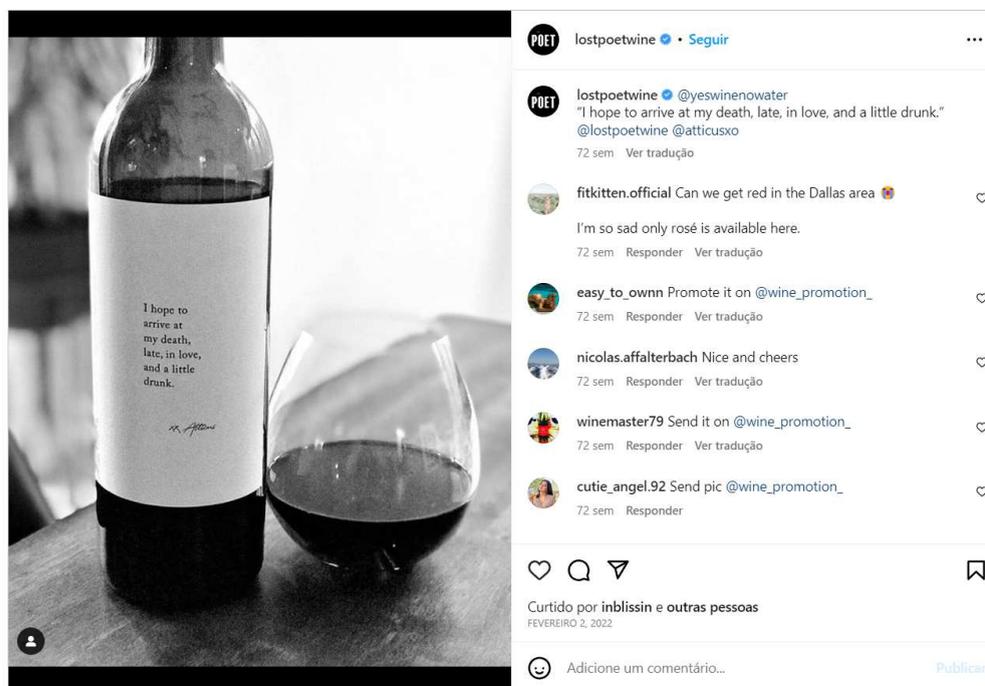
¹⁰⁸ Dos originais: “Break my heart and you will find yourself inside” e “she was just my kind of crazy”.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3CQklAw>. Acesso em: 20 mar. 2023.

¹¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/lostpoetwine/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

majoritariamente ao perfil principal de Atticus e o da coleção na plataforma, as vendas, por sua vez, não ocorrem em nenhum dos dois espaços, mas via site, que direciona o comprador a lojas populares norte-americanas como *Drizly*, *LCBO* e *Target*.

Figura 40: *Post* publicado pela página oficial da coleção *Lost Poet*



Fonte: Instagram (2022)

Além das peças de vestuário e a linha de vinhos, complementaram o pódio dos produtos mais citados pelo poeta sua coleção de poemas autografados — versões impressas de textos selecionados e vendidos por ele — e uma linha oficial de tatuagens temporárias, presente em boa parte dos registros de admiradores encontrados nos seus *stories* de janeiro a março. Fruto da parceria entre o autor e a marca *Inkbox*, que desenvolve *tattoos* e acessórios semipermanentes desde 2015, mais uma vez, este é um projeto que tem como base ilustrações e citações de suas obras, transformadas em dezenas de tatuagens com duração de uma a duas semanas no corpo das pessoas que as utilizam. Por falar nelas, comentaríamos que nos causou curiosidade ver a adesão específica dos seguidores em marcar a própria pele com as palavras do escritor, algo evidente nos vários *reposts* de fãs tatuados feitos por Atticus. Já a respeito da divulgação por parte do artista, um ponto pertinente está no fato de que, juntamente à possibilidade de encontrar tais itens por meio da página “*Partners & Collaborations*” (“Parceiros & Colaborações”) de seu site, ao longo de nosso acompanhamento, os interessados puderam acessá-los através de um *link* em destaque na biografia do escritor, direcionando os usuários à loja virtual.

Por fim, ainda tivemos acesso a uma diversidade de outros produtos e parcerias que, diferentemente das anteriores, não se fizeram presentes de maneira contínua no perfil do poeta misterioso. A título de curiosidade, cremos que dois deles valeriam a menção por revelarem a amplitude de segmentos com os quais Atticus trabalha, nichos que muitas vezes vão de encontro ao que enquadraríamos como ações “literárias”: sua ação colaborativa com a *startup* de distribuição de água gratuita *FreeWater*, que culminou, em março¹¹¹, em uma edição especial com o nome do escritor no rótulo das garrafinhas (à semelhança dos rótulos dos vinhos da *Winc*), assim como o sorteio ao lado da marca de guloseimas *SmartSweet*, cujo prêmio rendeu aos vencedores 96 saquinhos de doces e um vinho em celebração *ao Valentine’s Day*. A nosso ver, ao exemplificarem a forma inovadora como o escritor investe em seus parceiros, tais ações conjuntas nos auxiliam a vislumbrar inúmeros outros caminhos possíveis para *instapoetas* quando o assunto é a monetização.

Não tão ousadas quanto as parcerias envolvendo o segmento alimentício e de bebidas, os produtos divulgados no perfil de Rupri Kaur se vincularam predominantemente ao setor de moda e vestuário, embora nosso conhecimento prévio do seu trabalho já tivesse nos antecipado que ela também costuma explorar outros nichos que não apareceram ao longo da coleta¹¹². Dizemos isso pois, durante o primeiro trimestre de 2022, praticamente tudo o que vimos em termos de itens licenciados em sua conta foram registros de leitores utilizando sua coleção de roupas, entre vídeos e *selfies* repostados pela poeta nos *stories*. Adquirida através do site da artista e fabricada pela marca de roupas sustentáveis *Kotn*, sua linha principal segue o já mencionado em relação a Atticus e Igor ao trazer como estampa frases de poemas e ilustrações autorais em três modelos: dois *croppeds* e um moletom. Neste último, aliás, o que recebe reconhecimento não é o trecho de algum texto, mas “*Home Body*”, o título de seu terceiro livro publicado.

No terceiro mês daquele ano, um lançamento em especial nos permitiu acompanhar como se dá o desenrolar da transformação de um *instapoema* específico em produto, sobretudo quando se trata de um poema que gerou repercussões consideráveis entre o público. Tudo começou quando, em 10 de março, Rupri Kaur apareceu em seus *stories* e *feed* para lembrar os seguidores sobre um texto autoral postado na mídia social no ano anterior, uma poesia na qual criticava abertamente o uso da palavra “*pussy*” na língua inglesa, termo tanto

¹¹¹ Disponível em: <https://bit.ly/3rCIZCt>. Acesso em: 20 mar. 2023.

¹¹² Mesmo não tendo sido citados no Instagram de Rupri Kaur, enquanto produzimos esta dissertação, itens de tapeçaria bordados, quadros decorados com seus textos e, ainda, um baralho de cartas com dicas de escrita são alguns dos produtos disponíveis para compra em mais de cinco países.

utilizado para se referir à genitália feminina quanto a alguém considerado fraco¹¹³. Segundo a autora, naquela época, a publicação em questão havia fomentado reações muito interessantes, visíveis nas diversas mensagens deixadas por leitores no campo de comentários. Por essa razão, utilizando o recurso “lembrete” disponibilizado pelo Instagram, ela pediu que quem a acompanhasse ficasse atento à semana seguinte — período no qual voltou com o anúncio de um suéter inspirado nos versos que comentamos¹¹⁴.

Figura 41: Anúncio do suéter “*Oh but the pussy is brave*” de Rupi Kaur



Fonte: Instagram (2022)

Novamente em março, vimos reaparecer em nossas coletas mais uma parceria cujo foco foram as tatuagens semipermanentes, também em conjunto com a especialista no nicho *Inkbox*. No que depreendemos ser a terceira edição de uma ação colaborativa com a marca, Rupi apresentou ao público a possibilidade de, tal qual Atticus, trazer no próprio corpo frases emblemáticas de certos poemas, aqui voltados aos reunidos em sua terceira coletânea publicada (cada ação anterior se inspirando respectivamente nas demais obras). Conforme demonstrou o site da empresa parceira, se adquiridos em conjunto, os pacotes de tatuagens levados para casa ainda rendiam a seus compradores a aquisição gratuita de uma poesia impressa, enquadrada por uma embalagem que funcionava como moldura. Aqueles que não

¹¹³ De forma geral, a expressão em inglês "*Don't be a pussy!*" é uma maneira de incentivar alguém a agir com mais firmeza e coragem, sugerindo que quem a ouve se comporta de modo covarde diante de uma situação desafiadora.

¹¹⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3pt5EAn>. Acesso em: 20 mar. 2023.

puderam comprá-las, de todo modo, tiveram a chance de receber as *tattoos* como parte do prêmio de um sorteio promovido pela artista em 14 de março, ao lado de todos os livros lançados por ela e ingressos para sua turnê.

Figura 42: Tatuagens inspiradas nos poemas de Rupi Kaur



Fonte: *Inkbox* (2022)

Não podemos nos esquecer de que, com relação à Rupi Kaur, suas turnês de poesia falada por si só desempenham um papel relevante na obtenção de renda a partir da própria literatura, algo que ficou ainda mais evidente enquanto a acompanhávamos diretamente. Isso porque, diferente de suas sessões de autógrafa gratuitas, a participação em tais eventos de recitação só é possível mediante à compra de um ingresso, cujo valor varia de acordo com o país que a recebe. Para se ter uma estimativa, durante sua passagem pelo Brasil em 2022, os *tickets* para a apresentação na cidade de São Paulo variaram entre R\$140 e R\$280, chegando a US\$118 em países como Singapura, no Sudeste Asiático. Soma-se aos valores comentados o fato de que, ao todo, a artista realizou mais de 80 apresentações em continentes distintos durante a escrita desta dissertação, com ingressos que se esgotaram em minutos em certas cidades dos Estados Unidos e Europa.

Voltando aos produtos e parcerias, essas breves descrições do que comercializaram os artistas nos possibilitam ver emergir uma série de dinâmicas equivalentes na forma com que vendem, bem como semelhanças em relação ao que costumam oferecer a seus públicos a partir da *instapoesia*. No quesito segmento de atuação, o setor de moda e vestuário se mostrou o caminho mais natural entre os escritores, em meio a coleções de roupas com trechos de poemas autorais, transformados em estampas em variadas opções. Em certas ocasiões, tal qual nos comprovaram as linhas de tatuagens de Atticus e Rupi Kaur com a *Inkbox*, não apenas o nicho, mas as empresas parceiras também foram compartilhadas pelos autores. Por fim, adicionamos à lista de similaridades a maneira com que, na contramão das vendas diretas por intermédio do *Instagram Shopping* (espaço que permite que parte do processo aconteça sem sair do aplicativo), todos os nomes investigados optaram por fazer da mídia social um recurso exclusivo para divulgação, manipulando *affordances* como os *links* nos *stories* e na bio estritamente para levar quem os acompanha a páginas de compra externas. Desse modo, tão úteis quanto foram para a escrita, publicação e interação com os leitores, as funcionalidades da plataforma se mostraram importantes aliadas para a monetização — e, porque não, a constante profissionalização — do ofício dos quatro poetas.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da visão de que testemunhamos a ascensão de um fenômeno literário multifacetado e pertinente intelectualmente, este trabalho de dissertação, cujo embrião se formou de inquietações e experiências pessoais, buscou compreender e refletir sobre os processos de escrita e compartilhamento de *instapoesia*, abarcando ainda as demais dinâmicas online que dão sentido ao ofício como um poeta digital. Para isso, além de contextualizar o movimento de internautas que utilizam o Instagram para se lançarem como escritores, nos esforçamos para desenvolver um percurso que combinasse, tomando como base o trabalho dos artistas Rupi Kaur, Atticus, Igor Pires e Amanda Lovelace, considerações acerca da expansão literária, a relação autor-leitor, outras manifestações poéticas na internet, a plataforma em questão e suas *affordances*, espaços que possibilitam e servem de base para a postagem de poesias na mídia social.

Como um fenômeno que data da última década, não podemos negar que parte da construção desse caminho foi marcada por incertezas, a muitas delas apresentadas, senão alternativas, pelo menos tentativas de ordem. Diante das constantes críticas sobre esta “ser ou não ser poesia”, por exemplo, sugerimos a um debate acalorado a possibilidade de olharmos para o que fazem os *instapoetas* na chave das literaturas expandidas, mais especificamente enquanto “literatura pós-autônoma” (Ludmer, 2010) ou “fruto estranho” (Garramuño, 2014), algo avesso a classificações e que talvez não precise obedecê-las para ser compreendido. Já em relação à história da *instapoesia*, procuramos não exatamente demarcar sua origem exata, mas ir traçando similaridades entre os textos poéticos no Instagram e as demais emergências do tipo que resultaram da união entre pesquisadores, artistas, leitores e computadores: as chamadas literaturas eletrônicas (Hayles, 2009; Rettberg, 2009) da virada do século e a poesia viral (Prado, 2016; Moura *et al.*, 2018), nome dado a produções semelhantes em plataformas como o Facebook e Tumblr.

Numa direção similar à anterior, dois movimentos teóricos complementares nos ajudaram a visualizar o que fizeram os *instapoetas* dentro do Instagram. O primeiro deles, iniciado no capítulo 3, consistiu em trazer a poesia para o campo comunicacional a partir da articulação entre certos pensamentos, cada qual dedicado à certa faceta relacional dos textos literários. Com a recuperação da ideia de “texto” e “textualidade” (Costa Val, 1991; Leal, 2018), enfatizamos que o entendimento holístico da *instapoesia* não deveria se ater apenas ao conteúdo dos poemas digitais e, sim, à toda a rede textual que perpassa a construção de seu sentido: os comentários, as *hashtags*, os demais conteúdos postados pelos escritores e seus

públicos. Um passo adiante, a noção de “mídia literatura” (Gumbrecht, 1998), aliada às reflexões zumthorianas (Zumthor, 2002), se fez fundamental para examinarmos como se deu e se dá a relação autor-leitor em outros suportes e contextos — a performance oral, o livro impresso —, além de apontarem para as possíveis diferenças entre a comunicação poética que ocorre dentro e fora do contexto online.

Complementando as discussões acima, no movimento teórico descrito no capítulo 4, o intuito foi embarcarmos rumo às especificidades das plataformas digitais (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020) e suas *affordances* (Gibson, 1986; Norman, 1990; D’Andréa, 2020; Mcveigh-Schultz; Baym, 2015). Em outras palavras, isso significou constatar que, uma vez presente no Instagram, a escrita e divulgação de poesia tendem a ser atravessadas pela interface, base de dados e, porque não, as “intenções” da plataforma, manifestas em funcionalidades que podem limitar ou entrar em conflito com as intenções dos poetas-usuários. Trata-se de algo ainda mais evidente quando consideramos o fato de que, de sua origem às sucessivas atualizações, a mídia social de Mark Zuckerberg parece nunca ter incentivado propriamente a postagem de textos escritos, sempre se mantendo fiel ao compartilhamento de fotografias e vídeos (proposta cada vez mais reforçada com a chegada de recursos como os *stories*, *reels* e IGTV). A despeito dessas interferências, como nosso contato com Rupi Kaur, Atticus, Igor Pires e Amanda Lovelace nos permitiu entrever, quem vem recorrendo ao Instagram com finalidades literárias também tem ampliado suas “funções” originais criativamente, explorando possibilidades dentro do que é oferecido pela plataforma.

Munidos de ferramentas teórico-reflexivas variadas, diríamos que foram inúmeras as descobertas advindas do acompanhamento dos quatro poetas escolhidos — sobretudo porque a adoção de uma perspectiva netnográfica (Montardo; Jung Rocha, 2005) e a imersão em suas rotinas durante três meses propiciaram a interação com cada ínfima atividade realizada de janeiro a março de 2022. Nas 1145 postagens que coletamos ao longo do período, fomos capazes de observar de perto as dimensões infindáveis que compõem o fazer *instapoesia*, dentre elas o ritmo de postagem, estilo de escrita, formatos dos conteúdos, preferências temáticas, dinâmicas de autoapresentação, trocas com os seguidores e, ainda, os modos de rentabilizar este tipo trabalho. A escolha por seccionarmos tudo o que vimos em eixos analíticos, dessa forma, não veio por acaso: embora também pudéssemos ter sido bem-sucedidos sem as devidas divisões, acreditamos que discorrer separadamente sobre o *panorama geral de publicação, os instapoemas, a presença digital e interação com leitores e a monetização do trabalho* foi essencial para nos ajudar a estruturar o pensamento, escrita e resultados.

Por falar em tais eixos, abrimos os comentários feitos durante o período de análise olhando para o *panorama geral de publicação*, seção em que nos detivemos aos aspectos macro relacionados ao trabalho dos expoentes da *instapoesia*. Nela, concluímos que o ritmo de postagem notado nas contas dos poetas foi diário, uma possível resposta à necessidade de se fazer presente recorrentemente demandada pela plataforma. Também quanto à frequência dos *posts*, não pudemos deixar de perceber que a quantidade de conteúdos coletada nos quatro perfis se mostrou inversamente proporcional à fama de Rupi, Atticus, Amanda e Igor, com os nomes menos conhecidos compartilhando muito mais materiais que os populares com os seguidores. A este respeito, nossa impressão foi a de que, entre quem acumula milhões de admiradores no Instagram, existe uma obrigação menor em ter de recorrer à rede social de tempos em tempos — como se a divulgação de seus textos, ainda mais orgânica, pudesse ser concentrada nas ações online dos próprios usuários.

Além disso, foi em nossos gestos analíticos mais gerais que nos demos conta de que o *instapoema*, cujo surgimento serve de base para que caracterizemos alguém como *instapoeta*, não ocupou papel expressivo na conta de quaisquer artistas. Na verdade, entre tudo o que compilamos, poesias autorais não chegaram a representar 20% do que fizeram os escritores no período considerado, o que nos fez questionar sobre o que mais havia sido publicado pelos nomes acompanhados. Portanto, em um novo esforço de nossa parte, caracterizamos todo o restante dos materiais para dar conta dessa ampla profusão e, assim, chegamos ao total de cinco outras categorias investidas por eles: *reposts* de leitores, *posts* sobre bastidores e cotidiano, menções a produtos e marcas, materiais relativos a projetos paralelos ou ações sociais e, por fim, conteúdos virais/afins, expressão que englobou memes, *trends*, *gifs*, vídeos humorísticos e todas as aleatoriedades típicas do Instagram e difíceis de serem catalogadas. Depois de os destrincharmos, a conclusão foi a de que os movimentos que constituem o ofício de um poeta do tipo guardam paralelos suficientes com o trabalho dos influenciadores e celebridades digitais.

Na seção voltada aos *instapoemas*, o interesse da discussão se deteve sobre as particularidades das obras encontradas, bem como as regras comuns seguidas pelos autores em suas criações literárias. Em primeiro lugar, vimos que, enquanto o recurso de publicação de fotos vem sendo usado para a postagem de poesias, o *feed* foi o espaço mais requisitado pelos artistas para abrigar tais pílulas poéticas, quase inexistentes em outras frentes. Trata-se de uma estratégia que demonstrou certa preocupação com a “durabilidade” do poema, visto que este poderia se perder caso tivesse sido postado no *stories* (que prevê a exibição do conteúdo por apenas 24 horas). Somado a isso, nossa atenção à estrutura desses textos

identificou vários padrões nos quatro perfis: peças quadradas, formato exigido pelo Instagram, na sua maioria monocromáticas, com textos em fontes básicas e praticamente invariáveis. Criados em aplicativos externos à plataforma, uma vez que esta não conta com funcionalidades para esse fim, estamos falando sobre poemas muitas vezes acompanhados por fotografias, adornos, ilustrações ou molduras estilizadas, aspectos que foram ao encontro do apelo visual da mídia social e cooperaram para atrair os seguidores. Não raramente, as legendas cumpriram o papel de continuar os versos iniciados na “imagem” do *post*, mostrar detalhes sobre a produção da obra ou incentivar interações no campo dos comentários.

De Rupî Kaur a Igor Pires, a escrita de *instapoesia* se revelou outra dimensão permeada por afinidades, o que nos fez pensar se tais características possivelmente se aplicariam a outros poetas além dos quatro. Em síntese, resumiríamos os textos com os quais nos deparamos a poemas em linguagem simples e cotidiana, cuja forma em muito se assemelhou a aforismos (geralmente pela brevidade de parcela das poesias e as máximas envolvendo sentimentos) e conteúdos com mensagens motivacionais (algo reforçado pelo uso de pronomes em segunda pessoa). Já a respeito das métricas, entre as obras coletadas, não foram reconhecidas quaisquer rimas, com todas se restringindo a versos livres com reflexões sobre temas universais como autoconhecimento, relacionamentos amorosos, identidade, empoderamento e sociedade. Nos baseando nesses atributos, nossa hipótese é que, seja do ponto de vista formal ou temático, tais textos não causam estranhamento em quem tem a primeira experiência com o gênero literário pelo Instagram.

Embora a *presença digital e interação com os leitores* tenham variado segundo a proposta de cada artista, na seção dedicada a essa dimensão, foram encontrados tantos pontos de contato quanto aqueles relativos a seus *instapoemas*. Para começar, em uma mídia social marcada pela exposição de si mesmo, detalhes sobre os bastidores, vidas pessoais e opiniões particulares puderam ser vistos na conta dos quatro expoentes do fenômeno em maior ou menor grau (com mais registros nos perfis de Rupî Kaur e Amanda Lovelace). Ademais, ficou claro para nós que a maioria das trocas diretas (mensagens, conversas, etc) entre escritores e leitores ocorreram via campo dos comentários dos *posts* no *feed* — no geral, restritas a *emojis*, agradecimentos por parte dos artistas e breves bate-papos informais. O espaço dos *stories* deu continuidade a essa dinâmica, recurso no qual, além de comportar *lives* interativas e *links* para outras plataformas do mesmo autor, percebemos a exploração de funcionalidades como “enquetes” e “caixas de perguntas” para incluir o público nas decisões e próximos passos do trabalho dos poetas. Em algumas das demais estratégias, tais quais os sorteios, concursos culturais e projetos afins, observamos os nomes analisados conjugarem o que acontece digital

e fisicamente, algo atestado pelas iniciativas “Irmandade do Livro Viajante”, de Rupi Kaur, e “Poemas para as pessoas da Ucrânia”, de Atticus.

No eixo destinado à *monetização do trabalho*, examinamos apenas os materiais com citações a contratos com marcas, *publiposts*, vendas de produtos e serviços próprios de maneira a desvendar o seguinte questionamento: como se ganha dinheiro com a *instapoesia*? Mesmo não vendo no mercado editorial o caminho primário para se lançarem como escritores, Rupi Kaur, Atticus, Amanda Lovelace e Igor Pires nos comprovaram que, em suas situações, a rentabilidade desta poesia digital também decorreu da publicação de livros impressos, caminho natural dada a demanda gerada (e a procura por parte das editoras) com o sucesso no Instagram. Junto das coletâneas físicas, que muitas vezes reúnem o que é compartilhado previamente na plataforma, outro modo de monetizar o fazer *instapoético* esteve associado a produtos licenciados e inspirados nos poemas: acessórios, canecas, tatuagens temporárias, itens de papelaria e peças de vestuário com citações das obras de cada um. As peças de roupa, aliás, se apresentaram como o caminho mais investido pelos autores, que, contando com lojas externas ao Instagram, manipularam suas *affordances* em diversas ocasiões para divulgar e levar o público às páginas oficiais de compra.

Ao lado das inferências narradas acima, finalizamos este trabalho com a sensação de que, embora o fato de termos sido espectadores de seus ofícios tenha trazido muitas respostas, ele também nos colocou em contato com nuances da *instapoesia* inalcançadas por nós, bem como indagações que podem igualmente se estender a outras emergências literárias digitais. Se, enquanto uma dissertação voltada para a figura dos poetas, pouco conseguimos adentrar as experiências de leitura no Instagram, uma das inúmeras perguntas que parecem se abrir a partir do nosso esforço é: afinal, como de fato se lê (ou se consome) *instapoesia* no dia a dia? Aliás, seria plausível caracterizar todo “consumidor” de perfis poéticos nas mídias sociais como um leitor de literatura? Mesmo que, de antemão, os modos de fazer poesia revelados aqui indiquem caminhos para refletirmos sobre a instância da recepção, é inegável que o contato direto com os seguidores pode servir de base para um novo horizonte de análises envolvendo o assunto.

Tão interessante quanto à abertura para futuras pesquisas sobre *instapoesia* pode ser, tomando como referência o realizado nestas páginas, a atenção não aos fenômenos artísticos que emergem da união entre poetas e o Instagram, mas às demais manifestações literárias surgidas em outras mídias sociais, facetas imprescindíveis para a compreensão das literaturas digitais contemporâneas. Diante da ascensão do *BookTok* e *BookTwitter* — comunidades para discussão de livros no TikTok e Twitter — e o impacto causado por essas redes de leitores no

mercado editorial, um ponto de partida pode ser analisar o recente investimento de escritores nas duas plataformas, tal qual o acionamento de suas respectivas *affordances* também para finalidades poéticas. Que este encerramento, em suma, não seja encarado como o fechamento de um diálogo, mas se torne semente para novas reflexões despidas de preconceito sobre o que têm feito os novos autores a poucos cliques de distância de cada um de nós.

REFERÊNCIAS

- ANTONIO, Jorge Luiz. Poesia eletrônica no Brasil: Alguns Exemplos. Cibertextualidades (Porto) , v. 2, p. 17-34, 2007.
- ASSINK, M. L. *Instapoetry* and its Online Transnational Activism. Dissertação (Mestrado). Utrecht University, Faculty of Humanities, 2019.
- ARAUJO, Murillo. Campinas, SP: Editora Sétimo Selo, 2021.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Teoria Semiótica do Texto. 4^a. ed. São Paulo: Ática, 2005.
- BEAUGRANDE, Robert-Alain de; DRESSLER, Wolfgang U. Introduction to text linguistics. London: longman, 1981.
- BORGES, Jorge Luis. Esse ofício do verso. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BOSI, Alfredo. O ser e o tempo da poesia. São Paulo: Companhia das Letras, 1977.
- BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. The *Affordances* of Social Media Platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media*. Sage Publications, 2018.
- CALDWELL, Kia Lilly. Fronteiras da diferença: raça e mulher no Brasil. *Revista Estudos Feministas*, v. 8, n. 2, p. 91-108,, 2000.
- CHARTIER, Roger. Do código ao monitor: a trajetória do escrito. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 8, n. 21, Ago. 1994.
- CHARTIER, Roger (Org.) *Práticas da leitura*. São. Paulo: Estação da Liberdade, 1996.
- COSTA VAL, Maria da Graça. *Redação e Textualidade*. São Paulo, Martins Fontes: 1991.
- DA SILVA, Pâmela Guimarães. Não foi apenas um beijo: o acontecimento beijo gay na telenovela *Amor à Vida* e a constituição de públicos. Dissertação de Mestrado (Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2016.
- D'ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2020, 46p.
- DESCARDECI, Maria Alice Andrade de Souza. Ler o mundo: um olhar através da semiótica social. *Etd Educação Temática Digital*, Campinas - SP, v. 3, n.2, p. 19-26, 2002.
- DONATO, Rita de Cássia.; ALMEIDA, Marialda de Jesus. Poesia contemporânea nas redes sociais virtuais: a participação do ciberconsumidor na difusão da marca Eu me chamo Antônio. *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM* , v. 5, p. 190-199, 2017.
- EVEN-ZOHAR, Itamar. *Polysystem Studies*. *Poetics Today*, v. 11, n. 1, 1990. Disponível em: <https://bit.ly/3FHvAMN>. Acesso em: 20 dez. 2022.

FERREIRA DA SILVA, Josane. Do *feed* do Instagram às páginas dos livros: a *instapoesia* e a busca pela durabilidade nos meios digital e impresso. Trabalho de Conclusão de Curso (Jornalismo) – Universidade de Santo Amaro, São Paulo, 2020.

FRANCHETTI, Paulo. Poesia contemporânea e crítica de poesia. Contexto (UFES) , v. 23, p. 94-112, 2013.

FREITAS, Lincoln Felipe. Novas textualidades e discursividades e as mídias sociais: interdiscursos em rede e a cena genérica emergente da *Instapoesia*. A Margem: Revista Eletrônica de Ciências Humanas, Letras e Artes, v. 18, p. 70-85, 2021.

GARRAMUÑO, Florencia. Frutos estranhos: sobre a inespecificidade na estética contemporânea. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

GENETTE, Gérard. Paratextos Editoriais. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, 376 p.

GIBSON, James Jerome. The ecological approach to visual perception. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1986.

GUERRA, Gonçalves Ana. Infraestruturas, narrativas e imaginários algorítmicos: tecnografando o preço dinâmico da Uber. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2021.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. A mídia literatura. In Modernização dos sentidos. São Paulo: Ed. 34, 1998.

HAYLES, Katherine. Literatura Eletrônica: novos horizontes para o literário. São Paulo: Global, 2009.

HELMOND, ANNE. A plataformização da web. Métodos Digitais: teoria-prática-crítica, p. 49, 2019.

JOHNSON, M. J. The Rise of the Citizen Author: Writing Within Social Media. Publishing Research Quarterly, v. 33, n. 2, p. 131-146, 2017.

KIRCHOF, Edgar Roberto. Como ler os textos literários na era da cultura digital?. Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea , p. 203-228, 2016.

KOZAK, C. Comunidades experimentales y literatura digital en Latinoamérica. Virtualis, v. 9, n. 17, p. 9–35, 2018.

KRAUSS, Rosalind. A escultura no Campo Ampliado. Tradução Elizabeth Carbone Baez. Rio de Janeiro: Revista Gávea, nº 1, 1984.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. Reading images: the grammar of visual design. London, New York: Routledge, 2006.

LEAL, Bruno Souza. Do texto à textualidade na comunicação: contornos de uma linha de investigação. In: Bruno Souza Leal; Carlos Alberto de Carvalho; Geane Alzamora. (Org.). Textualidades Mediáticas. 1a. ed. Belo Horizonte: Selo PPGCOM, 2018, v. 1, p. 17-34.

LIMA, Paloma Larissa Souza Guimarães de. @RUIKAUR_: vozes femininas/feministas e(m) poesia em meio digital. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Campinas. 2021.

LUDMER, Josefina. “Literaturas pós-autônomas”. In: Sopro. Panfleto Político-Cultural. Trad. Flávia Cera. Desterro: Cultura e Barbárie, 2010, p. 01-04. Disponível em: <http://culturaebarbarie.org/sopro/n20.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2021.

MALINOWSKI, Bronislaw. Argonauts of the Western Pacific: an account of native enterprise and adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea (Robert Mond Expedition to New Guinea, 1914-1918). Nova York: E.P. Dutton & Co., 1961.

MCVEIGH-SCHULTZ, Joshua; BAYM, Nancy K. Thinking of You: Vernacular *Affordance* in the Context of the Microsocial Relationship App, Couple. Social Media + Society, 2015.

MINTZ, André Goes. Mídia e plataforma: aproximações. Novos Olhares, v. 8, p. 98-109, 2019.

MOISÉS, Carlos Felipe. Poesia para quê? A função social da poesia e do poeta. São Paulo: Editora Unesp, 2019.

MONTARDO, Sandra Portella; JUNG ROCHA, Paula. Netnografia: Incursões metodológicas na cibercultura. E-Compós (Brasília), v. 4, p. 1-22, 2005.

MOURA, Cláudio Augusto Carvalho. Da ficção Interativa à hiperficção: um comentário sobre a gênese da literatura eletrônica estadunidense. Ilha do Desterro, v. 74, p. 277-305, 2021.

MOURA, Regimário Costa; SANTOS, Ana Cristina dos; LUNA, Raquel Araújo; NASCIMENTO, Rideusa Caroline Correia do. As facetas da contemporaneidade. O dialogismo digital para os alunos: o Facebook e a poesia viral. In: III CINTEDI - Congresso Internacional de Educação Inclusiva, 2018, Campina Grande - PB. Anais III CINTEDI. Campina Grande - PB: Editora Realize, 2018. v. 1.

NEITZEL, Adair de Aguiar; BRIDON, Janete. Poesia digital: reflexões em curso. Literatura y Lingüística (Impresa) , v. 27, p. 111-133, 2012.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. New media & society, v. 20, n. 11, 2018.

NORMAN, Donald. The Design of Everyday Things. New York: Doubleday, 1990.

NOVELI, Marcio. Do Off-line para o Online: a Netnografia como um Método de Pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a Etnografia para a Internet?. Revista Organizações em Contexto, v. 6, n. 12, p. 107-133, 2010.

OLIVEIRA, Ulisses; FAZANO, Bruna. O gênero *instapoetry* e a inteligência coletiva. *Revista de Estudos da Linguagem*, 2020.

O'REILLY, Karen *et al.* *Key concepts in ethnography*. Sage, 2008.

PAVAN, Carolina Fleury Safe Carneiro. *Viral na internet: a totemização do pertencimento social*. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Organizacional) - Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

PAZ, Octavio. *O arco e a lira*. Nova Fronteira (Rio de Janeiro). 1a. edição. 1982.

PIGNATARI, Dércio. *O que é comunicação poética*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2005.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

PRADO, Márcio Roberto do. *Faces da literatura contemporânea: o caso da poesia viral*. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, v. I, 2016, p. 19-47.

RETTBERG, Scott. *Communitizing Electronic Literature*. *Digital Humanities Quarterly*; Providence, Vol. 3, Ed. 2, 2009.

RHINEY, K. *Text/Textuality*. WARF, B.(ed). *Encyclopedia of Geography*. Thousand Oaks: Sagem, 2010.

ROCHA, Rejane Cristina. *Literatura Digital* (p. 80-84). In: Ribeiro, A. E. & Cabral, C. A. *Tarefas da Edição: pequena mediapédia*. Belo Horizonte: LED/Impressões de Minas, 2020.

ROCHA, R. C. *Apresentação - Além do livro: literatura e novas mídias*. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, p. 11-17, 2016.

SALSBERY, Hannah. *Reshaping the Canon: How “Insta-Poets” Are Creating a New Literary Space for Readers Using Social Media*. Trabalho de Conclusão de Curso (English) - Butler University, Indianapolis, 2021.

SANTOS, Záira Bomfante dos; PIMENTA, Sônia Maria Oliveira. *Da semiótica social à multimodalidade: a orquestração de significados*. *CASA - Cadernos de Semiótica Aplicada (Online)*, v. 12, 2014.

SMIT, Frederique. *Instapoetry: The influence of Instagram and the online community on the shaping of a new literary subgenre*. Trabalho de Conclusão de Curso (English Language and Culture) - Utrecht University, Utrecht, 2020.

SOUZA, Mauricio Rodrigues de. *Uma questão de método: origens, limites e possibilidades da etnografia para a psicologia social*. *Psicologia USP*, v. 25, p. 307-316, 2014.

TORRES, Rui. “Poesia em meio digital: algumas observações”, in: *Sociedade da Informação: balanço e implicações*. Organizado por Luís Borges Gouveia e Sofia Gaio. Porto, Edições UFP. pp.321-28, 2004.

VAN DIJCK, José. Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. *Matrizes*, v. 11, n. 1, p. 39-59, 2017.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press, 2018.

VAN DRIEL, Loes; DUMITRICA, Delia. Selling brands while staying “Authentic”: The professionalization of Instagram influencers. *Convergence*, 2020.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, Recepção, Leitura*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.