

UNIVERSIDADE SANTO AMARO
Curso de Jornalismo

Josane Ferreira da Silva

**DO *FEED* DO *INSTAGRAM* ÀS PÁGINAS DOS LIVROS: A
INSTAPOESIA E A BUSCA PELA DURABILIDADE NOS MEIOS
DIGITAL E IMPRESSO**

São Paulo

2020

Josane Ferreira da Silva

**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 apresentado
ao Curso de Jornalismo da Universidade
Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial
para obtenção do título Bacharel em
Jornalismo. Orientador Prof. Me. Maurício
Soares Capela

São Paulo

2020

Josane Ferreira da Silva

**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 apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Santo Amaro - UNISA, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Maurício Soares Capela

São Paulo, 12 de junho de 2020.

Banca Examinadora

Prof. Me. Maurício Soares Capela

Prof.

Prof

Conceito Final: _____

À minha família

Agradecimentos

*À minha mãe, **Geracina**, minha irmã, **Jéssica**, e ao meu cunhado, **Thiago**, por sempre me apoiarem em minhas decisões e por nunca me deixarem desistir. Obrigada pelo apoio incondicional. Sem vocês eu jamais teria conseguido.*

*Aos meus sobrinhos, **Bernardo** e **Otávio**, por trazerem a leveza necessária até nos dias mais difíceis. Vocês são a luz da minha vida.*

*Às minhas amigas e parceiras de curso, **Ana Gabriela**, **Izabel** e **Sanara**, e à minha irmã de alma, **Kamila**, por todos os momentos compartilhados e toda a ajuda e suporte dado ao longo desses anos.*

*Ao professor, **Maurício Capela**, não só pela ajuda na realização deste trabalho, mas principalmente pelas aulas inspiradoras. Obrigada por mostrar o quanto o jornalismo é necessário e apaixonante.*

E um agradecimento especial

*Ao meu pai, **José**, por ser meu exemplo de força e minha fonte de inspiração.*

*“Os tempos são líquidos porque, assim como a água, tudo muda muito rapidamente.
Na sociedade contemporânea, nada é feito para durar”.*

- Zygmunt Bauman

RESUMO

A pesquisa apresenta um estudo sobre o movimento da Instapoesia no Brasil, mostrando seus impactos não só nas redes sociais, mas também no mercado editorial do gênero da poesia no País. O estudo aborda a mudança no consumo de poesia dos livros físicos para as redes sociais e os motivos dessa alteração no principal meio de consumo de poesia. O objetivo é comparar as características e estratégias dos suportes digitais e impressos para manter um conteúdo duradouro. E, como o movimento da Instapoesia utiliza dessas estratégias para aumentar sua durabilidade, como método de análise foram consultados os autores Zygmunt Bauman e Paul Virilio, para compreender a mudança no consumo de poesia, para um meio efêmero e tecnológico como as redes sociais. Também foram realizadas pesquisas exploratórias por meio de entrevistas com os poetas Igor Pires da Silva, Lucas Cândido Brandão e Pedro Antônio Gabriel Anhorn para mostrar como essa nova geração de poetas têm ajudado a poesia a se reinventar, ocupando as novas mídias e, em convergência com os livros impressos, têm buscado vencer a efemeridade tão característica do mundo *online* e manter-se como um movimento duradouro.

Palavras-chave: Instapoesia. Redes Sociais. Livros. Poesia. *Instagram*.

ABSTRACT

The research presents a study on the Instapoesia movement in Brazil, showing its impacts not only on social media but also on the editorial market of the genre of poetry in the country. The study addresses the change in the consumption of poetry from physical books to social media, and the reasons for this change in the main means of consumption of poetry. The objective is to compare the characteristics and strategies of digital and printed media to maintain long-lasting content. And, how the Instapoesia movement uses these strategies to increase its durability, as a method of analysis, authors Zygmunt Bauman and Paul Virilio were consulted to understand the change in the consumption of poetry, for an ephemeral and technological medium such as social networks. Exploratory research was also conducted through interviews with poets Igor Pires da Silva, Lucas Cândido Brandão and Pedro Antônio Gabriel Anhorn to show how this new generation of poets has helped poetry to reinvent itself, occupying new media and, in convergence with printed books, have sought to overcome the ephemerality so characteristic of the online world and remain as a lasting movement.

Keywords: Instapoesia. Social media. Books. Poetry. Instagram.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 A POESIA NA ERA OFFLINE E NA ERA ONLINE.....	14
2.1 Instapoeta, ou simplesmente poeta?.....	19
2.2 A poesia híbrida.....	22
3 A POESIA COMO MERCADORIA.....	25
3.1 O jogo do compartilhamento.....	30
4 O VIRTUAL GANHANDO DO REAL.....	35
4.1 A briga pela durabilidade.....	37
5 CONCLUSÃO.....	43
REFERÊNCIAS.....	48
ANEXO A - Termo de Cessão de Direitos Igor Pires da Silva	
ANEXO B - Entrevista Igor Pires da Silva	
ANEXO C - Termo de Cessão de Direitos Lucas Cândido Brandão	
ANEXO D - Entrevista Lucas Cândido Brandão	
ANEXO E - Termo de Cessão de Direitos Mailson Furtado Viana	
ANEXO F - Entrevista Mailson Furtado Viana	
ANEXO G - Termo de Cessão de Direitos Pedro Antônio Gabriel Anhorn	
ANEXO H - Entrevista Pedro Antônio Gabriel Anhorn	
ANEXO I - Termo de Cessão de Direitos Verena Smit	
ANEXO J - Entrevista Verena Smit	
ANEXO K - Termo de Cessão de Direitos Renata Rodriguez Machado - Editora de livros nacionais da Editora Intrínseca	
ANEXO L - Entrevista Renata Rodriguez Machado - Editora de livros nacionais da Editora Intrínseca	

1 INTRODUÇÃO

É fato que as redes sociais têm mudado a forma como nos relacionamos e nos comunicamos. Nas relações sociais, elas criam comunidades e unem pessoas de qualquer parte do mundo com interesses em comum. Já nos meios de comunicação, elas proporcionaram novas possibilidades de geração de conteúdo e de interação com o público. Essas mudanças têm feito também com que movimentos artísticos tradicionais se adaptem ao novo tipo de público consumidor e das novas ferramentas digitais.

Um dos movimentos artísticos que sofreu uma grande influência das redes sociais é a poesia. Novos escritores têm usado as redes sociais, em especial o *Instagram*, para publicar e divulgar seus poemas. Com um bilhão de contas ativas no mundo¹, o *Instagram* é segundo pesquisa *Digital in 2019*, realizada pelo site *We are social*, a sexta rede social mais utilizada no mundo. Já, no Brasil, a rede ocupa a quarta posição entre as mais utilizadas, ficando atrás apenas do *YouTube*, *Facebook* e *Whatsapp*.

Com esse grande número de usuários, a rede se tornou um terreno fértil para publicação e divulgação de poesia, fazendo com que perfis poéticos começassem a crescer na rede social. Com esse crescimento e sucesso feito no *Instagram*, os poetas ganharam o apelido de Instapoetas.

O termo popularizou a poesia no Brasil novamente, porém alguns poetas que utilizam o *Instagram* para publicar seus poemas, fazem críticas à terminologia. Eles dizem que o termo passa a ideia de ser algo sem continuidade, um movimento instantâneo, que nasce e morre no *feed*² de seus criadores (ANHORN, Anexo). Alguns escritores acreditam que o termo Instapoeta, não define a poesia feita, e sim a mídia em que os poemas são publicados (BRANDÃO, Anexo).

Críticas a parte, a partir da criação desse apelido, começaram a surgir muitos perfis com versinhos poéticos no *Instagram*, na maioria das vezes com teor motivacional. Hoje, ao abrir o *feed* do *Instagram*, é comum você se deparar com

¹ Número divulgado pelo *Instagram*

² *Feed* é a página em que os usuários têm acesso às atualizações e postagens. Tudo que você posta poderá ser visto pelos seus seguidores no *feed* do *Instagram* deles, e tudo que eles postam, você também pode conferir no seu *feed*.

*posts*³ com poemas. E todo esse sucesso rompeu as barreiras do Instagram e ganhou o mercado editorial. As prateleiras de livros de poesia nas livrarias do País que andavam empoeiradas, ganharam um impulso movido pelos Instapoetas. Analisando a lista de livros de poesia mais vendidos no Brasil, os nomes que figuravam ali eram de poetas famosos e já consagrados pela crítica, muitas dessas obras são inclusive de leituras obrigatórias dos principais vestibulares do País. Com o movimento da Instapoesia esse cenário se modificou. Em 2017, dos vinte livros de ficção mais vendidos no País, quatro eram de Instapoetas, em 2018 esse número saltou para seis⁴.

Os números impressionam, principalmente se levarmos em consideração que o brasileiro lê, em média 2,43 livros por ano, e que as redes sociais já ocupam 35% do nosso tempo livre⁵.

Esse sucesso nos livros impressos pode ser explicado pelo fato dos Intapoetas levarem para os livros, características do texto de mídia eletrônica como sentenças concisas, simples ou declarativas, que se atém a apenas uma ideia (FERRARI, 2014, p. 52).

Outra característica do texto de mídia digital usada pelos Instapoetas, é o empacotamento do material produzido. No jornalismo, isso significa mudar o título, a abertura; transformar alguns parágrafos[...] adicionar foto ou vídeo para adequar o conteúdo para as mídias digitais (FERRARI, 2014, p. 45).

Nos poemas postados no perfil do *Instagram*, isso é usado como estratégia pelo poeta Igor Lima, idealizador do coletivo literário Textos Cruéis Demais para que o leitor da *web* tenha interesse pelos versos postados no *Instagram* pelo coletivo.

Hoje a gente posta um trecho do texto como imagem e o restante na legenda do *post*. É a nossa estratégia de fazer a pessoa ver um pedaço do texto, ficar interessada e ler o resto. Com isso a gente consegue prender a atenção do nosso seguidor e fazer com que nosso texto seja lido e compartilhado (SILVA, anexo).

³ *Posts* são as publicações em ordem cronológica, em redes sociais, associadas à conta de um usuário.

⁴ Lista da Revista Veja, de livros de poesia mais vendidos no Brasil.

⁵ Pesquisa "Retratos da Leitura no Brasil", com dados do ano de 2016.

Essas características do texto de mídias digitais, não são usadas pelos Instapoetas só nas publicações no *Instagram*. Quando vão publicar seus poemas em livros impressos, a linguagem continua com as características da escrita dos meios digitais. O que o movimento da Instapoesia vem fazendo é mesclar características mais clássicas, como a poesia e a escrita em livros impressos, com a efemeridade dos conteúdos postados nas redes sociais. Acontecendo, assim, um movimento de hibridação cultural, ou seja, a miscigenação de diferentes culturas, com uma quebra nas barreiras que separam o que é tradicional e moderno, culto, popular e massivo (CANCLINI, 2000).

Assim como não funciona a oposição abrupta entre o tradicional e o moderno, o culto, o popular e o massivo não está onde estamos habituados a encontrá-los. É necessário demolir essa divisão em três pavimentos, essa concepção em camadas do mundo da cultura, e averiguar se sua hibridação pode ser lida com as ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente [...]. Precisamos de ciências sociais nômades, capazes de circular pelas escadas que ligam esses pavimentos. Ou melhor: que redesenham esses planos e comuniquem os níveis horizontalmente” (CANCLINI, 2000, p. 19).

Tomando por base esse novo cenário da poesia no País, a pesquisa em questão, visa entender se as redes sociais são as únicas ferramentas para a publicação e divulgação de poesias em um mundo cada vez mais digital, levando em conta o aspecto efêmero das ferramentas digitais e o viés duradouro de uma expressão artística.

Essa efemeridade não é só uma questão das ferramentas digitais, ela está presente na era em que vivemos. Usando do termo “líquido”, Bauman mostra que passamos de uma modernidade “sólida” para uma modernidade “líquida”, ou seja, uma era em que tudo é volúvel, transitório e efêmero. [...] Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo (BAUMAN, 2000, p. 8).

Outra questão que faz com que a poesia faça sucesso em redes sociais, como o *Instagram*, é o fato da aproximação que a tela de um celular, por exemplo, faz com o leitor/seguidor tenha a impressão de um contato imediato com o poeta.

“Na interface da tela, tudo já se encontra lá, tudo se mostra na imediatez de uma transmissão instantânea” (VIRILIO, 1993, p. 13).

A “instantaneidade” aparentemente se refere a um movimento muito rápido e a um tempo muito curto, mas de fato denota a ausência do tempo como fator de evento e, por isso mesmo, como elemento no cálculo do valor. O tempo não é mais o “desvio na busca”, e assim não mais confere valor ao espaço. A quase instantaneidade do tempo do *software* anuncia a desvalorização do espaço (BAUMAN, 2000, p. 149).

Toda essa efemeridade característica das ferramentas digitais, pode ser usada para fazer com que o movimento da Instapoesia contribua para fazer a poesia continuar sendo uma expressão artística forte e duradoura.

Um livro impresso se torna um objeto palpável, tátil. Talvez, de forma inconsciente, isso dê a sensação de ser mais real ou parece existir mais. Mas acho que é questão de transição. Uma ponte entre o tradicional e novas maneiras de encarar a literatura, a arte e os acontecimentos do mundo de um modo geral. Se você gosta de um verso, pode dar *print*, imprimir, emoldurar e pendurar na parede em um quadro. Cada pessoa vai ter seu jeito preferido de encarar um poema. Das prateleiras às nuvens, toda manifestação poética merece seu lugar no mundo. É assim que esse efêmero, aliás, esses efêmeros constroem o infinito (ANHORN, anexo).

Para contribuir o estudo e os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa quantitativa para entender como o brasileiro está consumindo poesia. Análises qualitativas referentes às características dos poemas publicados no *Instagram* e nos livros, para identificar diferenças e semelhanças tanto na publicação como na divulgação feita pelos poetas na rede social, também se fizeram necessárias para a pesquisa para mostrar o padrão seguido pelos poetas em suas poesias, como por exemplo, o teor motivacional presente em boa parte dos versos dos Instapoetas.

Pesquisas exploratórias, por meio de entrevistas com os poetas Lucas Cândido Brandão, Igor Pires da Silva e Pedro Antonio Gabriel Anhorn, os três que ficaram conhecidos como Instapoetas, pela sua forte presença no *Instagram*, além de entrevista com a editora de livros nacionais da Editora brasileira Intrínseca, Renata Rodriguez Machado, foram importantes para compreender o cenário que o movimento está incluído.

A escolha de pesquisar sobre esse movimento foi baseada na influência que a Instapoesia têm feito não só no ambiente digital, como também no mercado editorial. E por mostrar que as ferramentas digitais já estão naturalmente incluídas na nossa vida, que movimentos artísticos tradicionais precisam se adaptar a essas ferramentas para não sair do mercado e se manterem forte com esse novo tipo de público, que a cada dia busca mais das redes sociais para se relacionar, buscar informação e claro, consumir conteúdos literários.

Em pesquisa feita acerca do assunto em bases de produções científicas, foi identificado que o fenômeno da Instapoesia ainda é pouco abordado, sendo necessária então o estudo proposto.

2 A POESIA NA ERA *OFFLINE* E NA ERA *ONLINE*

O consumo de poesia no Brasil sofreu uma grande alteração com o avanço cada vez mais acelerado das tecnologias digitais. Se antes o consumo de conteúdos literários só era possível por meio de livros, hoje, por meio de um aparelho celular, o leitor tem acesso a incontáveis conteúdos em poucos cliques.

E uma dessas ferramentas, originárias do mundo digital, tornaram-se um terreno fértil para disponibilizar e facilitar o acesso de leitores à poesia, as redes sociais, em especial, o *Instagram*. Em pesquisa desenvolvida para esta monografia, realizada entre 24 de março de 2020 até o dia 19/04/2020 e que ouviu 137 pessoas, foi possível coletar dados para entender como o brasileiro tem consumido poesia.

Foram levantadas na pesquisa questões sobre o meio de consumo de poesia, compartilhamento das publicações de poesia em redes sociais, atratividade dos posts e compra de livros físicos de Instapoetas. A pesquisa foi realizada por meio da plataforma Formulário Google, disponível no *link*:

<https://docs.google.com/forms/d/1-o1iYgVpP78D3pQEeW3fnadp3lQzbmrngPsAdEbhuwg/edit>

Na questão de meio de consumo, o resultado, adquirido por meio deste levantamento, mostrou que as redes sociais superaram os livros físicos como principal meio de consumo de poesia no País. Entre os participantes ouvidos, 80,3% deles disseram consumir poesia pelas redes sociais, enquanto os livros físicos foram citados por 18,2% dos participantes.

Ao observar este cenário, constatamos que as ferramentas digitais estão a cada dia mais mudando as nossas ações cotidianas, nossa forma de comunicação, nossas relações pessoais, e também a nossa forma de consumir conteúdos, sejam esses conteúdos educacionais, informacionais, e no caso da poesia, literários.

As ferramentas pertencentes ao ambiente digital, estão a cada dia mais intrínsecas no nosso cotidiano. Em relação a nossa forma de consumir informação, a

Pesquisa Brasileira de Mídia⁶, em sua edição mais recente, de 2016, mostrou que consumir notícias pela internet já ocupa o segundo lugar na preferência dos brasileiros, só ficando atrás da televisão. Se compararmos com o consumo de jornais impressos, por exemplo, a internet tem uma grande vantagem na preferência do público, ficando responsável por 26% do consumo, enquanto os jornais impressos ficam com 3%.

Nas nossas relações pessoais também há um grande uso das tecnologias digitais. É o que revela um levantamento realizado pela *Happn Brasil*, que é o segundo aplicativo de relacionamento mais utilizado no mundo. A pesquisa revelou que 60% dos brasileiros utilizam aplicativos de relacionamento no País.

Nosso País, está tão envolta no meio digital que o número de celulares ativos já ultrapassou o número de habitantes. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil possui 211 milhões de habitantes⁷, enquanto a Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, divulgada em abril de 2019, e realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, apontou que o Brasil possui 230 milhões de celulares ativos⁸.

Enquanto a quantidade de pessoas que utilizam ferramentas digitais aumenta, a leitura de livros físicos, não só de poesia, mas no geral, diminui. A pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, que é o levantamento mais amplo sobre os hábitos de leitura do brasileiro, apontou em sua última edição realizada em 2016 que o brasileiro lê em média 2,43 livros por ano, enquanto as redes sociais já ocupam 35% do tempo livre do brasileiro.

A mudança de consumo que passou de um meio tradicional e perene, como os livros físicos, para um meio moderno e efêmero, como são as redes sociais, é uma característica da fase da sociedade ao qual Bauman (2007) chama de modernidade líquida. Em que meios mais tradicionais, que são em sua natureza,

⁶ Pesquisa Brasileira de Mídia. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em 29 abr. 2020.

⁷ Projeção da População do Brasil e das Unidades da Federação. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>. Acesso em 26 abr. 2020.

⁸ 30 Pesquisa Anual do Uso de TI nas Empresas, 2019. Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciapt_2019.pdf. Acesso em 26 abr. 2020.

díficeis de sofrer mudanças, não nos servem mais. Agora, o que a sociedade vive é uma era em que os meios efêmeros e que sofrem mutações com facilidade são as coisas que medem nossas ações, nossas relações sociais, e o nosso consumo.

A passagem da fase “sólida” da modernidade para a “líquida” - ou seja, para uma condição em que as organizações sociais (estruturas que limitam as escolhas individuais, instituições que asseguram a repetição de rotinas, padrões de comportamento aceitável) não podem mais manter sua forma por muito tempo (nem se espera que o façam), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo que leva para moldá-las e, uma vez reorganizadas, para que se estabeleçam (BAUMAN, 2007, p. 7).

Os líquidos preenchem e esvaziam um espaço com facilidade, enquanto os sólidos só conseguem preencher um espaço que seja exatamente da sua forma. A modernidade líquida não se fixa a um espaço ou tempo, busca sempre por mudanças. Se adapta ao ambiente tira o que for de melhor, depois vai para a próxima forma. E como tudo muda de maneira rápida, as nossas escolhas também se adaptam a essa efemeridade e mudam com a mesma velocidade.

Segundo o pensamento do filósofo francês Jean-Paul Sartre, o ser humano sempre terá que fazer escolhas. “A escolha é possível num sentido, mas o que não é possível é não escolher. Posso sempre escolher, mas devo saber que, se eu não escolher, escolho ainda” (SARTRE, 1973, p. 23). O leitor portanto, sempre irá escolher entre um suporte ou outro para consumir poesia, e ao não escolher determinado suporte, já estará fazendo uma escolha. O ato de escolha do ser humano, é então infinita, pois até o ato de não escolha, o ser humano já está fazendo uma escolha.

O que ocorre nos tempos líquidos, segundo Bauman (2000), é que as coisas mudam mais rapidamente do que na modernidade sólida. O que é tendência hoje, amanhã pode não ser mais. Portanto, fazemos mais escolhas durante a vida e essas escolhas, cada vez mais, deixam de ser individuais, pois com as tecnologias rompendo as barreiras de espaço, as escolhas tomadas em qualquer lugar do mundo impactam nas nossas decisões.

Decisões essas que são cada vez mais efêmeras e instantâneas, consequência do desejo de realização imediata dos nossos desejos. O tempo

instantâneo e sem substância do mundo do *software* é também um tempo sem consequências. “Instantaneidade” significa realização imediata, “no ato” - mas também exaustão e desaparecimento do interesse (BAUMAN, 2000 p. 150). Esse interesse que surge e desaparece com rapidez, impacta nas nossas escolhas.

A escolha que fazemos hoje pode já não ser a melhor escolha depois. Se antes para lermos poesia, a melhor escolha era os livros impressos, isso para a maioria dos leitores já não é a melhor opção. Então a escolha, de mudar a suporte para ler versos poéticos, mudou com o avanço das ferramentas tecnológicas.

As ferramentas digitais, como as redes sociais, tomando por base o conceito defendido por Bauman, não se mantêm intactas por muito tempo, são “fluidas”, líquidas, facilmente moldadas para ou receberem novas funcionalidades, ou até mesmo, serem substituídas por novas ferramentas.

Os fluidos se movem facilmente. Eles 'fluem', 'escorrem', 'esvaem-se', 'respingam', 'transbordam', 'vazam', 'inundam', 'borrifam', 'pingam', são 'filtrados', 'destilados'; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos - contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho [...] Associamos 'leveza' ou 'ausência de peso' à mobilidade e à inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leves viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos (BAUMAN, 2000, p. 8-9).

Portanto, tomando por base o pensamento de modernidade líquida de Bauman (2000), podemos entender melhor a mudança do consumo de poesia dos livros físicos para as redes sociais. Mesmo que a característica efêmera dos conteúdos publicados no Instagram, fuja da natureza mais durável da poesia e dos conteúdos escritos em livros impressos. Para o autor, na modernidade líquida, as relações humanas e de consumo perdem instabilidade e consistência, tornando-se voláteis.

Toda essa efemeridade, presentes nas redes sociais, fizeram com que os poetas repensassem suas obras para esse novo modelo de consumo no Brasil. Mesmo para um poeta que ganhou do prêmio Jabuti de melhor livro de 2018⁹ com

⁹ BARIFOUSE, Rafael. **BBC NEWS BRASIL**. Prêmio Jabuti: Poeta do sertão, Mailson Furtado faz história ao vencer com livro escrito à mão. **BBC NEWS BRASIL**, 16 nov de 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46198652>. Acesso em 20 abr. 2020.

um livro escrito à mão, como o autor Mailson Viana, não podemos ignorar que as redes sociais mudaram a maneira de consumo e produção da poesia no Brasil, [...] “vivemos uma nova fase da 'civilização', onde o efêmero reina, não diferente, metamorfoses dentro do campo literário estão acontecendo” (VIANA, anexo).

O “velho” jeito de se pensar poesia, feita para ser apreciada com calma, enquanto o leitor folheia páginas e páginas de um livro, não se aplica quando se pensa em conteúdos para o meio digital. Conforme Ferrari (2014, p. 44), o leitor digital decide e avança sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear. Ainda segundo a autora, “Na internet não nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo, meio e fim. Saltamos de um lugar para outro - seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distantes entre outros” (FERRARI, 2014, p. 44).

Já o leitor, no ambiente digital, prefere uma leitura não linear, descontínua, e de rápido e fácil entendimento. Portanto, a leitura de livros físicos tende a não funcionar mais para este leitor que está a cada dia mais envolto em redes sociais e nas suas narrativas não lineares, com frases de rápida absorção e grande uso de imagens. “As rotinas antigas e aparentemente eternas começaram a se desintegrar; os hábitos antigos e convenções começaram a mostrar sua idade e os rituais, sua debilidade” (BAUMAN, 2007, p. 100).

Conforme foi apresentado no começo desta pesquisa, a leitura linear, com começo, meio e fim, presente nos livros físicos, não é mais o meio de preferência do leitor brasileiro na hora de consumir poesia. A leitura digital, não linear, em que não necessariamente existe começo, meio e fim, é o atrativo das poesias publicadas no *Instagram*. Sobre essa leitura não linear, Ferrari (2014) destaca algumas características que fazem com que uma publicação no ambiente digital, tenha uma leitura não linear.

Um bloco de diferentes informações digitais interconectadas é um hipertexto, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados *links*) consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor decida e avance sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear (FERRARI, 2014, p. 44).

Mas esta mudança foge da natureza duradoura que a literatura sempre apresentou, de ter no livro físico, seu principal meio de contato com os leitores. Essa mudança do leitor para o meio digital pode desconfigurar o cerne dos conteúdos literários, diminuindo assim a importância que se dá aos conteúdos disponibilizados no ambiente virtual em relação aos conteúdos do meio impresso.

2.1 Instapoeta, ou simplesmente poeta?

Como foi abordado anteriormente, o consumo de poesia no Brasil passou a ser maior por meio das redes sociais do que pelos livros físicos. Essa transição no consumo e na vinda de poetas para as redes sociais ficou mais evidente com o movimento da Instapoesia no País.

E para entender melhor o cenário da Instapoesia no Brasil, foi realizada uma pesquisa exploratória, por meio de entrevistas com alguns nomes dessa nova geração de poetas. São eles, Pedro Antonio Gabriel Anhorn, Lucas Cândido Brandão e Igor Pires da Silva. Os três têm em comum a forte presença nas redes sociais e o fato de já terem publicado livros físicos.

Os três autores contribuíram com a sua visão sobre a Instapoesia, os desafios e as estratégias usadas por eles para se manterem no mercado do gênero da poesia no País. E para começar a explicar o movimento da Instapoesia, é necessário primeiro falar sobre o surgimento e popularização do termo e a resistência sofrida em ser reconhecida como poesia.

O termo Instapoesia foi criado, pelos próprios usuários do Instagram, para designar os poemas que eram postados e divulgados na rede social. 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.

No ano de 2015, Rupi publicou uma foto em seu perfil no *Instagram*, em que aparecia deitada em uma cama, de costas e com as calças e o lençol sujos de sangue menstrual. A publicação foi banida da rede social, causando protestos da

Instapoeta e do público¹⁰. Os protestos tomaram uma proporção tão grande, que o *Instagram* precisou se retratar com a Instapoeta e seus leitores.

De 2015 até agora, os livros da instapoeta Rupi Kaur estão presentes nas listas de livros mais vendidos no Brasil¹¹. Seu nome virou referência na Instapoesia, e o termo tornou-se mais popular na rede social, passando a designar os poetas que publicavam seus versos no Instagram.

Apesar de ser sido criado para artistas divulgarem suas criações e inspirar novos autores a escreverem poesia, o poeta Pedro Antônio Gabriel Anhorn faz críticas a terminologia Instapoeta. “O termo dá um pouco a ideia de ser algo instantâneo, sem continuidade. Algo que nasce e morre no *feed* desses criadores (ANHORN, anexo).

Outro poeta que critica o termo instapoesia é Lucas Cândido Brandão. O escritor acredita que o termo é usado por alguns poetas para conquistar sucesso entre os usuários do *Instagram*.

Percebo que tem muitos escritores hoje que escrevem só para estar na internet, ter seguidores, curtidas. Chamo-os de escritores aqui, mas de forma ilustrativa. Não acho que são escritores, são pessoas ansiosas por outras coisas, por audiência... são mais vaidosos que escritores (BRANDÃO, anexo).

Essa instantaneidade e a busca pelo sucesso efêmero são características da fase em que vivemos, e das ferramentas digitais, que fogem da natureza duradoura de movimentos artísticos. “A poesia está ganhando espaço, mas é um espaço que está mais ocupado e preocupado com o sucesso (algo instantâneo) do que com o reconhecimento (algo duradouro)” (ANHORN, anexo).

Além dos argumentos apresentados até aqui sobre o termo Instapoesia, outra questão observada é o fato dessa efemeridade que vai de encontro com a

¹⁰MORENO, Jesus. **BBC NEWS BRASIL**. #Sala Social: Por que o Instagram vetou foto de garota menstruada. BBC NEWS BRASIL, 27 mar. 2015. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/03/150327_instagram_menstruacao. Acesso em 26 abr. 2020.

¹¹CARRENHO, Carlo; FACCHINI, Carla. **PUBLISHNEWS**. Rupi Kaur se empodera na lista de mais vendidos. PUBLISHNEWS. 30 jun. 2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/06/30/rupi-kaur-se-empodera-na-lista-de-mais-vendidos>. Acesso em: 26 abr. 2020.

durabilidade dos movimentos artísticos, tirar a importância da poesia feita no *Instagram*.

Não me incomoda de forma alguma em ser eventualmente chamado de instapoeta contanto que esse termo não venha carregado de deboche ou de uma tentativa de rebaixar a qualidade de tal ou tal produção de uma parte dessa geração que está criando coisas incríveis na internet (ANHORN, anexo).

Essa tentativa de rebaixar o que os Instapoetas produzem é, para o idealizador do coletivo literário Textos Cruéis Demais, Igor Pires da Silva, o que faz com que se crie essa distinção entre poesia e Instapoesia.

Eu sinto que o que a gente faz ainda é bastante marginalizado do ponto de vista do que é considerado literatura ou não, eu acho que a gente tá num ermo assim porque se por um lado esses escritores consagrados e considerados clássicos não nos veem como literatura por outro lado as pessoas que leem esses autores também acreditam que não, então a gente fica nesse meio termo assim, e eu acho que a razão disso é puro preconceito assim preconceito linguístico eu sinto que se a gente precisa falar de literatura, a gente precisa desmistificar a ideia de que poesia e literatura são coisas difíceis ou coisas inacessíveis [...] porque não são (SILVA, anexo).

Essa questão de se entender a Instapoesia como poesia de verdade passa pelo ponto de que tudo que é novo, que rompe com um modelo tradicional de se fazer algo, traz em si um estranhamento das pessoas que estão acostumadas com um determinado jeito de se produzir. No caso da Instapoesia, poetas e leitores mais tradicionais podem não entender e demorar a aceitar o estilo de produção e divulgação dos instapoemas.

Acho que todo movimento novo ou que, ao menos, apresenta uma nova roupagem de alguma escola literária anterior, causa estranhamento. Os concretistas foram desvalorizados pelos poetas digamos tradicionais assim que foram publicados os primeiros poemas *verbivocovisuais*¹², Drummond chegou a ser chamado de débil mental por usar termos não convencionais nas suas publicações embrionárias, a geração marginal da década de 70/80 também sofreu com as críticas pesadíssimas...(ANHORN, anexo).

¹² Na poesia concreta, diz-se da forma de apresentação de um poema em que o texto é organizado segundo critérios relacionados aos aspectos gráficos e fonéticos das palavras; integração do verbal, do visual e do sonoro

Se para os poetas e leitores de uma poesia mais clássica, os versos publicados no *Instagram* não são considerados poesia, entre os leitores de poemas na rede social o entendimento é diferente. Para 90% das pessoas que responderam a pesquisa sobre o consumo de poesia no Brasil, realizada para esta monografia, os versos feitos no Instagram são considerados como poesia de verdade. A Instapoesia é então, um movimento da poesia em si.

Um movimento, por definição, exige um deslocamento. Ou seja, é ocupar um espaço, é andar em direção de algo que ainda não existe ou que existe mas está em formação ou ainda é adicionar passos movimentos passados. Se, por um lado, há resistência (no sentido de não aceitação); por outro, há resistência (no sentido de continuar, não desistir, afrontar com versos) essa resistência! (ANHORN, anexo).

Entendendo a Instapoesia como um movimento, uma fase da poesia, não podemos negar que ela deu um ânimo ao gênero, que não andava muito popular no Brasil. Com sua forte presença nas redes sociais, e sua capacidade de levar o estilo de escrita digital para os livros físicos, a poesia do *Instagram* ganhou fama no mercado editorial, mostrando-se adaptável e moldável aos dois tipos de meios e agradando dos dois tipos de leitores.

2.2 A poesia híbrida

Outro ponto que vale ser destacado nos resultados da pesquisa feita sobre o consumo de poesia no País é o de que 68,6% dos consumidores disseram comprar o livro físico de um determinado poeta depois de conhecê-lo por meio de redes sociais. Este fator fez com que as vendas de livros físicos de poesia aumentassem após o crescimento do sucesso feitos pelos Instapoetas, [...] “movimentos como esse [instapoesia] fortalecem o acesso a literatura, visto que atuam como uma porta de entrada de novos adeptos a leitura” (VIANA, anexo).

Segundo pesquisa da GFK, *Growth from Knowledge*, empresa alemã de pesquisa de mercado, em 2017, dos vinte livros de poesia mais vendidos no Brasil,

quatro eram de Instapoetas. Em 2018, esse número foi para seis¹³. E observando a lista de livros de literatura e ficção, mais vendidos da *Amazon*¹⁴, atualmente dos vinte mais vendidos, nove são de Instapoetas.

Ao levar o estilo instagramável para os livros físicos, os Instapoetas conseguiram conquistar também o mercado editorial, levando os seus leitores a consumirem as poesias tanto no ambiente virtual, como no impresso, transitando assim no meio moderno das redes sociais e no meio tradicional dos livros impressos. “A poesia está mais híbrida do que nunca” (ANHORN, anexo).

Essa hibridização é observada exatamente nesse movimento dos Instapoetas de transitarem nos dois ambientes, ambos com culturas e características opostas, apropriando-se e misturando em seus versos as especificidades de cada um dos ambientes.

Segundo Canclini (2000), a hibridação cultural, é a miscigenação de diferentes culturas, com uma quebra nas barreiras que separam o que é tradicional e moderno, culto, popular e massivo.

Assim como não funciona a oposição abrupta entre o tradicional e o moderno, o culto, o popular e o massivo não está onde estamos habituados a encontrá-los. É necessário demolir essa divisão em três pavimentos, essa concepção em camadas do mundo da cultura, e averiguar se sua hibridação pode ser lida com as ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente [...]. Precisamos de ciências sociais nômades, capazes de circular pelas escadas que ligam esses pavimentos. Ou melhor: que redesenham esses planos e comuniquem os níveis horizontalmente” (CANCLINI, 2000, p. 19).

Ao fazer esse passeio entre o tradicional e o moderno, os Instapoetas fazem o que Canclini chama de processos de “desterritorialização” e “descolecionamento”

As ferramentas tecnológicas fazem com que os bens simbólicos sejam consumidos por um público maior (descolecionamento) e sejam exportados para

¹³ CARNEIRO, Raquel; KUSUMOTO, Meire. Instapoetas: o fenômeno que tirou a poeira da poesia. **VEJA**. 12 de outubro de 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/instapoetas-o-fenomeno-que-tirou-a-poeira-da-poesia/>>. Acesso em 16 abr. 2020.

¹⁴Lista de livros de literatura e ficção mais vendidos. Disponível em: https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/books/7872687011/ref=zg_bs_nav_b_1_b. Acesso em: 29 abr. 2020.

mais locais (desterritorialização). Processos esses que se tornam cada vez mais possíveis com o uso das ferramentas digitais e com a hibridização cultural.

E esses dois processos, de desterritorialização e descolecionamento tornam possível o que Canclini chama de entrada e saída da modernidade. Entendendo isso como a capacidade de se interagir e mesclar práticas tradicionais com a modernidade, já que possibilita “relocalizações territoriais relativas, parciais de velhas e novas produções simbólicas” (CANCLINI, 2000, p. 309).

Os Instapoetas fazem esse movimento ao entrar na modernidade usando técnicas modernas para reproduzir e vender sua arte, lançando mão de todas as ferramentas disponíveis para publicações no *Instagram*. E ao sair da modernidade quando a sua produção dos versos é feita da maneira tradicional das técnicas da escrita poética, presente nos livros. E com o alcance das redes sociais, os poetas levam seus versos para um número bem mais abrangente de leitores.

A mescla entre o tradicional e o moderno, a solidez e a durabilidade dos conteúdos dos livros, e a liquidez e efemeridade das publicações em redes sociais, não impactam só na forma como os poetas produzem seus versos, mas também impactou o mercado editorial do País.

3 A POESIA COMO MERCADORIA

Para o leitor ter acesso a poesia e arte em geral, era necessário comprar o livro e ir a exposições em museus. Esse modelo de negócio, segundo a fotógrafa, artista visual e escritora Verena Smit dificultava o acesso de um público mais abrangente. Verena, que utiliza do *Instagram* de uma maneira bem consistente para divulgar seus trabalhos, afirma que, antes das redes sociais se popularizarem tanto na divulgação de conteúdos artísticos, existiam poucos espaços físicos para os artistas divulgarem seus trabalhos.

No Brasil, temos hoje poucos lugares para os artistas mostrarem seu trabalho, normalmente isso é feito em galerias ou museus. Os museus são cheios de artistas já grandes e consagrados, e as galerias são muito nichadas, elas falam com um público muito específico (SMIT, anexo).

A poesia como já foi abordada no capítulo passado, não está mais centrado no consumo por meio de livros físicos. O Painel do Varejo de Livros no Brasil¹⁵, realizada pela Nielsen em parceria com o Sindicato Nacional das Editoras de Livros, apontou uma queda no faturamento do mercado livreiro de 6,21% em relação a 2018. Ainda segundo o painel, o número de exemplares de livros vendidos caiu 6,35%, caindo de 44,3 milhões de exemplares vendidos em 2018, para 41,5 milhões em 2019.

Os dados do Painel demonstram que os livros de ficção, onde se enquadram os livros de poesia, são responsáveis por 21,8% do faturamento das editoras, ficando atrás dos livros de não ficção ou obras gerais, com 28% do faturamento, e dos livros de “não ficção especialista”, que abarcam as obras técnicas e livros universitários, com 29,8% do faturamento.

Os números mostram que mesmo com a ajuda dada com o aumento de venda de livros físicos de poesia, o mercado editorial permanece em baixa, e o foco

¹⁵ Painel do Varejo de Livros no Brasil. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/01/SNEL_13_2019_-_13T_2019.pdf. Acesso em 15 abr. 2020.

central pelo qual os poetas conseguem publicar e divulgar seus versos, são as redes sociais.

[...] as redes sociais suprem muito bem esse caminho e o mercado precisa entender que isso está acontecendo, precisa se reinventar. O artista está sempre se reinventando, encontrando uma brecha, o mercado que é muito mais ingrato e inflexível (SMIT, anexo).

Com o fortalecimento da poesia no Instagram, essa inflexibilidade do mercado deu lugar a um olhar mais atento a poesia produzida e divulgada nas redes sociais. Se o leitor de poesia brasileiro não está mais nos livros físicos, as grandes editoras precisaram encontrar alternativas para trazer esses leitores do digital para o impresso, para assim, conseguir vender novamente.

A internet democratizou o acesso a poesia e as grandes editoras precisaram se adaptar para ganhar esse novo leitor. [...] a arte e o mercado como um todo tem que olhar para as redes sociais como um lugar para descobrirem novos talentos e onde trabalhos podem ser comprados (SMIT, anexo).

O critério de edição dependia única e exclusivamente de interesses de um seleto grupo editorial que determinava quem seria o escolhido ou a escolhida da vez para ingressar no mundo literário. Nesse aspecto, a tecnologia quebrou alguns obstáculos e facilitou boa parte do processo de publicação (ANHORN, anexo).

Se por um lado, a internet e as ferramentas digitais facilitaram o acesso dos leitores a literatura e favoreceu a entrada de muitos autores, por outro lado, elas fizeram com que a quantidade de publicações aumentassem muito, fazendo com que a poesia não fizesse mais o leitor refletir sobre os poemas que vêm consumindo, e sim usando os versos como um bem para satisfazer uma carência momentânea criada pela sociedade.

Justamente por ter cortado uma parte do processo mais tradicional, abriu demais a torneira. Não há mais filtro. Tudo é publicado a qualquer momento por qualquer pessoa. Eu ainda acho fundamental o trabalho de uma editora para orientar, sugerir, corrigir, reorganizar uma obra autoral ou uma carreira literária (ANHORN, anexo).

Sem uma editora para orientar essa a carreira do autor, é o próprio poeta que precisa cuidar de suas carreiras.

Acredito que a tecnologia e a nova forma de encarar as tarefas estão obrigando (de forma inconsciente muitas vezes) as pessoas a se dedicarem a multiutilidades. O escritor, hoje, também precisa ser uma espécie de gerente de *marketing* da sua carreira [...] ou a gente se adapta ou a gente vai ficando para trás (ANHORN, anexo).

Ser multiutilidades é o que Magaly Prado (2011), em sua obra *Webjornalismo*, diz ser a principal característica do profissional de jornalismo no ambiente desde a chegada das ferramentas digitais.

O profissional bem-sucedido do século XXI é multimídia e multitarefeiro. A nova geração sabe manusear várias mídias ao mesmo tempo. É jornalista - radialista digitalizado, cinegrafista e fotógrafo. Está certo que se escrever bem ainda é e sempre será o fundamental. Mas não basta mais só saber redigir, o mercado carece e prefere que o jornalista saiba, de forma extremamente profissional (porque amadores são pantópicos), gerar páginas na internet, fazer locução, mexer em câmeras e, em muitos casos, editar também; tudo isso com visão aguçada, claro (PRADO, 2011, p. 3).

O pensamento de Prado (2011) pode ser usado como base para entender o trabalho do Instapoeta. O autor não pode mais só pensar em escrever seus versos, ele precisa se preocupar em adequar seu poema para o estilo do Instagram, pensar em estratégias para publicá-lo e atingir o maior número de leitores e precisa ainda pensar formas de divulgar seus versos, não apenas postados no Instagram, como os publicados nos livros físicos.

Acredito que a tecnologia e a nova forma de encarar as tarefas estão obrigando (de forma inconsciente muitas vezes) as pessoas a se dedicarem a multiutilidades. O escritor, hoje, também precisa ser uma espécie de gerente de marketing da sua carreira. O termo pode parecer um pouco indelicado para os mais idealistas, mas é o fluxo da sobrevivência desde sempre: ou a gente se adapta ou a gente vai ficando para trás (ANHORN, anexo).

Esse processo, em que o autor deixa de se preocupar somente com o processo criativo de seu trabalho, acarreta em um padrão nas publicações, na divulgação a até nas criação dos versos, seja nas redes sociais ou nos livros físicos.

Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, em *Dialética do Esclarecimento* (1985), advertem sobre a influência do uso de ferramentas tecnológicas da modernidade nos processos de produção em massa. Para os autores, essa produção é movida para suprir “necessidades iguais” e imediatas do consumidor, fazendo com que ele se torne manipulado e passivo por essas necessidades.

Produzindo essas “necessidades iguais”, as ferramentas tecnológicas expõem também “soluções sedutoras.

A pesquisa feita aqui para identificar o perfil de consumo de poesia no País revelou que após ter acesso a uma publicação de poesia no *Instagram*, 85% das pessoas ouvidas acabam compartilhando o post em seu próprio perfil na rede social. E a principal motivação apontada para esse compartilhamento é a identificação do internauta com o tema do poema.

E a grande maioria dos Instapoetas falam em seus versos sobre questões vividas no cotidiano do público que os lê na rede social. São poemas que tratam desde a rejeição de amor não correspondido, autoestima, ansiedade e depressão e auto aceitação.

Porém, os poemas são postados em uma das redes sociais que mais contribuem para a ansiedade e baixa autoestima de seus usuários¹⁶. Pois, por ter sido criada para ser uma rede social de compartilhamento de fotos, a questão da imagem, do egocentrismo e do ideal de vida perfeita, contribuem para que as pessoas que não se encaixam nos perfis impostos pelos *digital influencers*¹⁷ que ditam o que é padrão ou não no Instagram, sintam-se fora da sociedade. O *Instagram* acaba sendo ao mesmo tempo doença e remédio.

¹⁶ CARBONARI, Pâmela. Instagram é a rede social mais nociva à saúde mental, diz estudo. **SUPERINTERESSANTE**. 2 de maio de 2019. Disponível em: <https://super.abril.com.br/sociedade/instagram-e-a-rede-social-mais-prejudicial-a-saude-mental/>. Acesso em 21 abr. 2020.

¹⁷ *Digital influencer* é um formador de opinião digital que influencia milhares de seguidores por meio do conteúdo publicado em redes sociais.

Acho que esse sucesso acompanha o reflexo da nossa sociedade: carência, isolamento e ansiedade. A rede social acaba sendo uma companhia, uma forma de aliviar as dores do mundo. O Instagram também aumenta essas dores, forçando jovens a seguirem os padrões de beleza e consumo de influenciadores [...] as pessoas precisam entender que poesia não é só fofura. Poesia também pode e deve incomodar. Pode e deve mudar ou, ao menos, fazer você refletir sobre sua existência. Senão se confunde muito com mensagens de autoajuda. Nada contra, mas são propostas bem diferentes (ANHORN, anexo).

Ao mesmo tempo que a rede social faz as pessoas seguirem padrões, os poemas dos Instapoetas fazem os leitores refletirem sobre estes padrões. Ao contrário das publicações presentes no *Instagram*, em que a imagem e a perfeição é o que importa e faz sucesso, os Instapoemas fazem sucesso exatamente por levar ao leitor um conteúdo que ele não estava acostumado a encontrar na rede social, e que o faz refletir sobre toda a vaidade presente no *feed* do *Instagram*.

A poesia é um dos gêneros mais generosos que a literatura tem, pois nos faz refletir sobre a nossa própria existência, sobre as coisas humanas, sobre o amor, por exemplo... e quando as pessoas, no meio de um *feed* cheio de vaidades e confusões, leem poesia, elas se entendem mais, refletem mais e aprendem alguma coisa [...] Então eu acho que, muitas vezes, a poesia deu mais sentido para o dia das pessoas, ou ocupou alguns vazios no meio de coisas superficiais (BRANDÃO, anexo).

Esse pensamento é reforçado com o que afirma Igor. O poeta acredita que os poemas publicados no *Instagram* fazem sucesso exatamente porque os usuários estão cansados das publicações superficiais tão presentes na rede social.

Eu sinto que as pessoas estão meio cansadas não só de criar esse tipo de conteúdo mas também de reproduzir esse tipo de conteúdo e de seguir esse tipo de conteúdo que prioriza e valoriza essas nuances mais performáticas e superficiais, e eu sinto que nesse sentido os nossos textos e os textos de outros escritores são muito um alívio sabe, nessa rede social que é tão cheia de ego e vaidade eu acredito que as pessoas precisam de ponto de paz, desse ponto de fuga, e eu acho que sim, os nossos textos e os textos de outras pessoas contribuem pra esse alívio (SILVA, anexo).

O que ocorre então é que os Instapoetas produzem poesias que vão contra os ideais pregados pelo Instagram, mas o publicam na própria rede social, fazendo que o consumidor entre em um círculo vicioso, em que consome a poesia, mas a consome no ambiente egocêntrico do *Instagram*. Essa reflexão acaba sendo então superficial e momentânea, já que o leitor volta para o mesmo ambiente egocêntrico do Instagram. “A verdade em tudo isso é que o poder da indústria cultural provém da sua identificação com a necessidade produzida” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113).

A felicidade, a autoaceitação e o amor não são bens que podem ser comprados, porém o mercado vende a felicidade, ou melhor, vende bens materiais que substituir os bens intangíveis.

Uma vez que os bens capazes de tornar a vida mais feliz começam a se afastar dos domínios não-monetários para o mercado de mercadorias, não há como os deter; o movimento tende a desenvolver um impulso próprio e se torna autopropulsor e auto acelerador, reduzindo ainda mais o suprimento de bens que, pela sua natureza, só podem ser produzidos pessoalmente e só podem florescer em ambientes de relações humanas intensas e íntimas (BAUMAN, 2009, p. 16).

Então para manter a busca pela felicidade nos versos dos poemas, o objetivo é deixar essa busca interminável. Se a felicidade proposta nos versos dos instapoetas, torna-se inalcançável pelo ambiente em que são publicados, os leitores não irão parar de consumir os conteúdos publicados lá.

E para manter esse consumo é preciso por sua vez, usar os recursos e as características de redes sociais como o *Instagram*, para identificar a melhor forma de atingir o leitor digital.

3.1 O jogo do compartilhamento

Conforme dito nesta pesquisa, a poesia, publicada e divulgada no Instagram, usa de características da própria rede social para produzir versos que vão contra o ambiente egocêntrico da rede social. Esses temas criam uma identificação dos

leitores com o poema. O leitor pode, então, a partir dessa identificação com o texto, curtir a publicação, comentá-la, marcar um perfil de outro usuário do *Instagram*, para que ele também possa ver a publicação, e pode compartilhar o *post*, fazendo com que aquele poema circule ainda mais e alcance mais pessoas.

Por meio de todos os recursos citados, de curtir, marcar e principalmente compartilhar a publicação, faz com que laços e conexões sejam criadas entre autor, leitor e do próprio poema ali postado. Essas conexões e laços, são o fio condutor e o que define uma rede social.

Conforme Recuero (2009, p. 24) “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). A autora continua sua definição de rede social

Uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009, p. 24).

Essas conexões e laços que as redes sociais criam entre seus atores fazem com que o leitor no ambiente digital busque identificar-se com os temas dos poemas, apropriando-se de uma situação contada por meio dos versos poéticos, para criar suas próprias histórias.

Para além das interações sociais, o *Instagram* se configura num suporte de autorretratos e narrativas de si. O indivíduo promove suas identificações e busca, ao mesmo tempo, se identificar e se reconhecer nos outros atores sociais, navegando num “mar” de *hashtags* e imagens (MARTINS, 2016, p. 7).

“Tornando-se um escritor enquanto lê, todo leitor web consegue reconfigurar a informação de acordo com suas preferências e hábitos de leitura” (FERRARI, 2014, p.45). Ao se apropriar do poema, o leitor nas redes sociais, acaba se tornando um mediador da leitura ao compartilhar e trocar experiência com outros leitores. Não é que na leitura de livros físicos, o leitor não possa executar essa função, mas no ambiente de uma rede social, esse caminho é facilitado pelas ferramentas digitais.

Se a temática dos poemas cria necessidade nos leitores fazendo com que eles não parem de consumir os *posts* poéticos, outro fator apontado, pelos leitores de poesia em redes sociais, que os levam a compartilhar as publicações dos Instapoetas, é a linguagem clara dos versos e a estética dos posts.

Uma das características que fazem de um texto, um texto poético, são as métricas usadas na produção dos versos, o tamanho de suas palavras, frases e estrofes até a combinação e rimas, tudo com o objetivo de exaltar a beleza da linguagem.

Conforme Bulhões, a literatura “trata-se de dotar a linguagem verbal de uma dimensão em que ela não é meio, mas fim: tomá-la como matéria em si, portadora de potencialidades expressivas. Na literatura, a linguagem não é mera figurante, mas centro das atenções” (BULHÕES, 2007, p. 12).

Hoje, com a mudança no perfil do leitor de poesia, a preocupação na hora de produzir os instapoemas não é só com a linguagem, mas o que ocorre é uma preocupação com o lado imagético da post de poesia. O poeta precisa deixar suas publicações atrativas para o ambiente de conteúdos imagéticos e compartilháveis, que são as principais características do *Instagram* desde a sua criação.

O *Instagram* foi criado pelo brasileiro Mike Krieger e o americano Kevin Systrom. Foi lançado em outubro de 2010, primeiramente apenas para o sistema da *Apple*, e apenas no início de abril de 2012 disponibilizaram para *Android*. O *Instagram*, além de ser um *APP* de câmera, também funciona como uma rede social independente. Os usuários podem fotografar e publicar a foto diretamente dele para sua rede de amigos no próprio *Instagram*, podendo também compartilhar em outras redes, como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr*, *Flickr* ou enviar por *e-mail* (FERRARI, 2015, p. 57).

Observando os perfis dedicados a poesia no *Instagram*, é possível identificar padrões nas publicações. Esse estilo de publicação facilita a origem imagética do *Instagram*, o que por sua vez, deixa o post atrativo para ser compartilhado entre os usuários do *Instagram*.

Os versos dos poemas, seguem as características apontadas por Ferrari para o texto ser considerado bom, possuem em sua maioria “sentenças concisas, simples ou declarativas, que se atém a apenas uma ideia (FERRARI, 2014, p. 52).

Os textos que fogem dessa concisão, que são o caso dos textos do coletivo literário Textos Cruéis Demais, que são mais extensos do que a maioria dos poemas publicados no *Instagram*, acabam tendo seus conteúdos divididos na hora da publicação, para atender a característica da rede social de possuir textos curtos.

A gente posta um trecho do texto como imagem e o restante na legenda do *post*. Eu acho que isso tem muito a ver com [...] a nossa estratégia de fazer a pessoa ver um pedaço do texto, ficar interessada e ler o resto (SILVA, anexo).

A questão estética também é levada em consideração quando se vai produzir o *post* para a rede social. "O *Instagram* ainda é uma rede muito imagética, então a gente precisa de uma imagem muito boa, uma imagem textual muito boa pra que nosso texto seja lido e compartilhado" (SILVA, anexo).

E a estética das publicações de poemas no *Instagram* também seguem um padrão. Os poemas são publicados sempre com o texto centralizado, com uma cor de fundo, e em alguns casos são utilizados ilustrações para compor o poema.

Quem entra no meu perfil do *Instagram* vai perceber que há uma unidade visual e uma preocupação estética com o conteúdo. Acho que uma ideia boa, amarrada por um conceito consiste encontra sua melhor forma de ser divulgada em qualquer plataforma (ANHORN, anexo).

Todos esses padrões na produção e na divulgação dos poemas para o *Instagram*, tem como objetivo fisgar o público on-line que "é mais receptivo para estilos não convencionais" (FERRARI, 2014, p. 53), fazendo assim, com que o leitor compartilhe os *posts* em seu perfil no *Instagram* e também com outros usuários da rede social. Esse compartilhamento faz com que a publicação circule entre os usuários, contribuindo para a sua durabilidade e eficácia de propagação.

Para Renata Rodriguez Machado, editora de livros nacionais da Editora Intrínseca, que publicou os livros físicos do poeta Pedro Gabriel, depois de conhecer seu trabalho por meio de redes sociais, essa questão estética facilita o seguidor a compartilhar o poema publicado na rede, que por sua vez "facilita o acesso a novos leitores" (MACHADO, anexo).

Uma outra mudança, que o mundo digital incorporou aos poemas publicados no *Instagram*, tem ligação com a divulgação dos livros físicos desses poetas na rede social. Com o público cada vez mais em busca da imediatez que os conteúdos digitais passam e com o declínio no interesse pela leitura impressa, não é mais eficaz que os autores apenas divulguem o nome de seu livro, quando ele será lançado e as temáticas dos textos. Faz-se necessário agora, dar amostras para esse leitor do que ele vai encontrar nas páginas dos livros, para fazer com que ele se interesse em comprar o livro físico.

Apesar dos livros dos Instapoetas serem compostos de poesias inéditas, já se aceita pelos poetas e pelas editoras essa disponibilização de textos completos ou de trechos deles, para se divulgar o livro. "Em contrato, os autores e a editora podem liberar até determinado percentual de suas obras gratuitamente, com intuito de divulgar o livro" (MACHADO, anexo).

4 O VIRTUAL GANHANDO DO REAL

Outra questão a ser observada na mudança da preferência de leitura saindo dos livros e indo para as telas de computadores e celulares, é a troca das experiências reais pelas virtuais. É o que para Paul Virilio em *O Espaço Crítico* (1993), seria uma perda das informações obtidas de forma direta em relação às informações obtidas por mediações tecnológicas.

O desequilíbrio crescente entre a informação direta e a informação indireta, fruto do desenvolvimento de diversos meios de comunicação, tende a privilegiar indiscriminadamente toda informação mediatizada em detrimento da informação dos sentidos, fazendo com que o efeito do real pareça suplantar a realidade imediata (VIRILIO, 1993, p. 18).

Entrar em uma rede social e ter o acesso rápido e fácil a poemas dá a impressão de instantaneidade. “Na interface da tela, tudo já se encontra lá, tudo se mostra na imediatez de uma transmissão instantânea” (VIRILIO, 1993, p. 13). Entretanto, a leitura de poesia por meio das redes sociais, mediada então pela tela de um celular, pode fazer com que se perca o contato mais real com a literatura. Ela facilita o acesso, mas perde-se o contato mais abrangente e significativo com o conteúdo lido.

A instantaneidade da ubiquidade resulta na utopia de uma interface única. Depois das distâncias de espaço e de tempo, a distância-velocidade abole a noção de dimensão física. A velocidade torna-se subitamente uma grandeza primitiva aquém de toda medida, tanto de tempo como de lugar (VIRILIO, 1993, p. 13).

Estamos ali, por meio de uma rede social, tendo contato com o poeta, com a poesia, mas não estamos ali fisicamente com aquele autor e com aquela obra, o que pode acarretar em uma quebra na forma tradicional em que o leitor consumia poesia, contribuindo para a impressão de efemeridade que os conteúdos digitais passam.

Conforme acentua Virilio, vivemos sob a ameaça de uma “civilização do esquecimento”, sociedade de um “ao vivo” (live coverage) sem passado nem futuro,

“sociedade intensamente presente aqui e ali, portanto, uma sociedade telepresente em todo o mundo” (VIRILIO, 1993, p. 103).

Telepresença que é entendida como uma presença permitida por meio de uma mediação de uma tela. Tomando por base o que afirma Virilio (1993), o que vivemos hoje, é uma preferência pelo que é virtual em comparação com o que é real, entendido aqui, como o que é físico.

A instantaneidade que as ferramentas digitais, trouxeram para os leitores no acesso a poesia por meio das redes sociais, facilitaram o acesso dos leitores à poesia e seus autores, mas por outro lado, tiraram o ritual de se ler um livro e apreender todos os significados que os poetas querem passar com seus textos. Ganhou-se na quantidade e velocidade de acesso, mas perdeu-se na qualidade de absorção dos conteúdos literários. “A tecnologia acelerou tudo, mas algumas coisas precisam de um ritmo mais lento. Isso ajuda a equilibrar o tempo da vida” (ANHORN, anexo).

Se por um lado as ferramentas tecnológicas abrem um leque de possibilidades e democratiza o acesso a poesia para pessoas que antes não conseguiriam consumir poesia. Por outro lado, tira o viés de aprofundamento da literatura. Para se suprir a imediatez e efemeridade característicos dos aparatos tecnológicos, se acelera a produção literária, deixando de lado a produção mais artesanal, que foge da fugacidade por exemplo, de conteúdos publicitários.

A poesia, em sua essência, necessita de pausas tanto para serem escritas quando para serem lidas. Já os conteúdos feitos para serem consumidos nas redes sociais buscam bombardear o consumidor com mensagens curtas, que não precisam de muito tempo para serem absorvidas.

A literatura contemporânea, ao pagar tributo aos ídolos da velocidade, vê-se ameaçada a pulverizar-se em pequenos fragmentos de substância lírica, ou em relatos mínimos consubstanciados em parábolas. Tudo regido pelo princípio de menor esforço com que se lisonjeia a preguiça mental e se estende, sobre o campo da opinião pública, o manto consumista a cobrir a sociedade despolitizada (LUCAS, 2001, p. 52)

Costuma-se observar só as vantagens do avanço das ferramentas digitais, não se costuma olhar para o que esse excesso de tecnologia pode acarretar em alguns seguimentos da vida que não pedem um ritmo acelerado.

Paul Virilio exemplifica essa ideia ao dizer que a invenção da ferrovia se inventou a catástrofe ferroviária, inventou-se o barco e surgiram os naufrágios, com as locomotivas vieram os descarrilamentos. Assim, segundo o autor, quando se cria uma nova tecnologia, precisa-se pensar “instantaneamente a substância e o acidente” (VIRILIO e LOTRINGER, 1984, p. 117).

Quando se passa a consumir poesia por meio de redes sociais, costuma-se olhar só para as vantagens que este tipo de consumo tem em relação aos livros físicos. Entretanto, é necessário um olhar mais atento ao que este tipo de consumo pode causar, como uma possível perda de um contato mais profundo do leitor com o texto poético. “Não controlamos o que produzimos. Saber como fazer não significa que saibamos o que estamos fazendo” (VIRILIO; LOTRINGER, 1984, p. 65).

Ao acelerar o consumo, aceleramos também a produção desses poemas para atender a demanda do público e ao estilo da plataforma, perde-se então o olhar mais atento aos versos escritos, que acabam seguindo um padrão de produção, seja nas plataformas digitais, como nos livros físicos.

4.1 A briga pela durabilidade

Se conforme vimos nos capítulos anteriores, o que move a nossa sociedade hoje são os efêmeros e a noção de instantaneidade presentes nas ferramentas digitais, manter como um movimento duradouro é um desafio para a Instapoesia. Com sua principal presença no ambiente efêmero das redes sociais, manter seus versos e seus nomes presentes de maneira duradoura na poesia, pode ser uma tarefa difícil. Porém, tanto no meio digital quanto no meio impresso, a Instapoesia tem encontrado formas de se manter duradoura.

Nas redes sociais, onde uma das principais características de uma publicação é a efemeridade dos conteúdos vinculados nelas, a briga por manter-se durável passa pelo fato do autor da publicação saber utilizar das ferramentas disponíveis na rede para fazer com que seu post poético dure mais tempo no *Instagram*.

Portanto, para aumentar sua durabilidade, os poetas usam de estratégias para tornar o seu conteúdo atrativo para ser compartilhado pelos usuários da rede social. Atrativos esses, que como vimos anteriormente, passam por importantes pontos, como por exemplo, escrever sobre temas que fazem o leitor se identificar, cuidar da estética dos *posts*, levando sempre em consideração as características do Instagram, que é uma rede social de forte apelo imagético, e cuidado com a linguagem usada nos poemas. Como todo o conteúdo de uma rede social, deve-se levar em conta que o leitor está com pressa e tendo contato com inúmeras outras publicações, então os versos precisam ser claros e de fácil linguagem.

Ao lançar mão dessas estratégias, os Instapoetas fazem com que suas publicações sejam compartilhadas e por isso circulem entre os usuários, aumentando sua durabilidade.

Já a durabilidade dos livros físicos acontece pela questão de ser um meio de consumo de literatura que, naturalmente, dá uma impressão de ser mais durável em comparação aos conteúdos do meio digital. E essa durabilidade, passa por alguns pontos aqui defendidos. “Um livro impresso se torna um objeto palpável, tátil. Talvez, de forma inconsciente, isso dê a sensação de ser mais real ou parece existir mais” (ANHORN, anexo).

Essa questão material, do livro físico, é o que diferencia dos conteúdos digitais, dando vantagem ao físico de parecer mais difícil de ser esquecido do que os poemas e os demais conteúdos publicados em sites, ou redes sociais. [...] materialmente falando é mais difícil você eliminar a memória de um texto, de um livro (SILVA, anexo). Ainda segundo Igor

Quando você escreve para as redes sociais você pode editar o texto você pode apagar se você quiser, enquanto que uma obra literária, um livro, um livro material representa mais cuidado mais afinho pra escrever porque é uma obra, é um documento histórico (SILVA, anexo).

Outra diferença apontada entre os meios digital e impresso, é a questão da absorção do conteúdo consumido pelo leitor. Segundo Ferrari (2014, p. 18), o conhecimento adquirido pelo leitor digital, é mais superficial, e não reflexivo. O leitor

não cria relação afetiva com o conteúdo lido no ambiente virtual em comparação com a leitura literária tradicional.

O tempo da produção literária nem sempre se coaduna com a velocidade de acesso às matrizes do saber. O vagar da reflexão e da elaboração artesanal da obra se choca com a fugacidade das impressões da era da imagem. Uma coisa é o prazer da demorada leitura de um texto literário, sua fruição estética; outra coisa é o deleite vertiginoso de um videoclipe. A leitura necessita de pausas, enquanto a linguagem da publicidade vive do bombardeio ininterrupto de mensagens sobre o consumidor potencial aturdido (LUCAS, 2001, p. 51).

Ao abrir o aplicativo do *Instagram*, o usuário logo se depara com inúmeras postagens das pessoas, marcas, meios de comunicação, entre outros, aos quais segue. Os *posts* de poesia estarão ali, no meio de todos esses conteúdos, fotos bem produzidas e textos atrativos. Logo, ao ler esse poema no meio de tanto conteúdo, o leitor pode não absorver a mensagem que o poema quer passar de uma forma mais reflexiva. O que ele faz é uma leitura e um entendimento mais superficial.

Já durante a leitura de um livro físico, o leitor não precisa dividir sua atenção com outros tipos de conteúdo. Ao abrir um livro físico de poesia, o leitor pode se dedicar melhor a leitura dos versos, podendo refletir melhor o conteúdo que está consumindo.

Porém, como vimos, os livros físicos estão caindo na preferência de consumo de poesia dos brasileiros. O avanço das ferramentas digitais tem tomado conta de todas as nossas ações cotidianas, tem acelerado todos os processos, substituindo aquelas ações que demandam um tempo mais lento, como a leitura de um conteúdo literário mais extenso e veiculado no meio impresso.

Como então se surpreender com o declínio da leitura, com a falta de respeito ao saber acumulado nas páginas dos livros, com o declínio da escrita em benefício do oral ou, ainda, com a preeminência da imagem sobre o texto? Ou mesmo com a constante aceleração, em nível de montagem, dos filmes e dos vídeos [...]. tudo passa pelo declínio da importância do tempo extensivo e das durações longas de experiência adquirida em benefício exclusivo da surpresa, das novidades alimentadas pelas empresas de produção, pelos standards publicitários do consumo... até o acidente intempestivo que tememos tanto quanto o esperamos e reverenciamos como performance sem precedente (VIRILIO, 1999, p. 60).

Então, se a leitura de livros físicos está em declínio, para tornar-se um movimento duradouro, a Instapoesia precisa encontrar outros caminhos.

Acho que é questão de transição. Uma ponte entre o tradicional e novas maneiras de encarar a literatura, a arte e os acontecimentos do mundo de um modo geral. Se você gosta de um verso, pode dar print, imprimir, emoldurar e pendurar na parede do quadro. Cada pessoa vai ter seu jeito preferido de encarar um poema. Das prateleiras às nuvens, toda manifestação poética merece seu lugar no mundo. É assim que esse efêmero, aliás, esses efêmeros constroem o infinito. A poesia constrói o infinito! (ANHORN, anexo).

Como vimos ao longo desta pesquisa, a sociedade em que vivemos não aceita mais aquilo que não consegue se adaptar, e as ferramentas digitais têm se modificado cada vez mais de maneira veloz. Levando em consideração esse novo cenário em que a Instapoesia está, um caminho para se manter duradoura, e não perder a capacidade de adaptar seus conteúdos para os avanços da tecnologia.

Eu quero levar meu texto às pessoas que querem me ler, então uso as ferramentas para que isso aconteça, mas elas são só o meio que uso para isso. O produto, a escrita, está em todo lugar, está no sarau, está na camiseta, está no caderno [...] Se inventarem outra plataforma onde meus textos caibam, estarei lá também. (BRANDÃO, anexo).

Mantendo-se presente nos meios que estiverem disponíveis, a Instapoesia pode se manter duradoura entre os movimentos artísticos, ou a poesia pode encontrar outro meio para se fazer presente na vida dos leitores. Pode-se mudar a plataforma, mas a poesia se manterá duradoura, se manter sua capacidade de se adaptar.

Assim como o poeta Lucas Cândido Brandão disse levar seus versos para outras plataformas, o também poeta Pedro Antônio Gabriel Anhorn, defende que o meio em que a poesia será veiculada pouco importa, o que está em jogo é a poesia e não a plataforma.

Eu comecei minhas criações no balcão do Café Lamas. Então sou Choepoeta? Minha poesia ficou mais conhecida pelo apelo visual dos versos desenhados em guardanapos, seria eu um *Napkinpoet*? [...] O prefixo muda, mas o núcleo é o POETA [...] Mas poeta é poeta independente da plataforma (ANHORN, anexo).

A questão, então, é manter-se em movimento e adaptável às mudanças tecnológicas para não sair do mercado, mantendo sua durabilidade como movimento artístico, para sua durabilidade como movimento artístico, nos meios digital e impresso.

Observar o sucesso que a Instapoesia tem feito no País é interessante para se estudar a durabilidade buscada nos meios digital e impresso. Com características diferentes de escrita e leitura, fazer sucesso e manter-se presente nos dois meios é o que chama a atenção no movimento da Instapoesia no Brasil.

Como já foi apresentado, a leitura por meio de redes sociais está a frente da leitura de livros físicos, porém mesmo consumindo mais pelas redes sociais, os leitores também costumam comprar o livro físico desses autores. Esse processo aumentou a venda de livros de poesia, movimentando um mercado que estava em baixa e mostrando que a leitura impressa não foi totalmente substituída pela leitura digital.

O autor Eduardo Belo (2006) defende a leitura de livros físicos. O autor defende que as tecnologias não serão capazes de suprir a leitura em papel.

O livro tem sobrevivido mesmo com toda a tecnologia de arquivos digitais. Assim como o jornal não sucumbiu inteiramente à televisão nem à internet, o livro em papel ainda resiste à chegada de obras digitais- os *e-books*, que com frequência acabam impressos pelos próprios leitores, porque a leitura em papel é mais confortável que na tela do computador- e outras novidades. Ainda não se inventou nada mais prático que um volume encadernado. Sem falar no prazer que o leitor comum tem de folhear, segurar, sentir o objeto livro (BELO, 2006, p. 59).

Com essas vantagens da leitura impressa, os livros físicos continuam sendo o suporte preferido de uma parcela de leitores. E ao levar o estilo das redes sociais para os livros impressos, movimentos como o da Instapoesia, contribuem para a

durabilidade do próprio movimento em si, mas também da leitura impressa, pois além de atingir um público que prefere a leitura de um livro físico do que a leitura virtual, ainda leva o público do digital a conhecer e passar a consumir a leitura impressa.

5 CONCLUSÃO

É notório que as ferramentas digitais e as redes sociais já estão intrínsecas no nosso cotidiano. Somos a cada dia mais, uma sociedade envolta no ambiente digital. E nesse ambiente efêmero das redes sociais, manter-se durável é um desafio para movimentos artísticos naturais do ambiente *online*.

Entendendo durabilidade como algo que se mantém por mais tempo, que resiste, o movimento da Instapoesia busca manter-se presente por mais tempo em comparação aos conteúdos publicados em redes sociais, e aproximando-se da durabilidade de movimentos artísticos.

E, a questão da durabilidade de movimentos artísticos foi observada nesta pesquisa pelo ponto vista do movimento da Instapoesia, tanto no meio digital como no impresso. Se por um lado, as redes sociais facilitaram o acesso à poesia tanto de novos leitores, como de novos autores, manter a durabilidade do movimento da Instapoesia é um desafio em um meio tão efêmero como o das redes sociais.

Como foi apresentado ao longo da pesquisa, entende-se como Instapoesia poemas que são publicados e divulgados na rede social *Instagram*. Com a criação e popularização do termo, perfis poéticos no *Instagram* aumentaram, o que acabou chamando a atenção de grandes editoras brasileiras, levando o sucesso desses poetas para os livros físicos, o que contribuiu para o aumento das vendas de livros de poesia no País.

No primeiro capítulo desta monografia, e defendido pelo pensamento de Bauman, a característica da fase da modernidade em que vivemos, é efêmera. Não aceitamos mais aquilo que se mantém imutável, que não tem a capacidade de mudar e se adaptar.

O que confirma a hipótese principal levantada nesta pesquisa: de que o principal meio de consumo de poesia no Brasil passou dos livros físicos para as redes sociais, pelo fato da sociedade preferir meios de consumo mutáveis, que conseguem se moldar e sofrer alterações, como são as redes sociais, do que meios que são mais tradicionais e portanto têm dificuldade de sofrer alteração, como os livros físicos.

A Instapoesia vai ao encontro a essa característica líquida por fazer parte de um meio efêmero e mutável como o *Instagram*.

No capítulo seguinte, foi observada a questão da tentativa de se rebaixar a qualidade dos conteúdos poéticos publicados no *Instagram*. O conceito de rebaixar foi usado para designar a tentativa de diminuir o valor e a qualidade dos Instapoemas em comparação com os versos de poetas mais clássicos.

Um ponto bastante criticado pelos Instapoetas entrevistados para esta monografia foi o do uso do termo Instapoeta, para se diminuir a importância dos versos publicados na rede social. Ao chamar esses autores que surgiram por meio de redes sociais de Instapoetas, e não simplesmente de poetas, ocorre uma tentativa de descaracterizar a poesia publicada no *Instagram*.

Então, os poetas buscam vencer essa tentativa de diminuição de seus versos, mostrando que o importante não é o meio de publicação de seus poemas, e sim a poesia em si. Conforme pontua o poeta Pedro Gabriel, o desafio precisa ser encarado como uma forma de provar que os poemas publicados na rede social não são feitos apenas para ganhar curtidas e compartilhamentos no *Instagram*. E para o poeta, o fato dos leitores acompanharem seus poemas também nos livros físicos comprova que o importante será sempre a poesia, e não a plataforma.

Indo nesse sentido de adaptar seus versos a diversas plataformas, a poesia tem se mostrado híbrida e levando características da escrita digital para os livros físicos alavancando as vendas de livros de poesia no Brasil. Com isso, a Instapoesia tem provado sua força em um meio moderno, como o digital e também em um meio mais tradicional, como os livros físicos.

No terceiro capítulo foi apresentado o fato dessa lógica efêmera das redes sociais ter transformado os versos dos Instapoetas postados no Instagram ou ter publicado em livros físicos em mercadoria. Conforme Adorno e Horkheimer, as ferramentas tecnológicas da modernidade nos processos de produção em massa são usadas para suprir “necessidades iguais” e imediatas do consumidor, fazendo com que ele se torne manipulado e passivo por essas necessidades. Produzindo essas “necessidades iguais”, as ferramentas tecnológicas expõem também “soluções sedutoras”.

Nesse sentido, a Instapoesia seria apenas uma mercadoria produzida para a venda de massa. Cria-se então uma dependência entre os ideais de vida perfeita e egocentrismo, característicos dos conteúdos publicados no Instagram, e dos poemas postados na rede social, que possuem temas que vão de encontro a toda essa idealização de vida perfeita pregada pelas publicações características do *Instagram*. E como essa necessidade nunca é suprida, porque os poemas continuam sendo publicados e divulgados no ambiente do *Instagram*, continua sendo uma mercadoria durável, neste sentido.

Outra estratégia para se manter durável no *Instagram* é o compartilhamento das publicações de poesia entre os usuários da rede social, pois faz com que aquela publicação circule entre os usuários da rede social, aumentando o seu alcance. E a principal atratividade para os poemas serem compartilhados são os temas dos versos publicados no *Instagram*.

E a questão da durabilidade da Instapoesia foi apresentada também pela lógica da velocidade em que as ferramentas tecnológicas tem substituído a noção de realidade. A tela de câmeras, computadores e celulares, como defende Virilio, tem feito com se perca a noção de tempo e espaço, mas que se crie uma telepresença, que usa da impressão de instantaneidade de uma transmissão mediada por um aparato tecnológico para se criar uma presença, e na verdade não é uma presença física.

Nesse sentido, a Instapoesia se aproxima do leitor pela forte presença virtual, porém perde-se o contato físico com a obra, perde-se a noção de apreciar o poema que se está lendo. Em comparação com a leitura de livros físicos, os poemas em redes sociais perdem esse momento de reflexão, característicos de conteúdos literários. A velocidade das ferramentas digitais, nesse sentido vão contra a natureza da poesia e da literatura em geral.

A durabilidade da poesia, então, comparando os meios impresso e digital, passa por questões de preferência pelo meio digital para consumir poesia, capacidade de se moldar e de pegar características dos dois meios para se manter no mercado, produzir identificação entre público leitor e os temas dos poemas e saber balancear a velocidade das ferramentas digitais, com a característica reflexiva, e, portanto, mais lenta de conteúdos literários.

Logo, conclui-se que para se manter duradoura, a Instapoesia precisa coexistir entre as redes sociais, os livros físicos e demais plataformas que surgirem ao longo do tempo. Pode-se mudar o prefixo insta- para outros que vierem a surgir, mas a poesia precisa manter-se adaptável às novas formas de mostrar seus conteúdos em outras plataformas.

A durabilidade aqui apresentada é buscada pela Instapoesia de formas diferentes, quando comparamos as maneiras de consegui-la tanto no meio digital, como no impresso.

No digital, como foi apresentado ao longo desta pesquisa, existe a impressão que o caminho para se conseguir durabilidade de um movimento artístico é mais árduo, levando-se em conta a característica efêmera dos conteúdos digitais. Portanto, para ser durável, no ambiente digital, a Instapoesia lança mão das ferramentas do *Instagram*.

Usa da identificação dos leitores com os temas dos poemas para assim estimular que o leitor compartilhe a publicação, fazendo com que ela circule, atingindo mais leitores e portanto aumentando sua durabilidade.

Já nos livros físicos, apesar das pesquisas mostrarem que suas vendas estão declínio, passam a impressão de ser um bem mais durável em comparação com a poesia publicada no Instagram. Seja por passar uma impressão de ser uma leitura mais reflexiva do que as redes sociais, seja pela fato de ser um produto físico, tátil e por consequência passar a noção de ser mais verdadeiro, do que os conteúdos digitais.

O fato é que para se manter como um movimento artístico duradouro, a Instapoesia precisar lançar mão das características dos dois meios, digital e impresso, ou em outras ferramentas e meios que possam surgir.

E assim como a poesia precisa se adaptar às novas ferramentas, o leitor também irá precisar escolher o melhor meio para consumir poesia. Pois, segundo Sartre, o ser humano sempre terá que fazer uma escolha, pois até o ato de não escolher já é considerado uma escolha. O que ocorre, conforme visto, é que suas escolhas, na modernidade líquida, são sempre mais efêmeras, pois como as coisas mudam com uma velocidade maior, a necessidade de escolha também muda.

O que é tendência hoje, amanhã pode não ser mais, o que exige do consumidor que ele faça outra escolha. E com o mundo cada vez mais conectado, as nossas escolhas sofrem impacto e impactam em diferentes lugares do mundo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. W ; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AMAZON.Lista de livros de literatura e ficção mais vendidos. Disponível em: https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/books/7872687011/ref=zg_bs_nav_b_1_b. Acesso em: 29 abr. 2020.

BARIFOUSE, Rafael. **BBC NEWS BRASIL**. Prêmio Jabuti: Poeta do sertão, Mailson Furtado faz história ao vencer com livro escrito à mão.BBC NEWS BRASIL, 16 nov de 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46198652>. Acesso em 20 abr. 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **A arte da vida**. Rio de janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

_____, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

_____, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006. 139 p

BULHÕES, Marcelo.**Jornalismo e literatura em convergência**. São Paulo: Ática, 2007.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégia para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2000.

CARBONARI, Pâmela. Instagram é a rede social mais nociva à saúde mental, diz estudo. **SUPERINTERESSANTE**. 2 de maio de 2019. Disponível em: <https://super.abril.com.br/sociedade/instagram-e-a-rede-social-mais-prejudicial-a-saude-mental/>. Acesso em 2 mai. 2020.

CARNEIRO, Raquel; KUSUMOTO, Meire. Instapoetas: o fenômeno que tirou a poeira da poesia. **VEJA**. 12 de outubro de 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/instapoetas-o-fenomeno-que-tirou-a-poeira-da-poesia/>>. Acesso em 16 abr. 2020.

CARRENHO, Carlo; FACCHINI, Carla. **PUBLISHNEWS**. Rupi Kaur se empodera na lista de mais vendidos. PUBLISHNEWS. 30 jun. 2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/06/30/rupi-kaur-se-empodera-na-lista-de-mais-vendidos>. Acesso em: 26 abr. 2020.

FERRARI, Pollyana. **A força da Mídia Social**: Interface e linguagem jornalística no ambiente digital. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. 2 ed. 176 p.

_____, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2014

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **30ª Pesquisa Anual do Uso de TI nas Empresas, 2019**. Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf. Acesso em 26 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Projeção da População do Brasil e das Unidades da Federação**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>. Acesso em 26 abr. 2020.

INSTITUTO PRÓ LIVRO. **Retratos da Leitura no Brasil 2016**. Disponível em: http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf. Acesso em: abr. 2020.

LUCAS, Felipe. **Literatura e Comunicação na era eletrônica**. São Paulo: Cortez, 2001.-(Coleção Questões da Nossa Época; v.81)

MARTINS, Rafaela. **Instaliteratura**: imagem e palavra em manifestações poéticas no Instagram. 2016. Disponível em: http://abciber.org.br/anaiseletronicos/wp-content/uploads/2016/trabalhos/instaliteratura_imagem_e_palavra_em_manifestacoes_poeticas_no_instagram__amanda_rafael_a_gomes_martins.pdf>. Acesso em 26 abr. 2020.

MORENO, Jesus. **BBC NEWS BRASIL**. #Sala Social: Por que o Instagram vetou foto de garota menstruada. BBC NEWS BRASIL, 27 mar. 2015. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/03/150327_instagram_menstruacao. Acesso em 26 abr. 2020.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. São Paulo: LTC, 2011

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

SARTRE, J. P. **O existencialismo é um humanismo**. Tradução: Vergílio Ferreira. São Paulo: Abril S.A., 1973.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em 29 abr. 2020.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro 2018**. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/01/SNEL_13_2019_-_13T_2019.pdf. Acesso em: 15 abr. 2020.

VIRILIO, Paul. **O espaço Crítico: e as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro: 34, 1993

_____, Paul e LOTRINGER, Sylvere. **Guerra Pura: a militarização do cotidiano**. Tradução de Elza Miné e Laymert Garcia dos Santos. São Paulo. Brasiliense, 1984

_____, Paul. **O resto do tempo**. Tradução: Juremir Machado da Silva. Porto Alegre. Revista FAMECOS. 1999.

ANEXO A

Termo de Cessão de Direitos Igor Pires da Silva

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, IGOR PIRES DA SILVA
RG 21.556.648-7, CPF 422.986.548-42, na qualidade de CEDENTE,

cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (Canal Universitário de São Paulo), gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 04 de NOVEMBRO de 2019

Igor Pires da Silva C
cedente

CS Scanned with CamScanner

ANEXO B

Entrevista Igor Pires da Silva

Quando começou e o que te levou a escrever poesia?

-Eu comecei a escrever poesia desde sempre, desde que eu me entendo por escritor. A poesia pra mim foi o que de melhor eu consegui aprender através do mundo. Eu acho que a poesia é uma linguagem muito fácil, muito leve e dá sentido para as coisas através de metáforas, dos estilos de linguagens, então eu não sei te definir um momento exato. Mas eu acho que um momento crucial para que eu entendesse que eu fazia poesia foi quando eu comecei a escrever na Textos Cruéis Demais em 2016, e então desde então assim, há 3 anos eu escrevo poesia de maneira profissional.

O que você define como Instapoesia.

-É um termo que eu particularmente não gosto muito assim porque é um termo. É um termo que foi criado meio que por osmose e as pessoas não fazem uma auto reflexão sobre o que isso significa assim sabe, eu acho que é um termo muito vazio. Mas pelo senso comum, eu acho que instapoetas , instapoesia são Instagrams voltados para uma linguagem textual talvez mais profunda, não necessariamente, e que aborda temas do cotidiano.

Entre todas as redes sociais existentes, quais os motivos da escolha do Instagram como principal meio de publicação e divulgação de seu trabalho?

-Então, eu acho que foi uma questão mais casual do que proposital assim, primeiro porque nós, a nossa primeira grande rede foi o Facebook, a gente ficou de 2016 a 2017 publicando todos os dias lá de uma maneira muito consciente que de o Facebook era nossa principal rede. Depois a gente foi pro Twitter e no Twitter a gente começou a entender que lá também era uma rede social muito interessante para postar os nossos textos, e agora o Instagram, cujo o alcance é maior porque eu acho que é uma rede social mais fácil e de fácil acesso, Então eu acho que é mais casual, eu acho que hoje o Instagram é a nossa principal rede porque as pessoas migraram para lá as pessoas saíram do facebook para irem para o Instagram.

Você sente que existe uma resistência de poetas mais clássicos ao movimento dos Instapoetas? Qual a razão dessa resistência?

-Sim, totalmente assim, eu sinto que o que a gente faz ainda é bastante marginalizado do ponto de vista do que é considerado literatura ou não, eu acho que a gente tá num ermo assim porque se por uma lado esses escritores consagrados e considerados clássicos não nos veem como literatura por outro lado as pessoas que leem esses autores também acreditam que não, então a gente fica nesse meio termo assim, e eu acho que a razão disso é puro preconceito assim preconceito linguístico eu sinto que se a gente precisa falar de literatura a gente precisa falar de como a gente precisa desmistificar a ideia de que poesia e literatura são coisas difíceis ou coisas inacessíveis, lugares inacessíveis porque não são.

Com o sucesso alcançado nas redes sociais, o Instagram democratizou a poesia, ajudando a popularizar o gênero no país?

-Totalmente, eu acho que principalmente depois do livro da Rupi, assim, o livro do Paulo Leminski também teve essa função de alavancar o gênero poesia no Brasil de democratizar o gênero no Brasil acho que as pessoas estão muito mais suscetíveis e engajadas a lerem poesia e eu acho isso ótimo. E obviamente o Instagram democratiza e faz com que a gente consiga consumir de uma maneira mais rápida mais fácil mais prática.

Em uma rede social imagética como é o Instagram, onde o Feed é composto por imagens que contribuem para a vaidade, ideal de uma vida perfeita e egocentrismo. Qual o motivo para a poesia ter ganhado espaço e fazer tanto sucesso?

-Eu sinto que as pessoas estão meio cansadas não só de criar esse tipo de conteúdo mas também de reproduzir esse tipo de conteúdo e de seguir esse tipo de conteúdo que prioriza e valoriza essas nuances mais performáticas e superficiais, e eu sinto que nesse sentido os nossos textos e os textos de outros escritores são muito um alívio sabe, nessa rede social que é tão cheia de ego e vaidade eu acredito que as pessoas precisam de ponto de paz desse ponto de fuga e eu acho que sim, os nossos textos e os textos de outras pessoas contribuem pra esse alívio.

As temáticas dos poemas possuem relação com coisas vividas por você?

-Sim, totalmente, uma característica da minha escrita é que ela é muito autobiográfica, então nesse sentido sempre, assim não sempre assim, mas grande parte da minha escrita e dos meus textos partem desse lugar, que o lugar da experiência de eu já ter vivido e já ter passado por essas situações.

Por ser uma rede social imagética, a forma como são arquitetados os posts do Instagram tem alguma influência na hora da produção dos poemas?

-Sim. Hoje a gente posta um trecho do texto como imagem e o restante na legenda do post. Eu acho que isso tem muito a ver com, nossa com que eu falo isso, com a nossa estratégia, pronto, com a nossa estratégia de fazer a pessoa ver um pedaço do texto, ficar interessada e ler o resto. É eu sinto que com isso a gente consegue prender a atenção do nosso seguidor e fazer com que ele se interesse pelo nosso conteúdo assim, porque é isso, Instagram ainda é uma rede muito imagética, então a gente precisa de uma imagem muito boa, uma imagem textual muito boa pra que nosso texto seja lido e compartilhado.

Levando em consideração o viés efêmero das redes sociais, a publicação de seus poemas em formato de livro pode contribuir para tornar sua obra mais duradoura?

-Totalmente, e um ponto interessante da pergunta é que quando você escreve para as redes sociais você pode editar o texto você pode apagar se você quiser, enquanto que uma obra literária, um livro, um livro material representa mais cuidado mais afinho pra escrever porque é uma obra, é um documento histórico e aí fica um grande talvez a grande questão porque será que quando a gente posta nas redes sociais aquilo vira um documento histórico? Será que se a gente não apagar aquilo, aquilo deixa de virar um documento histórico? E com o livro a gente tem esse mesmo questionamento com a diferença de que materialmente falando é mais difícil você eliminar a memória de um texto, de um livro, a memória de uma alma, por mais que quisessem por exemplo eliminar Dom Casmurro do Machado a memória do livro estará aqui entre nós, então acho que quando você publica um livro você diz assim:

olha esse é o nosso documento histórico do que a gente viveu nesse período e isso vai ser passado de geração em geração.

ANEXO C - Termo de Cessão de Direitos Lucas Cândido Brandão

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, eu, Lucas Cândido Brandão (Lucão), RG 4368287, CPF 009910011-84, na qualidade de CEDENTE, cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (Canal Universitário de São Paulo), gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 03 de setembro de 2019.

Cedente

Lucas Cândido Brandão

ANEXO D - Entrevista Lucas Cândido Brandão

Quando começou e o que te levou a escrever poesia?

- Meu interesse pela escrita, de modo geral, começou com a leitura. Aos 15 anos eu descobri o caminho da leitura, dessa leitura prazerosa. Vicieei-me nos livros e li de tudo, literatura policial, suspense, autores estrangeiros... até chegar aos nacionais e começar a gostar de poesia. Foi lendo Rubem Alves que também conheci Adélia Prado e Manoel de Barros, e aí descobri uma poesia que não conhecia e que passei a amar. Comecei a escrever aos 20 anos, a escrever constantemente. Aos 27 eu descobri essa poesia que mencionei e aí comecei a jornada do poeta. Sou escritor, escrevo crônicas, romances, mas o gênero que mais amo é, sem dúvida, a poesia.

O que você define como Instapoesia.

- Não gosto desse termo. Eu acho que ele não define nada, ele só fala da mídia, que é a internet. Mas a poesia pode estar em qualquer lugar. E está. Percebo que tem muitos escritores hoje que escrevem só para estar na internet, ter seguidores, curtidas. Chamo-os de escritores aqui, mas de forma ilustrativa. Não acho que são escritores, são pessoas ansiosas por outras coisas, por audiência... são mais vaidosas que escritores. A escrita é outra coisa, é um processo individual de satisfação, de prazer, mas de muito trabalho também. De muita leitura, de muita escrita. Se, depois, o texto vai para internet ou não, é outro assunto. Para quem escreve de verdade, o texto vai para o mundo. E a internet é só um dos lugares do mundo.

Entre todas as redes sociais existentes, quais os motivos da escolha do Instagram como principal meio de publicação e divulgação de seu trabalho?

- Não é uma escolha. Eu não escolhi o instagram e nem considero que ele seja o meio principal. É só um meio onde publico. É onde tenho mais leitores, mas eu publico livros, publico crônicas e uso várias redes para isso. Tenho um site, publico em jornal, no facebook, no whatsapp. Eu quero levar meu texto às pessoas que querem me ler, então uso as ferramentas para que isso aconteça, mas elas são

só o meio que uso para isso. O produto, a escrita, está em todo lugar, está no sarau, está na camiseta, está no caderno...

Ser conhecido como Instapoeta, e não simplesmente um poeta, é pra você uma forma negativa ou positiva de ser conhecido?

- Eu não sou conhecido só como instapoeta. Algumas pessoas usam, equivocadamente, esse termo, como usam também o termo influenciador digital ou blogueiro. Não me importo. Mas sei que sou escritor, sou cronista, poeta, romancista, e essa é minha jornada, a de escrever. Sempre será. Se inventarem outra plataforma onde meus textos caibam, estarei lá também. Mas, por isso, não sou nem serei escritor de plataformas. Sou escritor e uso as redes, os recursos, para divulgar meu trabalho. O livro é minha obra principal. Quero sempre estar nos livros. Mas voltando, sim, sou reconhecido como poeta, escritor. Normalmente, quem usa o termo instapoeta são pessoas que não têm muita relação com os livros, só com as redes. Estou nos livros, antes de estar na internet. Estou nas folhas, nos meus cadernos. Eu me ocupo, antes de ocupar as redes.

Você sente que existe uma resistência de poetas mais clássicos ao movimento dos Instapoetas? Qual a razão dessa resistência?

- Essa pergunta eu considero difícil de responder, porque acho o termo Instapoeta errado, confuso, como disse antes. Eu acho que há uma resistência dos escritores mais velhos de reconhecerem a força que tem a rede social para divulgar um trabalho. E acho que eles também confundem muito alguns escritores que se dedicam a essa vaidade, de querer aparecer nas redes e ter muitos seguidores, com trabalhos de escritores que usam as redes apenas para divulgar seus trabalhos. Sim, há uma dificuldade que é natural também, porque são tecnologias distantes do universo das pessoas mais velhas. Mas toda vez que tive a oportunidade de conversar com poetas ou escritores clássicos, ou mais velhos, foi um encontro bonito, amoroso e de muito respeito.

Com o sucesso alcançado nas redes sociais, o Instagram democratizou a poesia, ajudando a popularizar o gênero no país?

- Acho que ajudou muito. Não só o instagram, mas a internet. Ela abriu a porta de um universo que poucas pessoas conheciam. Textos que muitas pessoas só conseguiriam ler através de livros agora estão disponíveis para quem quiser, a um clique. Isso é muito bom, pois mostrou para muita gente que poesia não é uma coisa chata, como aprendemos nas escolas. Poesia é tanta coisa pra se limitar a sonetos e rimas ricas ou pobres. Quem lê Mário Quintana, por exemplo, dificilmente não se encanta por poesia. Faça esse desafio: leiam Quintana e me contem se poesia é emocionante ou não é? A internet ajudou a levar o trabalho de muitos escritores a muito mais gente. E a recíproca é verdadeira, muito mais gente se encantou pela poesia lendo o gênero na internet.

Em uma rede social imagética como é o Instagram, onde o Feed é composto por imagens que contribuem para a vaidade, ideal de uma vida perfeita e egocentrismo. Qual o motivo para a poesia ter ganhado espaço e fazer tanto sucesso?

- A poesia é um dos gêneros mais generosos que a literatura tem, pois nos faz refletir sobre a nossa própria existência, sobre as coisas humanas, sobre o amor, por exemplo... e quando as pessoas, no meio de um feed cheio de vaidades e confusões, leem poesia, elas se entendem mais, refletem mais e aprendem alguma coisa (por mais que a poesia não esteja a serviço da educação, objetivamente falando, ela ensina). A poesia e a filosofia estão bem próximas nesse sentido, de nos fazerem refletir. A diferença é que a poesia não existe com esse objetivo, apesar de cumpri-lo também, mas a filosofia sim. Então eu acho que, muitas vezes, a poesia deu mais sentido para o dia das pessoas, ou ocupou alguns vazios no meio de coisas superficiais. A poesia aprofunda nossa existência.

As temáticas dos poemas possuem relação com coisas vividas por você?

- Sim e não, porque por mais que eu diga que sim, eu escrevo sobre tudo. Há sempre um princípio. Acho que nesse princípio, sim, há muito de mim, de minha visão, meu pensamento, minhas memórias, histórias. Mas depois que um texto começa ele pode tomar tantos caminhos, que fica impossível distinguir o que é meu,

o que sou eu, o que é memória e o que é ficção. Eu me desgrudo fácil de uma verdade pra escrever um verso que acho rico de palavras, de combinações. Então, como escritor, não estou a serviço da verdade, mas a serviço da palavra, da brincadeira, do encontro inesperado que pode fazer surgir um verso, um texto, uma história única.

Por ser uma rede social imagética, a forma como são arquitetados os posts do Instagram tem alguma influência na hora da produção dos poemas?

- Não. Eu não penso nisso. Escrevo e publico o que quero. Claro que hoje eu faço muitos negócios usando as redes, e por isso tenho uma preocupação mínima de estética das minhas redes, mas não é exagerada. Quando quero quebrar a expectativa, eu bagunço tudo de novo e posto sempre o que me dá na telha. Não penso tanto nisso, assim como penso que para produzir arte, essa organização não pode vir antes, deve vir depois, mas não antes. Antes é arte, e arte, eu acredito, não deve nascer com um objetivo claro. A gente nunca sabe pra que caminho vai nossa produção enquanto estamos fazendo-a. Então, a estética das redes não me influenciam tanto. Só coloco ordem para não ficar uma coisa feia. De resto, é improvisação e feeling.

Levando em consideração o viés efêmero das redes sociais, a publicação de seus poemas em formato de livro pode contribuir para tornar sua obra mais duradoura?

- Eu publico livros. Sou escritor de livros. Mas não publico para tornar minha obra duradoura. Publico porque eu amo fazer isso e é o meu trabalho, é o que eu tenho que fazer e amo. Não é o contrário. Eu não nasci na internet, como muitos costumam dizer, e depois migrei para os livros. Eu nasci na barriga da minha mãe, eu me lembro. E meus textos nasceram em mim. Coloquei-os nos papéis e hoje levo-os aonde eles quiserem ir, onde eles couberem. Uso as redes para divulgar o meu trabalho, que é de escrever, principalmente livros. O livro é o meu trabalho final. As redes são os meios que eu uso para dar mais voz ao meu trabalho, que é de escrever livros. Trabalho que amo.

ANEXO E - Termo de Cessão Mailson Furtado Viana

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, Mailson Furtado Viana,

RG. 2001099070935, CPF. 038011003 24, na qualidade de CEDENTE,

cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de

CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (**Canal Universitário de São Paulo**), **gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas**, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 03 de setembro de 2019.

Cedente



ANEXO F - Entrevista Mailson Furtado Viana

Quando começou, e o que te levou a escrever poesia?

- Fui levado à arte na adolescência, onde enxerguei a vida pela primeira vez da forma que vejo hoje. Foi o primeiro instante que eu pude ver minha presença no mundo, e através da arte encontrei esse caminho.

Como você enxerga esse sucesso dos poetas que surgiram nas redes sociais e que a usam para publicar e divulgar suas obras? Acredita que esses movimentos artísticos contribuem para fortalecer a literatura brasileira?

- Fico feliz que haja poesia nesse campo tão amplo, visto ser uma região bem “democrática” ao acesso, e que estão usuários que geralmente não entrariam em contato com a poesia, não fosse por este meio. Creio que movimentos como esse fortaleçam o acesso a literatura, visto atuar como uma porta de entrada de novos adeptos à leitura.

O sucesso dos Instapoetas tem feito com que a poesia se popularize novamente no país. Você acredita que lendo Instapoesia o leitor brasileiro possa vir a se interessar por poetas mais clássicos?

- Vejo nos poetas que se iniciam na literatura através da internet como um primeiro canal de encontro com a literatura, assim, claro há uma maior potencialidade do encontro de obras de literatos presentes há tempos em nossos dias.

As redes sociais têm mudado a forma como nos relacionamos e nos comunicamos. Você considera que os artistas precisam se adaptar a essas novas formas de comunicação para se manterem no mercado e perto do seu público?

- Cada caso é um caso. Todo artista tem a oportunidade de escolha de não seguir tais rumos impostos, nem por isso deixarão de produzir arte, no entanto vivemos uma nova fase da “civilização”, onde o efêmero reina, não diferente, metamorfoses dentro do campo literário estão acontecendo e estamos ainda por entender um tanto disso, o que de fato, exige de nós, autores, estarmos presentes

também na vida real, conversando sobre a obra, discutindo com leitores, vendendo nossos próprios livros e tantas e tantas questões.

ANEXO G - Termo de Cessão Pedro Antônio Gabriel Anhorn

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, **Pedro Antônio Gabriel Anhorn**, RG.21069731-4, CPF.10004107730, na qualidade de CEDENTE, cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de

CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (**Canal Universitário de São Paulo**), **gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas**, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 04 de outubro de 2019.

Cedente



ANEXO H - Entrevista Pedro Antônio Gabriel Anhorn

Quando começou e o que te levou a escrever poesia

-Bom, posso começar dizendo que, apesar de usar a língua portuguesa como linguagem criativa, eu só cheguei ao Brasil no início da adolescência. Meu pai é suíço, minha mãe é carioca e eu nasci e passei boa parte da minha infância no continente africano – até os meus 5 anos em N'Djamena (capital do Chade) e até os 12 na Ilha de Santiago, em Cabo Verde. Fui alfabetizado em francês e meu contato com o português-brasileiro só veio mesmo quando meus pais se separaram e uma parte da família voltou para cá. Eu costumo dizer que esse distanciamento acabou me aproximando da grafia e da sonoridade da minha língua materna porque, na tentativa de recuperar esse tempo aparentemente perdido, eu ficava fascinado com a pronúncia e a forma das palavras brasileiras.

A primeira vez que eu vi sentido na escrita foi aos 13 anos, na escola. Foi um pequeno poema em homenagem às ilhas de Cabo Verde. Agora, o primeiro guardanapo que eu me lembro de ter tido a sensação de que era aquilo que me fazia bem, que fazia sentido, que me motivava a querer dizer algo, nasceu no final de 2012. Eu tinha o hábito de sempre andar com um caderninho de bolso, mas naquele dia eu esqueci o tal caderno em casa e as ideias estavam pulsando na minha cabeça. Eu precisava anotá-las em algum lugar. O jeito foi parar no balcão do Café Lamas – um bar que ficava no meio do caminho entre o ponto do ônibus e o meu apartamento –, pegar uma pilha de guardanapos em branco e começar a rabiscar coisas de forma espontânea, sem nenhuma pretensão. Esse foi o começo do **@EumechamoAntônio**.

O que você define como Instapoesia? Você se considera um Instapoeta?

-Acho que *instapoesia* é um termo usado mundialmente para definir os perfis que usam suas redes sociais para divulgar suas criações autorais e inspirar os seguidores ou novos artistas. Nesse ponto, posso dizer que sou um *instapoeta*. Mas o termo dá um pouco a ideia de ser algo instantâneo, sem continuidade. Algo que nasce e morre no feed desses criadores. Eu gosto da ideia do “ser também”. Eu não sou só instapoeta, eu sou também. Eu não sou só escritor, eu sou também. Eu não sou só ilustrador, eu sou também. Acredito que a tecnologia e a nova forma de encarar as tarefas estão obrigando (de forma inconsciente muitas vezes) as pessoas a se dedicarem a multiutilidades. O escritor, hoje, também precisa ser uma espécie de gerente de marketing da sua carreira. O termo pode parecer um pouco indelicado para os mais idealistas, mas é o fluxo da sobrevivência desde sempre: ou a gente se adapta ou a gente vai ficando para trás. Adaptar-se é seguir em frente!

Na verdade, eu não faço exatamente poesia nas redes sociais. Eu uso os meios digitais para compartilhar as minhas criações – que acontecem fora da rede! – com meus leitores e minhas leitoras. A internet, digamos assim, é simplesmente uma vitrine para o meu universo criativo. Eu não criei o ***Eu me chamo Antônio*** exclusivamente para o ambiente *on-line*. O livro não nasceu no Facebook. Nasceu de uma necessidade de quebrar minha timidez, romper meu silêncio. Antônio, o personagem, nasce no meio disso tudo, de forma espontânea, logo, sincera. Os meus livros traduzem o conceito que eu criei primeiramente na minha cabeça; em seguida, no balcão do Café Lamas e, por fim, nas redes sociais. Talvez o principal desafio tenha sido provar que o meu perfil digital não era apenas uma ideia para a internet ou uma página bonitinha para ganhar *likes* e compartilhamentos. O conceito vai muito além. O livro comprovou que meus leitores também me acompanharam nas prateleiras. Isso mostra que o mais importante sempre será o conteúdo, não a plataforma.

Entre todas as redes sociais existentes, quais os motivos te levaram a usar o Instagram como meio de publicação e divulgação de seu trabalho?

-Eu comecei a divulgar minha poesia no Tumblr no final de 2011. Mas eu não escolhi essa plataforma com critérios pensados, foi por pura ignorância em usar outras redes à época (risos!). Depois, migrei para o Facebook porque senti que ali

era mais fácil trocar uma ideia com os seguidores. Dava para saber de qual cidade eles estavam comentando, etc. O Instagram, hoje, é a mídia que mais uso e que mais tem funcionado no contato com os leitores, as leitoras. Como minha poesia é visual acho que combina com a proposta desta mídia. Ah, mas eu também uso uma rede social em total desuso: as cartas! Volta e meia recebo um cartão-postal de algum leitor. Acho lindo caminhar até os correios com aquela pequena ansiedade de não saber se haverá alguma novidade me esperando. A tecnologia acelerou tudo, mas algumas coisas precisam de um ritmo mais lento. Isso ajuda a equilibrar o tempo da vida!

Ser conhecido como Instapoeta, e não simplesmente um poeta, é pra você uma forma negativa ou positiva de ser conhecido?

-Olha, eu comecei minhas criações no balcão do Café Lamas. Então sou Choepoeta? Minha poesia ficou mais conhecida pelo apelo visual dos versos desenhados em guardanapos, seria eu um *Napkinpoet*? (risos). Obviamente, estou brincando e exagerando um pouquinho. Na verdade, acho que nunca me chamaram diretamente de **instapoeta**. Mas eu gostaria de saber porque não chamam simplesmente de poetas. Senão teríamos que chamar poetas que publicam em livros de *bookpoets*; ou ainda, deveríamos nominar os poetas que escrevem letras de músicas *delyricpoets*? O prefixo muda, mas o núcleo é o POETA. Quero dizer que não me incomodo de forma alguma em ser eventualmente chamado de instapoeta contanto que esse termo não venha carregado de deboche ou de uma tentativa de rebaixar a qualidade de tal ou tal produção de uma parte dessa geração que está criando coisas incríveis na internet. Eu entendo a necessidade de se criar um nome, rotular ou categorizar para ter uma linha a seguir em pesquisas, críticas ou entendimento dos rumos da poesia. Mas poeta é poeta independente da plataforma. O instagram é a vitrine do meu processo criativo, não é propulsor da minha inspiração. Enfim, Não sou especificamente instapoeta, mas sou também poeta desse instante. Ou seja, desse tempo. E esse tempo inclui também o digital, as redes sociais, o instantâneo, o impresso, o sonoro... A poesia está mais híbrida do que nunca!

Você sente que existe uma resistência de poetas mais clássicos ao movimento dos Instapoetas? Qual a razão dessa resistência?

-Deve existir, mas eu não sinto diretamente. Acho que todo movimento novo ou que, ao menos, apresenta uma nova roupagem de alguma escola literária anterior, causa estranhamento. Os concretistas foram desvalorizados pelos poetas digamos tradicionais assim que foram publicados os primeiros poemas *verbivocovisuais*, Drummond chegou a ser chamado de débil mental por usar termos não convencionais nas suas publicações embrionárias, a geração marginal da década de 70/80 também sofreu com as críticas pesadíssimas... Enfim, seria estranho não criticarem esses novos acontecimentos. Afinal, um movimento, por definição, exige um deslocamento. Ou seja, é ocupar um espaço, é andar em direção de algo que ainda não existe ou que existe mas está em formação ou ainda é adicionar passos movimentos passados. Se, por um lado, há resistência (no sentido de não aceitação),; por outro, há resistência (no sentido de continuar, não desistir, afrontar com versos) essa resistência!

Com o sucesso alcançado nas redes sociais, o Instagram democratizou a poesia, ajudando a popularizar o gênero no país?

-A internet democratizou uma série de coisas e, sem dúvida, as redes sociais contribuíram para o surgimento de muita gente boa que não teria visibilidade ou não seria publicada em outros tempos. O critério de edição dependia única e exclusivamente de interesses de um seleto grupo editorial que determinava quem seria o escolhido ou a escolhida da vez para ingressar no mundo literário. Nesse aspecto, a tecnologia quebrou alguns obstáculos e facilitou boa parte do processo de publicação. Isso é ótimo, mas também traz algumas incertezas. Justamente por ter cortado uma parte do processo mais tradicional, abriu demais a torneira. Não há mais filtro. Tudo é publicado a qualquer momento por qualquer pessoa. Eu ainda acho fundamental o trabalho de uma editora para orientar, sugerir, corrigir,

reorganizar uma obra autoral ou uma carreira literária. No meu caso, se não fosse a internet, eu não teria conseguido publicar meu primeiro livro em 2013.

Em uma rede social imagética como é o Instagram, onde o Feed é composto por imagens que contribuem para a vaidade, ideal de uma vida perfeita e egocentrismo. Qual o motivo para a poesia ter ganhado espaço e fazer tanto sucesso?

-A poesia é o rosto do poeta. Os versos definem sua feição, seja ela no *Face* ou em outra rede. Acho que esse sucesso acompanha o reflexo da nossa sociedade: carência, isolamento e ansiedade. A rede social acaba sendo uma companhia, uma forma de aliviar as dores do mundo (o Instagram também aumenta essas dores, forçando jovens a seguirem os padrões de beleza e consumo de influenciadores). Mas as pessoas precisam entender que poesia não é só fofura. Poesia também pode e deve incomodar. Pode e deve mudar ou, ao menos, fazer você refletir sobre sua existência. Senão se confunde muito com mensagens de autoajuda. Nada contra, mas são propostas bem diferentes. Afinal, cá entre nós, o dia não amanhece *lindo num jardim florido pela primavera europeia* para todo mundo, né? (risos). Acho que a poesia está ganhando espaço, mas é um espaço que está mais ocupado e preocupado com o sucesso (algo instantâneo) do que com o reconhecimento (algo duradouro).

As temáticas dos poemas possuem relação com coisas vividas por você?

-Sim. Acredito que tudo o que escapa pelas minhas mãos e encontra destino nos guardanapos seja um pedaço de algo que eu tenha sentido ou vivenciado de alguma forma. Não ao pé da letra. Mas tudo parte de um sentimento sincero, nem sempre agradável, e termina em um floreio poético. Para ser poesia é preciso haver um respeito pelas palavras, pela linguagem, pelo ritmo. Senão é frase solta do cotidiano. O que é lindo também, diga-se de passagem!

Por ser uma rede social imagética, a forma como são arquitetados os posts do Instagram tem alguma influência na hora da produção de seus poemas?

-Na produção, não. Mas me ajuda a pensar na organização ou na sequência dos guardanapos que publicarei no meu feed. Quem entra no meu perfil do instagram, vai perceber que há uma unidade visual e uma preocupação estética com o conteúdo. Acho que uma ideia boa, amarrada por um conceito consistente encontra sua melhor forma de ser divulgada em qualquer plataforma. Talvez minha formação publicitária – ainda que eu nunca tenha exercido diretamente essa profissão – tenha me ajudado a entender melhor todo esse processo.

Levando em consideração o viés efêmero das redes sociais, a publicação de seus poemas em formato de livro pode contribuir para tornar sua obra mais duradoura?

-Um livro impresso se torna um objeto palpável, tátil. Talvez, de forma inconsciente, isso dê a sensação de ser mais real ou parece existir mais. Mas acho que é questão de transição. Uma ponte entre o tradicional e novas maneiras de encarar a literatura, a arte e os acontecimentos do mundo de um modo geral. Se você gosta de um verso, pode dar print, imprimir, emoldurar e pendurar na parede do quadro. Cada pessoa vai ter seu jeito preferido de encarar um poema. Das prateleiras às nuvens, toda manifestação poética merece seu lugar no mundo. É assim que esse efêmero, aliás, esses efêmeros constroem o infinito. A poesia constrói o infinito!

ANEXO I - Termo de Cessão- Verena Smit

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, Verena Alves Smit,

RG. 32.466.072-8 , CPF. 328.845.458-08, na qualidade de CEDENTE,

cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de

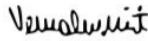
CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão **(Canal Universitário de São Paulo), gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas**, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 11 de setembro de 2019.

Cedente



ANEXO J - Entrevista Verena Smit

Qual a sua relação com a poesia? O que te levou começar a escrever?

-Eu sempre gostei de escrever, já escrevi peça de teatro, filmes.... sou formada em cinema e sempre tive um interesse grande pela narrativa. A poesia foi acontecendo, foi aparecendo nos trabalhos com imagens, nas fotografias que eu produzia, nos filmes que eu via. Não só a poesia ritmada e escrita, mas também o que é o poético.

Entre todas as redes sociais existentes, quais os motivos da escolha do Instagram como meio de divulgação de seu trabalho?

-Eu trabalhei muito tempo como fotógrafa e já tinha tido outras redes sociais de fotografia como o Flickr e o Fotolog. Quando fiz uma graduação de fotografia fora do Brasil em 2010, ano que surgiu o Instagram, foi uma forma de publicar minhas fotos e imagens como uma espécie de diário, um tipo de narrativa pessoal que eu usava tb na fotografia. No meu processo como fotógrafa e artista, comecei a inserir o texto, era um processo criativo meu, que foi ganhando um lugar maior porque fui fazendo outras coisas além só de fotografar.

Em uma rede social imagética como é o Instagram, onde o Feed é composto por imagens que contribuem para a vaidade, ideal de uma vida perfeita e egocentrismo. Qual o motivo para a poesia ter ganhado espaço e fazer tanto sucesso?

-Acho que é talvez exatamente esse contraponto, de ser algo não tão raso e superficial. Mas mais do que isso, como a poesia é composta sempre de pequenos versos, frases e poucas palavras, essa leitura "rápida" onde você não gasta muito tempo nem pra entender e nem para ler, faz muito sentido dentro desse lugar efêmero.

Levando em consideração o viés efêmero das redes sociais, você considera que a publicação de seu trabalho em formato de livro pode contribuir para tornar sua obra mais duradoura?

-Não só como livro, mas também em diferentes mídias e formatos. Eu sou artista, escrevo, fotografo e uso a arte de formas diferentes para me expressar. O Instagram para mim é só um meio e não o fim. A rede é um lugar maravilhoso para você divulgar seu trabalho, para ele ser viralizado, mas ainda é uma plataforma de divulgação e não a arte ou o trabalho em si.

As redes sociais têm mudado a forma como nos relacionamos e nos comunicamos. Você considera que os artistas precisam se adaptar a essas novas formas de comunicação para se manterem no mercado e perto do seu público?

-Não acho que os artistas, mas acho que a arte e o mercado como um todo tem que olhar para as redes sociais como um lugar para descobrirem novos talentos e onde trabalhos podem ser comprados. No Brasil, temos poucos lugares para os artistas mostrarem seu trabalho, normalmente isso é feito em galerias ou museus. Os museus são cheios de artistas já grandes e consagrados, e as galerias são muito nichadas, elas falam com um público muito específico. Faltam lugares para os artistas exporem e venderem o trabalho, então as redes sociais suprem muito bem esse caminho. é o mercado precisa entender que isso está acontecendo, precisa se reinventar. O artista está sempre se reinventando, encontrando uma brecha, o mercado que é muito mais ingrato e inflexível.

ANEXO K - Termo de Cessão de Direito Renata Rodriguez Machado - Editora de livros nacionais da Editora Intrínseca

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, Renata Rodriguez Machado, RG. 21.393.841-8, CPF. 058.878.547-40, na qualidade de CEDENTE, cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (**Canal Universitário de São Paulo**), **gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas**, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

Rio de Janeiro, 14 de maio de 2020.

Cedente

Termo de Compromisso de Cessão_Renata.pdf

Documento número #0ed357ce-3346-4f76-8eb4-2860e726c52b

Assinaturas



Renata Rodriguez Machado

Assinou como parte

Log

- 14 Mai 2020, 15:12:48 Operador com email thyanemassopust@intrinseca.com.br na Conta 49e9e7a2-7220-4462-894c-4493798489b7 criou este documento número 0ed357ce-3346-4f76-8eb4-2860e726c52b. Data limite para assinatura do documento: 13 de Junho de 2020 (15:12). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 14 Mai 2020, 15:14:30 Operador com email thyanemassopust@intrinseca.com.br na Conta 49e9e7a2-7220-4462-894c-4493798489b7 adicionou à Lista de Assinatura: renatarodriguez@intrinseca.com.br, para assinar como parte, com os pontos de autenticação: email (via token); Nome Completo; CPF; Data de Nascimento; endereço de IP.
- 14 Mai 2020, 15:14:44 Operador com email thyanemassopust@intrinseca.com.br na Conta 49e9e7a2-7220-4462-894c-4493798489b7 alterou o processo de assinatura. Data limite para assinatura do documento: 13 de Junho de 2020 (15:12).
- 14 Mai 2020, 16:04:25 Renata Rodriguez Machado assinou como parte. Pontos de autenticação: email renatarodriguez@intrinseca.com.br (via token). CPF informado: 058.878.547-40. IP: 201.17.78.44. Componente de assinatura versão 1.64.4 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 14 Mai 2020, 16:04:25 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 0ed357ce-3346-4f76-8eb4-2860e726c52b.

Hash do documento original (SHA256): 71bd2c64d2b9f91d182f9b4dd4187597171bc59a987ac3098b8760413815c468

Este Log é exclusivo ao, e deve ser considerado parte do, documento número 0ed357ce-3346-4f76-8eb4-2860e726c52b, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign disponível em www.clicksign.com.

Anexo L - Entrevista Renata Rodriguez Machado - Editora de livros nacionais da Editora Intrínseca

A editora já publicou livros de autores que surgiram por meio das redes sociais, assim como os Instapoetas? Como vocês enxergam essa convergência entre plataformas?

-A editora Intrínseca publicou Pedro Gabriel, com *Eu me chamo Antônio* (2013), e Clarice Freire, com *Pó de lua* (2014). Ambos autores começaram suas jornadas literárias na internet. A democratização desse espaço possibilita o surgimento de inúmeros artistas, trazendo apenas ganhos ao público. A honra de ter publicações como as de Pedro e Clarice na casa, com títulos best-sellers, combina pluralidade e muito engajamento dos leitores -- e isso é fantástico.

Existe alguma questão contratual em relação aos posts no Instagram com os trechos das obras publicadas nos livros? Têm alguma restrição nessas postagens?

-Nas épocas de suas publicações, as séries *Eu me chamo Antônio* e *Pó de lua* são constituídas de poemas inéditos. Em contrato, os autores e a editora podem liberar até determinado percentual de suas obras gratuitamente, com intuito de divulgar o livro. Deste modo, não há nenhuma restrição nas postagens.

Entrar no ambiente virtual é um fator preponderante para os artistas se manterem no mercado literário? A editora costuma acompanhar os artistas que surgem na rede?

-O ambiente virtual aumenta as possibilidades de divulgação da obra literária e de compartilhamento, mas isso não se torna, de forma alguma, fator obrigatório para a publicação editorial hoje. A internet é um facilitador para o contato entre os leitores, o autor e a própria editora, o que é muito bacana para comunicar o livro. E, sim, a editora acompanha o surgimento de novos artistas literários.

ANEXO 4

JORNALISMO

Autorização para divulgação do Trabalho Acadêmico no Catálogo On-Line da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso e permissão de cópia

Eu, Josane Ferreira da Silva, abaixo identificado (a) como autor (a), autorizo a biblioteca da Universidade Santo Amaro a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação abaixo discriminada, de minha autoria, em seu site ou portal, em formato PDF, para fins de leitura e / ou impressão, a partir da data de hoje. Igualmente está autorizada a divulgação do mesmo no catálogo on-line da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso, além de cópias para fins acadêmicos.

Título da publicação: Do *feed* do *Instagram* às páginas dos livros: A Instapoesia e a busca pela durabilidade nos meios digital e impresso

Dados do autor(a): Josane Ferreira da Silva

Nome do aluno(a): Josane Ferreira da Silva

Curso: Jornalismo

Identidade: 48.023.320-2

Data:

Assinatura:

ANEXO 5
JORNALISMO

Autorização para utilização de voz (Rádio / Vídeo / Mídias Digitais)

Eu, Josane Ferreira da Silva, portador da cédula de identidade RG Nº 48.023.320-2 e CPF Nº 334.448.578-45, autorizo, prévia e expressamente, a utilização de minha voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para a Universidade Santo Amaro (UNISA), sem qualquer custo, por tempo indeterminado, desde que para utilização em Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), em consultas acadêmicas e reproduções, sem fins lucrativos, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais veículos de comunicação que respeitem a finalidade desta autorização. Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas. São Paulo, _____ de _____ de 2020 _____.

Cedente

Assinaturas das Testemunhas:

ANEXO 6

JORNALISMO

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, Josane Ferreira da Silva, RG.48.023.320-2, CPF.334.448.578-45, na qualidade de CEDENTE, cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (Canal Universitário de São Paulo), gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica. A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irretratável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO. Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irretratável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, _____ de _____ de 2020 _____.

Cedente