



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

GABRIEL GOMES VILA NOVA

“JANELA POÉTICA”:
O USO DO *REELS* NO INSTAGRAM PARA DIVULGAÇÃO DE INSTAPOESIA

Caruaru

2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO CIENTÍFICO

JANELA POÉTICA:
O USO DO *REELS* DO INSTAGRAM PARA DIVULGAÇÃO DE INSTAPOESIA

GABRIEL GOMES VILA NOVA¹

Caruaru

2024

¹ Graduando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco/Centro Acadêmico do Agreste.
E-mail: gabriel.vila@ufpe.br

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Nova, Gabriel Gomes Vila.

Janela poética: o uso do reels do instagram para divulgação de instapoesia /
Gabriel Gomes Vila Nova. - Caruaru, 2024.

43p. : il., tab.

Orientador(a): Amilcar Almeida Bezerra

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Comunicação Social, 2024.

Inclui referências.

1. instapoesia. 2. reels. 3. instagram. 4. produção cultural. 5. Caruaru. I.
Bezerra, Amilcar Almeida. (Orientação). II. Título.

700 CDD (22.ed.)

AGRADECIMENTOS

É uma grande realização finalizar este trabalho e a graduação. Contudo, tenho certeza que a realização ainda é maior para os meus pais, Adriano Florêncio Vila Nova e Laurineide Maria Gomes de Carvalho. A eles dirijo os meus primeiros e mais profundos agradecimentos por me incentivarem desde pequeno a me dedicar aos estudos e por se esforçarem arduamente para que eu tivesse tempo, materiais e tudo o que fosse necessário para o meu melhor desempenho na escola e na faculdade. Sem o esforço deles, que não tiveram a oportunidade de se formar em um curso de ensino superior, eu provavelmente também não estaria me formando e esse trabalho não existiria.

Agradeço a todos os professores que cruzaram o meu caminho, reforçaram o incentivo aos estudos e compartilharam comigo seus conhecimentos, desde o maternal até a última disciplina do meu curso de graduação em Comunicação Social. Sou extremamente grato sobretudo aos professores desse curso que na minha visão tem um quadro docente raro, altamente qualificado e dedicado à formação dos discentes e ao mesmo tempo afetivo.

Em especial, sou imensamente grato ao meu orientador Amilcar Almeida Bezerra, que foi um grande parceiro, incentivador, instrutor e orientador em diversos projetos de pesquisa e de extensão dentro da universidade. Ele foi muito além do papel de professor, confiou no meu potencial, abriu diversas portas profissionais fora da universidade e se tornou uma das figuras mais importantes na minha formação acadêmica.

Agradeço também aos amigos e amigas que fiz no curso, em especial a Sarah Coutinho, Hellen Gouveia e Cecília Távora, com quem aprendi junto sobre comunicação social, vida, amizade e parceria.

Agradeço imensamente aos poetas que colaboraram com o projeto Janela Poética: Rosberg Adonay, Stephanie Sá, Manu Monteiro, Bernardo Reyes, Tayna Lima, Urbano Leafa e, sobretudo, a Ser Imenso, que além de participar como poeta também criou para o projeto uma identidade visual incrível.

Sou grato, por fim, à Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste (UFPE – CAA), à política de interiorização do ensino superior e àqueles e àquelas que diariamente participam da construção de uma universidade pública, gratuita e de qualidade.

RESUMO

Este trabalho se propõe a definir a melhor forma de produzir e produzir de fato um projeto cultural, intitulado Janela Poética, de divulgação de novos poetas da cidade de Caruaru através do *reels* Instagram, que tem se mostrado uma importante ferramenta para que poetas independentes consigam aumentar a base de consumidores de suas produções poéticas. Para a realização do trabalho é realizada uma pesquisa bibliográfica sobre a relação entre Instagram e poesia que resultou no gênero poético denominado “instapoesia”, tema sobre o qual se destacam no estudo da arte no Brasil as pesquisas de Helvio de Araújo Júnior, principal referência deste trabalho. Além da pesquisa bibliográfica, foram realizadas também uma pesquisa exploratória das novas formas de produção de instapoesia através dos *reels* e uma pesquisa-ação que possui o próprio pesquisador como participante da pesquisa e produtor do projeto cultural, junto a um grupo de poetas que colaboraram para a realização do projeto. Por fim, este trabalho pontua os fatores que auxiliaram os videopoemas compartilhados nos *reels* do projeto a alcançarem mais pessoas dentro do Instagram e conclui a importância de iniciativas coletivas para o fortalecimento de cenas artísticas.

Palavras-chaves: instapoesia, reels, Instagram, produção cultural, Caruaru.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Instapoema de Rupi Kaur	20
Figura 2 – Instapoema de Akapoema (nome artístico de João Doederlein)	20
Figura 3 – Identidade visual criada por Jefferson Sobral (Ser Imenso)	28
Figura 4 – Print de tela mostrando um mês de planejamento	29
Figura 5 – Modelos de capas para vídeos do reels indicados pela coordenação da BICC	30
Figura 6 – Capa de reels produzida buscando equilibrar os modelos obrigatórios e a identidade visual do projeto	31
Figura 7 – Print de tela de um dos roteiros produzidos para o projeto	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação entre características da pesquisa-ação e características do projeto	15
Tabela 2 – Informações e dados sobre os vídeos produzidos durante o projeto	35

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
1.1	APRESENTAÇÃO DA PESQUISA	8
1.2	JUSTIFICATIVA.....	11
1.3	OBJETIVOS DE PESQUISA.....	12
1.4	METODOLOGIA.....	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	REDES SOCIAIS DIGITAIS E POESIA.....	16
2.2	O QUE É INSTAPOESIA?.....	18
2.3	O FORMATO REELS E SUA APLICAÇÃO POÉTICA.....	21
2.4	CARUARU E POESIA.....	25
3	A PRODUÇÃO DO PROJETO JANELA POÉTICA.....	26
3.1	O INÍCIO DA PRODUÇÃO.....	26
3.2	A PRODUÇÃO DOS VÍDEOS.....	31
3.3	ANÁLISE DA PERFORMANCE DOS VÍDEOS NO INSTAGRAM.....	34
3.3.1	Tema.....	37
3.3.2	Formato de roteiro e criatividade.....	38
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
	REFERÊNCIAS.....	41

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Criada em 2010, a rede social *Instagram* rapidamente se tornou popular e, desde outubro de 2023 até abril deste ano, alcançou e manteve o número de 2 bilhões de usuários mensais ao redor do mundo, segundo a plataforma alemã *Statista* (MOST, 2024), que há 13 anos se destaca como um portal de divulgação de dados confiáveis, sendo fonte oficial para artigos de grandes portais de mídia como *New York Times*, *Forbes*, *Financial Times* e *Reuters*.

Inicialmente voltada para a publicação de fotos, o instagram em breve se tornou uma mídia social de múltiplos recursos e uma das mais utilizadas na Web. Entre os diversos usos do aplicativo, um caso bastante interessante é sua utilização para o compartilhamento de literatura e poesia por novos poetas e escritores.

Contudo, a relação entre literatura e as mídias sociais é controversa. Apesar do enfraquecimento que o mercado editorial sofre desde a popularização da internet, mídias sociais como o instagram têm fortalecido a relação, conexão e sobretudo interação entre escritores e seu público através de perfis de “instapoesia”, isto é, perfis de instagram que se dedicam ao compartilhamento recorrente de poesias no ambiente virtual.

Rupi Kaur, escritora canadense com origem indiana, é um dos primeiros grandes casos dos chamados “instapoetas”, isto é, poetas que compartilham suas criações autorais no Instagram. A escritora, que começou a compartilhar poemas autorais no instagram ainda em 2013, soma atualmente 4,6 milhões de seguidores no instagram e mais de 3,5 milhões de livros vendidos ao redor do mundo. E foi essa grande repercussão do seu trabalho na internet que fez com que seu primeiro livro, *Milk and Honey* (2015), lançado de forma independente e financiado pela própria escritora, viesse a se tornar um sucesso mundial.

Vale destacar que o caso de Kaur é apenas um entre tantos outros poetas e artistas independentes² que veem nas redes sociais digitais e, em muitos casos, no Instagram, um meio mais viável financeiramente para fazer com que suas obras autorais cheguem a pessoas que terão probabilidade de se tornar um público consumidor.

Além de Rupri Kaur, outros poetas, ou melhor, instapoetas, têm se destacado desde então, como é o caso do brasileiro Igor Pires, criador do perfil do instagram ”Textos Cruéis Demais” (no instagram, localizado através do @textoscruéisdemais), a estadunidense Amanda

² Chama-se de artista independente aquele que não possui, no caso de escritores, uma editora ou empresa investindo e gerenciando a carreira do artista.

Lovelace (@ladybookmad) e o canadense Atticus (@atticuspoetry). As obras instapoéticas desses quatro artistas são analisadas e estudadas por Helvio de Araújo em sua dissertação de mestrado *No Meio Do Feed Tinha Um Poema: considerações sobre a escrita de instapoesia e suas dinâmicas interativas* (2023), estudo que se tornou a principal referência bibliográfica deste trabalho.

Em um cenário brasileiro, além do perfil de instapoesia do @textoscrueisdemais, podemos citar como outros casos de referência os perfis @akapoeta, @zackmagiezi, @eumechamoantonio e @umcartão. Estes perfis também foram abordados em outras duas referências para este trabalho: a monografia @Cafécomvini: *Estratégias de Conteúdo para amplificar o alcance de um escritor no Instagram* (ALMEIDA, SANTOS, 2022) e também o artigo *Instaliteratura: Imagem E Palavra Em Manifestações Poéticas No Instagram* (MARTINS, 2016).

Quanto ao conteúdo desses perfis, nota-se, a partir dos trabalhos acima referenciados, que o compartilhamento de poesias se dá sobretudo através do formato *card*³ do instagram em publicações no *feed*⁴, que une versos curtos a alguma imagem, na maioria das vezes minimalista, ou apenas os versos escritos sem imagem que os acompanhem.

Entretanto, mais recentemente, outro formato não abordado nos trabalhos acima têm sido usado por novos instapoetas para o compartilhamento de poesias na rede social. A partir de uma pesquisa exploratória, percebemos que perfis como @poesianasestrelas, @poetizaa __, @hugonaesf e @viniator têm utilizado o formato *reels* para compartilhar poemas autorais, seja em vídeos onde a poesia é recitada gravando-se o próprio poeta recitando para a câmera, ou nos quais a recitação é feita em voz em off com suporte de outros vídeos, alguns inclusive com legenda do texto poético que é falado.

A utilização do recurso *reels* têm sido crescente desde o seu lançamento, em 2020, até o presente momento deste ano, 2024, uma vez que o próprio algoritmo do instagram tem favorecido o alcance dos conteúdos publicados neste formato desde o seu lançamento (REELS, 2022). Isto é, conteúdos publicados enquanto *reels* tendem a serem vistos por mais pessoas do que em comparação com publicações em *feed* ou *story*. Assim, a utilização deste formato mais recente em comparação com esses dois últimos citados se mostra estratégica quando a finalidade é uma maior divulgação orgânica e algorítmica dos instapoemas. E, além disso, tem permitido uma diversidade de modos de produção, uma vez que permite um

³ O formato *card* diz respeito a conteúdos estáticos, sejam fotos ou artes graficamente criadas, publicados no instagram em uma escala 1x1 (quadrado) ou 4x5 (retrato).

⁴ O termo *feed* se refere à linha do tempo de publicações. Essa linha do tempo é também a página principal do aplicativo, onde rolando para baixo na tela, é possível ver as publicações dos usuários da rede social.

cruzamento midiático de imagem em movimento, som e texto, onde cada um desses itens pode ser personalizado de acordo com a criatividade de cada instapoeta.

A partir disso, enquanto poeta, artista e produtor cultural, já fazia um tempo que comecei a notar o *reels* como uma importante e barata ferramenta na formação de um público base na internet que possa vir a se tornar também um público consumidor da obra artística, sobretudo para os artistas independentes em início de carreira, que não dispõem de muitos recursos para investir. Foi de acordo com esse pensamento que, quando soube do edital de Bolsas de Incentivo à Criação Cultural (BICC), promovido pela Universidade Federal de Pernambuco para incentivar criações e produções culturais dos discentes da instituição, comecei a pensar em propor um projeto que envolvesse a produção de *reels* para divulgação da obra de novos artistas caruaruenses. Então, em conversa com meu orientador Amilcar Almeida Bezerra, chegamos a conclusão do quão proveitoso seria um projeto que divulgasse a nova obra poética produzida na cidade.

Desde a primeira metade do século XX, Caruaru começou a se destacar pela movimentação e criação poética de artistas como os irmãos Tabosa, como aponta o pesquisador Frank Junior (2018). Enquanto Artur Tabosa, era um especialista em sonetos, seu irmão, Augusto Tabosa, foi um grande glosador⁵, e tamanho é o reconhecimento deste na literatura da cidade que ele foi homenageado em nome de escola municipal de Caruaru. Outros nomes da poesia durante o século XX foram também Joaquim Manoel de Oliveira, Major Sinval, Cacilda Santos, Francisco Sales Arêda, Mestre Olegário, Diniz Vitorino, a maioria destes ligados à poesia popular nordestina.

São também exemplos da força da história literária da cidade os caruaruenses Austregésilo de Athayde, que chegou a presidir a Academia Brasileira de Letras em 1959, e o célebre escritor e crítico literário Álvaro Lins, que “publicava poemas no Jornal de Caruaru” (BARBALHO, 2014). Vale pontuar também as letras poéticas e ricas em metáforas de compositores da cidade, que chamou a atenção do rei do baião Luiz Gonzaga, como bem pontua Dominique Dreyfus na biografia *Vida do Viajante*: “Luiz Gonzaga... estava trabalhando com um novo time de parceiros, muitos deles descobertos em Caruaru. A Capital do Agreste, verdadeiro celeiro de compositores, era muito benquista do sanfoneiro” (2013, p. 255).

⁵ Poeta especializado na criação de glosa, gênero poético da poesia popular nordestina caracterizado por estrofes de dez versos onde cada verso é composto por dez sílabas poéticas (decassílabo). As glosas frequentemente são feitas de improviso.

Enquanto integrante de uma nova e contemporânea cena poética da cidade, também noto que a atual movimentação literária em Caruaru é rica e diversa, no entanto, pouco conhecida e articulada com as mídias sociais. Assim, junto ao orientador, definimos que o projeto a ser proposto para o edital da BICC seria a produção de um projeto que buscasse resolver a falta de divulgação de poemas autorais de escritores contemporâneos de Caruaru através da ferramenta do *reels*. Para tal finalidade, a principal questão a ser respondida e que norteia também todo este trabalho é: como produzir um projeto cultural de divulgação de novos poetas caruaruenses através do *reels* do Instagram?

1.2 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho surgiu após a aprovação do projeto cultural “Janela Poética” no edital de **Bolsas de Incentivo à Criação Cultural - BICC** ofertado pela pró-reitoria de extensão e cultura da Universidade Federal de Pernambuco, para que alunos desenvolvam projetos culturais. O produto cultural Janela Poética é classificado também como um perfil de instapoesia, só que não apenas de um autor ou escritor. Trata-se de um perfil colaborativo no qual são postados vídeos no formato *reels* de oito poetas contemporâneos de Caruaru, cidade localizada no interior do estado de Pernambuco.

Além disso, dado o estudo do estado da arte feito, é possível perceber que os trabalhos pesquisados sobre o tema de instapoesia focam no compartilhamento de trechos poéticos no instagram no formato *feed*, explorando a união entre imagem (estática) + poesia. Já neste trabalho, o foco de produção e análise é voltado para o compartilhamento de instapoemas no formato *reels*, isto é, explorando a união entre vídeo + poesia. Portanto, este trabalho se diferencia dos outros sobre o mesmo tema pelo enfoque no formato *reels*.

A escolha pelo foco neste formato se dá uma vez que os vídeos têm ganhado cada vez mais a atenção dos próprios usuários do Instagram desde o seu lançamento em 2020 até o presente momento de 2024, fazendo com que conteúdos em vídeo tendam a alcançar mais pessoas. Ademais, percebe-se uma tendência do próprio universo de instapoemas em explorar o formato em *reels*, que é bem mais atual do que o clássico formato *feed*. Devido a ser um formato mais novo, são escassas as análises deste formato específico no compartilhamento de instapoesia⁶.

⁶ Conclusão feita após pesquisa bibliográfica sobre o tema, realizada em 13 de dezembro de 2023 no site Google Acadêmico.

O interesse do autor pelo tema e pela realização do projeto se dá uma vez que também é poeta, compositor, músico e produtor cultural, possuindo cerca de 8 anos de atuação na área artística, na qual assina os trabalhos enquanto Gael Vila Nova. Enquanto compositor, o autor possui uma assinatura artística com forte influência da poesia nas letras que compõe, tendo já lançado um EP musical que denota essa ligação e que é intitulado “Cantando Poemas” (2021). Além do EP, Gael também possui um livro de poesia lançado: “Os poemas que não foram cantados” (2022).

Além disso, o interesse se deu também após o autor perceber a relevância social da realização do projeto visto que busca movimentar a divulgação da obra poética de novos escritores da cidade e que muitas vezes encontram dificuldades de alcançarem mais pessoas. Ademais, uma vez que se trata de um perfil de instapoesia colaborativo, as pessoas que começam a acompanhar o perfil devido a um poeta específico tendem a acabar conhecendo outros poetas da mesma cidade, visto que as publicações se encontram concentradas em um único perfil do Instagram. Por conseguinte, o projeto suscita a criação de uma cena poética, onde os poetas se conhecem uns aos outros, fomentando a troca de ideias e a possibilidade de parcerias e eventos em conjunto.

Além de socialmente relevante, o trabalho ainda colabora com o tema uma vez que tornará possível compreender melhor o funcionamento da mídia social Instagram, sobretudo do formato *reels*, como ferramenta de divulgação de poesia autoral bem como analisar os melhores usos deste formato específico para a instapoesia.

1.3 OBJETIVOS DE PESQUISA

a) Objetivo Geral:

- i) Produzir um projeto cultural de instapoesia para divulgação de poesias autorais de poetas contemporâneos nascidos ou radicados em Caruaru através do formato *reels* do Instagram.

b) Objetivos Específicos:

- i) pesquisar referências bibliográficas sobre a criação, produção e estratégias de divulgação de instapoemas para entender mais a fundo a relação entre poesia e instagram;
- ii) realizar uma pesquisa exploratória de outros perfis de instapoesias para fundamentar referências da produção do projeto;

- iii) produzir estratégias de divulgação do projeto
- iv) planejar, produzir e gerenciar a publicação de conteúdo do projeto;
- v) avaliar de que formas as mídias sociais podem ser eficientes na divulgação da produção artística local.

Para alcançar tais objetivos, utilizamos três métodos: pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória e pesquisa-ação.

1.4 METODOLOGIA

O tipo de pesquisa que fundamenta este trabalho é de caráter qualitativo uma vez que se identifica com a definição de que “as chamadas metodologias qualitativas privilegiam, de modo geral, da análise de microprocessos, através do estudo das ações sociais individuais e grupais” (MARTINS, 2004, p. 292). A partir disso, a metodologia consistiu na utilização de três métodos: uma pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória e, sobretudo, uma pesquisa-ação.

A pesquisa bibliográfica consistiu no levantamento, através da plataforma Google Acadêmico, do estado da arte de estudos brasileiros que diziam respeito à relação entre o compartilhamento de poesia no instagram. Este levantamento foi realizado no dia 12 de dezembro de 2023, digitando no buscador do Google Acadêmico os termos de busca “compartilhamento de poesia através do instagram” e “poesia e instagram”. Foi com estes resultados que encontrei pela primeira vez o uso do termo instapoesia para designar o compartilhamento de poesia no Instagram. De posse do termo, também redigi nova busca no google acadêmico com o termo “instapoesia”.

Assim, a partir dessas três buscas no Google Acadêmico, fui selecionando os textos que mais se aproximavam de estudos sobre o uso do instagram para compartilhamento de poesia com a finalidade de entender o que é instapoesia, quais as melhores práticas de divulgação de poemas através do instagram, que formatos, temas e formas de atuação dos poetas no instagram traz melhores resultados de alcance na mídia social em questão.

Através desse levantamento bibliográfico foram selecionados oito textos para leitura: uma dissertação de mestrado, duas monografias e quatro artigos científicos. Destes, vale destacar os principais que fundamentam o desenvolvimento deste trabalho: A dissertação de mestrado *No meio do feed tinha um poema: considerações sobre a escrita de instapoesia e suas dinâmicas interativas* (2023) de Helvio de Araújo Caldeira Júnior; a monografia

@Cafecomvini : estratégia de conteúdo para amplificar o alcance de um escritor no Instagram (2022) de Verilane dos Santos Mota Santos e Wesley Vinícios Monteiro Almeida; e os artigos *Quando o Verso Encontra a Timeline: Rupi Kaur e as Novas Formas de Publicação e Leitura de Poesia no Instagram* (2021), também de Helvio de Araújo Caldeira Júnior e o artigo *Instaliteratura: Imagem E Palavra Em Manifestações Poéticas No Instagram* (2016), de Amanda Martins.

Contudo, apesar de serem textos importantes e interessantes que nortearam os estudos de instapoesia e estratégias de divulgação, foi observado que os textos encontrados nessas pesquisas do Google Acadêmico abordam o compartilhamento de poemas sobretudo no formato feed, e não se debruçaram sobre o uso do formato *reels* para tal finalidade, apesar da crescente utilização poética deste formato por ele possuir um potencial de alcance maior desde o seu lançamento na rede social. Foi essa observação que trouxe à tona a ideia deste trabalho se dedicar ao uso dos *reels* do instagram.

Por sua vez, a crescente utilização do *reels* para compartilhamento de poesia foi um aspecto que, inconscientemente e intuitivamente, enquanto também membro do público consumidor de poesia no instagram, eu já vinha acompanhando. Por isso, ao iniciar uma pesquisa exploratória de outros perfis que compartilham poemas através dos *reels* que serviriam de referência para a produção dos conteúdos poéticos do projeto, alguns desses perfis já eram de meu conhecimento, como é o caso do perfil *@poesianasestrelas* e *@poetizaa__* respectivamente do poeta Matheus Miguel (PE) e da poeta Iza Mara “Poetiza” (PE). Outros perfis, no entanto, foram encontrados através de busca no próprio aplicativo do instagram pelas palavras-chave “poesia”, “poeta” e “poesia autoral”. Através dessa pesquisa exploratória também cheguei aos perfis *@hugonaesf* e *@viniator*. O conteúdo compartilhado por esses perfis serviu de referência estética e de roteiro para pensar formas de compartilhamento do conteúdo do projeto Janela Poética.

Por sua vez, o projeto Janela Poética consiste na criação de um perfil de instagram que se propõe compartilhar poesias autorais e inéditas de novos poetas de Caruaru no formato *reels*. São ao todo oito poetas que colaboram com o projeto, sendo um deles o próprio autor deste trabalho, idealizador e produtor do projeto. Os outros sete poetas convidados e convidadas foram Rosberg Adonay, Stephanie Sá, Manu Monteiro, Tayna Lima, Bernardo Reyes, Urbano Leafa e Ser Imenso. A partir desses nomes foi possível atribuir a maior diversidade possível de estilos poéticos e também uma diversidade de gênero e étnica, além de um equilíbrio entre poetas que possuem livros publicados e poetas que não possuíam publicações. Ademais, participaram do projeto poetas totalmente ligados à palavra escrita,

mas também poetas que unem a poesia a outras artes como às artes visuais, audiovisuais e teatrais.

Todos os poetas que participaram do projeto contribuíram de forma colaborativa para as produções do produto e, portanto, para esta pesquisa subsequente a ele. A partir desta característica participativa do pesquisador com o objeto e do caráter colaborativo dos poetas para o produto e pesquisa, também foi utilizada neste trabalho a metodologia da pesquisa-ação.

A pesquisa-ação é uma das três modalidades classificadas por Cecilia Peruzzo de pesquisa participativa, que também pode ser classificada como observação participante e pesquisa participativa propriamente dita. Segundo a pesquisadora, toda pesquisa participativa possui as seguintes características:

a) a presença constante do observador no ambiente investigado [...]; b) o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado, de modo consistente e sistematizado [...]; c) a necessidade, segundo autores como Mead e Kluck de o pesquisador “assumir o papel do outro” para poder atingir “o sentido de suas ações” (PERUZZO, 2006, p. 126).

A pesquisa-ação é utilizada como metodologia pois as características de realização do projeto e pesquisa realizadas neste trabalho se adequam aos diferenciais da pesquisa-ação em relação aos demais tipos de pesquisa participativa. Segundo Peruzzo (2006, p. 138) são quatro os diferenciais e eles se relacionam com o projeto de acordo com a seguinte tabela:

Tabela 1 - Relação entre características da pesquisa-ação e características do projeto

Característica da pesquisa-ação segundo Peruzzo	Característica do projeto Janela Poética e da pesquisa relacionada neste trabalho
“o grupo pesquisado participa do processo de realização da pesquisa” (2006, p. 138)	a colaboração dos poetas participantes do projeto é essencial para a realização do produto e a pesquisa relacionada a ele
“engajamento do pesquisador no ambiente investigado” (2006, p. 138)	o pesquisador é também produtor e poeta participante do projeto
“a pesquisa tem o propósito de contribuir para solucionar alguma dificuldade ou um problema real do grupo pesquisado” (2006,	o principal problema da pesquisa é produzir um projeto que melhore a difusão da obra poética de novos poetas de Caruaru e

p. 138)	entender como o instagram pode ser eficiente na promoção da arte poética local
“Os resultados - e o próprio processo da pesquisa - revertem em benefício do grupo” (2006, p. 138)	A própria obra poética dos poetas colaboradores é beneficiada com a produção do produto e da pesquisa, uma vez que resultam na divulgação da obra poética de cada participante.

Fonte: O autor (2024)

Desta forma, a partir da união desses três métodos, pretende-se construir um projeto efetivo e que traga benefícios para toda uma cena poética local. Porém, antes de iniciarmos a detalhar a produção do projeto, é importante conhecermos mais profundamente o contexto no qual se baseia todo este trabalho: a relação entre redes sociais digitais e poesia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 REDES SOCIAIS DIGITAIS E POESIA

Assim como a arte produzida em determinado período e contexto histórico sofre influência destes e também os referencia, os meios tecnológicos de terminado momento da história também influenciam a criação artística, e não foi diferente com a literatura e poesia.

No final da década de 1990 e próximo da virada do milênio, com a popularização dos computadores pessoais, começou a circular nas produções, debates e pesquisas literárias o termo “literatura eletrônica” em referência à produção de literatura através de computadores e da internet e sites de rede social.

Por sites de rede social se entende “um tipo específico de site voltado para a criação e manutenção de redes sociais” (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2015, p. 25) e rede social, para os autores do livro *Análise de redes para mídias sociais* (2015), são “uma forma de olhar os grupos sociais, onde se percebe as relações e os laços sociais como conexões e os indivíduos como atores que estão unidos por essas conexões” (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2015, p. 23). Contudo, é importante destacar que redes sociais podem se dar tanto de forma off-line quanto on-line e é a existência de redes sociais no ambiente online e virtual que caracteriza as

redes sociais digitais. Assim, site de rede social e rede social não são a mesma coisa, e ambos também diferem de mídia social.

Neste trabalho, convém entender o conceito de mídia social como um “ecossistema de produção de conteúdo cuja ação emergente dos atores dá ou não visibilidade a determinadas informações” (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2015, p. 29). Isto é, na mídia social, as ações dos atores, como os engajamentos com determinado conteúdo, acabam influenciando na repercussão do conteúdo a partir do privilégio que o algoritmo da mídia social dá para o alcance de publicações com mais engajamento. Desta forma, na interpretação deste trabalho, o Instagram se adequa melhor ao conceito de mídia social.

Os *blogs* e fóruns na internet nos quais os usuários de internet discutiam sobre o tema e compartilhavam poemas e literatura são grandes exemplos desse compartilhamento de literatura eletrônica através de sites de redes sociais. Outro importante exemplo que podemos citar durante o final da década de 90 foi a obra *Gabriella infinita* (1999), do autor colombiano Jaime Alejandro Rodríguez, que nesse trabalho explorou a linguagem do intertexto com “a participação do usuário e uma variedade de links, imagens, sons e outros recursos computacionais” (JÚNIOR, 2023, p. 37).

Para Helvio de Araújo Júnior, as principais características dessas primeiras experiências da literatura eletrônica permeadas pelo compartilhamento de literatura e poesia na internet são “a exploração conjunta de diferentes recursos, as novas lógicas de acesso e fruição das obras e as relações temporais distintas entre o fazer poético e a recepção impressa” (JÚNIOR, 2023, p. 40). Entre os diferentes recursos utilizados na construção poética mediada pela internet citados por ele estão a utilização de elementos visuais, sonoros e textuais.

Essa possibilidade da utilização de outros recursos além do textual para a criação poética bem como a possibilidade de interatividade com o leitor são encaradas como uma marca de destaque da relação entre redes sociais na internet e poesia e que vão também fundamentar a afirmação de Alckmar Luiz dos Santos (2009) de que “não se pode falar de criação digital, sem passar pela Poesia Concreta” (informação verbal)⁷. Isso porque a poesia concreta se propõe a uma busca incansável por novas formas de linguagem e de construção do poema, inclusive sendo possível, em certos casos, a criação dos sentidos juntamente com o leitor da obra.

⁷ Citação de trecho da palestra transcrita “A criação poético-digital no Brasil”, de 2009. Disponível em: <https://bit.ly/43C0Fvw>. Acesso em: 4 set. 2024.

Contudo, além da diversidade de possibilidades que as ferramentas digitais permitem à criação, outro fator deveras importante do compartilhamento de poesia na internet é o fortalecimento da conexão e relação entre artista e público. Isso porque as redes sociais digitais tornaram bem mais fácil e possível a realização de interações entre o artista, o seu público e a obra, uma vez que o conteúdo está disponibilizado gratuitamente e pode ser curtido, comentado e ainda compartilhado. Assim, tendo como base a afirmação de Raquel Recuero de que “A interação seria a matéria-prima das relações e dos laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 30), à medida em que as interações entre os atores das redes sociais são mais possíveis, as relações e seus laços sociais se fortalecem.

Por sua vez, a facilidade de criação de relações no meio digital entre artista e público vai favorecer também a facilidade do aumento desse público que interage e da formação crescente de uma base de audiência nas mídias sociais. E, quanto maior a audiência de um artista, maior também é a legitimação do artista enquanto tal:

No século XXI, época em que as mídias massivas entram em crise e o espaço nelas outrora dedicado à crítica cultural se reduz drasticamente, os caminhos para se alcançar a visibilidade e a legitimação diante do público passam por articulações que podem prescindir da mediação dos jornais, das rádios e das TV, por exemplo (BEZERRA, NOGUEIRA, OLIVEIRA, 2022, p. 14).

Esses principais caminhos de comunicação de aumento da visibilidade e legitimação que dispensam a mídia massiva e tradicional são as mídias sociais, e atualmente uma das mais populares é o Instagram. É a partir dos recursos possíveis para se compartilhar poesia especificamente desta plataforma que nasce uma espécie de novo fenômeno literário: a Instapoesia.

2.2 O QUE É INSTAPOESIA?

Não se sabe ao certo como e quando o termo *instapoesia* foi criado, contudo, segundo Helvio Araújo, um fator é consenso entre os pesquisadores: trata-se de “uma prática poética mediada pela plataforma de fotos e vídeos, que surge em 2010, infere-se que sua emergência remonta à última década” (JÚNIOR, 2023, p.42).

Outro fator também é consenso entre os trabalhos pesquisados sobre o tema: o primeiro grande caso que popularizou o termo de instapoesia foi a criação e repercussão da instapoeta indiana, radicada no Canadá, Rupi Kaur. Como citado na introdução deste trabalho, a escritora soma atualmente 4,6 milhões de seguidores no instagram e mais de 3,5 milhões de

livros vendidos ao redor do mundo, tudo isso a partir da publicação de seus instapoemas iniciada em 2013.

Foi o sucesso na internet e a grande base de consumidores do seu conteúdo poético na mídia social que possibilitou que a escritora não apenas realizasse o lançamento do seu primeiro livro físico de poesia, mas também o tornasse um sucesso de vendas em todo o mundo. Além disso, o público engajado no instagram também se engajou presencialmente, o que foi notado desde a primeira turnê que a poeta fez divulgando a sua obra além das telas com encontros repletos de pessoas da sua base de fãs da internet.

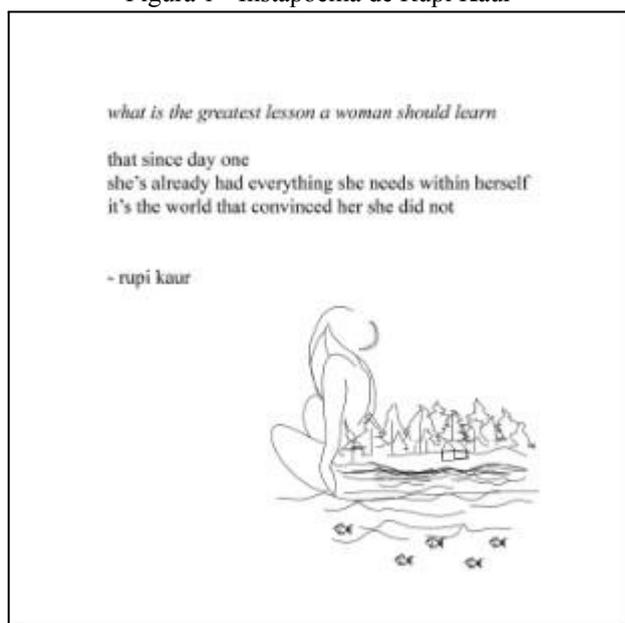
O caso de Rupi Kaur, foi apenas um primeiro grande exemplo de vários outros que a sucederam. No Brasil, podemos citar como principais perfis de instapoesia que tiveram grande repercussão desde a popularização do gênero o @textoscrueisdemais, @akapoeta, @zackmagiezi, @eumechamoantonio e @umcartão.

Assim como Kaur, a maioria desses instapoetas não havia lançado um livro até a popularização de suas obras do Instagram. Inclusive, tal qual *Milk and Honey* (2015) da instapoeta canadense reunia em boa parte do livro instapoemas que já havia publicado em seu perfil da plataforma, boa parte dos primeiros livros desses instapoetas citados e muitos outros reúne obras de instapoesia já publicadas no Instagram. Desta forma, boa parte dos livros são coletâneas de instapoemas.

Em todos os casos dos instapoetas citados acima são percebidas características em comum em suas obras que foram listadas por Helvio Júnior:

versos curtos e poemas de linguagem simples, mesclados a elementos gráficos como imagens e ilustrações. O minimalismo com o qual os textos são produzidos e o uso frequente da linguagem não verbal, assim, acabam permitindo um alcance muito maior entre seus seguidores (JÚNIOR, 2023, p. 43).

A linguagem mais simples dos instapoetas é uma característica que faz parte da comunidade literária, muitas vezes, encarar a instapoesia como uma obra de menor profundidade e caráter poético. Neste trabalho, contudo, não iremos buscar atribuir ou analisar qualquer “valor poético” da instapoesia. O mais importante neste estudo, é perceber o quanto as características da instapoesia tornam possível a popularização de obras de jovens escritores e a facilidade destes criarem uma base de consumidores em alta escala e se comunicarem com suas respectivas audiências com facilidade de uma forma em que a relação artista-público e vice-versa é fortemente alimentada.

Figura 1 - Instapoema de Rupi Kaur⁸

Fonte: Instagram (2024)

Figura 2 - Instapoema de Akapoema (nome artístico de João Doederlein)⁹

Fonte: Instagram (2024)

No fortalecimento dessa relação entre a/o artista e seus leitores, recursos como os *stories* são importantes para que o público acompanhe a vida pessoal do escritor e se sinta mais próximo dele. Ao mesmo tempo, a possibilidade de realizar comentários nos posts é outro fator que intensifica essa relação, tornando o Instagram em um catalisador do estado interrelacional da poesia (JÚNIOR, 2023, p. 44 - 45). Esses fatores, alinhados à possibilidade

⁸ Publicado na data 8/3/2024, até o momento de produção deste trabalho a publicação reunia 234 mil curtidas.

⁹ Publicado na data 25/6/2024, até o momento de produção deste trabalho a publicação reunia 8.620 curtidas.

e facilidade de uma produção constante, são importantes contribuintes para o sucesso da instapoesia.

Contudo, convém reparar que os recursos do Instagram estão em constantes mudanças e atualizações que sugerem novas formas de utilização. O instagram de 10 anos atrás, quando a instapoesia se popularizou, já não é o mesmo dos dias atuais. O *feed* já não é o único recurso possível para criação dentro da plataforma e os conteúdos estáticos como fotos e *cards* já não são o principal formato de produção de conteúdo. Mudanças como essas influenciam na forma de criação da instapoesia e na forma com que o público consumidor passa a consumir e sobretudo engajar com os conteúdos dos instapoetas. E entre as atualizações do Instagram que mais modificaram a forma de produção e consumo de instapoesia nos últimos anos está a criação do *reels*.

2.3 O FORMATO REELS E SUA APLICAÇÃO POÉTICA

Lançado em 2020, o *reels* é um recurso de produção em vídeos curtos dentro do instagram. No período em que foi lançado, o tempo máximo permitido para um vídeo neste formato era de 30 segundos, atualmente, os *reels* podem ter duração de até 1 minuto e 30 segundos.

Assim como o *feed* é uma linha do tempo de publicações dentro da plataforma, os conteúdos publicados enquanto *reels* possuem sua própria linha do tempo. Isso quer dizer que existe uma aba dentro da plataforma que só vai mostrar os conteúdos produzidos enquanto *reels*. Ao mesmo tempo, caso seja uma escolha do produtor de conteúdo, os *reels* também podem aparecer na linha do tempo padrão de publicações.

Desde o lançamento, os *reels* possuíam maior probabilidade de alcançarem mais pessoas, uma vez que o algoritmo do instagram trabalhava em prol disso, buscando popularizar o recurso recém-lançado. Atualmente, apesar de em menor escala, o *reels* continuam possuindo um “impulsioneamento” orgânico e algorítmico maior que publicações em outro formato, isto é, conteúdos em vídeos no formato *reels* tendem a alcançar mais pessoas em virtude da prioridade que o algoritmo dá a esse formato de conteúdo.

Essa possibilidade de conseguir um maior alcance, isto é, que o conteúdo seja entregue a uma parcela maior de usuários da rede social, logo chamou a atenção dos produtores de conteúdo, inclusive dos que já faziam instapoesia nos formatos *feed*. A própria Rupri Kaur tem utilizado os *reels* para compartilhar sua instapoesia, como podemos notar em publicações nas quais ela grava um vídeo mostrando uma página de algum de seus livros com alguma música

de fundo, uma forma bastante simples de transpor a imagem para vídeo. Em outras a voz dela lendo o poema também chega a fazer parte do vídeo, como acontece em outra publicação feita no dia 23 de março de 2024¹⁰.

Por mais simples que seja o exemplo deste *reels* citado da Rupi Kaur, ele já mostra o potencial do cruzamento midiático que o formato permite, ou seja, a união, em um único conteúdo, de texto, imagem e som, seja este último o som da voz do poeta recitando ou ainda o som de alguma trilha musical utilizada como fundo. A partir dessas características, já é possível tecer uma relação muito próxima entre a criação de instapoesia através de *reels* e o conceito de videopoema, que chegou a ser definido por Ruiz Alvarez Aurora como o “resultado da manipulação de vários procedimentos técnicos (de combinação, superposição, fragmentação) com o objetivo de imbricar meios distintos de expressão: o som (a oralidade e os recursos sonoros), a escritura e a imagem em movimento” (2019, p. 12).

Um dos artistas no Brasil que suscitaram debates interessantes sobre o videopoema é Arnaldo Antunes, sobretudo através do seu DVD “Nome” lançado em 1993. Este trabalho de Arnaldo se encaixa perfeitamente em outra definição da videopoesia enquanto “um tipo de poema que explora o potencial imagético da palavra e o potencial poético da imagem” (WORKSHOP, 2021). Não coincidentemente, Arnaldo é um multiartista que traz na sua atuação poética uma forte relação com o movimento da poesia concreta, que nos faz retomar a ligação deste movimento com a criação de uma poesia digital.

Assim, questões da videopoesia, sobretudo a exploração do potencial poético da imagem, são aproveitadas pela instapoesia nos *reels*. Porém, importante destacar que esse aproveitamento se dá de forma em que são preservadas características essenciais da instapoesia como a utilização de linguagem mais simples e de fácil compreensão, a utilização de temas reflexivos e sentimentais, o forte potencial de interação na internet e a facilidade de produção e disponibilização de conteúdos.

No cenário contemporâneo brasileiro, vários são os exemplos e as formas de criação de instapoesia através do *reels*, que exploram a conversão midiática de forma ainda mais aprofundada que o exemplo citado da Rupi Kaur. Neste trabalho, durante a realização da pesquisa exploratória, achamos interessante citar e exemplificar essa diversidade através da produção dos perfis @poetizaa__, @hugonaesf, @viniator e @poesianasestrelas.

O perfil @poetizaa__ é administrado pela poeta, compositora e influencer Iza Mara. Importante destacar que os trabalhos como influencer e compositora vieram após a popularização dos conteúdos poéticos produzidos pela artista, que hoje soma 931 mil

¹⁰ Disponível em <https://www.instagram.com/p/C43eUAXxcrs/>

seguidores no Instagram. Nascida e radicada no interior de Pernambuco, Iza, que também assumiu como nome artístico o próprio nome de user do instagram, Poetiza, possui uma obra criativa bastante inspirada na metrificação clássica dos versos e estrofes da poesia popular. Boa parte dos textos poéticos são feitos com base na estrutura das glosas decassílabas, isto é, poemas compostos por estrofes de dez versos, onde cada verso possui dez sílabas poéticas, como é o caso do seguinte poeta:

Tem algumas verdades inegáveis / para nós evitarmos ser feridos / temos que ter limites definidos / e alguns serem inegociáveis / saia de relações desconfortáveis / se afaste daqueles que te inflamam / corte laços com aqueles que só tramam / contra o seu coração até porque / tem pessoas que amam ter você / mas no final das contas não te amam (NÃO CONFUNDA, 2024).

A poeta ainda se utiliza de outras metrificações clássicas da poesia popular como sextilhas. Contudo, o importante a se destacar é que, na maioria dos conteúdos, ela mesma aparece recitando no vídeo com uma legenda acompanhando o texto do poema em que é recitado. Um formato aparentemente de simples produção, mas que, através dos números de seguidores e engajamento das publicações, possui forte potencial de alcance - este poema citado, por exemplo, possui até hoje, apenas três dias após a publicação, 221 mil visualizações e 12.300 curtidas. Quanto aos temas abordados em suas poesias, a maioria versa sobre questões amorosas, românticas, saudosas ou até de autoestima, temas muito abordados também pelo poeta Hugo Novaes.

Proprietário do perfil de instagram @hugonovaesf que soma atualmente 423 mil seguidores, o poeta possui similaridades fortes com Poetiza, pois também é nordestino e tem fortes inspirações das métricas clássicas da estrutura da poesia popular nordestina como decassílabos e sextilhas organizados em versos com estrofes de 6 a 10 versos. O formato de produção dos vídeos também é muito próximo, uma vez que na maioria dos vídeos o próprio poeta aparece recitando o poema criado com uma legenda do texto que é recitado. Contudo, há uma diferença notável do conteúdo publicado por ele em relação ao de poetiza, Hugo Novais acrescenta ao vídeo uma trilha sonora de *background* nos vídeos que majoritariamente possui destaque para o piano, o que contribui para a imersão em uma obra com “aura” mais sentimental. Isso é mais uma demonstração das possibilidades de personalização do instapoema através dos *reels*.

Diferentemente dos dois anteriores, o poeta Vini Queiroz não é nordestino, e sim de Goiânia, cidade do Centro-Oeste brasileiro. A produção de instapoesia em seu perfil de instagram, onde soma 386 mil seguidores, é bem próxima do formato aplicado por Hugo

Novaes: Vini aparece nos vídeos recitando um poema, cuja legenda também aparece no vídeo e ainda aplica uma música de *background* dos vídeos. Contudo, há duas diferenças em relação à produção do Hugo. A primeira é que a poesia de Vini, apesar de explorar com frequência rimas, não segue parâmetros de metrificação da poesia popular nordestina. E a segunda diferença é a aplicação de uma interpretação do poema mais teatral, influência que o poeta traz de suas experiências e estudos enquanto ator. A partir disso, é possível perceber na récita de Vini pausas mais pensadas, variações de ritmo, mudanças de tons de voz a partir das mudanças de sentidos dos versos, um cuidado maior da relação entre o texto que se fala e a expressão corporal realizada ao dizer o texto e, em alguns casos, até a utilização de um figurino.

A partir desses três casos, é possível perceber o quanto os diferenciais de cada poeta são explorados, mesmo que utilizem um formato de produção em comum e temáticas semelhantes. O quarto exemplo citado, contudo, se destaca dos três já citados principalmente devido à mudança do conteúdo em vídeo.

O perfil de instapoesia @poesianasestrelas, gerenciado pelo poeta e artista visual Matheus Miguel, soma 35 mil seguidores e possui como principal formato de produção de instapoesia no *reels* a utilização de uma voz *off*, que recita o poema enquanto o conteúdo visual do vídeo consiste na união de diversos vídeos curtos registrados pelo próprio poeta em meio ao cotidiano urbano da cidade de Recife. Os vídeos majoritariamente também utilizam uma música de *background*, que normalmente é um trecho de uma canção da MPB, propiciando uma imersão visual e sonora nos sentidos poéticos relacionados ao poema.

O exemplo da produção de Matheus Miguel, entre os exemplos citados, é o que mais se aproxima da característica já citada do videopoema de explorar o potencial poético da imagem. E, além disso, o próprio texto do poema se faz mais rico em metáforas do que a maioria dos textos produzidos pelos outros instapoetas, explorando também a relação entre símbolos e significados da palavra e da imagem. Porém, uma semelhança é importante ressaltar entre todos: a temática da paixão, do amor, da saudade e de sentimentos que envolvem uma relação amorosa entre duas pessoas.

Vale pontuar também que os formatos explorados por cada um desses poetas também foi utilizado no projeto respeitando a identidade de cada poeta convidado(a). O poeta Ser Imenso, por exemplo, já produzia e segue produzindo no perfil de instapoesia @pedacodetexto produções muito próximas das realizadas por Matheus Miguel, Rosberg Adonay e Tayna Lima também imprimiram nos seus vídeos a relação com o teatro que ambos possuem, Stephanie Sá também explorou nos três vídeos gravados para o projeto o formato de

recitar diretamente para a câmera como Poetiza, enquanto Bernardo Reyes, em todos os seus vídeos, recitou para a câmera seu poema com uma trilha sonora de *background*. A partir disso, é possível perceber que os poetas caruaruenses possuem estilos e identidades diversas que ao mesmo tempo se assemelham com grandes casos de instapoesia citados como referência.

Por isso, antes de começarmos a falar do projeto Janela Poética, cabe situar o leitor da atual cena poética de Caruaru, bem como pincelar a história da poesia da cidade.

2.4 CARUARU E POESIA

Como citado anteriormente, a maior parte da história literária de Caruaru está intimamente ligada à estética da poesia conhecida como popular nordestina. Este formato da construção de poemas preza por formas metrificadas de verso, das quais as mais conhecidas são versos heptassílabos (sete sílabas poéticas), decassílabos (dez sílabas poéticas) e dodecassílabos (12 sílabas poéticas). Estes versos, dentro da poesia popular, normalmente são dispostos, em sua maioria, em estrofes com quatro versos (quadras), seis versos (sextilhas), dez versos ou doze versos. Contudo, apesar de serem formas atribuídas a uma cultura popular do Nordeste, segundo o pesquisador, poeta e escritor Bráulio Tavares:

o Romanceiro Popular do Nordeste teve origem ibérica, mas atraiu para si outras tradições [...] No Nordeste também foram inventadas novas formas de estrofe, novas maneiras de organizar as rimas, dando ao nosso romanceiro um perfil distinto do Romanceiro Ibérico (TAVARES, 2009, p. 100).

Até os dias atuais, a produção literária dentro dessas formas de estrofes e versos têm se mantido ativa em Caruaru e conta com a atuação de organizações como a Academia Caruaruense de Literatura de Cordel e incentivada através de festivais, mostras e até mesmo um palco dedicado ao gênero, conhecido como Polo do Repente, durante o maior festival da cidade: o tradicional São João de Caruaru. Contudo, criações poéticas contemporâneas que fogem à estética da poesia popular não possuem o mesmo engajamento por parte da população e dos órgãos e instituições culturais da cidade, apesar da prolífica produção.

Um dos principais indícios desta rica produção da poesia contemporânea na cidade pode ser observada através das iniciativas literárias realizadas pela Arrelique, uma editora independente da cidade que além da publicação de escritores da região, promove anualmente uma antologia no formato e-book que reúne poesias e contos de escritores contemporâneos de Caruaru, a antologia *Nem tudo que há no mundo*.

Em sua primeira edição, a antologia reuniu nomes como Thiago Medeiros e Urbano Leafa, dois importantes escritores e produtores culturais ligados à literatura esteticamente contemporânea de Caruaru. Assim, a cada edição, a antologia reúne novos escritos de autores, em sua maioria poetas, que ainda não foram publicados em edições anteriores.

Além dos dois poetas citados, outros nomes da cena de poesia caruaruense contemporânea são Clécia Pereira, Maria Kiló, Ivan Nicolau Corrêa, Iran Bradock, Rosberg Adonay, Ser Imenso, Stephanie Sá, Bernardo Reyes, Tayná Lima, Manu Monteiro e Thaciana Rodrigues. Para além da poesia contemporânea, Caruaru continua sendo berço de novos poetas ligados à poesia popular como Eduarda Martins, Pedro Poeta, Jefferson Declamador e Davi Geffson.

Contudo, apesar da rica e prolífica cena literária que a Arrelique evidencia em cada edição, ela não está tão acessível na internet. Essa ausência de uma divulgação da poesia produzida na cidade acaba, no contexto da importância das mídias sociais na contemporaneidade, restringindo o conhecimento dessa cena a um público de “bolha”, que muitas vezes chega a conhecer os escritores devido a uma busca ativa, e não porque essa cena chegou a determinada pessoa.

Além de que, enquanto escritores ligados à literatura contemporânea, é essencial a apropriação de meios de comunicação contemporâneos para divulgar a produção poética para o público também contemporâneo, que se encontra cada vez mais imerso nas mídias sociais.

O projeto produzido neste trabalho, por sua vez, busca preencher essa lacuna e fortalecer a produção e difusão no instagram dessas obras literárias de jovens poetas que exploram linguagens e estéticas mais contemporâneas, o que denota a importância do projeto também na renovação estilística da história literária da cidade. E, com essa difusão, busca-se furar a bolha do público consumidor dessa literatura atual e alcançar novos e potenciais leitores.

3 A PRODUÇÃO DO PROJETO JANELA POÉTICA

3.1 O INÍCIO DA PRODUÇÃO

A escolha do nome do projeto surgiu do poema *Emergência*, de Mário Quintana (2005), que tem como versos: “Quem faz um poema abre uma janela. Respira, tu que está numa cela abafada, esse ar que entra por ela. Por isso que os poemas têm ritmo – para que possas, profundamente respirar. Quem faz um poema salva um afogado” (QUINTANA, p.46).

A partir da interpretação do poema enquanto uma janela e do compartilhamento de poemas através do Instagram, surge a ideia de tornar a rede social em uma “Janela Poética”.

Já o tempo para realizar o projeto foi de seis meses, uma vez que esse era o tempo destacado em edital para todos os projetos inscritos. Como já citado, a ideia deste projeto surgiu em conversa com Amilcar Bezerra, orientador pedagógico do projeto, enquanto pensávamos sobre um projeto interessante para submeter ao edital e que unisse a arte autoral local e as redes sociais. Ao definir que a arte em questão seria a poesia contemporânea de novos escritores de Caruaru, achamos que seria interessante fechar o número de poetas participantes em oito.

A escolha por limitar o número de participantes se deu principalmente para fixar o nome e estilo de cada poeta, uma vez que com esse número e esse tempo de duração do projeto cada poeta teria 3 poemas divulgados, o que ajudaria a fixar o nome de cada participante para o público-alvo. Além disso, um número limitado de participantes tornaria a produção e execução do projeto mais viável em termos de contato e eventual auxílio aos poetas participantes na produção dos vídeos a serem publicados no perfil do projeto.

Além de mim, os poetas escolhidos para participar foram Rosberg Adonay, Stephanie Sá, Manu Monteiro, Tayna Lima, Bernardo Reyes, Urbano Leafa e Ser Imenso. Todos foram contactados e aceitaram o convite feito para colaborarem com o projeto. Estes nomes foram escolhidos buscando deixar o “quadro” de poetas o mais diverso possível em termos de estilo poético, buscando também equilibrar poetas com livros lançados e poetas que ainda não haviam lançado livro até o momento.

Ademais, foi uma preocupação atender também, na medida do possível, a critérios de diversidade étnica e de gênero: são três poetas mulheres e cinco poetas homens, e do total de oito, metade são pessoas negras. Importante destacar também que cinco pessoas do grupo de poetas se identificam enquanto membros da comunidade LGBTQIA+.

Com o aceite dos poetas e a aprovação do projeto em edital, iniciamos de fato a produção do projeto em outubro de 2023. Os primeiros 15 dias de trabalho foram planejados para a criação do perfil do instagram do projeto¹¹, a organização do cronograma de publicação de cada poema de acordo com a disponibilidade dos participantes e a criação da identidade visual.

Para a criação da identidade visual do projeto, foi convidado o designer Jefferson Sobral, que também é um dos poetas participantes do projeto e assina seus trabalhos artísticos como Ser Imenso. Foi marcada uma reunião com Jefferson para conversarmos sobre as

¹¹ Disponível em https://www.instagram.com/janela_poetica/

inspirações para o projeto e os rumos da identidade visual. A logomarca do projeto buscou fazer referência à imagem de uma janela em referência ao próprio nome do projeto e a cor azul foi escolhida tendo como referência o azul utilizado no livro *Toda Poesia* (2021) de Ferreira Gullar, pela editora Companhia das Letras . O amarelo foi uma cor complementar ao azul, firmando as duas cores principais da identidade visual, que também contou com o branco. Para a criação do projeto, o designer utilizou a plataforma *Canva*.

Figura 3 - Identidade visual criada por Jefferson Sobral (Ser Imenso).



Fonte: do autor (2024)

Enquanto Jefferson produziu a identidade visual, iniciei o primeiro planejamento de gestão de publicações dos vídeos no Instagram bem como comecei a entrar em contato com os poetas para saber da disponibilidade para gravação de vídeos e entrega dos mesmos. O planejamento e organização do cronograma de publicações durante todo o projeto foi feito utilizando o software *libreoffice*, planilha semelhante ao excel, porém do sistema operacional Linux.

As publicações começaram a ser planejadas a partir da possibilidade de entrega de cada poeta. Para a organização dessas publicações, utilizei um modelo de planilha no qual uma célula correspondia a um dia (células com preenchimento em azul) e cada página da planilha correspondia a um mês.

Contudo, antes de iniciarmos a publicação dos vídeos dos poemas autorais, criei o perfil do projeto no Instagram e fiz duas publicações: uma primeira apresentando a identidade visual e falando brevemente na legenda sobre o que trataria o projeto; e uma segunda

publicação, na qual, em vídeo, eu expliquei o projeto, falei dos participantes e comentei como o projeto funcionaria.

Inicialmente, o projeto atrasou o começo das publicações dos vídeos de acordo com o planejamento aprovado, pois tivemos que nos adequar ao prazo de 15 dias de antecedência necessários para realizar o envio de cada vídeo para a equipe BICC. Vale pontuar que o vídeo só poderia ser publicado no perfil do projeto após ser antes publicado nos perfis de comunicação da BICC (<https://www.instagram.com/bicc.ufpe/>). Porém, após esse atraso inicial, seguimos normalmente a publicação dos vídeos, sempre esperando a publicação no instagram da BICC antes de publicarmos no perfil do instagram do projeto.

Inicialmente, chegamos a definir os dias específicos de publicação como segundas-feiras e quintas-feiras. A escolha desses dias se deu para buscar um intervalo de 2 ou 3 dias entre cada um dos vídeos. Contudo, no decorrer do projeto, os vídeos começaram a ser publicados de acordo com o andamento da produção. Na maior parte das vezes, os vídeos eram postados no início da noite de cada dia, entre as 18h e 20h, isso porque era um momento em que eu estaria mais disponível para fazer a publicação do conteúdo ao mesmo tempo em que se trata de um horário em que as pessoas já estão em suas casas, em horário mais livre e mais suscetível a estarem online no Instagram.

Figura 4 - Print de tela mostrando um mês de planejamento

MÊS		Março				
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						

Fonte: o autor (2024).

Para a produção dos vídeos, foi feita sugestão de que os poetas os gravassem como se recitassem para a câmera, porém também foi dada a liberdade caso houvesse preferência por outro formato e estética, buscando preservar o estilo de vídeo que por ventura algum(a) poeta já estivesse acostumado a produzir. Contudo, para os que desejassem, haveria suporte na roteirização e gravação dos vídeos. Houve apenas uma orientação geral quanto ao formato do vídeo na vertical para a aplicação do formato *reel*.

Também foi produzido, tal qual havia sido pensando no plano de trabalho proposto no edital, um vídeo de cada poeta se apresentando, para introduzir ao público-alvo quem era o/a poeta, suas obras, sua história e sua relação com a poesia. A publicação de cada um desses vídeos era publicado na mesma semana em que o primeiro vídeo-poema de cada poeta era publicado na mídia social. Assim, se na primeira semana foi publicado o vídeo do poeta Bernardo, na mesma semana era publicado o vídeo dele se apresentando.

Quanto à produção das capas dos *Reels* foi produzida por mim, bolsista BICC, tendo como base a identidade visual produzida por Jefferson Sobral e o modelo de capa para *reels* que os participantes da BICC deveriam seguir. Para a produção das capas utilizei o site *canva*, plataforma gratuita e intuitiva para a criação de peças gráficas. Segue abaixo o modelo a ser seguido e a adaptação do modelo para a identidade visual do projeto:

Figura 5 - Modelos de capas para vídeos do reels indicados pela coordenação da BICC



Fonte: o autor (2024).

Figura 6 - Capa de reels produzida buscando equilibrar os modelos obrigatórios e a identidade visual do projeto.



Fonte: o autor (2024)

3.2 A PRODUÇÃO DOS VÍDEOS

A depender da disponibilidade e preferência dos poetas, o vídeo-poema era feito ou não com o meu suporte no planejamento, gravação e/ou edição. No caso, foi sugerido aos poetas participantes que o formato do vídeo seguisse um modelo padrão de apresentação dos poemas como quem recita para a câmera, buscando estabelecer uma conexão mais direta com os usuários da rede social. Contudo, no decorrer do início do projeto alguns poetas que preferiram produzir seus próprios vídeos foram entregando formatos de vídeos com os quais se sentiam mais à vontade de recitar. Portanto, também achei interessante que a partir disso, o projeto começasse a testar diferentes formas de produção e edição dos vídeos.

Assim, a forma de produzir o vídeo passou a ser definido juntamente com o poeta, respeitando sua preferência, seu estilo de recitação, sua identidade e seu conforto em relação ao formato. Caso aceitasse a oferta de suporte para produção, eu marcava junto ao poeta um dia para debatermos, construirmos roteiro e gravarmos os conteúdos do vídeo. Caso o poeta optasse por fazer a produção do vídeo por conta própria, acertávamos uma data para entrega, ele me enviava, e eu fazia a edição final do vídeo, adicionando legenda e logos da BICC e UFPE. Nos momentos em que eu oferecia suporte na produção dos vídeos, eu costumava

seguir quatro etapas: conversa com o poeta para definição do tema do poema a ser gravado, planejamento do roteiro, produção do vídeo e edição do vídeo.

Para a produção do roteiro, tive como referência o modelo de roteiro publicitário classificado no livro *Vende-se em 30 segundos* como “modelo em tabela” que utiliza “duas colunas: uma para a imagem e outra para o áudio” (BARRETO, 2010, p. 121). Assim, seguindo esse modelo, o roteiro foi dividido em duas colunas: “áudio” e “vídeo”. Na primeira conteria tudo o que o usuário da internet ouviria no vídeo, como texto falado e trilha sonora de fundo (caso houvesse), na segunda coluna é elencado tudo o que seria visto no vídeo, como cena, local de gravação e posicionamento do poeta no vídeo quando ele aparecia. Este roteiro era escrito na plataforma do Google Docs e segue abaixo uma imagem de exemplo do roteiro:

Figura 7 - Print de tela de um dos roteiros produzidos para o projeto.

Roteiro do Poema “Despertar” de Gael Vila Nova	
JANELA POÉTICA	
Locais de gravação: casa, centro da cidade, via parque, ônibus pra Universidade Federal (UFPE) , Monte Bom Jesus.	
Áudio	Vídeo
(trilha sonora de violão gravado por mim de fundo)	
TEXTO DO POEMA: Me alimento Rotineiramente De 4 poemas pelas manhãs	Vídeo Abrindo livro de poesia Take Servindo café em xícara
Com o café <u>desperto</u> os sentidos Com os poemas desperto os sentimentos	take pessoas andando, lojas abrindo
Para que eu seja menos o asfalto em que caminho ao trabalho	
E mais as folhas que dançam sobre ele <u>desprezenciosas</u>	take de vídeo de trânsito e de sinal
Para que eu seja menos as fumaças dos automóveis	
E mais o vento que espalha os perfumes	take de vídeo de flores na via parque
Para que eu seja mais sonho Do que materialidade	take de nuvens no céu e nuvens no céu vistas da janela do ônibus
Para que eu seja menos a pressa	vídeo subindo as escadas do monte
E mais a vontade	take do por do sol no monte

Fonte: O autor (2024).

A narrativa do vídeo e as imagens, cenas e takes contidos nele eram construídas a partir do tema e do texto do poema, buscando correlacionar conceitualmente o que aparecia no vídeo com o texto do poema que era recitado no momento.

Já para a etapa de produção, utilizei para gravação dos vídeos e dos áudios produzidos por mim o meu próprio celular. Durante outubro, utilizei um Motorola G7play, e com a troca de celular em novembro passei a utilizar um Iphone 13, que possui uma câmera e áudio com boa qualidade para a produção de conteúdos em vídeo e áudio. Na etapa de edição, utilizei o aplicativo *Capcut*, plataforma de edição de vídeos disponível para download gratuito nos smartphones.

Ao longo do projeto alguns poetas gravaram vídeo recitando o poema direto para a câmera, outros recitando atribuindo à récita uma interpretação teatral e outros vídeos ainda consistiam na elaboração de roteiros nos quais o poema era recitado em *voz off*¹² com algumas imagens do cotidiano gravadas aparecendo na tela, editadas em sequência com a voz recitando o poema no fundo. O principal ponto forte para o trabalho de seguirmos essa diversidade de formas de vídeo foi a possibilidade de analisar como cada formato performou no Instagram em termos de alcance e engajamento.

Vídeos como por exemplo de Stephanie Sá e de Bernardo Reyes possuíam uma estética na qual o/a poeta recitava o poema à medida em que o liam. Já outros vídeos a récita estava alinhada a uma interpretação também teatral, como é o caso dos primeiros vídeos no qual eu recitava e os três vídeos do poeta Urbano Leafa e da poeta Tayna Lima. Outros, no entanto, recorriam ao terceiro formato, no qual era escrito um roteiro no qual era utilizado o recurso de *voz off* com imagens aparecendo no vídeo, como foi o caso dos vídeos dos poetas Rosberg Adonay, Ser Imenso e do meu segundo vídeo para o projeto.

Vale destacar, no entanto, o formato utilizado para o segundo e terceiro vídeo da poeta Manu Monteiro. Uma vez que a poeta também é artista visual e que ela era uma das poetas que aceitou a minha oferta de apoio para a produção dos vídeos, eu sugeri que uníssemos a poesia e a arte visual em formato de vídeo no qual a voz dela em *off* recitava o poema à medida em que gravaríamos em plano detalhe uma das obras visuais dela e aos poucos íamos mostrando a obra por completo. O resultado surtiu uma boa recepção do público e resultou em um dos vídeos com mais alcance, totalizando 3.193 visualizações do vídeo, intitulado *A mulher de Câncer*¹³.

¹² Técnica na qual a voz do poeta aparece apenas em áudio sem o poeta aparecer recitando no vídeo.

¹³ Disponível em <https://www.instagram.com/reel/C3kp3IQMeMw/>.

As temáticas dos poemas também eram sempre fruto da escolha dos próprios poetas e toda a criação do vídeo partia da temática escolhida. Desta forma, tanto a diversidade de temas como a diversidade de formas de produção de vídeos nos permitiu testar e analisar como cada um dos vídeos performava a depender do tema e do estilo em que o poema era recitado. Assim, foi possível analisar, ao longo do projeto, que tipo de temáticas e formatos de vídeos se sobressaem em termos de alcance orgânico na plataforma.

3.3 ANÁLISE DA PERFORMANCE DOS VÍDEOS NO INSTAGRAM

Ao longo do projeto, foram produzidos 21 vídeos de poemas autorais de 8 poetas. Os vídeos, como comentado anteriormente, tiveram diversos formatos de produção e temas de poemas, e a análise da performance de cada vídeo na rede social analisará esses dois aspectos principais somados também ao aspecto da qualidade de vídeo. Ao mesmo tempo, teremos como principal métrica para aferir a boa performance dos vídeos o número de reproduções que cada um obteve na rede social.

Os vídeos eram compartilhados no perfil do projeto no instagram, @janela_poetica, e publicados em colaboração com o perfil de cada poeta. Assim, o vídeo de determinado poeta também poderia alcançar o público de seguidores do perfil do poeta em questão. Dessa forma, seria possível aproveitar o público de cada poeta, como também buscar atrair os públicos de todos os poetas para o instagram do projeto, fazendo com que tivessem acesso também aos vídeos de todos os poetas do projeto.

Em termos de seguidores do perfil de cada artista que pudesse influenciar na performance dos vídeos, apenas o poeta Bernardo Reyes possuíam um número bem maior de seguidores equivalente a 50 mil seguidores contra uma média de 1 a 5 mil seguidores de cada um dos outros poetas participantes. Contudo, conforme veremos em análise, a diferença de seguidores até influenciou, mas não foi decisiva para a boa performance dos vídeos.

Importante destacar que todos os resultados conquistados não tiveram influência de impulsionamentos, uma vez que a proposta do projeto era justamente testar e buscar experimentar os resultados de forma orgânica. Dessa forma seria possível avaliar como o algoritmo funcionaria com os vídeos a partir de seus formatos, estéticas e temas.

No que diz respeito ao formato/roteiro dos vídeos, dois modelos foram principais: um no qual a/o poeta aparece recitando na câmera e outro no qual o texto do poema era recitando em voz *off* com imagens diversas aparecendo no vídeo. Durante o projeto, o primeiro tipo de roteiro foi seguido por Stephanie Sá, Urbano Leafa, Bernardo Reyes e Tayná Lima em todas

as suas contribuições para o projeto, os primeiros vídeos de Manu Monteiro e meu também seguiram esse formato. Já os poemas de Ser Imenso, Rosberg Adonay, e os segundos e terceiros vídeos meus e de Manu Monteiro seguiram o segundo tipo de roteiro.

Quanto ao tema, serão divididos em cinco eixos: reflexões sobre a vida, cotidiano e anseios pessoais; amor, saudade e decepção amorosa; temas sociais e raciais; narrativos (que narram alguma história) e metalinguagem (sobre a própria poesia). Também pontuamos a qualidade de som e imagem dos vídeos, uma vez que são fatores que influenciam a experiência do usuário e que também podem contribuir no resultado da performance dos vídeos.

Na tabela abaixo, listamos todos os vídeos produzidos no projeto por cada poeta, com seus respectivos temas, formatos de roteiro, número de reproduções do vídeo e classificação de qualidade de som e imagem.

Tabela 2 - Informações e dados sobre os vídeos produzidos durante o projeto

POETA	TÍTULO	TEMA	FORMATO	QUALIDADE DO VÍDEO	REPRODUÇÕES DE VÍDEO
Stephanie 1	Não Sou Metade da Laranja	Amor próprio e empoderamento	Recitando p/câmera	Boa	2.741
Stephanie 2	-	Amor	Recitando p/câmera	Boa	3.011
Stephanie 3	-	Amor	Recitando p/câmera	Boa	1.480
Bernardo 1	Sertanejo	Narrativo	Recitando p/câmera - lendo	Regular	3.888
Bernardo 2	Índio Moderno	Narrativo	Recitando p/câmera - lendo	Regular	4.319
Bernardo 3	-	Amor	Recitando p/câmera	Regular	3.276
Urbano 1	Realeza Negra	Tema social / racial	Recitando p/câmera	Bom	844
Urbano 2	Espelho me	Desilusão	Recitando	Bom	731

	disse	amorosa	p/câmera		
Urbano 3	Consuma ou suma	Tema social	Recitando p/câmera	Bom	3.904
Tayna 2	Indigente 2	Desilusão Amorosa	Recitando p/câmera	Regular	603
Tayna 1	Indigente 1	tema social racial	Recitando p/câmera	Regular	894
Ser Imenso 1	Sentir Dentro	Amor	Voz em <i>off</i>	Bom	5.313
Ser Imenso 2	Olhar Vivo	Reflexões do cotidiano (olhar observador)	Voz em <i>off</i>	Bom	1.008

Ser Imenso 3	Viver por aqui	Reflexões do cotidiano (olhar observador)	Voz em <i>off</i>	Bom	747
Manu 1	-	Reflexões (sobre si)	Recitando p/câmera	Bom	2.302
Manu 2	Mulher de câncer	Reflexões (sobre si)	Voz em <i>off</i>	Bom	3.282
Manu 3	Coração cantante	Reflexões (sobre si)	Voz em <i>off</i>	Bom	659
Rosberg 1	Preta Vida	Reflexões de vida e racial	Voz em <i>off</i>	Bom	1.688
Rosberg 2	Vi Vendo	Reflexões do cotidiano (olhar observador)	Voz em <i>off</i>	Bom	1,002
Gael 1	No espaço que é vão	Metalinguagem	Recitando p/câmera	Regular	1.121
Gael 2	Despertar	Reflexões do cotidiano (olhar observador)	Voz em <i>off</i>	Bom	896

Fonte: O autor (2024)

A partir da experiência do projeto e o cruzamento de dados dos vídeos, é possível identificar fatores que tendem a contribuir com a boa performance dos vídeos no *reels* do instagram.

3.3.1 Tema

Observando apenas quanto ao tema dos vídeos, é possível perceber que os poemas com o tema de amor teve uma performance melhor que outros, como é o exemplo dos vídeos de Stephanie Sá, que abordou o tema nos três vídeos, e o poema “Sentir Dentro”, de Ser Imenso. Vale pontuar que esses falam do amor de uma maneira mais leve e positiva, outros poemas que falam sobre desilusão amorosa, que abordam a experiência amorosa com um tom negativo, não tiveram uma boa repercussão, até mesmo quando a qualidade do vídeo também era boa e o formato do roteiro também foi o de “recitando para a câmera”, como foi o caso do poema *Espelho me disse*, de Urbano Leafa, e também *Indigente 2*, da poeta Tayna Lima, ressaltando que este a qualidade do vídeo foi regular.

Outro tema abordado nos vídeos que não resultou em uma boa performance até quando houve similaridade nos outros quesitos observados foram poemas com temas sociais / raciais. Os principais poetas que abordaram essa temática foram Tayna Lima e Urbano Leafa, e apesar da qualidade dos vídeos deste último terem sido melhor, a performance foi apenas um pouco melhor do que os vídeos da poeta. Contudo, vale pontuar o destaque do poema “Consuma ou Suma”, que possui um olhar crítico e de denúncia sobre o tema social e que figurou como um dos vídeos com melhor performance. O poema utilizado neste vídeo se destaca em toda a obra de Urbano há um bom tempo, então o caráter poético de sua construção e a boa aceitação já fora das redes sociais digitais foram fatores importantes para a performance também no digital.

Os temas narrativos, que misturam o estilo da poesia com a crônica, numericamente até aparentam uma boa performance, porém foi um tema abordado apenas por Bernardo Reyes, que possuíam um grande número de seguidores, o que aparenta ter influenciado na performance, uma vez que a qualidade de vídeo, sua dinamicidade e o formato do roteiro (lendo o poema) não foram bons. Assim, esses vídeos mantiveram uma mesma média de visualizações que os melhores vídeos de outros poetas que possuíam entre mil e três mil seguidores nas redes sociais, concluindo-se então uma taxa de visualização desproporcional em relação ao número de seguidores de Bernardo.

Quanto a temas reflexivos, os que propunham um olhar de observador sobre aspectos do cotidiano não tiveram uma performance muito boa, diferentemente de quando a reflexão proposta era sobre o próprio poeta e sua relação com o mundo ou algum tema específico, como foi o caso de dois poemas de Manu Monteiro. Vale destacar inclusive o poema “Mulher de câncer”, que figurou como o quinto com melhor visualização. Contudo, neste caso, não foi somente o tema, mas também outro fator que parece ter contribuído para a boa performance: a originalidade e/ou criatividade do vídeo.

3.3.2 Formato de roteiro e criatividade

O vídeo do poema “Mulher de Câncer” buscou unir a obra poética de Manu Monteiro com a sua obra visual, uma vez que a artista também produz desenhos e quadros à mão. Assim, no vídeo em questão, que foi o segundo produzido com a artista, o poema era recitado no formato de roteiro com voz *off*, enquanto que no vídeo eram mostrados detalhes de uma pintura produzida pela artista que aos poucos iam dando a perspectiva da obra por completo. Importante ressaltar que a pintura possui forte relação com o poema contextual com o poema recitado.

Porém, vale ressaltar que o terceiro vídeo também foi produzido dessa forma, mas não obteve a mesma boa performance. O que demonstra que a repetição do formato do vídeo é um fator que não contribui para o engajamento, o que também foi notado com os demais poetas, inclusive com o poeta Ser Imenso, que possuiu o vídeo mais bem visualizado ao longo do projeto com o poema *Sentir Dentro*. e sobre esse vídeo é importante fazer algumas considerações.

Além de ser um vídeo que fala sobre amor, tema que normalmente também repercutiu bem com outros poetas, o diferencial desse vídeo é que uniu a poesia do artista com uma linguagem audiovisual artística que também é um forte do poeta. Assim, atribuiu-se um ponto de originalidade e criatividade ao roteiro do vídeo em termos de direção de arte, que o fez superar por exemplo as visualizações dos vídeos do poeta Bernardo Reyes, que possuía 50 mil seguidores contra os pouco mais de 1.500 seguidores de Ser Imenso. Alia-se a esses pontos também a boa qualidade de vídeo, superior aos de Bernardo, e também a dinamicidade do vídeo, uma vez que “Sentir Dentro” continha diferentes cortes de vídeos, enquanto que os conteúdos de Bernardo continham ele lendo com a câmera fixa durante toda a duração.

Contudo, convém também ressaltar que os outros dois vídeos de Ser Imenso, que usaram do mesmo formato, apesar de abordarem outros temas, também não tiveram uma

performance tão boa, chegando a uma mesma média de resultados dos vídeos que tiveram as menores visualizações do projeto. Este último fato, aliado à observação feita também sobre os vídeos da poeta Manu Monteiro, corrobora a importância de se buscar imprimir um aspecto de originalidade e criatividade no roteiro de cada vídeo e de que a mera repetição de um formato de roteiro que já deu certo pode não dar tão certo quanto a primeira experiência.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um aspecto interessante de perceber na experiência do projeto foi o quanto a produção colaborativa de poesia no ambiente digital dentro de um mesmo perfil de instagram se mostra uma boa estratégia para o fortalecimento de uma cena artística e poética de Caruaru. Isso porque foi possível notar o potencial desse tipo de formato de produção para fortalecer o público local consumidor de poesia e também para fortalecer a conexão e articulação dos artistas entre si.

Pelos vídeos serem publicados em um único perfil de instagram, o público que chegava ao perfil através de um videopoema de um artista que ela já acompanhava pôde ter contato também com a obra de outros poetas da cidade. Além disso, a partir do momento em que determinado usuário começava a seguir o perfil do projeto, esta pessoa passava a receber os conteúdos de todos os poetas participantes. Desta forma, o projeto se mostrou uma ideia em potencial para o fortalecimento de um público consumidor de poesia e difusão de obras de poetas para o público-alvo.

Além desse aspecto da relação entre artista e público, o projeto também se mostrou importante para fortalecer a própria conexão entre os artistas participantes, uma vez que cada um passava também a conhecer a obra de um colega de produção literária da mesma cidade, fortalecendo os laços entre a própria cena artística.

Um exemplo muito próximo de produção colaborativa com efeitos semelhantes é o caso da mostra de música “Reverbo”, que reúne em uma mesma apresentação diversos artistas musicais para uma apresentação em conjunto. Contudo, segundo o trabalho *Cantautores E Produção Colaborativa Na Mostra Reverbo (Pe): Agregando Para Reverberar*, “a ideia de um coletivo sem hierarquias entre os artistas acaba também funcionando como um sistema de legitimação mútua” (BEZERRA, NOGUEIRA, OLIVEIRA, 2022, p. 113). A legitimação entre integrantes da mesma cena artística se mostra importante, uma vez que “numa conjuntura em que a crítica musical há muito perdeu a primazia no papel de avaliação,

recomendação e legitimação simbólica de novos artistas, a aceitação dos pares torna-se ainda mais importante” (BEZERRA, NOGUEIRA, OLIVEIRA, 2022, p. 113).

Além da importância e dos efeitos práticos de produções em coletivo, a partir da performance orgânica dos vídeos publicados no projeto podemos também concluir o quanto alguns fatores podem ajudar um conteúdo poético a ser bem divulgado pelo algoritmo do instagram. Quanto ao tema, podemos observar que aqueles que versaram sobre amor numa perspectiva mais positiva ou saudosa tiveram bom resultados, valendo pontuar a exceção do poema político-social *Consuma ou suma* de Urbano Leafa, que de toda forma reflete uma crítica bem contundente e construída ao consumismo. Com isso, podemos concluir que o potencial de um tema gerar identificação de sentimentos ou opinião no público-alvo é um aspecto que pode potencializar a performance de um vídeo.

Outro aspecto diz respeito à qualidade de vídeo e áudio, que são importantes para que o usuário do instagram tenha uma boa experiência com a obra, sinta-se visualmente atraído por ela e absorva com facilidade o conteúdo do vídeo. Contudo, um outro aspecto importante é a criatividade/originalidade do conteúdo, não só da criatividade poética, mas de como essa criatividade também é aplicada no manuseio da relação entre os elementos constituintes da instapoesia em vídeo, isto é, imagem em movimento, texto e som.

Por fim, um outro aspecto interessante de se refletir a partir do projeto Janela Poética e desses três elementos cruciais citados acima é o quanto poderíamos definir a produção de instapoesia através de *reels* no Instagram enquanto um novo movimento da videopoesia.

REFERÊNCIAS

- AURORA, Ruiz Alvarez. Da poesia visual ao videopoema de Arnaldo Antunes. **Revista Laboratório: literatura & experimentación**, Santiago, nº 19, 2019. Disponível em: <https://revistalaboratorio.udp.cl/index.php/laboratorio/article/view/17> Acesso em: 9 de setembro de 2024.
- BARBALHO, Valéria. Poetas da Capital do Agreste. **Diário de Pernambuco**, Recife, 2014. Disponível em: <http://www.impresso.diariodepernambuco.com.br/noticia/cadernos/opinioao/2014/01/poetas-da-capital-do-agreste.html> Acesso em: 13 de março de 2024
- BARRETO, Thiago. **Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário**. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.
- BEZERRA, A.A.; NOGUEIRA, A.M.C.; OLIVEIRA, M.V.B. Cantautores e produção colaborativa na mostra Reverbo (PE): agregando para reverberar. **Revista Terceira Margem**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 50, set./dez. 2022, p. 95-116. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/tm/article/view/53844> Acesso em: 15 de setembro de 2024.
- DREYFUS, Dominique. **A vida do viajante: a saga de Luiz Gonzaga**. 3. ed. São Paulo: 34, 2013.
- JUNIOR, Frank. Alguns poetas da velha guarda. **A Ponte**, 2018. Disponível em: <https://medium.com/a-ponte/alguns-poetas-da-velha-guarda-95c579385971> Acesso em: 13 de março de 2024
- JÚNIOR, Helvio de Araújo Caldeira. **No Meio do feed tinha um poema : considerações sobre a escrita de instapoesia e suas dinâmicas interativas**. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/60327> Acesso em: 12 de dezembro de 2023.
- MARTINS, Amanda. Instaliteratura: Imagem E Palavra Em Manifestações Poéticas No Instagram. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL ABCiber, 9., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: PUC São Paulo, 2016. Disponível em: https://abciber.org.br/anaisletronicos/wp-content/uploads/2016/trabalhos/instaliteratura_imagem_e_palavra_em_manifestacoes_poeticas_no_instagram__amanda_rafaela_gomes_martins.pdf Acesso em: 13 de dezembro de 2023.
- MARTINS, Heloisa. Metodologia de pesquisa qualitativa. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.30, n.2, p. 289-300, maio/ago. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/4jbGxKMDjKq79VqwQ6t6Ppp/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 5 de nov. de 2024.
- MENDONÇA, Daniele Teles. **A presença de poetas nordestinas jovens no meio virtual com enfoque principal na rede social Instagram**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras - Português) - Universidade Federal de Sergipe, Itabaiana, 2022. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/17251> Acesso em: 12 de dezembro de 2023.

MOST popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users. **Statista**, 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users> / Acesso em: 19 dez 2023.

NÃO CONFUNDA. Iza Mara “Poetiza”. Instagram, 2024. 1 vídeo (24 seg) Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_oQPFCPmDw/ Acesso em: 10 de setembro de 2024.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. **Observação participante e pesquisa-ação**. In: Jorge Duarte; Antonio Barros. (Org). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2a. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 125-144.

QUINTANA, Mario. **Apontamentos de história sobrenatural**. 2. ed. São Paulo: Globo, 2005.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO Gabriela. **Análise de Redes Para Mídias Sociais**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REELS gera 40% mais engajamento para as marcas no Instagram. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 22 de set. de 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/reels-mais-engajamento-marcas-no-instagram> Acesso em: 5 de nov. de 2024.

SANTOS, Verilane dos Santos Mota; ALMEIDA, Wesley Vinícios Monteiro. **@Cafecomvini : estratégia de conteúdo para amplificar o alcance de um escritor no Instagram**. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2022. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/17300> Acesso em: 12 de dezembro de 2023.

TAVARES, Bráulio. **Contando histórias em versos: Poesia e Romancero Popular no Brasil**. 2. ed. São Paulo: 34, 2009.

WORKSHOP online Videopoesia: o que é quem faz. **USP**, São Carlos, 2021. Disponível em: <https://saocarlos.usp.br/workshop-online-videopoesia-o-que-e-quem-faz/> Acesso em 9 de set. 2024.

GABRIEL GOMES VILA NOVA

JANELA POÉTICA:

O USO DO *REELS* DO INSTAGRAM PARA DIVULGAÇÃO DE INSTAPOESIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social do Campus Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, na modalidade de relatório científico, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social.

Aprovado em: 11/10/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Amilcar Almeida Bezerra
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dr^ª. Amanda Mansur Custódio Nogueira
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dr^ª. Izabela Domingues da Silva
Universidade Federal de Pernambuco