



TEXTO DIGITAL

Revista de Literatura, Linguística, Educação e Artes

Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade*

Reflections on the social media Instagram: from application to textuality

Penha Élide Ghiotto Tuão Ramos^a; Analice de Oliveira Martins^b

^a Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Rio de Janeiro, Brasil - elidatuao@hotmail.com

^b Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Rio de Janeiro, Brasil - analice.martins@terra.com.br

Palavras-chave:
Instagram.
Textualidade.
Autoria.

Resumo: No ciberespaço, relações sociais e culturais são reorganizadas, reformulando contextos, entre os quais, encontra-se o artístico. Como exemplo, está a poesia, que, sob matizes da cibercultura, (des) territorializa-se no ambiente digital, tomando fluidez em redes sociais, como o Instagram. Surgem, assim, os *instapoemas* e seus respectivos *instapoetas*, garantindo circularidade à poesia por meio do compartilhamento nas redes. Tendo em vista esses aspectos, propõe-se uma reflexão sobre a rede social digital Instagram enquanto uma (macro) textualidade que pode ser vinculada ao processo de autoralidade. Para tanto, foram tomados como referência o Instagram dos poetas João Doederlein e Ryane Leão, bem como a hashtag *#purpleart*, amparando-se teoricamente em Lévy (1996), Koch (2000), Santaella (2014) e Maingueneau (2016), entre outros teóricos. Foi possível perceber que o Instagram engloba várias textualidades que, conjuntamente, constituem outra, maior, que se amplia para a manutenção da autoralidade, especialmente, dos *instapoetas*. Migrando para o ciberespaço, a poesia encontra seu nicho nos algoritmos e a arte suscita sua função humanizadora.

Keywords:
Instagram.
Textuality.
Authorship.

Abstract: In cyberspace, social and cultural relations are reorganized, reformulating contexts, among which there is the artistic one. An example is poetry, because it is influenced by cyberculture, (dis) territorialized in the digital environment, becoming fluid in social media, such as Instagram. This context gives rise to *instapoems* and their respective *instapoets*, that promote the circularity of the poetry by means of its sharing in the social media. Considering these aspects, it is proposed a reflection on the digital social media Instagram as a (macro) textuality that can be linked to the process of authorship. For this analysis, we consider the Instagram of the instapoets João Doederlein and Ryane Leão, the hashtag *#purpleart*, and the theoretical contributions of Lévy (1996), Koch (2000), Santaella (2014) and Maingueneau (2016), for example. It was possible to perceive that Instagram is composed of different textualities that, together, form another, a bigger one, that is extended for the maintenance of the authorship, especially of the *instapoets*. Migrating to cyberspace, poetry finds its niche in algorithms and art raises its humanizing function.

* Agradecimentos à CAPES pelo apoio financeiro no desenvolvimento desta pesquisa.



CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Mais do que promover o entretenimento e a comunicabilidade, as redes digitais funcionam como espaços de interação social. Nelas pessoas se (re) encontram, expressam ideologias e promovem mobilizações em prol de um mesmo motivo, seja por solidariedade ou por reivindicação popular. São realizados anúncios e campanhas publicitárias, além de contatos profissionais, projetos educacionais, jornalismo, denúncias. Relações físicas são remetidas ao ciberespaço, como encurtamento de distâncias geográficas, e relações virtuais são levadas aos espaços concretos, como uma ratificação da condição corpórea do próprio ser humano. São ações de ir e vir, frequentemente, retroalimentares: a realidade física se desloca para a virtual, e esta para aquela.

No âmbito artístico, especificamente o da literatura, as conexões entre virtual e físico se repetem. Autores e obras já consagrados pela crítica tradicional migram para o ciberespaço, instalando-se em sites e redes sociais digitais, como *Blog*¹, *YouTube*², *Facebook*³, *Twitter*⁴, *Instagram*⁵, entre outras. Também nesses espaços, usuários comuns são consagrados escritores e publicam suas primeiras obras — virtuais e físicas —, passando pelo crivo da crítica contemporânea — o público — e estabelecendo contratos com editoras. É assim que o *Instagram* se tornou para muitos uma plataforma de publicação, compartilhamento e leitura de conteúdos poéticos, formando um público de leitores e chancelando a figura de autores. Ainda que sua proposta inicial se fundamentasse no compartilhamento de fotografias, o constante uso do *Instagram* assegurou à palavra o seu espaço.

¹ Blogs ou Weblogs são páginas da internet regularmente alimentadas por diversos conteúdos, como textos, imagens, músicas ou vídeos, mantidas por uma ou várias pessoas e com espaço para comentários dos seus leitores. Quando surgiu, em meados dos anos 1990, criado por Jorn Barger, o Blog funcionava como um diário pessoal.

² *YouTube* é uma popular plataforma de compartilhamento de vídeos (videoclipes musicais, documentários, filmes, vídeos caseiros, além de transmissões ao vivo), que também permite ao usuário fazer comentários sobre os vídeos. Foi fundado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim.

³ *Facebook* foi criado por Mark Zuckerberg, e seu acesso foi liberado ao público em 2006. Desde então é uma das maiores e mais populares redes sociais, com mais de 2 milhões de usuários (2017). Conta com diversos recursos, como foto, vídeo, mensagem, bate-papo, jogos, eventos, localização.

⁴ *Twitter* é uma rede social e um servidor para *microblogging*, utilizada para envio e recepção de atualizações pessoais — os *tweets* —, por meio do *website* do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento. Em 2006, quando foi criado por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, os *tweets* se resumiam a 140 caracteres; hoje dobrou, sendo possíveis mensagens de até 280 caracteres.

⁵ *Instagram* é uma rede social de compartilhamento de fotos, vídeos e mensagens, criada em 2010, por Kevin Systrom e Mike Krieger que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais.

De uma textualidade fundamentalmente visual a outra verbal, imagem e palavra se cruzam, gerando textos ora propagados por redes sociais entrelaçadas que se conectam e replicam publicações, como ocorre do *Instagram* para o *Facebook*, ora se distribuem entre diferentes perfis de uma mesma plataforma. Na tela de um dispositivo eletrônico, as publicações e ferramentas das redes sociais constituem uma textualidade mosaica. De considerações acerca dessa estrutura, que tem origem a inquietação motivadora desta pesquisa: redes sociais digitais, especialmente o *Instagram*, mais do que uma “forma simples, divertida e criativa de capturar, editar e compartilhar fotos, vídeos e mensagens com os amigos” — como informa a página introdutória dessa rede social — comporiam uma textualidade e, como tal, beneficiariam a autoralidade?

A fim de analisar essa questão, a pesquisa transcorrerá por considerações sobre a estrutura do *Instagram* enquanto plataforma e enquanto materialidade textual. Também será considerada a função que os usuários passam a exercer enquanto autores e leitores, tomando como principal referência a publicação e o compartilhamento dos textos denominados *instapoemas*. Em termos de respaldo teórico, foram consideradas, principalmente, as teorias de Fávero e Koch (2000), no que tange ao conceito de textualidade; de Lévy (1996), no que se refere à cibercultura; e Maingueneau (2016), no que diz respeito à autoralidade. E, a fim de ilustrar as questões propostas, foram considerados alguns perfis do *Instagram* com grande popularidade: @akapoeta, @ondejazzmeucoração e hashtag #purple, assim como um perfil de usuário não poeta, qual seja, @thatianepessin.

INSTAGRAM — DE APLICATIVO À REDE SOCIAL

Na linguagem técnica de informática, entende-se por plataforma a tecnologia de base do sistema operativo de um computador. Os *apps* — uma redução para a expressão **aplicativos móveis** — são *softwares* desenvolvidos para serem instalados em dispositivos móveis, para **rodarem** nas plataformas de cada sistema operacional. Um modo simplificado e técnico — assim se configura o *Instagram*. Entretanto, é no seu uso social e nas alterações pelas quais passou em quase oito anos de existência que incide o interesse desta pesquisa, mais precisamente na produção e circulação de textos poéticos, que resultam os chamados *instapoemas*. O nicho encontrado pela poesia no ciberespaço não é um evento casual, mas constitutivo; é um reflexo da reorganização das relações sociais, culturais e artísticas trazidas

pela cibercultura. Assim, instapoemas são os textos produzidos e postados por poetas emergentes do Instagram, os quais, por equivalência, são denominados instapoetas.

Desenvolvido por dois engenheiros de programação, o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, o *Instagram* surgiu para o público em outubro de 2010. Logo se popularizou, sendo hoje um dos aplicativos mais utilizados, que, em 2017, apresentou cerca de 800 milhões de usuários ativos, como anunciou Carolyn Everson, executiva do *Facebook*, em evento de publicidade nesse mesmo ano. Suas conexões, normalmente ao deslizar do dedo indicador, como toda rede social digital, possibilita a comunicação entre pessoas de todo o planeta, bastando apenas alguns elementos comuns: internet, dispositivo eletrônico (*smartphone, tablet, notebook...*) e o *app* em questão. Somados humano, hardware e software, a interação estará chancelada. O navegador estará apto a divulgar suas cenas cotidianas e a espiar a dos outros; inventivamente, a criar realidades e a expor ficções; a ser **autor-editor-leitor-designer-promoter-crítico**, (des) conduzido pela rede, sem ordem rígida para suas ações; a redefinir materialidades textuais, transitando do virtual ao concreto, e este, por sua vez, à (re- ou des-) materialização por meio da mídia digital — sob o que Lévy (1996) denomina como **Efeito Moebius**, engendrando a passagem do interior ao exterior, e vice-versa.

É sob a promessa de captura e compartilhamento de momentos do mundo, que versa o *Instagram*, em um trânsito intenso entre o singular e o banal — ou entre a singularização do banal e banalização do singular, como bem pretender o autor de cada perfil dessa rede. Ao usuário do aplicativo fica a escolha do conceito que desejar aplicar à sua rede social, personalizando e explorando sua textualidade, enquanto autor não só de textos, mas de si mesmo. Inicialmente, como esclareceram os criadores do *Instagram*, a intenção era resgatar a instantaneidade das clássicas *Polaroids*, possibilitando a captura de imagens e seu trato com diferentes filtros. Mas essa ideia foi expandida e ganhou vigor com os compartilhamentos e a formação de uma rede social.

A gênese do *Instagram* está na criação do aplicativo *Burbn*, em 2010, cuja proposta era de agrupar várias funções, em que os usuários poderiam compartilhar localização, imagens, vídeos, planos para o fim de semana. A fim de trazer uma proposta mais simples, Kevin Systrom e Mike Krieger optaram por uma das funções planejadas, a que consideraram mais atrativa: a fotografia. No final de 2010, o *Burbn* se converteu no *Instagram*, mesclando dois conceitos: o de câmera instantânea (*instant camera*) e o de telegrama (*telegram*). Nessa

versão, tanto é possível aplicar filtros às imagens, quanto compartilhá-las em redes como *Facebook* e *Twitter*, dando ao aplicativo o *status* de rede social.

A rede que inicialmente era compatível apenas com o sistema operacional iOS, implementado em dispositivos da *Apple*, em 2012, expande-se para o sistema *Android*, do *Google*, com quase todas funções da versão original, exceto, por exemplo, o *blur*, que deixa algumas partes da foto fora de foco. Também nesse ano, o *Instagram* é comprado pelo *Facebook*. Em 2013, o aplicativo se tornou suporte para vídeos curtos, de até 15 segundos. Diversas alterações ocorreram desde sua criação, tornando essa rede social cada vez mais interativa e subjetiva. A adaptação para outro sistema operacional e suas constantes atualizações garantiram ao *Instagram* a expansão e o prolongamento da satisfação de seus usuários. Recentemente, em maio de 2018, o *Instagram* lançou um recurso de enquete, em que usuários poderão votar no *Stories* de seus amigos utilizando *emojis* deslizáveis, conforme o nível de (in) satisfação da resposta, permitindo a verificação, em tempo real, da opinião de seus seguidores. Essa opinião poderá ter sua intensidade medida pelo usuário, diferentemente da enquete tradicional, que se limita a duas opções.

Desde seu planejamento, o *Instagram* passou por alterações que promoveram maior interação entre usuário e aplicativo, além de ser uma rede vinculada à mobilidade de um dispositivo de múltiplas funções que cada vez mais se torna indispensável ao sujeito do século XXI — o smartphone —, somando-se à instantaneidade dos recursos de compartilhamentos. Como já propunha Pierre Lévy (1996, p. 42), “o leitor estabelece uma relação muito mais intensa com um programa de leitura e de navegação que com a tela”. Essa relação citada por Lévy (1996) vai ao encontro do que propõe os aplicativos; o novo, entretanto, é que a intensidade das relações lucidada por Pierre Lévy, hoje também atua sobre o contato com a tela, pois esta já é sensível ao toque.

Software e *hardware* evoluíram, contribuindo para o sucesso das redes sociais. Outro elemento fundamental é a textualidade que as compõe e a interatividade que estimulam. Ainda referenciando Lévy (1999), é importante considerar que

Mídias híbridas e mutantes proliferam sob o efeito da virtualização da informação, do progresso das interfaces, do aumento das potências de cálculo e das taxas de transmissão. Cada dispositivo de comunicação diz respeito a uma análise pormenorizada, que por sua vez remete à necessidade de uma teoria da comunicação renovada, ou ao menos a uma cartografia fina dos modos de comunicação. O

estabelecimento dessa cartografia torna-se ainda mais urgente, já que as questões políticas, culturais, estéticas, econômicas, sociais, educativa e até mesmo epistemológicas de nosso tempo são, cada vez mais, condicionadas a configurações de comunicação. A interatividade assinala muito mais um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação, do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico (LÉVY, 1999, p. 82).

O computador, mais que uma máquina, é uma ferramenta potencialmente intelectual, textual e interacional.

INSTAGRAM — DE REDE SOCIAL À TEXTUALIDADE (S)

Além de *software* ou ferramenta informática para publicação de textos variados, com semioses igualmente diversas — verbais, imagéticas, cinéticas —, o *Instagram* também constitui uma textualidade que, em outros termos, pode ser compreendida como um *continuum (macro) textual potencial*. Tal rede é uma marca da cibercultura e da fecundidade do computador, como antecipou Pierre Lévy (1996, p. 41), ao discutir a virtualidade e a atualização, quando as alterações motivadas pela *internet* nas relações humanas ainda eram projeções vanguardistas:

Considerar o computador apenas como um instrumento a mais para produzir textos, sons ou imagens sobre suporte fixo (papel, película, fita magnética) equivale a negar sua fecundidade propriamente cultural, ou seja, o aparecimento de novos gêneros ligados à interatividade.

O computador é, portanto, antes de tudo um operador de *potencialização da informação*. [...] A tela informática é uma nova “máquina de ler”, o lugar onde uma reserva de informação possível vem se realizar por seleção, aqui e agora, para um leitor particular. Toda leitura em computador é uma edição, uma montagem singular (LÉVY, 1996, p. 41).

Nas redes sociais, fatores de coesão e coerência se entrelaçam formando uma imagem real ou encenada de seu usuário. Em vez de ícones, cada postagem tem uma interface textual e representa um recorte da vida de seu usuário. Assim, momentos são selecionados e compartilhados, motivados por interesses pessoais ou profissionais, por exemplo, geralmente subjetivos. Cada postagem (mensagem escrita, vídeo, fotografia) é um texto produzido e arquivado nesse **macrotexto** denominado *perfil*; cada uma é igualmente uma materialização de discursos e, portanto, uma textualidade, construída praticamente na instantaneidade, sob parâmetros que, em certa medida, unem escrita e oralidade:

Pois o texto contemporâneo, alimentando correspondências on line e conferências eletrônicas, correndo em redes, fluido, desterritorializado, mergulhado no meio oceânico do ciberespaço, esse texto dinâmico reconstitui, mas de outro modo e numa escala infinitamente superior, a copresença da mensagem e de seu contexto vivo que caracteriza a comunicação oral. De novo, os critérios mudam. Reaproximam-se daqueles do diálogo ou da conversação: pertinência em função do momento, dos leitores e dos lugares virtuais; brevidade, graças à possibilidade de apontar imediatamente as referências; eficiência, pois prestar serviço ao leitor (e em particular ajudá-lo a navegar) é o meio de ser reconhecido sob o dilúvio informacional (LÉVY, 1996, p. 39).

Mosaica e paulatinamente, textualidades são produzidas e publicadas nas redes sociais, formando um todo sempre crescente, conectado e contínuo, uma macrotextualidade viva, que, em sua superfície, revela interfaces textuais interligadas em prol de um perfil, ou seja, do delineamento de um sujeito. Tem-se, assim, um sujeito virtual em constante definição, a partir de superfícies (hiper) textuais e, portanto, de discursos. O *Instagram* é, por isso, uma textualidade.

A fim de tornar claras as relações que estabelecemos entre textualidade e a rede social *Instagram*, tenhamos em vista o conceito de texto, recorrendo a uma das considerações elencadas por Fávero e Koch (2000) a respeito da gramática textual, inclusive aos seus referenciais teóricos, entre os quais, destaca-se o holandês gerativista van Dijk (1972). Conforme as autoras, **texto**, no singular, é uma entidade abstrata, escopo da descrição da gramática textual, marcado por uma propriedade denominada textualidade:

Os textos empíricos individuais podem ser considerados como realizações verbais (“textualizações”) de sua textualidade. Estas noções permitem adotar a posição de que os mídias da textualização podem adquirir formas variadas, de tal modo que não só os textos verbais, mas também pictóricos, filmicos ou quaisquer outros podem ser concebidos como “textos”, isto é, manifestações de uma textualidade (FÁVERO; KOCH, 2000, p. 20-21).

Ainda segundo Fávero e Koch (2000, p. 24-25), em referência ao linguista dinamarquês Hjelmslev, o texto equivale a todo e qualquer processo discursivo, sendo a textualidade uma das aptidões específicas do ser humano, o que remonta a capacidade que as pessoas têm de criar textos, verbais e não-verbais. Assim, **texto** pode ser tomado em duas acepções: em sentido lato e em sentido estrito, quais sejam:

[...] *texto*, em sentido *lato*, designa toda e qualquer manifestação da capacidade textual do ser humano, (quer se trate de um poema, quer de uma música, uma pintura, um filme, uma escultura etc.), isto é, qualquer tipo de comunicação

realizado através de um sistema de signos. [...] O discurso é manifestado, linguisticamente, por meio de textos (em sentido *estricto*). Nesse sentido, o texto consiste em qualquer passagem, falada ou escrita, que forma um todo significativo, independente de sua extensão. Trata-se, pois, de uma unidade de sentido, de um contínuo comunicativo contextual que se caracteriza por um conjunto de relações possíveis pela *tessitura* do texto — os critérios ou padrões de textualidade, entre os quais merecem destaque especial a coesão e a coerência (FÁVERO; KOCH, 2000, p. 25).

O *Instagram*, assim como o *Facebook*, integra informações selecionadas ou produzidas por seus autores, construtores do perfil que assinam as postagens. Uma rede de **amigos** ou **seguidores** é formada sob a escolha do autor do perfil e orientação — ou manipulação — dos *bots* (robôs automatizadores de mídia social) que lhe encaminham informações e sugestões de publicações, de amizades, de publicidade. Interações humanas, por conseguinte, se estabelecem e gêneros discursivos são criados e textualidades, materializadas. Seguindo essa perspectiva e considerando a ênfase dada por Bakhtin à pluralidade decorrente dos gêneros do discurso e sua relação com a práxis humana, Lúcia Santaella (2014), em seu artigo **Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia**, amplia as discussões sobre a noção de gêneros discursivos para as manifestações decorrentes das redes sociais digitais, denominando-as gênero híbrido, já que,

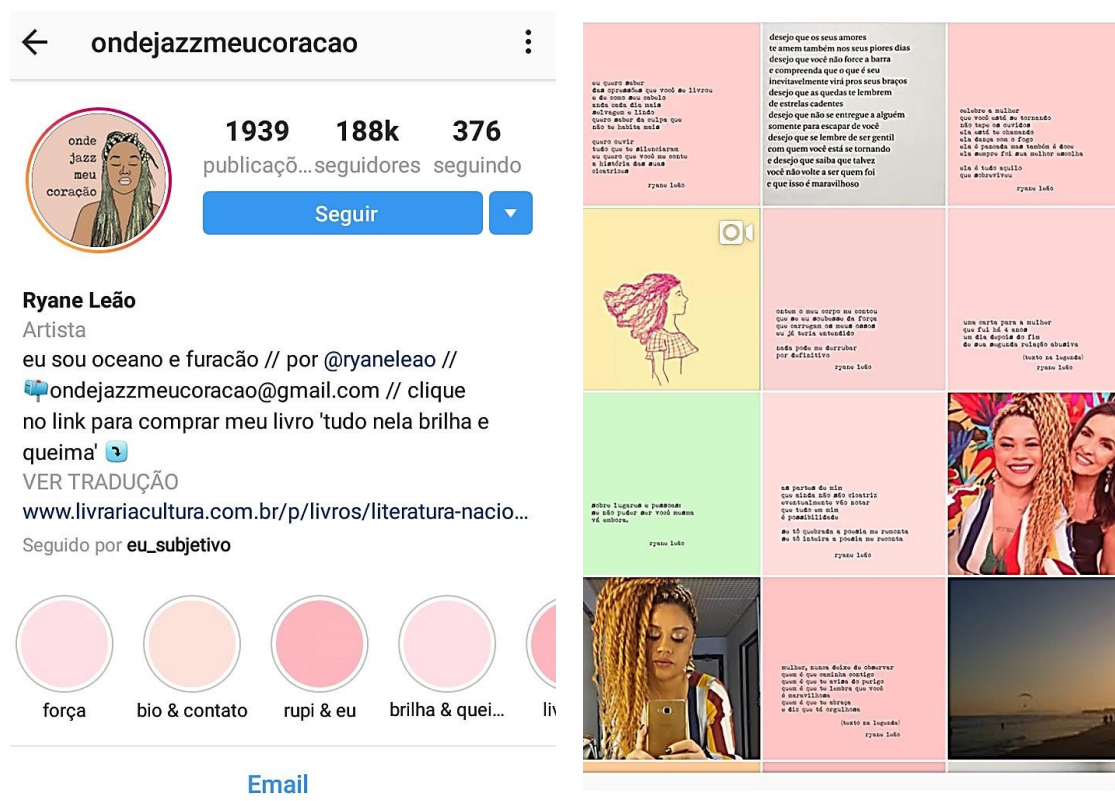
nas redes, a discursividade estritamente verbal vaza as fronteiras não só da linearidade típica do verbo, no hipertexto, quanto também da exclusividade do discurso verbal nas misturas que este estabelece com todas as formas das imagens fixas e em movimento e com as linguagens sonoras, do ruído, à oralidade e à música, a multimídia (SANTAELLA, 2014, p. 209).

Pode-se afirmar que a busca, cada vez maior e mais eficaz, por uma interface intimista e intuitiva para as mídias sociais tem gerado mais do que um potencializador da comunicação. Tem constituído um gerador de textos mergulhados em si mesmos, por meio dos *hiperlinks*, das múltiplas mídias e das diferentes matrizes da linguagem (verbal, visual, sonora), para os quais a tela luminosa dos dispositivos eletrônicos nunca é suficiente.

O perfil @ondejazzmeucoração é da *instapoeta* Ryane Leão (Fig. 1), que publica suas poesias de empoderamento e ancestralidade em lambe-lambe na cidade de São Paulo e na *internet*, no *Facebook* — 138.073 seguidores — e no *Instagram* — 188 mil seguidores. Seu caráter autoral e autobiográfico é evidenciado pelas fotos, pelas cores, pelos traços e pela descrição que Ryane faz de si, em palavras e imagens, bem como pelas postagens que constituem seu

mosaico (inter) textual, os *instapoemas*, ilustrando bem as discussões sobre textualização e gênero discursivo híbrido.

Fig. 1 – Perfil @ondejazzmeucoracao, visualizado em smartphone: à esquerda, sua parte superior, o topo do perfil; à direita, algumas postagens, no limite da captura de tela.



Fonte: <https://www.instagram.com/ondejazzmeucoracao/>. Acesso em: 02/07/2018.

Também no perfil de Ryane Leão, um link de compra do livro de sua autora, **Tudo ela brilha e queima**, está em destaque e encaminha para o *Efeito Moebius*: direcionando o seguidor do Instagram para o texto impresso, ou seja, da virtualização informática do ciberespaço para o espaço concreto. No perfil de Ryane, a diversidade de mídias e de matrizes da linguagem também é elemento constitutivo de sua textualidade, como é observável nas postagens verbais, visuais e sonoras, como o vídeo-poema produzido por @sirlanney com um dos poemas do livro *Tudo nela brilha e queima*.

SOBRE A AUTORIA E SUA MANUTENÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Em redes sociais, ao criar um perfil, o usuário está condicionado a uma construção autobiográfica, delineada pelos arquivamentos que realiza, seja de fotografias, de vídeos, de *links* ou de textos verbais. É produzida uma escrita indiretamente colaborativa, pautada em

múltiplas semioses, que se cruzam hiper e intertextualmente, em constante coautoria com seguidores, por meio de **comentários** e **curtidas** ou de publicação de conteúdos de outros perfis. Esse procedimento sugere um rastro de leituras e escritas do outro e, portanto, vestígios de atualização. Concomitantemente, tem-se a consolidação da própria autoria dessas textualidades (fotografias, vídeos, mensagens verbais): o texto é escrito e publicado por determinado dono do perfil, o seu autor; posteriormente, **seguidores-leitores** sinalizam sua leitura, marcando-as com **curtidas** e/ou **comentários**. Cada autor publica, assim, seus conteúdos, que, virtualmente, ficam encapsulados na materialidade textual compartilhada, atualizando-se, no ato da leitura, na interação com seus receptores. Assim, subjetividades se entrelaçam:

O virtual só eclode com a entrada da subjetividade humana no circuito, quando num mesmo movimento surgem a indeterminação do sentido e a propensão do texto a significar, tensão que uma atualização, ou seja, uma interpretação, resolverá na leitura. Uma vez claramente distinguidos esses dois planos, o do par potencial-real e o do par virtual-atual, convém imediatamente sublinhar seu envolvimento recíproco: a digitalização e as novas formas de apresentação do texto só nos interessam porque dão acesso a outras maneiras de ler e de compreender (LÉVY, 1996, p. 40).

Relações entre aquele que escreve e aquele que lê são estabelecidas, criando uma noção de autoria. Sobre esse aspecto, consideram-se três designações dadas por Maingueneau (2016, p. 104-105) a respeito dos valores que podem ser atribuídos à figura do autor: autor como correlato de um texto que existe previamente, enquanto instância **responsável** pelo texto; autor como produtor de livros; autor como correlato de uma obra, com terceiros que o instituem como tal, conferindo-lhe a imagem de **autor**. Destes, o terceiro aspecto vai ao encontro das discussões apresentadas nesta pesquisa, por compreender que a autoralidade se constrói mediante a apreciação de terceiros, tecendo uma chancela para a figura do autor.

Ser lido constitui um quesito para a autoralidade, promovendo-a, tornando-a concreta, atribuindo-lhe importância e realização — eis um efeito da circulação do texto poético nas redes sociais digitais. Nessas redes, poetas anônimos e digitalmente hábeis alcançam popularidade e sucesso que atraem a atenção de editoras e, graças a seguidores fiéis, são projetados para as listas de livros mais vendidos. Em uma observação superficial e à parte do que se propõe nesta análise, nota-se que esse fenômeno está muito mais vinculado à aceitação da produção poética por um público do que ao julgamento de sua qualidade estética. Constrói-se um jogo entre postagens, seguidores e celebridade — ou, em outros termos, entre poesias,

leitores e autor —, que impulsiona a vendagem de poesia, conferindo-lhe popularidade. No Brasil, por exemplo, em 2017, o crescimento do volume de vendas de poesia foi de 52% (FINCO, 2018).

Nas redes sociais digitais, o texto ganha *status* de imagem, enquanto **texto-imagem**, e torna-se um cartão, uma folha solta, passível de ser captada a um olhar e mobilizar a atenção de potenciais receptores. Configurando-se como **texto-imagem**, crivada pela hipertextualidade, a poesia encontra uma mídia apropriada para o ciberespaço, o que beneficia o seu compartilhamento e circulação: “Desterritorializado, presente por inteiro em cada uma de suas versões, de suas cópias e de suas projeções, desprovido de inércia, habitante ubíquo do ciberespaço, o hipertexto contribui para produzir aqui e acolá acontecimentos de atualização textual, de navegação e de leitura” (LÉVY, 1996, p. 20).

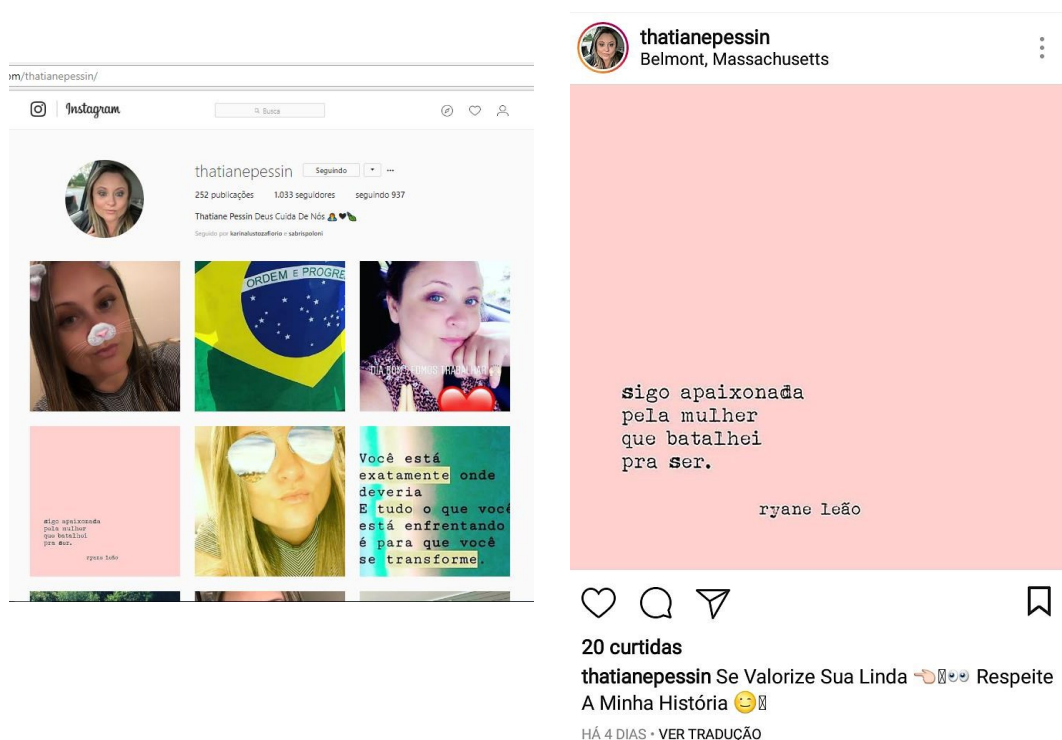
Nas relações de construção da textualidade do *Instagram*, um texto imagético, como a fotografia, ou verbal e híbrido, como o *instapoema*, carregam uma espécie de rubrica: direta, se compartilhado por seu próprio autor e salvo em sua própria textualidade; ou indireta, se o **leitor-seguidor** assume uma coautoria, salvando tal texto em suas publicações. Sendo uma *selfie*, ou seja, um auto-retrato do autor do perfil, tem-se uma assinatura para a textualidade, por ela própria; sendo *instapoema*, o nome de seu autor ou o seu perfil encerra a função autoral. Se compartilhado, indiretamente, o **seguidor-leitor** assume a coautoria, salvando o **texto-imagem** em seus arquivos ou remetendo-o ao contexto de outros perfis, marcando-os para leitura. Nesse caso, a imagem ou assinatura do autor se tornam rubricas indiretas, citações para sua macrotextualidade.

Cada postagem contém um traço de subjetividade, uma escolha de quem cria o perfil, que, ao registrar seus momentos, também se posiciona como seu autor, colecionando histórias. Autoria essa construída em uma parceria natural e frequentemente involuntária, instaurada a partir do acesso a outros perfis — dos **instapoetas**, por exemplo — e do compartilhamento de seus conteúdos. Assim, a teia autoral no *Instagram* se constrói por meio de cooperações de origens diversas, tanto no que se refere à sua autoria, quanto à sua semiose. Nessa rede social, unem-se elementos verbais, visuais, sonoros, cinéticos e hipertextuais, em uma linguagem híbrida e digital, que, para ser acessada, requer de seu **leitor-seguidor** um mergulho pelos *links*, de toque em toque. Em uma superfície luminosa e multimídia, linguagens e vozes se atravessam pelos *hyperlinks*, fazendo da textualidade do *Instagram* uma construção forjada na hipermídia, na intertextualidade, na polifonia.

Desde suas origens mesopotâmicas, o texto é um objeto virtual, abstrato, independente de suporte específico. Essa entidade virtual atualiza-se em múltiplas versões, traduções, edições, exemplares e cópias. Ao interpretar, ao dar sentido ao texto aqui e agora, o leitor leva adiante essa cascata de atualizações (LÉVY, 1996, p. 35).

Na Fig. 2, o perfil de uma não-poeta, podemos dizer que há uma macrotextualidade autobiográfica, delineada por (auto) fotografias e citações que, isoladamente, também são textualidades, como o texto de Ryane Leão. Do mesmo modo que uma citação direta, a poesia de Ryane Leão traz uma intertextualidade explícita ao perfil em questão, atravessando-lhe por vozes, seja a de Ryane Leão, seja a de quem comentou ou curtiu a postagem, encerrando a percepção de Kristeva (2005, p. 68) em relação ao texto, segundo a qual, “qualquer texto se constrói como um mosaico de citações e é a absorção e transformação de um outro texto”. Isoladamente, cada instapoema, cada comentário, cada fotografia constitui uma textualidade; somando-as em um perfil, há uma ampliação textual que resulta em uma macrotextualidade, cuja superfície se revela em *links*. Nessas relações, constrói-se a intertextualidade em sentido restrito, ou seja, “a relação de um texto com outros textos previamente existentes, isto é, efetivamente produzidos” (KOCH: 1999, p. 62).

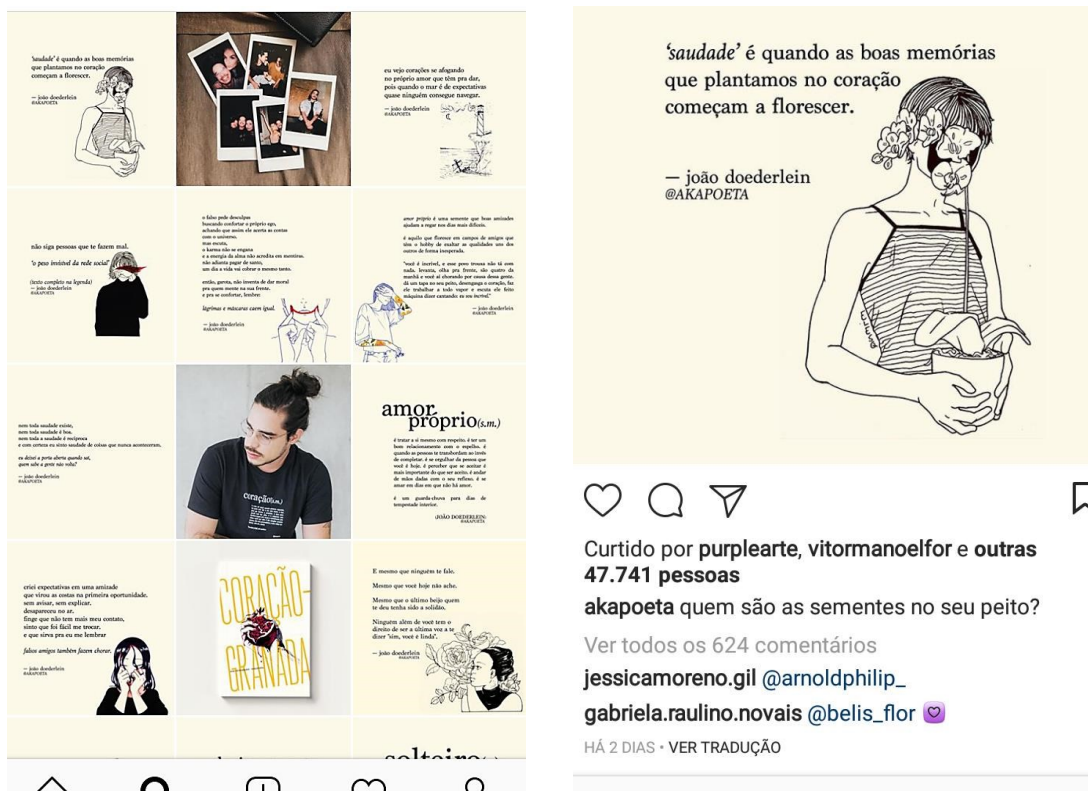
Fig. 2 – À esquerda, o perfil de uma usuária de Instagram, Thatiane Pessin, visualizado em notebook, com parte de suas publicações. À direita, com visualização em smartphone, um dos instapoemas publicados nesse perfil, o de Ryane Leão, como assina o perfil de Instagram.



Fonte: <https://www.instagram.com/thatianepessin/> e <https://www.instagram.com/p/Bkfs1QZhtfN9t7pkOufBQRBUKV8ryTUZWmm5yk0/?taken-by=thatianepessin>

Assim como Ryane Leão, outros poetas do ciberespaço garantem circularidade para seus textos nas redes sociais, como é o caso de João Doederlein, @akapoeta, com cerca de 1020 publicações e 893 mil seguidores no *Instagram* (Fig. 3). Em @akapoeta, elementos verbais e visuais se unem para formar o **instapoema** (Fig. 3, à direita), que, em apenas dois dias, alcançou 47,7 mil curtidas e 624 comentários no *Instagram*. Nos comentários para essa postagem de @akapoeta, outros perfis são citados ou marcados, formando *links*. Do peculiar ao notório, a poesia se faz, espalha-se e atualiza-se pelas redes por meio do hipertexto, dessa matriz de textos potenciais, realizáveis sob o efeito da interação com um usuário, como antecipou Pierre Lévy (1996, p. 40).

Fig. 3 – À esquerda, publicações de João Doederlein, @akapoeta; à direita, uma de suas poesias divide a tela com comentários e referência a outros perfis **linkados**, formando uma rede de seguidores-leitores.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bkluf71n7QO/?taken-by=akapoeta>. Acesso em 30/06/2018.

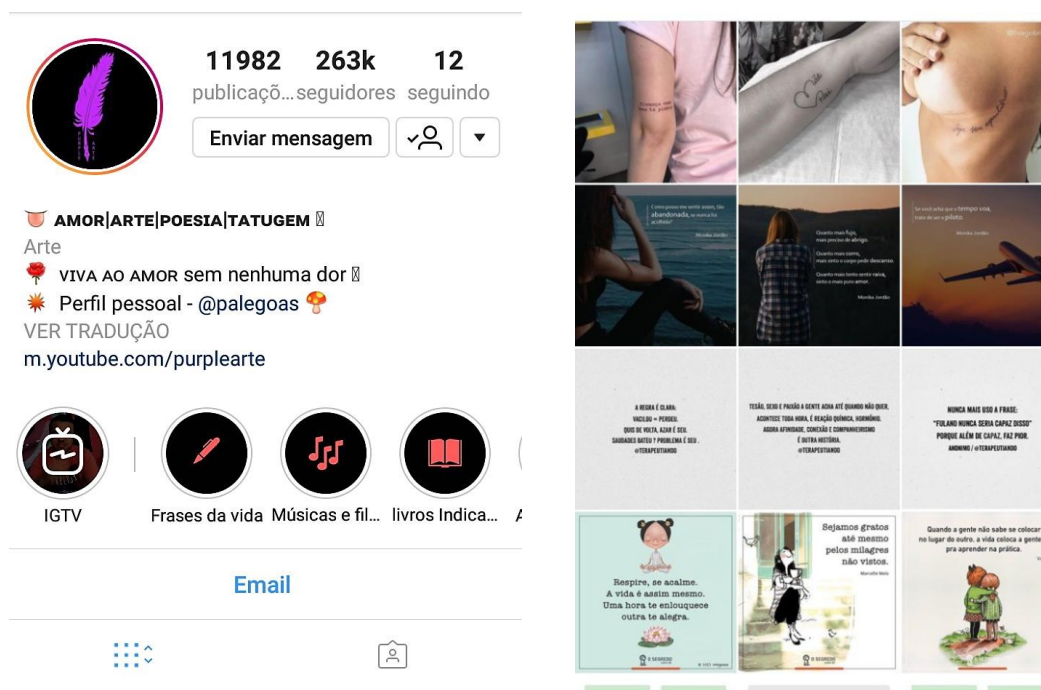
Propomos, então, a observação de que ao fazer a postagem de instapoemas, acontece uma apropriação autorizada, intertextualmente construída. Se (apropriadas e) atualizadas — ou reinventadas criativamente — por quem as lê, compartilha ou reescreve, inscrever-se-á também a autoria, a criação; se apenas compartilhadas, impulsionadas à circulação no

ciberespaço, instaurar-se-á uma apropriação autorizada. Em comum, um elemento: a manutenção da autoralidade. O ato de ser produzido e possuir interlocutores traz atualizações ao texto, garantindo-lhe a manutenção da autoralidade; fazer o texto circular — propriedade dos compartilhamentos — garante seu acesso aos interlocutores, o que autoriza sua apropriação por terceiros. Apropriar não equivale nesta discussão a plagiar, mas a tomar posse do texto e circulá-lo pelas redes, como *posts*. Ao trazer o texto de outrem para o seu perfil, intertextualmente, o usuário constrói seu próprio perfil, sua própria textualidade, em uma combinação também polifônica. Implicitamente, uma coautoria é negociada e instaurada:

Na intertextualidade, a alteridade é necessariamente atestada pela presença do intertexto: ou a fonte é explicitamente mencionada no texto que o incorpora ou o seu produtor está presente, em situações de comunicação oral; ou, ainda, trata-se de textos anteriormente produzidos [...] Em se tratando de polifonia, basta que a alteridade seja encenada, isto é, incorporam-se ao texto vozes de enunciadores reais ou virtuais, que representam perspectivas, pontos de vista diversos, ou põem em jogo “topoi” diferentes, com os quais o locutor se identifica ou não [...] (KOCH, 1999, p. 73).

Como uma das principais ferramentas de interação e de busca no *Instagram* — assim como no *Twitter* —, a *hashtag* é uma palavra-chave antecedida pela cerquilha ou jogo da velha (#) e tem a função de facilitar a divulgação e a localização de conteúdos e perfis nas redes sociais, ampliando o número de seguidores. Dentre os conteúdos literários, não é diferente, como é possível constatar em *#purpleart*. Novamente uma textualidade pautada em linguagem híbrida, cujas matrizes variam de verbal a não verbal, somando gostos pelo amor, arte, poesia e tatuagem — como esclarece a descrição da hashtag. Em *#purpleart* a mídia digital une outros suportes dados ao texto, inclusive o próprio corpo, tatuado por palavras.

Fig. 4 – #purpleart. Capturas realizadas em smartphone: topo da página e publicações.



Fonte: <https://www.instagram.com/purpleart/>. Acesso em 01/07/2018.

Os mecanismos de divulgação utilizados pelas redes sociais contribuem para a formação de um público, de um amplo grupo de seguidores que apreciam e se tornam fãs das postagens poéticas. Isso, entretanto, não lhes tira o mérito de leitores: como fãs ou seguidores, os compartilhamentos sinalizam evidências de leitura. Ao marcar outros **seguidores-leitores** para acessarem esse **texto-imagem** (ou cartão poético), o internauta ratifica sua apreciação por tal textualidade, demonstra identificação com seu conteúdo.

Ainda que aplicativos sejam utilizados para a automatização de interações, é na participação humana que as relações de autoria se formam. Assim, as ações dos *chatbots* (robôs capazes de conversar por texto com humanos), como curtir publicações, seguir perfis e enviar mensagens para seguidores novos, tornam-se estratégias de *marketing* — ações automáticas realizáveis por humanos, mas transferidas às máquinas por sua eficiência e abrangência. É isso que fazem ferramentas como *Grow Social*, *Midia Gram*, *Bume*, *Seguir.me*, *Social Rocket*, *Perforgram*, *InstaEasy*, entre outros. Em redes sociais como *Instagram* e *Facebook*, espaços publicitários são abertos e assistidos pela inteligência artificial; poesias circulam; seguidores interagem com ou sem automatização; estratégias de autopromoção acontecem. O autor do século XXI também é publicitário. Fora do ciberespaço, frutificam obras impressas e de grande vendagem; unem-se os extremos da virtualização e da atualização — uma resposta inquestionavelmente humana.

Tal é o trabalho da leitura: a partir de uma linearidade ou de uma platitude inicial, esse ato de rasgar, de amarrotar, de torcer, de recosturar o texto para abrir um meio vivo no qual possa se desdobrar o sentido. O espaço do sentido não preexiste à leitura. É ao percorrê-lo, ao cartografá-lo que o fabricamos, que o atualizamos (LÉVY, 1996, p. 36).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É na atualização que a obra se realiza. É na relação entre leitor e obra que o papel da autoria ganha sentido. Em redes sociais digitais, como *Facebook* e *Instagram*, a autoria se faz presente e cria uma relação autobiográfica e colaborativa, materializada em uma textualidade híbrida e mosaica, em que fotografias, cartões poéticos, frases e conteúdos cinéticos se unem formando uma macrotextualidade. Assim, a rede social digital *Instagram* constitui-se como uma textualidade contemporânea oriunda da cibercultura.

É nessa seara cultural do ciberespaço que autores jovens e amplamente letrados para as tecnologias digitais apropriam-se de ferramentas que impulsionam a circulação de seus **textos-imagem**, espalhando-os pelo ciberespaço, e alcançam um público significativo de seguidores, que, por conseguinte, coexistem enquanto leitores.

Nas redes sociais digitais, a poesia se torna materialidade textual de si mesma e de outras textualidades, formando uma teia macrotextual inconclusa e mutável, assinalada por um constante revelar-se, de *link* em *link*. Nelas a poesia encontra sua praça pública — desterritorializada —, torna-se fluida e popular, revisita sua ancestralidade oral e, novamente, traz ao seu público a condição de espectador.

REFERÊNCIAS

Dicionário prático de informática. Portugal, 2000. Disponível em: http://www2.contilnet.com.br/~Curso_Tecnico/Turma133/ingl%EAs/Dicion%E1rio%20de%20Inform%E1tica.pdf. Acesso em: 02 jul. 2018.

DOEDERLEIN, João. *@akapoeta*. Disponível em: <https://www.instagram.com/akapoeta/>. Acesso em: 02 jul. 2018.

FÁVERO, Leonor Lopes; KOCH, Ingedore G. Villaça. *Linguística textual: uma introdução*. 5. Ed. São Paulo: Cortez, 2000.

FINCO, Nina. O Instagram tornou-se a plataforma dos poetas contemporâneos: O Instagram, a rede social das fotografias, se tornou ninho de novos poetas inspirados. *Época*, 28 fev. 2018. Cultura. Disponível em: <https://epoca.globo.com/cultura/noticia/2018/02/o-instagram-tornou-se-plataforma-dos-poetas-contemporaneos.html>. Acesso em: 02 jul. 2018.

KOCH, Ingedore Villaça. *O texto e a compreensão dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 1999. _____ . Villaça; BENTES, Ana Christina; CAVALCANTE, Mônica Magalhães. *Intertextualidade: diálogos possíveis*. São Paulo: Cortez, 2007.

LEÃO, Ryane. *@ondejazzmeucoração*. Disponível em: <https://www.instagram.com/ondejazzmeucoracao/>. Acesso em 30 jun. 2018.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MANGUENEAU, Dominique. Autoralidade e pseudonímia. *Revista ABRALIN*, v. 15, n. 2, p. 101-117, jul./dez. 2016.

PESSIN, Thatiane. *@thatpessin*. Disponível em: <https://www.instagram.com/thatianepessin/>. Acesso em: 01 jul. 2018.

ROSÁRIO, Mariana. Poetas fazem sucesso e faturam com versos postados nas redes sociais: Paulistanos apostam em frases curtas de autoajuda para atrair seguidores e lançam até livros. *Veja São Paulo*. 01 jun. 2017. Cidades. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/poemas-sucesso-redes-sociais/>. Acesso em: 30 jun. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. *Gêneros discursivos híbridos na rede na era da hipermídia. Bakhtiniana*. vol. 9, n. 2, São Paulo, ago./dez., 2014, p. 206-216.

@porplearte. Disponível em: <https://www.instagram.com/purplearte/>. Acesso em: 02 jul. 2018.