

RUPI KAUR:
CRIAÇÃO POÉTICA
EM MEIO ÀS
AFFORDANCES
DA PLATAFORMA
INSTAGRAM

[DOSSIÊ]

Helvio de Araújo Caldeira Júnior

Universidade Federal de Minas Gerais

Bruno Guimarães Martins

Universidade Federal de Minas Gerais

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

Tomando como base a chamada *instapoesia* — fenômeno composto por poetas que investem no Instagram para produzir literatura —, o seguinte artigo, parte de uma pesquisa de mestrado na Universidade Federal de Minas Gerais, tem por intuito central analisar a criação poética da artista Rupi Kaur a partir de sua relação com as *affordances* da plataforma. Interessados nas dinâmicas que envolvem os usos previstos pela mídia social e sua apropriação para fins literários, traçamos uma linha investigativa que passa pela revisão teórica de conceitos como *instapoesia* e *affordance*, bem como pelo acompanhamento das postagens de Kaur entre janeiro e fevereiro de 2022. No geral, esperamos ver como a lógica que rege as demais relações no Instagram recai sobre o trabalho de poetas digitais.

Palavras-chave: *Instapoesia*. Rupi Kaur. Plataformas digitais. *Affordances*.

Based on the what is known as *instapoetry* — a phenomenon composed of poets who invest in Instagram to produce literature — this study (which belongs to a master's thesis at Federal University of Minas Gerais) has as its central objective to analyze the poetic creation of the artist Rupi Kaur by considering her relationship with the *affordances* of the platform. Interested in the dynamics that involve the appropriate uses foreseen by the social media and its appropriation for literary purposes, we draw an investigative line by theoretically reviewing concepts such as *instapoetry* and *affordance*, along with the follow-up of Kaur's posts from January to February 2022. Overall, we hope to see how the logic that influences other relations on Instagram affects the work of digital poets.

Keywords: *Instapoetry*. Rupi Kaur. Digital Platforms. *Affordances*.

Desde la llamada *instapoesía*, un fenómeno que se compone de poetas que utilizan Instagram para producir literatura, este artículo parte de una maestría en la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) con el objetivo central de analizar la creación poética de la artista Rupi Kaur en su relación con las *affordances* de esta plataforma. Interesados en la dinámica que rodea a los usos previstos por los medios sociales y su apropiación con fines literarios, trazamos una línea investigativa que pasa por la revisión teórica de conceptos como *instapoesía* y *affordance*, junto con el seguimiento de las publicaciones de Kaur entre enero y febrero de 2022. En general, esperamos ver cómo la lógica que rige otras relaciones en Instagram afecta la obra de los poetas digitales.

Palabras clave: *Instapoesía*. Rupi Kaur. Plataformas digitales. *Affordances*.

1. INTRODUÇÃO

Desde o ano de 2013, época em que começou a publicar seus primeiros poemas no Instagram, a artista Rupi Kaur vem se firmando como a figura de maior destaque quando pensamos nas poéticas digitais, mais especificamente a chamada *insta-poesia* — tendência literária que, em vez dos livros impressos, ganha vida a partir dos perfis de jovens poetas na rede social. Para se ter uma ideia de seu impacto ao longo da última década, em 2022, a artista, considerada uma espécie de “Beyoncé da poesia”¹ pelo jornal inglês *Financial Times*, conta com cerca de 4,5 milhões de seguidores em sua conta no Instagram², mais de 3 milhões de obras vendidas em todo o planeta — apenas no Brasil, são mais de 500 mil exemplares —, livros traduzidos em cerca de vinte idiomas e aparições constantes nas listas de best-sellers nacionais e internacionais. Se há um mito popular que afirma que poesia não vende, tal máxima parece não se aplicar a seu trabalho: a despeito do pessimismo do ditado, sua coletânea de estreia, *outros jeitos de usar a boca* (2014), permaneceu na lista dos mais vendidos do *The New York Times* por mais de 40 semanas, efeito do sucesso da postagem de poemas autorais nas mídias digitais.

Isso porque, quando resolveu compartilhar seus primeiros versos com os leitores, Kaur tomou uma atitude distinta

daquela dos autores que enxergam nas agências e editoras literárias a única possibilidade de se autopublicar e atingir públicos mais amplos. Em vez de recorrer a esse caminho, ela, com formação em Escrita Profissional pela Universidade de Waterloo, na província de Ontário, chegou à conclusão de que o Instagram poderia servir como meio de trabalho para conquistar sua própria audiência, optando, portanto, pela postagem de pílulas poéticas dentro da mídia social e do Tumblr. Desde então, divide com aqueles que a acompanham poemas diários e semanais, em um estilo simples que mistura o uso do inglês informal e características da escrita punjabi³. Reflexões sobre seus traumas, relacionamentos e a condição de mulher imigrante e não branca costumam marcar os textos, que vez ou outra se tornam livros impressos com turnês bem-sucedidas em países como Índia, Estados Unidos, França e Canadá. Até setembro de 2022, período em que este artigo estava sendo produzido, são quatro as obras publicadas por Rupi, também best-sellers em diversos idiomas além do inglês: as coletâneas de poesias *outros jeitos de usar a boca* (do original *milk and honey*, de 2014), *o que o sol faz com as flores* (*the sun and her flowers*, de 2017) e *meu corpo minha casa* (*home body*, lançado originalmente em 2020), bem como o guia ilustrado *Healing Through Words* (2022, sem tradução para o português), com exercícios guiados de escrita e autoconhecimento.

1 Disponível em: <https://on.ft.com/3SbQRCB>. Acesso em: 2 jul. 2022.

2 Disponível em: <https://bit.ly/3j738XW>. Acesso em: 2 jul. 2022.

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

Para além do êxito mercadológico e o título de escritora da década⁴, ao fazer da rede social um espaço voltado à publicação poética, o trabalho de Rupi Kaur vem reacendendo debates antigos e faz emergir uma série de novas discussões acerca da elaboração literária no circuito dos artefatos online. O próprio uso do termo “*instapoeta*” para nomear uma artista que se utiliza do Instagram⁵ para a escrita de poesia parece sugerir uma diferença, muitas vezes permeada por juízos de valor, entre o modo de trabalho de escritores que se posicionam fora das redes e os “poetas de internet”, algo similar ao que ocorre com a *twitteratura* (nome dado à literatura feita no Twitter por volta de 2006), as comunidades formadas por *booktubers* e *booktokers* (pessoas que dividem experiências de leitura no Youtube e Tiktok, respectivamente), bem como as *fanfictions* (ficções criadas por fãs a partir de personagens já existentes). Tais neologismos, por sua vez, apontam

tanto para os já conhecidos preconceitos do campo literário quanto para as tentativas de entender certas dinâmicas contemporâneas de plataformização da literatura, apenas mais uma das diversas facetas do “processo de amplo alastramento da ‘lógica das plataformas’ a diferentes instâncias da vida social” (MINTZ, 2019, p. 106), que acaba por reorganizar as interações dos autores e leitores em torno do Instagram.

Em uma direção similar, o uso de um espaço voltado à veiculação de conteúdos audiovisuais para a postagem de textos escritos ainda traz à tona questões relativas à experiência rotineira de Kaur enquanto “poeta digital”. Se estamos diante de uma plataforma cujo intuito inicial não privilegia materiais meramente verbais (a base dos poemas), por exemplo, um caminho pertinente é investigar as tensões e possibilidades que se estabelecem a partir da relação entre a usuária e a mídia social. A que funcionalidades do Instagram Rupi habitualmente recorre durante sua criação literária? Aliás, é possível observar tensões entre as propostas da artista e as da plataforma, ou melhor, entre os usos previstos e aqueles que de fato se manifestam nesse entremeio? É à luz de tais reflexões que o seguinte trabalho⁶ procurará observar,

4 Em um artigo de 2019, a revista norte-americana *The New Republic* afirmou que, com menos de 30 anos, Rupi Kaur seria a escritora da década. O título veio sob a justificativa de que, além do impacto cultural de seu trabalho, a artista parece conhecer bem os modos de leitura dessa e das próximas gerações. Disponível em: <https://bit.ly/3Ef4BYI>. Acesso em: 28 ago. 2023.

5 Mesmo presente em outras mídias sociais, cabe comentar que a popularidade do neologismo *instapoesia* também aponta para o papel específico do Instagram na conformação do trabalho de Kaur e outros artistas tidos como *instapoetas*. No seu caso, tal centralidade parece recair sobre a baixa frequência com que Rupi posta no seu perfil em outros sites (é o caso do Twitter, por exemplo), bem como sobre o fato de que espaços como o Facebook apenas recebem republicações do já feito dentro da plataforma em questão. Considerando que não há adaptações de suas *instapoesias* para as redes sociais “vizinhas” — muitas vezes meras reprodutoras dos posts originais —, reconhecemos que há uma preocupação da autora em pensar seus conteúdos primordialmente segundo as *affordances* do Instagram.

6 As análises aqui apresentadas são o desenrolar mais desenvolvido — com novos dados, aportes teóricos e discussões — de uma apresentação oral de mesma autoria durante o PENSACOM Brasil 2021. Em sua versão preliminar e introdutória, sem quaisquer discussões sobre a plataforma Instagram e suas *affordances*, o estudo girou em torno dos processos de publicação e leitura de *instapoesia* com base no trabalho de Rupi Kaur. Nesse sentido, ampliamos o pensamento que começava a se desenvolver à época e olhamos para os tensionamentos entre as *affordances* sugeridas pelo Instagram e o uso cotidiano da escritora.

tendo como base postagens do perfil de Rupi Kaur (@rupikaur_) na mídia social em janeiro e fevereiro de 2022, suas dinâmicas de publicação poética e apresentação de si a partir das *affordances* percebidas pela usuária na plataforma.

2. A INSTAPOESIA COMO PONTO DE PARTIDA

Como destacado anteriormente, para entender alguns aspectos da poesia de Rupi Kaur e sua autoapresentação, comentaremos algumas postagens difundidas pela autora por meio de sua conta no Instagram. Para tal, no entanto, é preciso dar um passo atrás e discutir o fenômeno da chamada “*instapoesia*” como suposta nova categoria literária, até mesmo para localizar a produção da artista dentro de um movimento mais amplo. Segundo Fazano e Oliveira (2020), de forma sucinta, tais manifestações são o reflexo de uma geração de autores que têm, dentro da globalização cultural, transformado a relação com seus leitores via Instagram. “Inserida nesse novo paradigma social, a *instapoetry* nasce como um subproduto das postagens em redes sociais, para se tornar, em pouco tempo, um gênero digital emergente” (FAZANO; OLIVEIRA, 2020, p. 1163).

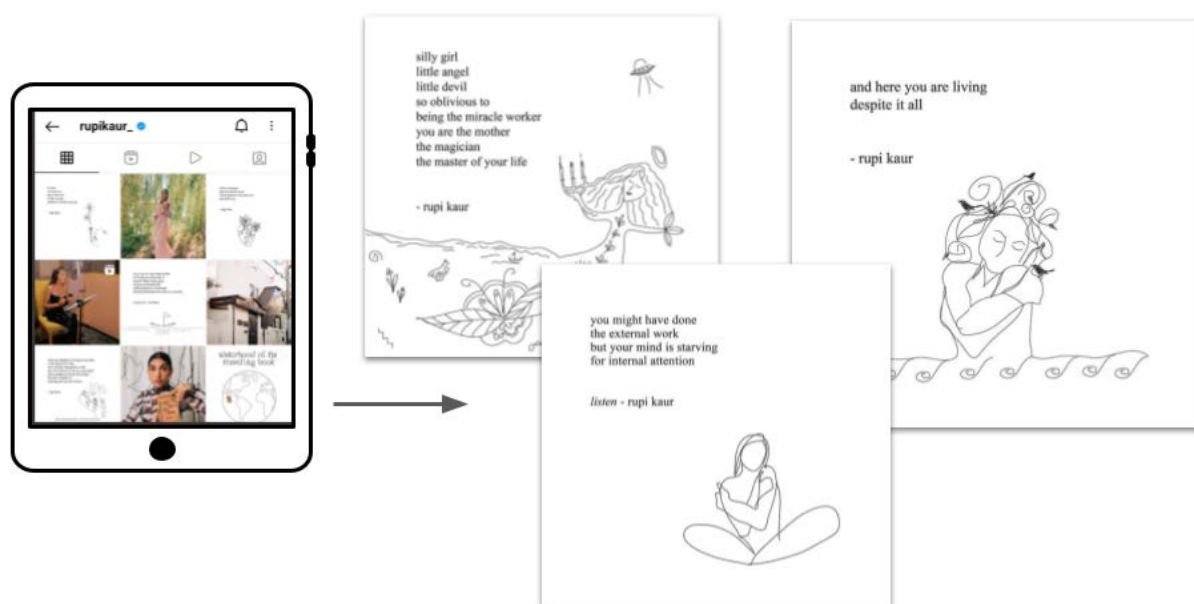
Tais autores, como chamam atenção os nomes acima, são usuários que se valem das potencialidades das redes para se lançarem como poetas. Aqui, no entanto, mais do que uma forma de mera divulgação,

a própria mídia social assumiria o papel de meio de trabalho, permitindo a exploração de certos recursos característicos de sua proposta. Como consequência, o que se tem são textos literários voltados para o consumo via smartphone: versos curtos e poemas de linguagem simples, mesclados a elementos gráficos como imagens e ilustrações. O minimalismo com o qual os textos são produzidos e o uso frequente de ilustrações, assim, acabam permitindo um alcance muito maior entre seus seguidores.

Ainda que seja um exercício literário complexo, ao se distanciar de uma postura marcada pela soberba e pretensão artística, a poesia feita através da web também exige que os pesquisadores de literatura estejam dispostos a deixar suas nostalgias e receios para trás rumo a um universo peculiar, algo evidenciado por Prado (2016). Para ele, o que chama de poesia viral revela uma face importante da literatura contemporânea, que instiga por se aproximar do descartável — e, portanto, abala a suposta ideia de que o fazer literário deve ser algo distante.

O que há, verdadeiramente, é a necessidade de atualização que rege um fenômeno como a internet de modo incontornável. O que há, verdadeiramente e por fim, é a necessidade de se evitar qualquer preconceito para que possamos enfocar os reais desafios que se apresentam para aquele que lê, bem como para aqueles que pretendem refletir sobre o que se lê, seja por meio de estudos críticos, seja por meio da mediação de leitura em sala de aula. (PRADO, 2016, p. 33-34).

[Figura 1]
Exemplos de poemas encontrados no perfil de Rupi Kaur



<https://www.instagram.com/p/CUIKot0grzy/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>

<https://www.instagram.com/p/CVJmmzogRdK/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>

<https://www.instagram.com/p/CWYePRjLSv9/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>

Vale mencionar que, não raramente, quando realizados por autoras mulheres, é comum que esses materiais online venham acompanhados de certo teor feminista e viralizem ao abordar temas associados ao movimento de libertação feminina em tom poético e acessível. No caso específico de Rupi Kaur, tal constatação pode ser exemplificada com base em algumas postagens ao longo do ano de 2020: no dia 6 de março, por exemplo, houve a publicação do poema “women of color”⁷, que diz: “nossas costas/contam histórias/que nenhum livro tem/lombada

para/carregar”⁸ (tradução nossa). Já dois dias depois, em 8 de março, compartilhou um texto de título “legado”, cujo conteúdo faz referência às gerações de mulheres anteriores e posteriores à sua: “eu fico de pé/sob os sacrifícios/de um milhão de mulheres antes de mim/pensando/o que eu posso fazer/para tornar essa montanha mais alta/para que as mulheres depois de mim/possam ver além”⁹ (tradução nossa).

⁷ Reproduzimos o título no idioma original sob a justificativa de não o reduzir ao literal “mulheres de cor” ou expressões similares. “O termo se refere a mulheres não brancas nos EUA, Inglaterra e Canadá” (CALDWELL, 2000, p. 1).

⁸ Do original: “our backs/tell stories/no books have/the spine to/carry”. Disponível em: <https://bit.ly/2QtUhTK>. Acesso em: 2 jul. 2022.

⁹ Do original: “i stand/on the sacrifices/of a million women before me/thinking/what can i do/to make this mountain taller/so the women after me/can see farther”. Disponível em: <https://bit.ly/3lus7Xh>. Acesso em: 2 jul. 2022.

O processo de difusão dos conteúdos, por sua vez, geralmente está ligado ao campo dos comentários, com usuários que marcam os amigos para conferirem a publicação, bem como o compartilhamento da poesia no próprio perfil de quem a acessa, via *stories* ou *feed* de fotos. Junto da mensagem em si, esse comportamento funciona como um modo de promover a conta original da poeta, já que todos os poemas são devidamente assinados. Uma breve passagem pelos textos mencionados, por exemplo, indica que ambas as poesias obtiveram mais de 200.000 curtidas e cerca de 700 comentários, provavelmente vindos de um público que ela admite ser, em sua maioria, composto por jovens mulheres. Sendo assim, ao se utilizar do Instagram como principal espaço de trabalho, não parece equivocado inferir que a artista também se beneficia da força da plataforma, o que certamente contribui para que sua mensagem chegue ao maior número possível de mulheres em todo o planeta.

3. AS AFFORDANCES DO INSTAGRAM COMO FOCO DE ANÁLISE

Falar de *affordance* é, acima de tudo, discorrer sobre um conceito difuso, cuja aparente rigidez esconde um amplo campo conceitual que vem se modificando ao longo do tempo. Quando pensamos na gênese da terminologia¹⁰ no contexto da

Psicologia Ecológica, por exemplo, o intuito de Gibson (1986) era enfatizar tanto a importância das características dos meios quanto a percepção dos seres vivos na determinação da maneira como algo é manipulado, numa clara demonstração da indissociabilidade entre agentes e ambientes. Já em sua retomada dentro da área de design de dispositivos, a visão de Norman (1990) parece ter procurado trazer uma atenção específica sobre como “certos objetos poderiam ser projetados para encorajar ou restringir ações específicas” (NORMAN, 1990 apud BUCHER; HELMOND, 2018, p. 6, tradução nossa¹¹). Por sua vez, considerando o uso do neologismo ao olharem para a tecnologia, estudiosos da Comunicação têm discutido dois aspectos-chave de nossa relação com os artefatos tecnológicos: os impactos da internet nas diferentes dinâmicas culturais e a construção social dos próprios dispositivos que nos rodeiam. De toda forma, essas estão longe de ser as únicas áreas que vêm, ano após ano, tomando a ideia de *affordance* para abordar diferentes facetas da relação entre seres vivos, objetos e suas possíveis funções.

Sem a intenção de discutir as inúmeras apropriações de uma palavra como essa, talvez o mais frutífero seja abordar certos pontos de encontro entre algumas dessas abordagens, que decerto nos auxiliam no entendimento das afetações entre plataformas digitais e poetas conectados. Entre as diversas perspectivas intelectuais exploradas até o momento desta pesquisa,

substantivo proposto por James Gibson a partir do verbo *to afford*, algo como proporcionar, permitir, tornar possível.

¹¹ Do original: “How certain objects could be designed to encourage or constrain specific actions”.

¹⁰ *Affordance* não é uma palavra que consta nos dicionários de língua inglesa: trata-se de um

por exemplo, há a importante percepção consensual de que, em situações interativas envolvendo indivíduos e materialidades, eles se afetam em reciprocidade, com os objetos apresentando, em suas características físicas, “pistas” de ações intuitivas, enquanto os sujeitos exploram ou confrontam essas supostas finalidades convencionais ao perceberem outras possibilidades de uso ali. Em um exemplo rápido, queremos dizer que o fato de uma tesoura ser usada para picotar papéis não impede que o item possa ser utilizado como arma durante uma briga, desde que esse potencial de ação seja percebido por uma pessoa.

No deslocamento dos debates sobre as *affordances* para os estudos de plataforma, o termo vem sendo fundamental para refletir sobre como as intenções e modelos de negócios das grandes mídias sociais se materializam em seus atributos e funcionalidades, bem como as preferências e escolhas cotidianas de seus diversos públicos. Ganham destaque, nesse sentido, as dinâmicas entre usuários e artefatos digitais, seus embates e o teor político do conceito, enfocado de modo considerável por seus pesquisadores. Isso porque, de acordo com D'Andréa (2020), embora plataformas como o Facebook ou Instagram costumem prescrever formas de uso preliminares de seus espaços, “as *affordances* não estão definidas de antemão nem pelas especificidades materiais dos artefatos nem pelos modos como os artefatos são usados. As *affordances* se constituem nas relações estabelecidas entre um usuário e as materialidades disponíveis” (D'ANDRÉA, 2020, p. 47), relações que não raramente tensionam as propostas da própria plataforma. Seria este o caso da *instapoesia*, que prevê a escrita poética em uma rede cuja referência,

pelo menos em sua origem, é a postagem de imagens, fotografias e vídeos de si?

Pensar tais tensionamentos exige que olhemos para o modo como os internautas compreendem, dão sentido e se apropriam dos recursos das plataformas digitais, algo que a noção de “*affordance* vernacular” proposta pelos teóricos Baym e McVeigh-Schultz (2015) sintetiza muito bem. Isso porque, direcionando-se às ações cotidianas dos usuários, ambos desenvolvem uma perspectiva assentada em três premissas-chave: a de que as *affordances* são compreendidas em meio às práticas daqueles que as experimentam; a compreensão de que essas mesmas *affordances* não são vivenciadas de forma isolada, mas sob camadas, junto a outras ferramentas e ações potenciais; por fim, o fato de que, ao explicarem as *affordances*, os usuários muitas vezes as reconhecem como resultados de escolhas pessoais ou frutos de restrições da plataforma (BAYM; MCVEIGH-SCHULTZ, 2015, p. 2). Em vista disso, por estarem alinhados com os objetivos implícitos em nossa investigação, os pressupostos acima podem auxiliar ao olharmos para as atividades de Rupi Kaur no Instagram, já que não desejamos focar apenas a mídia social, limitando o trabalho da poeta ao que a plataforma sugere ou deixa de sugerir —, mas sim observar como Rupi amplia seus potenciais durante a escrita e publicação de *instapoesia*.

4. METODOLOGIA

As reflexões apresentadas a seguir são parte de uma dissertação acerca dos

processos de escrita e postagem de poesia no Instagram. Desde o início de 2021, nosso exercício investigativo vem se inspirando em incursões de caráter netnográfico para contemplar a dinâmica cotidiana de trabalho da *instapoeta* Rupi Kaur (@rupikaur_), mais especificamente a participação da artista, da plataforma e da audiência na produção e compartilhamento de conteúdo poético na mídia social. De todo modo, por se tratar de um trabalho extenso e que também envolve outros escritores, optamos por restringir o *corpus* deste artigo às publicações previamente capturadas na conta da autora (*stories* e *feed*¹²) durante os meses de janeiro e fevereiro de 2022. Aqui, também eliminamos certas discussões relativas ao consumo e leitura no ambiente digital, atendo-nos às práticas específicas de Rupi Kaur no Instagram.

Quanto à perspectiva netnográfica (MONTARDO; JUNG ROCHA, 2005), vale destacar que, como sugerido pelo próprio nome, ela pode ser compreendida como a aplicação de uma etnografia voltada especificamente para as comunidades que se formam no seio dos circuitos digitais: blogs, fóruns, redes sociais e sites variados, por exemplo. O fluxo da modalidade, assim, parte do reconhecimento de que há um fenômeno cultural que merece ser observado nesses espaços, algo que será respaldado pela imersão e contato contínuos com seus integrantes e a subsequente captura de informações, que podem vir a confirmar

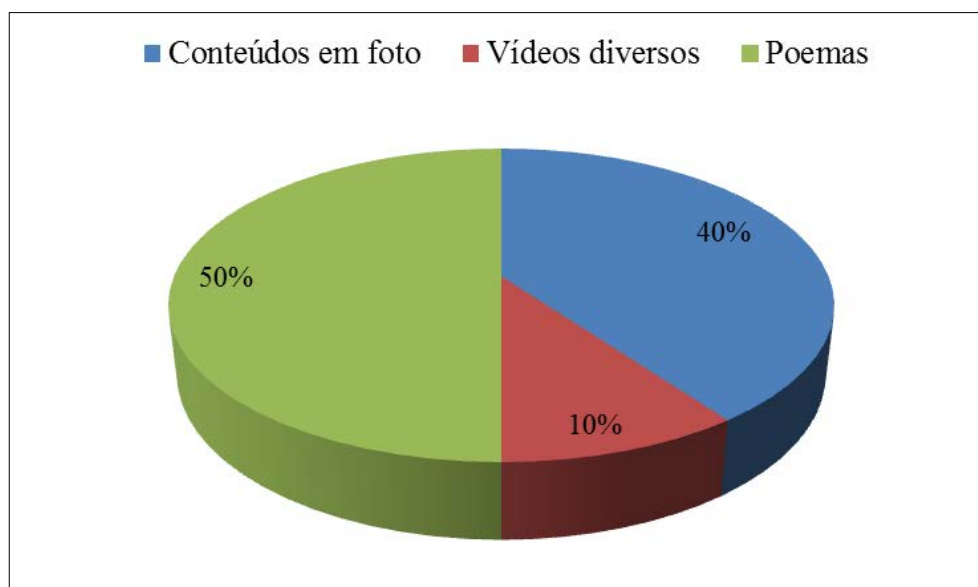
ou confrontar determinadas hipóteses insinuadas no começo do trabalho. Ademais, a experiência do investigador não é deixada de lado e constitui em si mesma um lugar direto de conhecimento, visto que “o etnógrafo não é simplesmente um *voyeur* ou um observador desengajado, mas sim, um participante ativo, que compartilha algumas das preocupações, emoções e compromissos dos sujeitos pesquisados” (HINE, 2005 apud FERRO, 2015, p. 2-3).

5. RUPI KAUR, POETA NA REDE

Embora dois meses de análise pareçam pouco tempo à primeira vista, logo percebemos que, para o acompanhamento de um perfil online, o período é capaz de retornar um número considerável de postagens: no caso de Rupi, por exemplo, foi contabilizado o total de 77 publicações em dois meses, 29 delas ocorrendo em janeiro (13 no *feed* e 16 nos *stories*) e 48 em fevereiro (7 no *feed* e 41 nos *stories*). Mas isso não significa que todas as publicações da poeta no período tenham sido apenas conteúdos fotográficos ou vídeos (como previsto originalmente pela plataforma), já que suas poesias grafadas em imagem, pelo menos via *feed*, ocupam destaque entre os posts da época. Talvez aí esteja o primeiro tensionamento entre as *affordances* sugeridas pelo Instagram (a difusão de fotos e vídeos) e o uso cotidiano da escritora, que ainda privilegia os textos autorais em detrimento dos registros de si mesma.

¹² Desconsideramos os *reels* dada a baixa quantidade de conteúdos no formato durante o período de análise.

[Figura 2]
Conteúdos dispostos no feed de Rupi Kaur durante janeiro e fevereiro



Elaborado pelos autores

A respeito de seus *instapoemas*, a simplicidade e o alto teor emocional parecem bons pontos de partida para compreender o trabalho poético de Rupi Kaur. Em todo o conjunto da obra analisada em janeiro e fevereiro, essas duas características se manifestam tanto no conteúdo quanto na forma dos poemas: textos constituídos por versos curtos, linguagem acessível e predominância do idioma inglês – o que facilita a adesão de um número considerável de usuários. No geral, as pílulas minimalistas (sempre em preto e branco, lembrando uma folha de papel) trazem consigo reflexões que se assemelham a aforismos e circundam temáticas como autoestima, relacionamentos amorosos, resistência e empoderamento feminino. Já o espaço da legenda geralmente é usado para postagem de breves dizeres, que, quando não complementam a poesia, revelam os bastidores de sua escrita ou contêm mensagens interativas do tipo “marque um amigo nos

comentários” para o leitor. Pensando que a plataforma costuma “penalizar” os conteúdos com grande quantidade de texto em relação às imagens, podemos sugerir que Rupi se utiliza do recurso justamente para melhorar o engajamento em torno dos poemas. Ademais, ressaltamos que, mesmo que o Instagram admita o uso de *hashtags*, tais *affordances* não se manifestam com frequência em seus materiais.

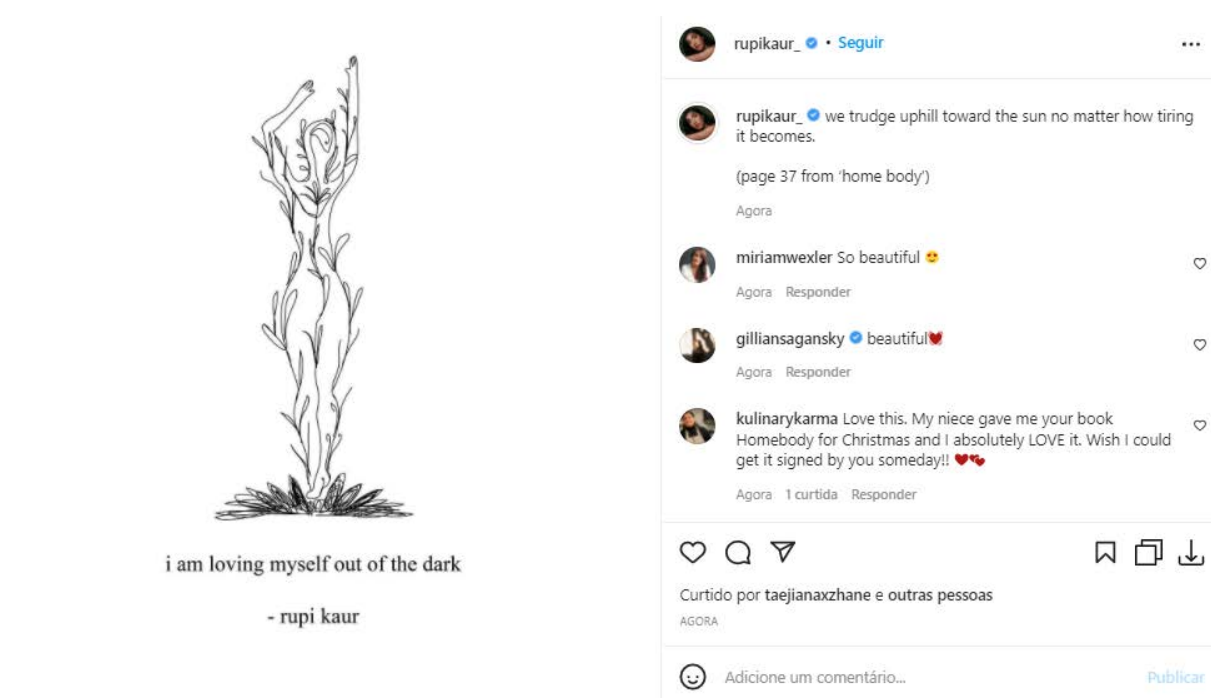
A visualidade das poesias merece comentários à parte, pois revela muito sobre as estratégias usadas por Kaur frente à plataforma. Como os recursos do Instagram restringem *affordances* relativas a publicações estritamente textuais por parte dos usuários (não é possível fazer um post sem adição de imagem/vídeo, por exemplo), intuímos que a artista elabora montagens em formato imagético com suas poesias em outros *apps* antes de postá-las. Nesta mesma direção, o uso constante

de ilustrações autorais que acompanham os versos permite algumas inferências. Em certa medida, é possível argumentar que essa talvez seja a única forma encontrada pela autora para dar conta do apelo visual inerente à proposta da própria mídia social, cujo algoritmo dá prioridade aos conteúdos

que contenham elementos visuais. Ainda, não há como negar que a inserção dos desenhos de Rupi facilita a decodificação da imagem mental criada pelo poema durante a leitura e que isso, pensando na agilidade com que este é consumido via *feed*, auxilia sua compreensão no dia a dia.

[Figura 3]

Captura de tela feita pelos autores a partir de publicação de Rupi Kaur



https://www.instagram.com/p/CZX3TERv_ui/?igshid=MzRlODBiNWFiZA%3D%3D

Deixando os *instapoemas* em segundo plano, quando Rupi explora as *affordances* de publicação para postar fotos de si (as fotografias ocuparam 40% dos *posts* de janeiro e fevereiro), não há muito que a diferencie do que vemos usualmente em perfis de influenciadores digitais. Seus registros, sempre bem produzidos, têm como temas situações cotidianas, grandes eventos, turnês de

seus livros e viagens com os amigos. Em algumas situações, vemos que a poeta costuma utilizar a ferramenta de localização para marcar onde os cliques foram feitos, enquanto, em outras, é o campo da legenda que recebe tal função. Além disso, em 50% dos *posts* contendo fotos de si mesma, a autora faz uso do formato carrossel (ou sequência) para compilar mais de uma fotografia numa única publicação.

[Figura 4]

Captura de tela feita pelos autores a partir de publicação de Rupi Kaur



<https://www.instagram.com/p/CaGTcfrMOFm/?igshid=MzRIODBiNWFIZa%3D%3D>

[Figura 5]

Captura de tela feita pelos autores a partir de publicação de Rupi Kaur



https://www.instagram.com/p/CYcwIWUsP4K/?img_index=1

Há um ponto interessante a respeito da durabilidade do conteúdo e dos usos do recurso *stories* por Rupi Kaur. Enquanto as poesias marcam presença de forma exclusiva em seu *feed*, o campo destinado a registros que somem após 24 horas é alimentado por fotografias e vídeos sobre seu processo de escrita, detalhes de suas turnês, *reposts* de leitores, quando não dicas de produtos que a escritora vem utilizando. A nosso ver, tal distinção entre o que é publicado em cada espaço vai ao encontro da própria lógica reforçada pelo Instagram: como, no *feed*, posta-se tudo aquilo que o usuário pretende que seja perene¹³, esse é o único formato no qual Rupi publica seus textos autorais — afinal, a poesia, base de seu trabalho, não pode se perder no dia seguinte, de modo que o perfil funciona como um portfólio de poemas. Já os cliques cotidianos, em contrapartida, não correm risco caso desapareçam horas depois da publicação.

Apenas a título de exemplo, no dia 22 de fevereiro, quem a seguia pôde conferir de perto alguns detalhes intimistas de sua turnê mundial, prevista para começar em maio daquele ano. Durante o período em questão, Rupi, em meio às reuniões e demais tarefas de sua equipe profissional, aproveitou para publicar fotografias e vídeos em momentos específicos do trabalho: os bastidores de uma sessão fotográfica, uma ida ao shopping nos intervalos

da rotina profissional e um vídeo no qual caminhava na neve, reclamando sobre o quanto o gelo parecia estar prestes a derreter. Independentemente de sua espontaneidade e intenção, tais relatos e a forma como a poeta se mostrou ao público não nos deixaram esquecer do caráter estratégico dessa autenticidade construída, algo que, segundo autores como Dumitrica e Van Driel (2020), traz aos seguidores a “impressão de que conhecem a pessoa por trás do *feed*” (DUMITRICA; VAN DRIEL, 2020, p. 11, tradução nossa¹⁴) e que, justamente por isso, é um dos grandes pilares do ofício dos produtores online.

Já entre as *affordances* exploradas nos *stories*, constatamos que Rupi se vale de uma série de funcionalidades que o Instagram não disponibiliza para uso no *feed*. Nas ocasiões em que decide legendar certos vídeos ou frisar o nome de pessoas, marcas e produtos, o recurso de adicionar textos escritos por sobre os *posts* aparece com frequência. Se é preciso indicar uma página externa ao seu perfil, como uma notícia ou portal para compra de seus livros, isso é feito por meio da ferramenta de adição de links nos *stories*. Os filtros embelezadores, como de praxe, também são usados nos momentos em que a poeta se filma conversando com os seguidores ou tira *selfies* em frente ao espelho. Por outro lado, é pertinente pontuar que são de certa forma raros os *reposts* realizados por ela, seja de postagens que lhe chamam atenção ou de marcações em publicações de leitores. O contato virtual com sua rede, assim, parece girar em torno

¹³ Vale destacar que, com o lançamento do recurso *Destaques* em 2018, é possível fixar os *stories* no perfil pelo tempo que os usuários desejarem. No caso de Rupi Kaur, há quatro destaques: um para publicações relativas à sua turnê mundial, outro para um projeto interativo com os leitores, um terceiro para seu documentário (disponível no Prime Video) e, por último, aquele focado em *stories* sobre seu último livro.

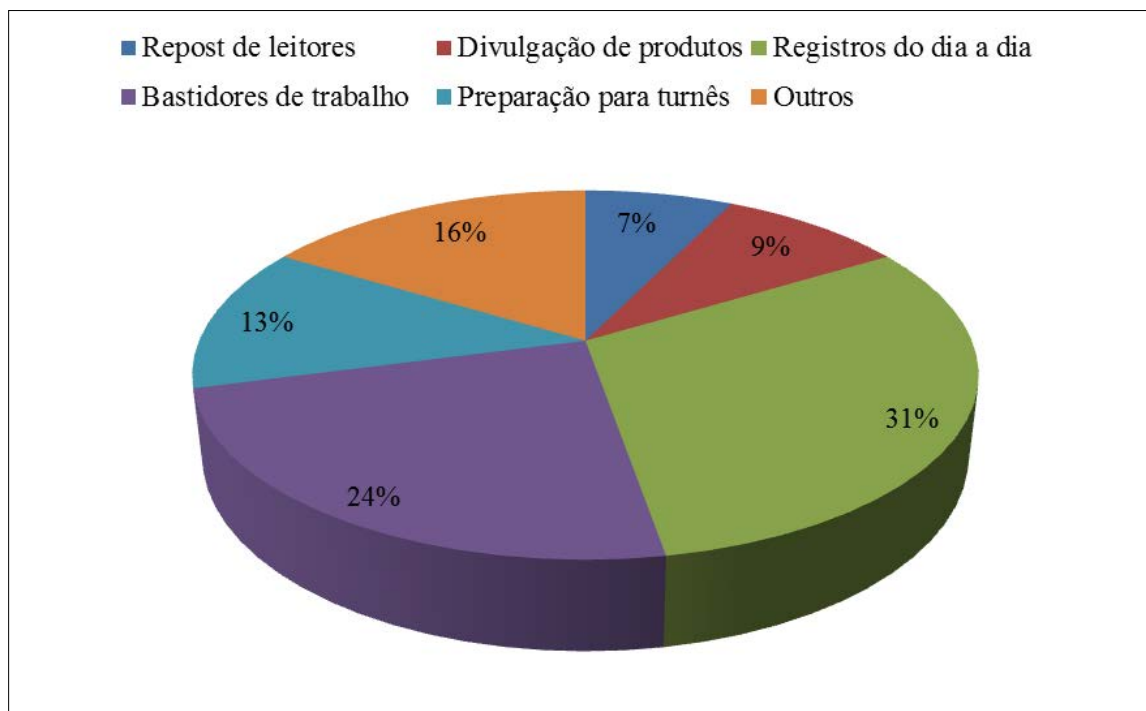
¹⁴ Do original: “The impression that they know the person behind the *feed*”.

dos diálogos que estabelece no campo dos comentários de *posts* no *feed*, bem como as *lives* e *workshops* de escrita oferecidos

vez ou outra — que, juntos, acabam por reforçar a criação de uma comunidade global entre os constituintes da audiência.

[Figura 6]

Conteúdos dispostos nos *stories* de Rupi Kaur durante janeiro e fevereiro



Elaborado pelos autores

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa breve recapitulação do exposto no trabalho, o exercício realizado pelo presente artigo surgiu de inquietações sobre a figura de Rupi Kaur, um dos grandes nomes do que se entende por *instapoesia*, sobretudo pela sua apropriação das *affordances* previstas pelo Instagram durante o fazer poético online. Para auxiliar a investigação sobre seu ofício, optamos por analisar seu perfil na mídia social tanto a partir dos conteúdos via *feed* quanto das estratégias evocadas pela poeta nos *stories*, de modo a compreender as diversas dimensões

nas quais plataforma e usuária se afetam no ciberespaço.

Dos materiais literários aos diálogos promovidos na conta de Kaur, a análise revelou que a mesma lógica que rege as demais relações no Instagram, assim como mídias similares, também acaba recaindo sobre o ofício da poeta. Na criação literária, isso se materializa em poemas simples, de curta extensão e que, muitas vezes, vêm acompanhados por elementos gráficos, em adesão à proposta visual da plataforma. Já sua apresentação pessoal para os seguidores – com compartilhamento de sua rotina de escrita, bastidores de eventos,

indicações de produtos que gosta e registros do dia a dia – possibilita um contato mais próximo e horizontal com o público, algo parecido com o realizado pelas chamadas celebridades virtuais.

Por fim, diante do olhar desaprovador de uma parcela expressiva dos críticos, reforçamos que encarar a emergência poética em novos suportes pode ser uma forma estimulante de observar o hibridismo natural entre tecnologia e literatura que marca nosso tempo. Ou, mais especificamente, uma oportunidade de reconhecer a *instapoesia* não como futuro único das produções poéticas que a antecedem, mas uma possibilidade tão legítima de apresentação do gênero quanto as demais para as novas gerações de leitores. Em meio a profundas transformações artísticas na era da informação, não há nada mais infrutífero que ignorar a profusão das literaturas digitais em prol do impresso, concebendo, de forma hierárquica, o livro físico como objeto literário por excelência. No fim das contas, tomar tal atitude é correr o risco de se fechar em relação a uma série de boas experiências envolvendo o mercado de poesia, entre elas o fato de que, conectadas, há mais pessoas lendo, se autopublicando e sendo lidas – talvez como nunca antes. ■

[HELVIO DE ARAÚJO CALDEIRA JÚNIOR]

Jornalista e mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (FAFICH) da UFMG. Dedicar-se a estudos interessados na interface entre plataformas digitais e as formas de publicação e circulação de poesia no ciberespaço.
E-mail: helviocald@gmail.com

[BRUNO GUIMARÃES MARTINS]

Professor, pesquisador associado ao departamento de Comunicação Social da UFMG e docente permanente no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social. Pesquisa a história dos meios comunicativos a partir de uma perspectiva material e estética.
E-mail: bruno.morca@gmail.com

Referências

ALAM, Rumaan. Rupi Kaur is the writer of the decade. **The New Republic**, New York, 23 dez. 2019. Caderno. Disponível em: <https://encurtador.com.br/qRY16>. Acesso em: 28 ago. 2023.

BAYM, Nancy K.; MCVEIGH-SCHULTZ, Joshua. Thinking of You: Vernacular Affordance in the Context of the Microsocial Relationship App, Couple. **Social Media + Society**, London, v. 1, n. 2, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2056305115604649>. Acesso em: 28 ago. 2023.

BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. The Affordances of Social Media Platforms. In: BURGESS, Jean; MARWICK, Alice; POELL, Thomas (ed.). **The SAGE Handbook of Social Media**. Sage Publications, 2018. p. 233-253.

CALDEIRA JUNIOR, Helvio de Araújo. Quando o verso encontra a timeline: Rupi Kaur e as novas formas de publicação e leitura de poesia no Instagram. In: PENSAMENTO COMUNICACIONAL BRASILEIRO – PENSACOM BRASIL, 8., 2021, online. **Conferência**. 2021. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/pensacom2021/textos/helvio-de-araujo-caldeira.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2023.

CALDWELL, Kia Lilly. Fronteiras da diferença: raça e mulher no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 2, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11922>. Acesso em: 28 ago. 2023.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

DUMITRICA, Delia; VAN DRIEL, Loes. Selling brands while staying “Authentic”: the professionalization of Instagram influencers. **Convergence**, London, v. 27, n. 1, p. 66-84, 2021.

FAZANO, Bruna Osaki; OLIVEIRA, Ulisses. O gênero instapoetry e a inteligência coletiva. **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 28, n. 3, p. 1161-1190, 2020. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/15731>. Acesso em: 28 ago. 2023.

FERRO, Ana Paula Rodrigues. A netnografia como metodologia de pesquisa: um recurso possível. **Educação, Gestão e Sociedade**, Jandira, ano 5, n. 19, 2015. Disponível em: https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170509161801.pdf. Acesso em: 28 ago. 2023.

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

JUNG ROCHA, Paula; MONTARDO, Sandra Portella. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-Compós**, Brasília, v. 4, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.55>. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. always. 17 fev. 2022. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CaGTcfrMOFm/?igshid=MzRIODBiNWFfZA%3D%3D>. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: https://www.instagram.com/rupikaur_/. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. picked up the [camera] to shoot beautiful morocco. 7 jan. 2022. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CYcwIWUsP4K/?img_index=1. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. sending each of you all the love and all the good vibes you may need to conquer the day you got this hunnny loving you forever ever (page 113 from the sun and her flowers). 17 nov. 2021. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CWYePRjLSv9/?igshid=MzRIODBiNWFfZA%3D%3D>. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. the last poem in home body. a reminder that we are everything we've been waiting for everything we need a whole universe inside one body. 3 out. 2021. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CUIKot0grzy/?igshid=MzRIODBiNWFfZA%3D%3D>. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. we trudge uphill toward the sun no matter how tiring it becomes. (page 37 from 'home body'). 30 jan. 2022. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVJmmzogRdK/?igshid=MzRIODBiNWFfZA%3D%3D>. Acesso em: 28 ago. 2023.

KAUR, Rupi. wellness isn't just about consuming products and services that make us feel good. it's not the commercialized form of self-care aggressively sold to us by companies. wellness is learning to sit still. it isn't always easy or relaxing. wellness is listening to what your inner voice needs and is saying. it's being patient while feeling your way through uncomfortable emotions. what's one not so fun thing that you've done this weekend that was tough to do, but good for you ? (page 111 from 'home body'). 17 out. 2021. **Instagram**. @rupikaur_. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVJmmzogRdK/?igshid=MzRIODBiNWFfZA%3D%3D>. Acesso em: 28 ago. 2023.

MINTZ, André Goes. Midiatização e plataformização: aproximações. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 98-109, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2019.150347>. Acesso em: 28 ago. 2023.

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

PRADO, Márcio Roberto do. Faces da literatura contemporânea: o caso da poesia viral. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, Brasília, n. 47, p. 19-47, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2316-4018472>. Acesso em: 28 ago. 2023.

ROY, Nilanjana. Voices of the new 'Instagram poets'. **Financial Times**, London, 23 fev. 2018. Disponível em: <https://on.ft.com/3SbQRCB>. Acesso em: 2 jul. 2022.