

Análise da percepção dos coletivos literários do Vale do São Francisco no Instagram: um relato de experiência

Analysis of the perception of the literary collectives of the São Francisco Valley on Instagram: a experience report

Ariane Samila Ferreira de Oliveira ROSA¹
Luis Nicolás de Amorim TRIGO²

Resumo

As redes sociais estão presentes em nosso cotidiano de maneira que é quase indissociável saber quando estamos ou não conectados a este universo que não é paralelo, mas está diluído em nossas ações. Este trabalho demonstra um viés da atuação dos coletivos literários do Vale do São Francisco através da plataforma digital Instagram, com o objetivo de compreender essa influência para o fomento à divulgação da produção literária do Vale do São Francisco. Para tanto serão utilizados os teóricos Agamben (2009); Candido (2011), Freire (1989), Adas e Galvão (2011), Deslauriers e Kérisit (2010), Martino (2014). E, assim, através de uma metodologia que preza pelo tipo qualitativo e pelo viés empírico, haja vista a natureza da pesquisa, somada à experiência da pesquisadora em adentrar nesse território o relato de experiência foi realizado. Ademais, pode-se concluir que os coletivos literários têm conseguido atingir o objetivo, ainda que, essa atividade possa ser melhor aproveitada em alguns momentos.

Palavras-chave: Coletivos Literários. Vale do São Francisco. Instagram.

Abstract

Social networks are present in our daily lives in such a way that it is almost indissociable to know when we are or are not connected to this universe that is not parallel, but is diluted in our actions. This work demonstrates a vision of action of the literary collectives of the São Francisco Valley through the Instagram digital platform, with the objective of understanding this influence for the promotion of the dissemination of the literary production of the São Francisco Valley. For that, the theorists Agamben (2009); Candido (2011), Freire (1989), Adas and Galvão (2011), Deslauriers and Kérisit (2010), Martino (2014). And so, through a methodology that values the qualitative type and the empirical view, considering the nature of the research, added to the researcher's experience in entering this territory, the experience report was carried out. In addition, we can conclude

¹ Mestra em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB).
E-mail: ariane.samila@aluno.ifsertao-pe.edu.br.

² Mestre em Ciências da Computação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
E-mail: nicolas.trigo@ifsertao-pe.edu.br.

that literary collectives have achieved their objective, even though this activity can be better used at times.

Keywords: Literary Collectives. San Francisco Valley. Instagram.

Introdução

O recente cenário pandêmico trouxe muitas adversidades. Não é possível descrever nestas páginas as dores de muitas famílias que perderam seus entes queridos ou pessoas que ainda sofrem com sequelas causadas pela Covid 19. Contudo, o substantivo masculino *luto* que foi tão visto como manifestação de profunda tristeza, também foi empregado como um verbo, sobretudo para os trabalhadores da cultura que precisaram mais do que readequar as classes gramaticais, eles necessitam se (re) organizar coletivamente para reivindicar medidas de assistência.

A ideia em realizar esta pesquisa surgiu por querer entender duas novas e pioneiras questões: o poder de alcance das mídias sociais durante o período de criação da recente Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020. E a possível expansão da literatura do Vale do São Francisco (VSF) causada a partir do uso das mídias neste período. Quer seja essa expansão verificada através da criação de novos coletivos literários, quer seja na ampliação de um trabalho já existente podendo ser criação de conteúdo a partir desses textos literários ou divulgação de ações virtuais que aconteceram posteriores à data de publicação, sendo as *lives* uma das ações mais difundidas durante este período.

Desta forma, uma vez que a maioria dos brasileiros teve que se recolher em suas casas como medida de segurança para enfrentar a pandemia, as mídias sociais, que já tinham uma grande aceitação, se potencializaram em veículos de entretenimento e trabalho para muitos cidadãos. Somado a isso, houve o estímulo financeiro da Lei Aldir Blanc (LAB), uma vez que através de aprovação em edital os interessados em produzir conteúdo através de plataformas digitais puderem inscrever suas propostas e pleitear a aprovação que seria remunerada de acordo com os critérios previstos em edital.

Ademais, a presente pesquisa, do tipo qualitativo e de caráter empírico, tem por objetivo compreender a influência do Instagram para o fomento à divulgação da produção literária do VSF através dos coletivos literários. Assim, esse estudo de campo tem especial atenção à observação do contexto em que se propõe a análise deste objeto de estudo, a

fim de que os dados coletados sejam confrontados entre si e apresentem um resultado baseado nessas constatações.

A despeito do tipo qualitativo, este é o que mais se adequa por não estar preocupado em quantificar dados, mas de interpretá-los e, até mesmo, produzi-los junto aos sujeitos da pesquisa. Uma vez que esse campo é tratado de forma dinâmica e para além de responder às questões provocadas, conduz novas questões, talvez mais pertinentes do que as inicialmente feitas, já que esse tipo de pesquisa permite que o fenômeno seja estudado na sua forma mais profunda. Desta feita, como embasamento teórico/metodológico, utilizaremos as ideias de DESLAURIERS; KÉRISIT (2010, p. 131) que agrega a esta pesquisa a compreensão de que

Um dos objetos privilegiados da pesquisa qualitativa é, portanto, o sentido que adquirem a ação da sociedade na vida e os comportamentos dos indivíduos, assim como o sentido da ação individual quando ela se traduz em ação coletiva.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: como os costumeiros formatos científicos, a primeira parte se destina ao resumo; sequenciado da introdução onde é possível localizar os objetivos; a metodologia e a justificativa para a realização deste trabalho. A seguir, o alicerce teórico, a análise dos dados das contas pesquisadas, as considerações finais e as referências.

Produção de conteúdo na contemporaneidade

As formas de aprender e ensinar se transformam com o passar dos tempos, isso não é novidade. Em uma visão arcaica, o professor era (ou é) visto como um dos únicos detentores de conhecimento, que o transmitia através de uma educação bancária pautada na transferência de ensinamentos em que não cabia o diálogo tão comumente discutido atualmente. FREIRE (1996, p. 47), discorre amplamente sobre esta questão quando diz que:

[...] ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou a sua construção. Quando entro em uma sala de aula devo estar sendo um ser aberto a indagações, à curiosidade, às perguntas dos alunos, a suas inibições; um ser crítico e inquiridor, inquieto em face da tarefa que tenho - a de ensinar e não a de transferir conhecimento.

Esse mesmo educador lembra, também, que há diversificadas formas de produzir conteúdo e com a conhecida afirmação que “a leitura do mundo precede a leitura da palavra”, FREIRE (1989, p. 9) possibilita associar tal colocação com os ensinamentos praticados pela cultura indígena, sobretudo nas aldeias mais afastadas dos grandes centros urbanos onde os ensinamentos são perpassados através dos mais velhos ou na figura do pajé, que é o líder da comunidade. Respeitando assim, a sabedoria proveniente da experiência e não necessariamente da decodificação das palavras.

E, se até agora o que foi mencionado não é novidade, esta premissa se solidifica na possibilidade do uso da tecnologia para produzir conteúdo através das mídias digitais. Discutindo sobre os mais variados temas, os contemporâneos profissionais da internet, conhecidos como *influenciadores digitais*, produzem vídeos sobre os mais diversificados assuntos, não há equiparação com os conteúdos escolares previstos pelas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), mas outros tipos de discussões são pautados. Dentre os assuntos mais mencionados podemos encontrar: moda, humor, saúde, dicas do lar, vida fitness, análises de livros, filmes, desenhos e mais uma infinidade de temas que são acompanhados diariamente, quiçá, momentaneamente por um público desejoso de acompanhar rotinas.

A despeito do surgimento de novos profissionais que contestam seu próprio tempo impondo-lhes novidades e atrelado a ele o conceito de contemporaneidade, AGAMBEN (2009, p. 58 e 59), afirma que:

Pertence verdadeiramente ao seu tempo, é verdadeiramente contemporâneo, aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado às suas pretensões e é, portanto, nesse sentido, inatual; mas, exatamente por isso, exatamente através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz, mais do que os outros, de perceber e apreender o seu tempo.

Ao se referir a esse conceito, o autor disserta sobre a ideia que “a contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias” AGAMBEN (2009, p. 59). Essa afirmação que a princípio pode parecer paradoxal é facilmente entendida quando olhamos pelo viés das incertezas que geram as novas descobertas. Não se conformar com o próprio tempo não significa, necessariamente, que a ele não se quer pertencer, mas que as inovações são provenientes desses próprios questionamentos. Já que [...] “Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são

contemporâneos porque, exatamente por isso, não conseguem vê-la [...] AGAMBEN (2009, p. 59).

Mídias digitais e lei Aldir Blanc

As mídias digitais estão diluídas no nosso cotidiano de modo que usufruímos de suas formas sem nos darmos conta dessa nomenclatura. Muitas são as vezes por dia em que usamos as redes sociais para interagir com alguém, enviar mensagens, fazer uma divulgação. Desta feita as mídias digitais, como o próprio nome se refere, são todos os conteúdos ou veículos de comunicação que se baseiam na internet e a utilizam como meio de distribuição. A despeito desta afirmação, MARTINO (2014, p. 9) reitera que “é quase um exercício de imaginação pensar o cotidiano sem a presença das mídias digitais”.

E, mesmo o indivíduo que não se considera um “ser digital”, que não permanece o tempo todo conectado digitalmente, vez por outra precisará se render ao universo das mídias digitais para acessar serviços básicos como programas governamentais, resoluções bancárias, inscrições em universidades, concursos públicos e afins. Segundo os autores ADAS; GALVÃO (2011) o universo multimídia “tem como objetivo levar pessoas a aderir a algo: pode ser uma ideia, um produto, um conceito ou mesmo uma mudança de comportamento”.

Assim, dentre as variadas formas de se trabalhar com as mídias digitais na contemporaneidade é importante discorrer sobre a recente Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020, também conhecida como Lei Aldir Blanc de Emergência Cultural ou, simplesmente, LAB. Esta lei, que faz referência a Aldir Blanc, um músico brasileiro que faleceu nos primeiros meses da recente pandemia da Covid 19, foi criada de maneira emergencial para beneficiar o setor cultural do Brasil, aqueles muitos trabalhadores da cultura que foram os primeiros a parar e os últimos a retornar suas atividades profissionais. Desta forma, no artigo 4º de BRASIL (2020) há a descrição de que:

Compreendem-se como trabalhador e trabalhadora da cultura as pessoas que participam de cadeia produtiva dos segmentos artísticos e culturais descritos no art. 8º desta Lei, incluídos artistas, contadores de histórias, produtores, técnicos, curadores, oficineiros e professores de escolas de arte e capoeira.

A referida Lei concedeu benefícios a esses trabalhadores através de três distintos incisos. A saber, o primeiro discorre sobre a concessão de renda emergencial mensal aos

trabalhadores e trabalhadoras da cultura, uma vez que muitos desses trabalhadores não se enquadram nos critérios para o auxílio emergencial geral. O segundo inciso se concentrou em fornecer subsídio mensal para manutenção de espaços artísticos e culturais já existentes anteriormente à criação da Lei, mas que tiveram suas ações interrompidas pelas restrições de isolamento social. Podendo ser “*microempresas e pequenas empresas culturais, cooperativas, instituições e organizações culturais comunitárias*” (BRASIL, 2020). E, por último, o terceiro inciso de BRASIL (2020) que se subdividiu em diversificadas ações e resultados.

III - editais, chamadas públicas, prêmios, aquisição de bens e serviços vinculados ao setor cultural e outros instrumentos destinados à manutenção de agentes, de espaços, de iniciativas, de cursos, de produções, de desenvolvimento de atividades de economia criativa e de economia solidária, de produções audiovisuais, de manifestações culturais, bem como à realização de atividades artísticas e culturais que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meio de redes sociais e outras plataformas digitais.

Desta maneira, com base neste último inciso houve a criação e/ou expansão de muitos grupos artísticos, dentre eles, coletivos literários. E, uma vez que, os produtos artísticos provenientes desta Lei precisavam “*ser transmitidos pela internet ou disponibilizados por meio de redes sociais e outras plataformas digitais*”. BRASIL (2020) cresceu significativamente o acesso às mídias digitais, sobretudo o Instagram.

Os coletivos literários são formados por grupos de pessoas que compartilham de interesse literário, seja pela literatura enquanto linguagem ou por determinada temática. Um dos mais conhecidos no Brasil, que atua em todas as regiões, é o coletivo *Leia Mulheres*. Como o próprio nome se refere, consiste na leitura de obras de autoria feminina. “*O primeiro encontro aconteceu em março de 2015, em São Paulo. Nesses quase oito anos de existência, o clube foi se espalhando pelo Brasil e pelo exterior [...]*” MULHERES, LEIA (2023). Outros grupos, com semelhantes objetivos foram se formando ao longo dos tempos, inclusive, durante a recente pandemia muitos grupos virtuais começaram suas atividades.

Literatura do Vale do São Francisco: repertório e expansão

A Literatura é de suma importância para a formação dos cidadãos, seja no aspecto social, cultural e político. Ela representa a história da sociedade e pode colaborar no

processo de valorização local, pois, muitas vezes, conta a história do meio em que está inserida. E esse meio, que não é estático, vai se transformando e acompanhando as modificações inevitáveis com o passar dos anos. Sobre esta ótica, CANDIDO (2011, p. 29), um dos maiores teóricos contemporâneos, afirma que “*a literatura é também um produto social, exprimindo condições de cada civilização em que ocorre*”.

Desta feita, no Vale do São Francisco, mais precisamente nas cidades de Juazeiro, na Bahia, e Petrolina, em Pernambuco, essa efervescência literária é abastecida pelos diferentes gêneros textuais, poemas, contos, crônicas, romances, cordéis. Além da transformação desses textos em performances, contações de histórias, espetáculos, podcasts.

Para além desses desdobramentos dentro da própria linguagem da Literatura, como ocorre nos exemplos citados acima. Há uma não tão recente, mas atualmente, mais fortalecida relação da Literatura com as Mídias Sociais, sobretudo, o Instagram que vem construindo um caminho do fazer. E, um fazer que requer outras expertises nessa arte de construir pontes entre o que está posto e o que pode ser criado a partir dessas ações.

E, como tudo que é novo desperta curiosidade atraindo ou afastando simpatizantes, é constatado que o trabalho com plataformas digitais requer disponibilidade de tempo e muita dedicação. Para se conseguir uma fidelidade de público e uma expressiva produção de conteúdo é necessário dominar além do produto a ser divulgado as ferramentas digitais da plataforma, pois, muitos são os recursos a serem utilizados para captar um público que além de conhecer a página, tenha o desejo de nela permanecer e quiçá contribuir com interações disponibilizadas para esta finalidade, tais como, curtidas, comentários e compartilhamentos.

Assim, nos caminhos desta pesquisa, após ampliação do repertório teórico, adentramos ao universo digital do Instagram em que foram encontrados variados tipos de perfis literários digitais. Após uma sumária seleção baseada na constatação de ser um perfil literário e ter sido aprovado e/ou mantido pela LAB foram descartadas as que não pertenciam a esse critério e foram pré-selecionadas dezessete contas para melhor observar os perfis que se aproximavam. Posteriormente, a esta composição do repertório digital, as dezessete contas foram divididas em dois grupos, sendo as primeiras oito pertencentes ao primeiro grupo e nove ao segundo.

No primeiro grupo, organizamos aquelas que traziam uma abordagem mais geral da Literatura, quer seja um recorte por região, a exemplo de Literatura Brasileira;

Literatura Portuguesa; Literatura Africana e afins. Quer seja, por temática, Literatura de Autoria Feminina; Literatura Erótica; Literatura de Autoria Negra e semelhanças. Essas contas são mantidas por leitores, escritores, jornalistas, professores que, muitos deles, se dividem com outras atividades profissionais ou têm, em sua minoria, esse perfil como trabalho, dedicando-se a ele exclusivamente e tirando dali o seu sustento.

Dentre as contas encontradas no segundo grupo, há, semelhantemente às primeiras, perfis gerenciados por pesquisadores, leitores, autores literários e produtores culturais. Contudo, há uma diferença conceitual nas contas, pois, enquanto aquelas possuem o intuito de divulgar sua própria obra escrita, enquanto autores ou adentrar em uma temática específica da Literatura quer seja pela região ou temática, estas últimas interessam mais expressamente a esta pesquisa, pois, trabalham focado na produção e divulgação da literatura produzida pela diversidade do coletivo.

Sendo assim, será sequencialmente apresentada a análise referente a oito perfis que pertencem ao segundo grupo, uma vez que ao entrar em contato para solicitar autorização, uma administradora não teve interesse em participar, agradecendo e dispensando o convite sem maiores detalhamentos. É válido ressaltar que as oito contas que participaram desta pesquisa foram criadas e/ou mantidas após o pleito e aprovação em um dos editais da LAB e são administradas por coletivos literários do VSF com o intuito de divulgar essa produção literária.

Nesta atmosfera literária, é perceptível a atuação dos coletivos literários do VSF que com o intuito de difundir sua própria literatura utilizam amplamente da plataforma digital do Instagram. Esse movimento, embora já ocorresse, ganhou força com o incentivo financeiro da LAB, uma vez que, a existência e aplicabilidade dessa lei tiraram do imaginário individual e coletivo muitos projetos que ainda não tinham sido realizados por ausência de recursos para sua execução e manutenção.

Esmiuçando esses perfis foi constatado que, embora a base de conteúdo seja a mesma, eles mais uma vez, se subdividem, pois, enquanto alguns foram criados com o intuito de produzir e, sobretudo, armazenar conteúdo sobre a literatura do VSF, tais como, livros digitais, intervenções literárias, promoção de *lives*. Outros foram utilizados com o intuito de divulgar produtos literários promovidos por outros perfis literários e até mesmo outras plataformas digitais, possuindo como intuito maior a divulgação dessas ações e não necessariamente a produção de conteúdo.

Por produção de conteúdo, dentro do universo literário, entendemos que são as atividades desenvolvidas a partir de uma produção literária, podendo ser vídeos de leituras, discussões em torno de um texto ou temática, intervenções, resenhas de livros, ou seja, diversificadas ações que tem como base a disseminação da literatura do VSF, quer seja na sua forma original, ou, quer seja nas reverberações dela provenientes.

Os perfis deste grupo se diversificam, também, ao hospedar links nos casos em que a plataforma do Instagram não seja compatível com determinados produtos literários, a exemplo de podcasts; e-books; vídeos de longa duração. Servindo essas contas como um atalho que direcionam a outras plataformas como o Youtube; Linktree; Spotify, dentre outras. Na tabela 01 é possível ter uma dimensão do trabalho desenvolvido nesses perfis e perceber as singularidades de cada conta, uma vez que diferem em quantidade de seguidores e de publicações. Além de serem observadas a data de criação e manutenção (ou não) das atividades.

Tabela 01: Lista de perfis do Instagram e informações.

Contas	Seguidores	Nº de Publicações no feed	1ª Publicação	Última publicação	Data da coleta dos dados
@vozesmulheres	430	81	15/12/19	18/02/23	15/07/23
@antologiadasmulheres	589	57	14/03/21	29/04/22	15/07/23
@tessiturasnarrativas	418	38	17/01/21	26/05/23	15/07/23
@delascoletivoeditorial	148	30	10/03/22	19/04/22	19/07/23
@seloeditorialsertao	94	14	24/04/21	23/04/22	19/07/23
@literaridas.a	631	38	13/02/21	15/07/22	19/07/23
@flijuazeiro	503	44	13/01/21	04/03/22	19/07/23
@ anthilogia	1.413	386	24/03/20	21/12/22	19/07/23

Fonte: <http://www.instagram.com/>

Desta feita, à observação ao foco do conteúdo produzido por essas contas foi um dos primeiros dados que chamou à atenção, uma vez que majoritariamente foram encontrados perfis com o objetivo de promoção à literatura de autoria feminina do VSF. Sobretudo, através de textos literários há uma consistente discussão sobre a literatura e

sua função social, quer seja ligada às questões do contexto geográfico, quer seja aos preconceitos de gênero e raça. A exemplo da conta @TESSITURASNARRATIVAS que tem no seu perfil o propósito de “*entrelaçar diálogos sobre a produção literária de mulheres pretas no Sertão do São Francisco*”

Como ratificação dessa informação, há abaixo mais uma citação de uma dessas contas que apresenta um perfil que tem o objetivo de divulgar o trabalho de mulheres escritoras do Semiárido baiano. Na conta @LITERARIDAS.A há a seguinte descrição:

É uma antologia poética composta por 29 mulheres poetas e 1 coletivo de mulheres poetas do Semiárido baiano versando livremente suas vozes, escutas, prazeres e labutas. O projeto nasceu a partir do desejo de afirmação dos nossos espaços na literatura, mais especificamente na poesia como uma forma de confrontar os espaços hegemônicos socialmente estabelecidos.

Sendo assim, a pluralidade de textos encontrados nessas contas evidencia que muito além da apreciação estética literária há uma força política de mulheres, como as do coletivo @VOZESMULHERES que estão “*rompendo com o silenciamento e invisibilidade por meio da palavra escrita e recitada*”. Tratando-se de contas, também, administradas coletivamente, essa divisão de tarefas é apresentada, muitas vezes, no próprio perfil dando a cada uma delas o devido crédito pelo trabalho realizado.

Além de coletivos literários que são gerenciadores de perfis digitais, há também, simultaneidade desses coletivos ao produzirem ações literárias, também, de maneira física. Alguns desses grupos tiveram sua formação anteriormente ao perfil digital fortalecendo e divulgando seus produtos literários, enquanto outros fizeram o caminho inverso e a plataforma digital foi o caminho para o encontro de pessoas que com objetivos em comum resolveram tecer narrativas.

É notável, também, que em alguns perfis há um maior número de atividades desenvolvidas, perceptíveis a partir da quantidade de publicações no *feed* e número de seguidores. Isso, dentre outras coisas, é um vestígio de demonstração do compromisso em utilizar de maneira consciente o recurso que foi destinado. Enquanto outros perfis apresentaram um pequeno número de publicações no *feed* e poucos seguidores. Há também diferenças relativas à data de início e manutenção dessas contas. Algumas foram criadas antes da aprovação do edital, enquanto outras foram criadas especificamente para atender ao projeto. O que se tem em comum entre elas é que quer

seja criada ou, quer seja, mantida ambas estão/estavam à disposição de divulgar a literatura do VSF utilizando-se do recurso da LAB.

Por fim, ou melhor dizendo, por ora, foi percebido que além da produção de conteúdo focada na apresentação e discussão de textos literários, há a demonstração do resultado de um mapeamento e a criação de um selo editorial. Essas duas contas demonstram a consistência e volume de publicações. Uma vez que na primeira situação tornou-se necessário reunir essas produções em um documento que solidifica essa produção e na segunda situação, o @DELASCOLETIVOEDITORIAL aponta a necessidade de um selo para essa produção com o objetivo de *“resgatar edições esgotadas e promover a criação literária em seus diversos gêneros e formas. O Sertão profundo e suas leituras é o nosso foco”*.

Considerações finais

Estas linhas apresentam mais do que um breve relato sobre mídias sociais e literatura e, de longe, não tem a pretensão de encerrar essa discussão, pelo contrário, o intuito é encorajar a expansão da curiosidade pelo assunto para que, assim, outras pesquisas sejam trazidas ao ambiente acadêmico. Uma vez que, ao abordar uma plataforma digital como produtora de conteúdo através de um viés específico da literatura, não é assunto costumeiro nas universidades.

E, mesmo que associar tecnologias digitais à literatura local pareça de início uma parceria de complexa interação, foi percebido que as mídias digitais são em potencial um dos caminhos assertivos na contemporaneidade para que essa junção ocorra. Além de favorecer a expansão da literatura, agrega outros formatos de conteúdos literários. E, assim, percebemos que o objeto desta pesquisa compreendeu que de fato o Instagram é uma importante ferramenta de divulgação e produção de conteúdo acerca da literatura do VSF. E que os coletivos literários que o utilizam cumprem bem essa função. Embora, foi percebido, também, que alguns desses coletivos produziram um quantitativo maior de conteúdo, enquanto outros tiveram um número reduzido de publicações.

Esse dado trouxe o seguinte questionamento. Seria esse um resultado da mobilização de alguns coletivos literários em detrimento de poucos esforços de outros? Será que alguns coletivos estiveram mais motivados em criar postagens literárias? Será que essa constância nas postagens atraiu mais seguidores? Essa não é uma pergunta de

fácil resposta, mas quando olhamos o todo, percebemos que, de fato, as contas que possuem mais seguidores são justamente aquelas que possuem mais produções de conteúdos em forma de publicações no *feed*.

É difícil chegarmos a uma resposta exata sobre essa questão, a não ser que consigamos dados restritos aos administradores, e possamos encontrar nos insights dados mais precisos, a exemplo da quantidade de tempo que os coletivos vem a ela se dedicando, a quantidade de pessoas presentes nas lives, o engajamento das publicações.

Por ora, concluímos o relato desta pesquisa que foi realizada a partir de dados públicos: curtidas, comentários e quantidade de seguidores e publicações, para que ela seja um documento desta associação de literatura do VSF e Instagram. E, para que a partir dela outras possam surgir, pois é oportuno ampliar a discussão e deixar-se conduzir pelos caminhos encontrados.

Referências

ADAS, E.; GALVÃO, J. **Superapresentações**: como vender ideias e conquistar audiências. São Paulo: Panda Books, 2011.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Tradução Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Especial de Cultura. **Lei Aldir Blanc**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14017.htm. Acesso em: 18 out. 2022.

CANDIDO, Antonio. **Literatura e sociedade**: estudos de teoria e história literária. 12 ed.- Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2011.

DELAS COLETIVO EDITORIAL. **Coletivo editorial DELAS**. Disponível em: <https://instagram.com/delascoletivoeditorial?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>. Acesso em: 22 julho 2023.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRISIT, Michéle. O delineamento da pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean e outros. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos; tradução de Ana Cristina Nasser. 2.ed.- Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 21 ed. 1989.

LITERÁRIDAS. **Literáridas**. Disponível em:
<https://instagram.com/literaridas.a?igshid=MzRIODBiNWFIZA==> . Acesso em: 22
julho 2023.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais, linguagens, ambientes, redes**.
Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MULHERES, LEIA. **Leia mulheres**. Disponível em: <https://leiamulheres.com.br/>
Acesso em: 24 maio 2023.

TESSITURAS NARRATIVAS. **Tessituras narrativas**. Disponível em:
<https://instagram.com/tessiturasnarrativas?igshid=MzRIODBiNWFIZA==> . Acesso em:
27 julho 2023.

VOZES MULHERES. **Vozes mulheres**. Disponível em:
<https://instagram.com/vozesmulheres?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>. Acesso em: 22
julho 2023.