


Escritas literárias em mídia digital: entrevista com Larissa Campos

Literary writings in digital media: an interview with Larissa Campos


Escrituras literarias en medios digitales: entrevista a Larissa Campos

Vinicius Carvalho Pereira 

Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT

Lívia Ribeiro Bertges 

Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT

Matheus Guilherme Antunes Soares dos Santos 

Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT

## Introdução

Sendo a literatura contemporânea um polissistema complexo, marcado por muitas formas de hibridização de gêneros, linguagens e discursos, merece destaque uma instância em que a mistura do supostamente próprio ou impróprio ao literário parece afetá-lo no mais íntimo do sistema: a materialidade dos textos. A literatura dos nossos tempos tem se formalizado materialmente em mídias das mais diversas, do livro impresso ao zine na *web*, das redes sociais ao grafite nos muros da cidade, do *slam* aos *videogames*, apenas para dar alguns exemplos.

Pela própria feição que o tecnocapitalismo vai adquirindo, pautando de modo crescente os mais variados processos culturais em espaços digitais, tornam-se também cada vez mais atravessadas por dispositivos digitais a produção, a circulação e a recepção literárias. Do ponto de vista das materialidades, isso quer dizer, em um primeiro nível, que quase todos os livros hoje impressos foram digitais em uma ou mais etapas de seu processo editorial; que são amplamente comercializados em plataformas também digitais; e/ou que também podem ser consumidos em versões digitais – autorizadas ou não por editores e autores. De todo modo, trata-se ainda do objeto livro, ainda que investido de novas formalizações.

No entanto, a crescente digitalidade dos processos culturais afeta as materialidades da literatura num segundo nível: o de textos que existem exclusivamente em

meio computacional e que se valem de recursos da mídia digital e dos códigos de programação para seus fins estéticos. A comunidade acadêmica mais dedicada à literatura desse cariz tem-na chamado de literatura digital, literatura eletrônica, literatura cibernética, ciberliteratura, infoliteratura ou outros nomes que sublinham a dimensão técnica dessas textualidades e da cultura digital em que elas se inserem.

No Brasil e em várias outras partes do mundo, importantes projetos de pesquisa vêm mapeando e documentando a cena de literatura digital, que cresce e se modifica rapidamente, seja pelas dinâmicas de colaboração e de consumo que as redes ensejam, seja pela acelerada sucessão de novas tecnologias que as *big techs* lançam no mercado a cada ano. Dialogando com tais projetos acadêmicos, foi lançado em 2023 o *Acervo de Literatura Digital de Mato Grosso – ALDMT*<sup>1</sup>, que tem por fim mapear a literatura digital produzida em Mato Grosso ou por autores nascidos no estado. As obras catalogadas nesse arquivo evidenciam como as tecnologias e mídias computacionais têm sido apropriadas criativamente por artistas no estado, dos quais aqui destacamos a escritora Larissa Campos, a quem entrevistamos sobre as relações entre escrita, redes sociais e mídias digitais em sua carreira. Como parte do projeto de pesquisa que gerou o ALDMT, a entrevista tem por finalidade colher junto à autora mais subsídios para leitura e reflexão sobre os textos de sua autoria catalogados no acervo.

Cumprir destacar que, além de escritora, Larissa Campos é formada em Jornalismo e Direito na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), atuando profissionalmente na área de Comunicação Pública e Digital, o que parece desempenhar papel importante também na sua escrita literária para as redes sociais. Sua produção, no entanto, não se resume aos espaços digitais, tendo contos selecionados para as antologias impressas *Ser, nascer e desnascer – Enquanto Mulheres* (PRIMAVERA EDITORIAL, 2021), *Prêmio OFF Flip 2022 – Contos* (OFF FLIP, 2022) e *Prêmio OFF Flip 2023 – Crônicas (texto finalista)* (OFF FLIP, 2023). O livro de contos *A casa do posto* (CAMPOS, 2022), vencedor da segunda edição do Prêmio MT Artes (2023), é sua obra de estreia e hoje existe em formatos impresso, *e-book* e, parcialmente, em audiodrama para *podcasts*, como se verá mais à frente nesta na entrevista. Parte significativa de sua produção pode ser encontrada também em variados zines digitais, como *Cidadão Cultura*, *Ruído Manifesto*, *Mirada Janela*, *Aboio* e *Scream and Yell*, bem como nos perfis da autora em redes sociais.

A entrevista foi realizada online em 01/09/2023 por meio de tecnologia de webconferência e complementada por mais algumas perguntas e respostas trocadas por e-mail com a autora em outra ocasião. Para melhor permitir que os leitores acompanhem as referências online que aparecem nas perguntas e respostas, remetemos, em notas de rodapé, aos links para os textos e mídias mencionados na entrevista.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://literaturadigitalmt.com/>.

Por fim, convidamos a todos que, após a leitura da entrevista, visitem o site do *Acervo de Literatura Digital de Mato Grosso – ALDMT* para conhecer mais sobre a produção de Larissa Campos e de outros escritores de Mato Grosso no âmbito da literatura digital.

ENTREVISTADORES – Larissa, temos acompanhado a sua produção literária em diferentes espaços, sobretudo nos meios de circulação impressa e digital, nos quais você tem produções muito ricas e variadas. Você acha que sua formação como jornalista influencia no modo como vê as possíveis relações entre escrita, literatura e outras mídias, especialmente as do meio digital? Por quê?

LARISSA CAMPOS – Eu estudei Jornalismo e na sequência Direito, ambos na UFMT. A formação em Jornalismo é o meu trabalho até hoje. Eu costumo dizer que o Jornalismo tem sido muito importante na minha formação porque me conduziu para ter um olhar mais apurado, diferenciado sobre algumas situações, ambientes, lugares, pessoas. É aquela premissa que a gente vê em muitas obras de escritores que também eram jornalistas, como, por exemplo, o Gabriel García Márquez, que dizia que praticamente tudo que ele havia escrito, na verdade, foram coisas que aconteceram, e que ele se nutria também daquelas experiências. Acho que o Jornalismo, para mim, vai muito nesse sentido e no que se refere à construção e exposição de conteúdos nas redes sociais. Trabalho como jornalista desde 2010 e, na minha trajetória profissional, sempre estive em busca de boas histórias para contar. O Jornalismo incentiva e estimula meu olhar para os detalhes do cotidiano, para as invisibilidades sociais e isso, naturalmente, enriquece minhas experiências de escrita, na ficção e fora dela. Além disso, ser profissional da Comunicação me leva a estudar diariamente as diferentes formas de comunicar, o que passa pelo uso das redes sociais, cada vez mais presentes em nossas vidas. Eu comecei na escrita literária de uma maneira tradicional: escrevendo e colocando as ideias no papel com uma caneta, ou trabalhando no computador. Mas será que essas formas tradicionais são atrativas para as redes hoje? Vemos surgir diferentes alternativas de trabalhar literariamente, como o *TikTok* e outras tantas ferramentas que nos colocam propostas cada vez mais amplas de uso da linguagem, dos recursos literários. Acho que, ao invés de enxergamos como um problema ou reclamar que as pessoas estão se desinteressando dos livros, podemos pensar em caminhos que se abrem e em oportunidades de construção de narrativas diferenciadas. Só que, para poder se apropriar disso e chegar a esse ponto, eu penso que vai um tempo, pois exige muita experimentação. Eu mesma me coloco nesse lugar, pois algumas produções que eu já fiz para divulgação no Instagram foram pensadas com calma, mas outras não; muitas coisas se resumem a reaproveitar um trecho de um conto ou de um poema, algo que eu gostei de ter escrito e que em algum momento decidi compartilhar com as pessoas que me acompanham. Nesse processo, eu identifico algumas facilidades

e algumas dificuldades, mas eu vejo que, no fundo, ainda se está num momento de experimentar essas ferramentas e ver o que se pode fazer e aonde se pode chegar com elas.

ENTREVISTADORES – E como você lida com as redes sociais e o trabalho de escrever? Notamos que você possui perfis no *Instagram*<sup>2</sup>, no *Facebook*<sup>3</sup>, no *TikTok*<sup>4</sup>... Você se utiliza dessas redes sociais da mesma forma? Há alguma rede social de sua preferência? E há alguma rede social que você gostaria de conhecer, mas ainda não testou?

LARISSA CAMPOS – As redes possuem características diferentes, ou seja, precisam ser usadas de forma diferente. Não basta apenas replicar um mesmo conteúdo em todas elas. Do ponto de vista profissional, a rede que mais utilizo é o *Instagram*, onde concentro as informações que considero mais relevantes sobre o meu trabalho, usando-o para direcionar o público para os conteúdos produzidos. Já minha atuação no *TikTok* ainda é tímida. Comecei a experimentar a rede para postar os vídeos de divulgação do meu livro de contos *A casa do posto* (Editora Penalux, 2022) e, passado o período mais intenso de divulgação, praticamente não voltei a essa rede. Atualmente, penso em explorá-la de maneira mais dedicada para compartilhar dicas de leitura

ENTREVISTADORES – No seu site<sup>5</sup>, você mantém vários conteúdos sistematizados e organizados por categorias. Qual é a importância, nos dias de hoje, de manter um site? Você tem práticas específicas para gerenciá-lo? E usa outros dispositivos para se conectar com seus leitores?

LARISSA CAMPOS – Diante das oportunidades de divulgação que a internet proporciona, os textos e outros conteúdos que produzimos se espalham, o que não considero ruim. No entanto, acredito que uma das potencialidades do site é justamente ser o lugar que reúne esses materiais e, de fato, atua como um portfólio para o próprio artista. Além disso, também tenho a *newsletter Malabarista de Palavras*<sup>6</sup>, um espaço que criei para estabelecer proximidade com leitores que estejam abertos e interessados na leitura de conteúdos mais extensos sobre escrita e literatura (em geral). Minha experiência de uso do *Instagram* tem mostrado que os usuários preferem textos mais curtos e que a limitação de alcance promovida pela plataforma faz com que os conteúdos sejam entregues a um número cada vez menor de usuários. Sendo assim, a proposta da *newsletter* é criar um meio garantido de entrega dos conteúdos. O assinante recebe as edições por e-mail e pode ler quando e onde quiser. Os mecanismos de engajamento

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/laricampos10/>.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/larissa.cavalcantedecampos>.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.tiktok.com/@laricampos10>.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.laricampos.com>.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://malabaristadepalavras.substack.com/>.

são proporcionados pela *Substack*, a ferramenta que uso para criação e envio da *newsletter*. O leitor pode responder o e-mail diretamente ao criador, curtir os textos e compartilhá-los via *WhatsApp* e redes sociais através de botões inseridos ao longo da própria edição.

ENTREVISTADORES – Já que você mencionou o *Instagram*, vemos no seu *feed* poemas com como “Solzin”<sup>7</sup>, em que você lança mão de variadas tipografias, cores e ilustrações para acompanhar os versos. Quando você criou esse poema, já pensou neles com esses recursos imagéticos? Ou eles foram primeiro criados apenas como material verbal, e depois, para postar no *Instagram*, você lançou mão desses recursos? Você se sente tentada a escrever poemas mais curtos para que possam caber em um único card no *Instagram*, junto com esses elementos de *design* gráfico?

LARISSA CAMPOS – O poema “Solzin” foi inicialmente criado como material verbal, tendo recebido os demais recursos posteriormente. Assim tem sido com a maioria dos poemas que produzo para as redes sociais. Confesso que, em relação a esse tipo de produção, existe sim uma preocupação com o tamanho dos poemas, levando em conta o dinamismo e as próprias práticas desenvolvidas nas redes. Também tenho visto autores que estão escrevendo minicontos divididos nas dez imagens de um carrossel; já conversei com algumas que dizem que, dessa forma, têm encontrado mais acessos e leituras do que simplesmente colocando o texto na legenda. Mas eu acho que é uma questão de experimentar e ver o que que pode ser feito com isso.

ENTREVISTADORES – E você diagrama também no celular, ou faz isso no computador? E escreve normalmente em que dispositivo? Faz direto no *Instagram*, por exemplo?

LARISSA CAMPOS – Em relação aos textos, eu costumo escrever fora do celular; uso o aparelho mais para tomar notas de cenas que eu vi, uma frase que eu gostei, uma palavra que alguém falou e me tocou de alguma forma. Ou seja, eu uso esse bloco de notas para ir “jogando” todas essas informações, mas o meu processo de escrita ainda funciona principalmente fora dali. Eu tenho vários cadernos de escrita, então vou escrevendo neles e também no computador. Quando posto um texto na legenda do *Instagram*, geralmente eu só copio e colo. Para a parte do *design*, eu lembro que antigamente a gente tinha um semestre inteiro na graduação para fazer a disciplina de *Corel Draw*. Era muito difícil usar essas ferramentas, mas era o que se tinha naquele tempo. Fazíamos tudo no *Corel Draw* e era uma coisa difícil, um programa pesadíssimo, nem todo computador dava conta de rodar. Eu me lembro de que uma vez eu baixei o *Corel Draw* e o computador estragou porque era muito pesado para

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C19CSRyFPpt/>.

abrir o programa. Hoje as coisas ficaram muito mais fáceis: você baixa o *Canva*, por exemplo, no celular, e consegue fazer um monte de artes e postagens utilizando essa ferramenta. O *Canva* é leve e prático; inclusive tenho uma conta premium, pois, quando você paga, ganha acesso a várias ferramentas que não estão disponíveis na versão gratuita. Assim, tenho possibilidades de fazer mais *templates* e *layouts*, que me permitem também variar um pouco mais os trabalhos na ferramenta. Então, para produzir algum desenho, alguma imagem, eu utilizo muito o *Canva* porque é bastante acessível.

ENTREVISTADORES – Já que você mencionou o bloco de notas, chama-nos atenção, quando olhamos seu *feed*, postagens em que aparecem capturas de tela com um poema no aplicativo *Notas*, do celular, como no texto “Correntes”<sup>8</sup>. Em casos como esse, trata-se mesmo de poemas escritos no celular usando o aplicativo? E por que você escolhe essa estética para compartilhar poemas desse tipo, remediando a imagem de notas em um bloco papel? É um recurso que outros poetas têm usado e simula um pouco uma construção de um diário, em que o texto vem acompanhado de uma data e com aparência de uma anotação cotidiana.

LARISSA CAMPOS – Esse poema e outros de formato parecido foram escritos diretamente no bloco de notas do celular, onde tenho uma pasta chamada “escritos”. Considero uma ótima ferramenta para não perder ideias e inspirações de escrita que me assaltam nas diferentes situações do dia. Jogo a ideia ali e vou trabalhando nela. A escolha por essa estética de postagem é interessante para conduzir o leitor pelo processo que culminou naquele texto. Mais do que ler o que se produziu, o usuário pode identificar, a partir da postagem, parte do processo de criação. Além disso, a estética do bloco de notas estabelece não só uma relação com a materialidade do papel, mas também com aquilo que é do cotidiano. Quando eu pego o meu bloco de notas, tem lista de compra, coisas que eu tenho para fazer, e no meio disso tudo tem um poema. Para mim, ele também tem essa conexão de, no meio de tantos afazeres, permitir um espaço para a poesia, para uma reflexão.

ENTREVISTADORES – Em outras postagens suas no *Instagram*, como no poema “Chamado para os mortos”<sup>9</sup>, você opta por colocar no campo da imagem uma diagramação do título e postar os versos como se fossem legendas dessa imagem. O que a leva a decidir quando postar o corpo do poema como imagem ou como legenda da imagem? Tem alguma relação com o conteúdo do poema, ou sua forma?

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZu92DWFa6d>.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CHF3jnuFFoa/>.



LARRISA CAMPOS – Penso que, para quem escreve, espaços como o *Instagram* são interessantes para experimentar, tanto no que se refere ao conteúdo quanto à forma. É esse o uso que busco realizar. As decisões estéticas sobre como postar passam por uma análise pontual, específica, e levam em conta os caminhos desses experimentos. Mas é importante ter em mente que muitas vezes as pessoas que estão nas redes passam pelas postagens de uma forma mais rápida, então, se for um texto longo na legenda do *Instagram*, nele cabem 2200 caracteres, e nem sempre as pessoas estão dispostas a lerem um texto de 2200 caracteres naquele momento.

ENTREVISTADORES – Você também tem alguns poemas postados como legendas a fotos nas redes sociais, como o “Diante das águas”<sup>10</sup>. Como funciona para você essa relação entre literatura e fotografia no *Instagram*?

LARISSA CAMPOS – O *Instagram* tem um caráter visual muito forte, então existe um apelo pela imagem, pela foto, e sabemos que isso é algo que atrai muitas pessoas dentro dos conteúdos que são postados. Mas isso de escrever um texto acompanhando uma fotografia é algo que já se fazia muito antes: eu lembro de fazer experiências desse tipo na faculdade, em que o professor falava “você vão sair pelo *campus* da Universidade fazendo fotos e depois vão produzir narrativas a respeito dessas fotos que produziram”. Vejo muitas pessoas fazerem isso no *Instagram*, reunindo o trabalho de imagem e foto com o trabalho de texto. Alguém que estudou fotografia, que trabalha também com esse campo artístico e com a palavra, consegue conectar essas duas coisas de uma maneira muito interessante, usando fotos de qualidade, que atraem as pessoas. Uma coisa interessante que eu tenho estudado são as ferramentas de difusão do *Instagram*. O *Instagram* limita o acesso a imagens que contêm uma quantidade muito grande de texto, então, se você posta uma foto e tem muito texto, ela vai chegar para menos pessoas. Isso é condicionado pelos próprios algoritmos do aplicativo e faz com que alguns conteúdos já não alcancem tantas pessoas quanto alcançavam antes. Se você quiser patrocinar uma postagem, por exemplo, que é uma ferramenta permitida pela rede, a quantidade de texto nessa imagem é um dos fatores levados em conta pela plataforma na hora de liberar o seu anúncio, e muitas vezes o seu anúncio é recusado se excede o limite de texto na imagem. Sobre isso, é importante considerar que a plataforma vai passando por mudanças: alguns anos atrás havia os “gurus” do *Instagram*, que davam cursos e ensinavam todo mundo a alcançar milhares de pessoas na plataforma, mas o que era uma estratégia há cinco anos não funciona mais. São todas essas questões que a gente tem que levar em conta: se eu postar uma foto, ela sempre vai ter mais curtidas e um alcance maior do que se eu postar, por exemplo, uma arte feita no *Canva* junto a um trecho de um texto meu. Também existem outras

---

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

ferramentas, como, por exemplo, a de marcar localização. Nem sempre eu uso, mas eu já percebi que, quando eu marco, a postagem chega a pessoas que moram na região, mesmo gente que eu não conheço. Então, da mesma forma que existem as ferramentas que limitam, existem também as que vão ajudar a postagem a alcançar outras pessoas que nem me conhecem.

ENTREVISTADORES – No seu perfil no *Instagram*, encontramos também alguns exercícios de prosa, como na série “Distante do centro”<sup>11</sup>. Você acha que a recepção de textos como este pelos seus leitores no *Instagram* é diferente da que acontece com seus poemas? E como funciona o fato de haver um fio condutor temático entre esses textos, mas eles serem postados de forma não sequencial? Eles acabam “arquivados” no perfil, mas não um seguido do outro, não é?

LARISSA CAMPOS – Talvez possa ser mais interessante, pensando na estrutura dessas redes, fazer uma sequência com essas publicações relacionadas, estabelecendo uma continuidade, pois pode ser uma forma de estimular o leitor. No *feed*, a página seria como um registro, como uma espécie de portfólio e, se a pessoa entrasse e essas postagens estivessem organizadas em uma sequência, talvez ficasse mais fácil para a pessoa acompanhar. Acho que é interessante haver ali uma postagem inicial explicando que você vai começar um projeto com sequência de postagens que estejam amarradas de alguma forma e, mesmo que a pessoa comece por uma ou por outra, seguindo a ordem que ela quiser, isso estaria ali registrado. Mas isso eu estou pensando aqui e agora com vocês. Pode ser uma que daqui a um mês vocês me vejam explorando o *Instagram* assim. No projeto “Distante do Centro”, eu não fiz dessa forma. Já existem mais alguns textos prontos, mas eu ainda não postei. Na verdade, essa série é composta de textos que eu pensei especificamente para a rede e não pretendo publicar em outro formato. Eles foram pensados para esse espaço, também levando em conta que todas as narrativas de “Distante do centro” passam por lugares e vivências periféricas que muita gente que me acompanha não conhece. Sobre a recepção, de modo geral, percebo maior interação nos exercícios de prosa que desenvolvo. O número de leitores que enviam mensagens para comentar e refletir junto é consideravelmente maior. Tenho a impressão de que isso está relacionado a uma limitação presente em boa parte das pessoas quando se trata de ler e entender poesia, partindo de uma ideia pré-concebida de que poesia é para poucos, algo que precisa ser superado. No entanto, não é tão simples experimentar com a narrativa em prosa em uma rede como o Instagram. Dentro do universo da prosa, vejo que predomina nos perfis uma ideia de crônicas ou minicrônicas, de compartilhar alguma experiência, algum acontecimento cotidiano e tudo mais, mas confesso que gostaria de ver algumas experiências que passassem por

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpsnLZoItng/>.



uma construção mais trabalhada, algo como, por exemplo, contar uma história em vários posts e tentar criar um público que acompanhe isso de alguma forma. Podem ser experiências legais, mas no campo da prosa eu ainda vejo que é um pouco complicado; percebo pelas minhas próprias experiências. A maior parte dos conteúdos literários que fazem sucesso nas redes sociais são de poesia e aqui cito os casos de Rupi Kaur, num panorama internacional, e Ryane Leão, no cenário nacional.

ENTREVISTADORES – Em geral, seu nome de escritora nos sites e na capa de seu livro é Larissa Campos, mas, nos poemas postados no *Instagram*, você não coloca “Larissa Campos” na imagem, mas sim @laricampos10. Por que você faz dessa forma? Tem alguma questão de autoria nessa escolha?

LARISSA CAMPOS – Eu prefiro usar o nome que vai levar a pessoa até a minha rede, porque às vezes a gente não sabe os caminhos que essa publicação vai seguir dentro da plataforma: as pessoas dão um print, compartilham, a autoria se perde. É uma forma de auxiliar também essas pessoas a chegarem até a minha conta e encontrarem meu trabalho. Além disso, tive uma situação em que conheci uma outra Larissa Campos, de São Paulo, que também é escritora e que, inclusive, tem livro publicado. Esses dias uma moça me mandou uma mensagem pelo *Instagram* com um textão, falando “eu acabei de ler o seu livro”, sendo que era o livro da outra Larissa. Eu já sabia porque conheço a outra Larissa, mas ela tinha certeza de que estava falando com a Larissa do livro que ela leu, então tive que explicar. Algumas pessoas que eu conheço, depois de se tornarem ou se assumirem escritoras, alteraram o nome da conta nas redes sociais, explicitando que são escritoras. Mas eu preferi não fazer isso e deixar meu @ como sempre esteve, desde que eu estou no *Instagram*. No entanto, a informação de que sou escritora está presente na bio.

ENTREVISTADORES – Vimos que sua conta no *Instagram* é do tipo profissional. Você usa os recursos que a plataforma oferece para monitorar estatísticas e dados de acesso a fim de planejar suas publicações?

LARISSA CAMPOS – Faz algum tempo que migrei minha conta para um perfil comercial e, no campo de área de atuação, eu coloquei “escritora”. As ferramentas que esse tipo de perfil oferece são interessantes, pois você consegue acessar as estatísticas de cada postagem; o alcance que você teve entre os seus seguidores; os números relacionados a pessoas que não são seus seguidores, mas que receberam seu material; a quantidade de pessoas que encaminharam postagens suas para outras; a quantidade de pessoas que salvaram suas postagens etc. Tudo isso serve de ferramenta, porque, de repente, você percebe que tem um tipo de postagem que é mais encaminhada, mais salva, mais compartilhada, e isso com certeza nos diz alguma coisa. São números interessantes que

servem, sim, para pensar no uso que pode ser feito dessa plataforma. É algo em que eu costumo sempre dar uma olhadinha, exceto para as postagens que tenham teor mais pessoal.

ENTREVISTADORES – No seu perfil do *Instagram*, também notamos o uso recorrente de vídeos, seja para divulgar seu livro de contos *A casa do posto*, seja para comentar/indicar textos de outras escritoras. Um exemplo recente foi o vídeo<sup>12</sup> com a leitura de um trecho do livro *Erva brava*, de Paulinny Tort. Qual é sua relação com as produções em vídeo? Como você escolhe textos, temas e cenários para essas postagens?

LARISSA CAMPOS – Desde a criação da ferramenta *reels*, o *Instagram* se tornou um ambiente mais favorável à divulgação de vídeos, inclusive no que se refere ao nível de engajamento na rede. O crescimento de plataformas como o *TikTok* levou os desenvolvedores do *Instagram* a pensarem em alternativas para atrair o público, em especial os mais jovens. Entre os escritores, muito se fala sobre o fazer da escrita, deixando de lado a importância da divulgação para ampliar o acesso às obras. Divulgar é fundamental, ainda mais quando o autor/autora está fora dos grandes centros. Não é simples romper a bolha literária Sul/Sudeste e, para isso, os vídeos podem ser ferramentas importantes. No planejamento de divulgação do meu livro de contos *A casa do posto*, defini trechos de alguns contos para trabalhar em vídeos<sup>13</sup> e os resultados foram ótimos. Os trechos foram escolhidos a partir de uma análise do que seria mais interessante do ponto de vista estético e imagético, processo favorecido pela diversidade de cenas possíveis no ambiente de um posto de combustíveis. Ainda em termos da divulgação no *Instagram*, nunca podemos esquecer que essa plataforma também é um negócio. Eu tive uma experiência quando fui fazer toda a divulgação do lançamento do meu livro no ano passado, e uma das estratégias que a editora me sugeriu foi destinar um recurso para fazer impulsionamento das postagens sobre o livro justamente para que esse conteúdo chegasse a mais pessoas. Existe na plataforma uma área de controle financeiro. Então, você vai vendo lá todas as questões financeiras e, ao fim de cada período de impulsionamento, você tem o recibo com as estatísticas daquela postagem, porque para eles é interessante mostrar que o seu investimento teve retorno. E realmente tem, porque chega muita gente ao seu perfil, e você se pergunta “Nossa, como essa pessoa me encontrou?”. A ferramenta de impulsionamento é muito interessante porque você tem como segmentar o seu público por idade, por gênero, por localidade, o que faz com que o seu alcance melhore entre o grupo que você deseja atingir. Só que uma coisa que poucas pessoas falam é que, depois que você começa a impulsionar conteúdos no *Instagram*, a sua visibilidade na rede vai cair. Eu impulsionei postagens por um período específico de três meses com o objetivo de trabalhar a

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CjolajogeFb/>.

<sup>13</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CjAs\\_uMA4FR/](https://www.instagram.com/p/CjAs_uMA4FR/).

divulgação, e aí percebi que, nos meses seguintes, tudo aquilo que eu postava tinha uma visibilidade bem menor do que costumava ter. É como se a plataforma, de alguma forma, entendesse que, se eu já investi ali, então eu posso continuar investindo. Além disso, uma outra ferramenta no *Instagram* que está sendo muito utilizada para melhorar a visibilidade é a de coautoria. É interessante porque a postagem é compartilhada na sua página e na página de quem é o coautor, então você acaba tendo essa abrangência entre quem te segue e quem segue a outra pessoa. Eu vou ter oportunidade de fazer um pouco esse trabalho no livro novo, que foi selecionado no edital Estevão de Mendonça. As postagens vão ser todas em coautoria com a ilustradora<sup>14</sup>. Vai ser também uma oportunidade de avaliar essa ferramenta e sua funcionalidade.

ENTREVISTADORES – Você publicou *A casa do posto* em formato não só impresso, mas também em *e-book*. Houve desafios para publicar nesse formato? Você necessitou fazer ajustes ou modificações para o meio digital? Como tem sido lidar com o *e-book A casa do posto* disponível com 1 clique na *Amazon*<sup>15</sup>?

LARISSA CAMPOS – O livro *A casa do posto* foi escrito, editado e diagramado inicialmente para o formato físico, versão em que foi disponibilizado para o público em junho de 2022. A editora pela qual publiquei solicita que se aguarde um período de pelo menos três meses para liberação do *e-book*, período em que o foco das vendas é a obra física. Passado esse tempo, liberamos a versão digital através do sistema KDP *Amazon*<sup>16</sup>. O texto é o mesmo, mas foi necessário fazer ajustes na diagramação para a publicação no formato digital. O processo de diagramação do *e-book* é bem diferenciado: para você poder subir o livro dentro do sistema KDP, ele precisa seguir todas as especificações da plataforma da *Amazon*. Por exemplo, às vezes têm que ser feitas alterações de qualidade das imagens, até da própria capa, porque no *Kindle* o livro fica todo em preto e branco. De todo modo, ter a versão *e-book* disponível ao público é uma maravilha, porque amplia o acesso. O valor cobrado é menor e qualquer pessoa, em qualquer local do mundo, que tenha acesso a um leitor digital, pode adquirir. Não ficamos restritos ao Brasil e seus sistemas de entrega de encomendas. O KDP remunera o autor por página lida; lógico que são centavos, mas, dependendo do volume, o total passa a ser mais significativo, então há muitos autores hoje que só estão publicando no digital. É um caminho também. No caso do *e-book* de *A casa do posto*, sou eu mesma quem gerencia o KDP: a editora disponibilizou os arquivos e eu cadastrei no sistema. A plataforma oferece várias ferramentas para promoções e monitoramento.

---

<sup>14</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cy3IcD4ufgl/>.

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.amazon.com.br/casa-do-posto-Larissa-Campos/dp/6558623080>.

<sup>16</sup> KDP, ou *Kindle Direct Publishing*, é o serviço de autopublicação da *Amazon*.

Para os próximos livros, penso em lançar simultaneamente as versões impressa e em *e-book*.

ENTREVISTADORES – E como surgiu a ideia de divulgar seu livro num *podcast*, também intitulado *A casa do posto*<sup>17</sup>? Como tem sido a recepção do público diante desse projeto? Como é feita a produção, considerando os aspectos mais técnicos e os mais artísticos, como a leitura dramática, a sonoplastia etc.? E como você escolheu os contos contemplados para publicação neste meio?

LARISSA CAMPOS – Sou, antes de tudo, consumidora de *podcasts* e não é de hoje. A familiaridade com o formato fez com que eu pensasse, ainda no processo de edição do livro, na possibilidade de transformar a obra numa série de audiodrama. A ideia não era um *audiobook*, e sim um audiodrama, com efeitos sonoros e pessoas variadas interpretando os diferentes personagens. Já sabíamos que ia ser trabalhoso e realmente foi: o processo de edição é bem criterioso, mas eu vejo que rendeu ótimos frutos. Apresentei o projeto para uma empresa especializada na produção de *podcasts* (Altia Podcasts) e eles ficaram animados. Decidi contratá-los para tocar o projeto e o resultado foi um trabalho primoroso, com efeitos e edição caprichadas. A partir de reuniões com a equipe da Altia, definimos os contos que seriam adaptados. Havia uma limitação de episódios por questão orçamentária e as narrativas escolhidas para compor a série foram aquelas que, na nossa concepção, permitiriam maior riqueza de efeitos e recursos de áudio, fator muito importante quando se trata de um produto do gênero *podcast*. O trabalho de *briefing* junto à produtora incluiu sugestões de efeitos e demais recursos de sonoplastia. A escolha dos atores e atrizes para participar das gravações ficou a critério da produtora. Para as gravações, fizemos adaptações nos textos, para dar a eles um tom mais coloquial, com o objetivo de dar mais autenticidade às falas dos personagens. Mas aí, quando esses textos chegaram na mão dos atores, acabaram sendo alterados de novo, porque, na hora de gravar, os atores pediam para trocar uma palavra por outra aqui e ali. E assim a gente viu que já estavam nascendo outros textos. Ao final do processo, os oito episódios da série foram disponibilizados nas principais plataformas de áudio e têm rendido ótimos retornos. Além disso, se tornaram uma eficaz ferramenta de divulgação da obra. A gente também utilizou trechos dessas gravações em postagens promocionais nas redes sociais. Para isso, eu acabei indo para a beira da Rodovia dos Imigrantes fazer algumas gravações no meu celular. Parei no acostamento e fiquei uma hora gravando imagem e som de caminhão passando. Usei esses vídeos produzindo *reels* para o *Instagram*, que tiveram um alcance muito interessante quando associados com a leitura de trechos do livro. Foi uma experiência incrível: curti muito pensar esses conteúdos para o *Instagram*, especificamente, para divulgar o livro e o *podcast*. Ainda sobre o *podcast*, também

<sup>17</sup> Disponível em <https://open.spotify.com/show/6kZ1x9UMEM3XRa7SIwDDEc?si=3ba7c797b7344390>.

aconteceu de várias pessoas chegarem para mim e dizerem: “Nossa, eu não li o livro, mas ouvi todos os episódios e, se tivesse mais, eu teria ouvido mais”. São pessoas que nunca leram o livro e para mim está tudo certo, sabe? Lógico que acho ótimo se a pessoa comprar o livro e ler as outras histórias, mas me alegra o fato de a pessoa chegar para mim e falar “eu não sou muito de ler, mas eu ouvi o *podcast* inteiro até o fim e adorei”. Acho interessante porque a pessoa está lendo, de um jeito ou de outro, consumindo essa série. Foi uma experiência muito legal que eu gostaria de repetir. Não vou conseguir fazer isso agora no projeto do edital Estêvão de Mendonça por questões de recurso, mas é algo que eu acho interessante como ferramenta de divulgação.

ENTREVISTADORES – Qual a importância das revistas literárias digitais para a produção literária contemporânea? Poderia comentar sobre suas experiências com este tipo de publicação em meio digital? Você acredita que a democratização de acesso à leitura literária por meio da internet afeta uma nova geração de leitores?

LARISSA CAMPOS – Comecei um movimento de me dedicar mais à escrita no ano de 2017; eu já escrevia antes, mas não tinha publicado ainda, só coisas muito pontuais. Mas em 2017 comecei a fazer um trabalho de publicar e mostrar o que eu vinha escrevendo, e aí, eu lembro que um lugar onde eu encontrei muita abertura na época foi no *Cidadão Cultura*<sup>18</sup>. Meu amigo Eduardo Ferreira e sua filha, Mariana Marimoon, tocavam o site, e era muito interessante, porque, quando eu não mandava algo em um mês, o Eduardo sempre me cobrava. Então, ele começava a pedir e eu mandava os textos, e a gente sempre conversava porque, na época, eles conseguiam filtrar os acessos, e eles volta e meia vinham me falar, animados: “Nossa! Seus textos têm um acesso muito bom!”. Depois, o *Cidadão Cultura* foi encerrado, mas eles mantiveram todo o arquivo. Eu nem sei ao certo quantos textos meus foram publicados no site, mas tem muita coisa minha por lá. Depois, a gente teve a criação da *Ruído Manifesto*<sup>19</sup>, que também veio com uma proposta muito interessante. No ano passado, fiquei muito feliz quando contratei uma empresa de São Paulo para a divulgação do livro *A casa do posto* e vi que eles tinham uma lista de veículos literários que eles consideram de prestígio, na qual estava incluída a *Ruído Manifesto*. Também no ano passado, com a publicação de *A casa do posto*, muitos sites me pediram para enviar um conto meu para publicação. Então, tive a oportunidade de ter textos publicados em vários portais no Brasil. Ao longo do processo de divulgação do meu livro *A casa do posto*, novamente as revistas se fizeram presentes e quero citar aqui a *Mirada Janela*<sup>20</sup>, *Aboio*<sup>21</sup> e *Scream and Yell*<sup>22</sup>.

---

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.cidadaocultura.com.br/>.

<sup>19</sup> Disponível em: <https://ruidomanifesto.org/>.

<sup>20</sup> Disponível em: <https://www.miradajanela.com/>.

<sup>21</sup> Disponível em: <https://aboio.com.br/>.

<sup>22</sup> Disponível em: <https://screamyell.com.br/site/>.

Através dessas e outras revistas, mais leitores puderam conhecer meu trabalho, numa dinâmica marcada por essa democratização. Enfim, eu vejo que são canais muito importantes para divulgação e até para captação de financiamento. No ano passado, decidi submeter um trabalho para um edital do governo, e além da análise do texto por pareceristas, o edital previa uma avaliação do currículo. Mas como você sustenta um currículo literário? Então, eu vejo que essas publicações nas revistas servem também como um portfólio ou currículo do artista, que vai consolidando sua carreira. As revistas digitais permitem uma popularização do espaço da escrita.

ENTREVISTADORES – E agora, para encerrar a nossa entrevista: quais escritores mato-grossenses, que publicam no digital ou não, inspiram a sua produção literária?

LARISSA CAMPOS – Entre outros nomes, destaco Lucinda Persona, Caio Ribeiro, Érika Gentile, Divanize Carbonieri, Marli Walker, Jade Rainho, Paty Wolff e Matheus Guménin.

ENTREVISTADORES – É muito bacana você mencionar esses nomes, todos de grandes escritores e escritoras do estado, muitos dos quais têm textos registrados no *Acervo de Literatura Digital de Mato Grosso*. Fica o convite para quem quiser depois dar uma olhada lá no nosso arquivo, que está em permanente expansão. Larissa, finalizamos, assim, a nossa entrevista, agradecendo muito pela sua generosidade e disponibilidade de conversar conosco, contribuindo para o projeto!

## Referências

CAMPOS, Larissa. *A casa do posto*. Guaratinguetá: Penalux, 2022.

PRIMAVERA EDITORIAL. *Ser, nascer e desnascer – Enquanto Mulheres*. São Paulo: Primavera, 2021.

OFF FLIP. *Prêmio OFF Flip 2022 – Contos*. Paraty: Selo OFF Flip, 2022.

OFF FLIP. *Prêmio OFF Flip 2023 – Crônicas*. Paraty: Selo OFF Flip, 2023.

Recebido em: 22/01/2024

Aceito em: 12/02/2024