

Elena Ferrante e a cidade-mídia: práticas de fãs e experiências digitais da Nápoles literária

Elena Ferrante and the media city: fan practices and digital experiences of literary Naples

Isadora Ortiz¹
Fausto Amaro²

Resumo: O artigo analisa como as tecnologias digitais reconfiguram as relações entre literatura, turismo e cultura de fãs, tomando como objeto a *Tetralogia Napolitana*, de Elena Ferrante. O objetivo é compreender como práticas digitais de leitores-fãs transformam espaços narrados em experiências culturais e turísticas. Adota abordagem qualitativa e interpretativa, com análise de dois objetos: um mapa no *Google My Maps*, que georreferencia 14 locais mencionados nos romances, e uma *thread* na plataforma X, composta por 11 postagens. O recorte urbano privilegia a centralidade de Nápoles na narrativa e na circulação de sentidos sobre a obra. Os resultados indicam que as plataformas digitais intensificam a interação entre leitores e lugares literários, articulando dimensões virtuais e presenciais do turismo. Conclui-se que o turismo literário associado à obra de Ferrante evidencia a convergência entre práticas culturais, mediações comunicacionais e valorização simbólica do espaço urbano, destacando o papel das redes sociais na construção de imaginários.

Palavras-chave: Comunicação e cultura; cultura de fãs; literatura e cidade; turismo literário; Elena Ferrante.

This article analyzes how digital technologies reconfigure the relationships between literature, tourism, and fan culture, focusing on the Neapolitan Novels by Elena Ferrante. It aims to understand how reader-fans' digital practices transform narrated spaces into cultural and touristic experiences. The study adopts a qualitative and interpretive approach, analyzing two empirical objects: a Google My Maps map that georeferenced 14 locations mentioned in the novels and a thread on X composed of 11 posts. The urban focus highlights the centrality of Naples in the narrative and in the circulation of meanings. The results indicate that digital platforms intensify interactions between readers and literary places, connecting virtual and in-person dimensions of tourism. It concludes that literary tourism related to Ferrante's work reflects the convergence of cultural practices, communicational mediations, and the symbolic valorization of urban space, emphasizing the role of social media in shaping imaginaries.

Keywords: Communication and culture; fan culture; literature and the city; literary tourism; Elena Ferrante.

Introdução

A *Tetralogia Napolitana*, publicada sob o pseudônimo Elena Ferrante, é composta pelos romances *A Amiga Genial* (2015), *História do Novo Sobrenome* (2016b), *História de Quem Foge e de Quem Fica* (2016a) e *História da Menina Perdida* (2017b). Publicada originalmente entre 2011 e 2014 na Itália, a série retrata Nápoles entre as décadas de 1950 e 2010, explorando

¹ Doutoranda em Comunicação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Brasil. E-mail: isadoraortiz.98@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-0102-2853>

² Doutor em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Brasil. Atualmente é professor adjunto do Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Uerj, docente permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação na mesma instituição e subcoordenador do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME). É também bolsista Prociência na UERJ. E-mail: faustoarp@hotmail.com. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-9537-5408>

tensões entre pobreza, mobilidade social e pertencimento. Ao longo da narrativa, a cidade ocupa papel central na formação das personagens.

Nesse contexto, a história acompanha Elena Greco (Lenu) e Raffaella Cerullo (Lila), duas amigas que crescem em um bairro operário, o Rione Luzzatti. O desaparecimento de Lila, aos 66 anos, em 2010, leva Lenu a revisitar suas vidas desde a infância, reconstruindo as experiências compartilhadas por meio da escrita. Ao longo dos quatro romances, delinea-se um contraste entre seus caminhos: Lenu consegue prosseguir nos estudos, deixa o bairro e torna-se escritora, enquanto Lila permanece vinculada ao ambiente de origem, enfrentando relações opressivas e limitações impostas por sua condição social.

Ao longo da série, cada volume acompanha uma etapa da vida das protagonistas. *A Amiga Genial* apresenta a infância e adolescência, marcadas pela desigualdade social e pelo desejo de ascensão; *História do Novo Sobrenome* aborda a juventude, quando Lila entra em um casamento opressivo e Lenu se distancia do bairro para estudar em Pisa; em *História de Quem Foge e de Quem Fica*, a vida adulta é atravessada por relações amorosas, maternidade e engajamentos políticos, em meio às transformações sociais e feministas das décadas de 1970 e 1980; já *História da Menina Perdida* acompanha a velhice, o reencontro entre as duas e o peso das perdas, das escolhas e dos vínculos construídos ao longo do tempo. Desde o início, o gesto de narrar organiza esse percurso, permitindo a Lenu compreender o desaparecimento da amiga e dar sentido à própria trajetória.

A *Tetralogia* se insere na tradição do romance de formação (ou *Bildungsroman*), que acompanha o desenvolvimento psicológico, moral e social dos personagens ao longo do tempo. Conforme Flavio Quintale Neto (2005, p. 187), o gênero caracteriza-se pela formação do protagonista em um processo de autodescobrimento e orientação no mundo, unindo experiência prática e reflexão. Na obra, esse processo é também coletivo, refletindo as transformações vividas por uma geração de mulheres italianas diante das mudanças políticas e culturais do pós-guerra. O percurso de Lenu, marcado pela ascensão social e reconhecimento intelectual por meio da educação e da escrita, contrasta com o de Lila, revelando dois modos de viver a emancipação feminina e o pertencimento à cidade.

Além disso, a figura de Ferrante também tensiona questões relativas à autoria. A escolha pelo pseudônimo não indica ausência de autoria, mas a construção de uma persona que questiona as exigências de visibilidade no campo literário contemporâneo. Em *Frantumaglia*, a autora afirma: “quero perguntar o seguinte: um livro é, do ponto de vista midiático, antes de mais nada o nome de quem o escreve? [...] Acho que os verdadeiros leitores e leitoras não se

importam nem um pouco com quem o escreveu” (Ferrante, 2017a, p. 44). O gesto reforça uma forma de autoria ausente em corpo, mas presente no discurso.

Esse conjunto de elementos contribui para que a *Tetralogia* se consolide como um fenômeno global, traduzida em mais de quarenta idiomas, com milhões de exemplares vendidos e adaptações para o audiovisual, como a série da HBO/RAI *My Brilliant Friend*. Sua representação detalhada de Nápoles transforma a cidade em um personagem central, especialmente no caso do Rione Luzzatti, que surge como um espaço de pertencimento e exclusão que fascina leitores do mundo inteiro.

A partir da reflexão de Ricardo Freitas (2017, p. 50), para quem “as cidades são, por excelência, campos de análise da comunicação por serem espaços permanentes de expressões de todas as ordens. São mídias, personagens, roteiros e cenários”, este artigo propõe compreender Nápoles como uma cidade-mídia, isto é, um espaço que comunica, se autorrepresenta e é reinterpretado por meio de múltiplas linguagens e suportes. Nesse sentido, as práticas de fãs e as convergências digitais analisadas configuram modos de mediação que projetam novas imagens da cidade e participam da construção de sua identidade comunicacional.

Não surpreende, portanto, que muitos sintam o desejo de visitar os locais descritos nos romances, fomentando o fenômeno do turismo literário. Segundo Sílvia Quinteiro e Rita Baleiro (2017, p. 137), o turismo literário consiste em visitar lugares associados a escritores e suas obras, proporcionando uma imersão cultural na qual o visitante pode se conectar com os cenários descritos, enriquecendo sua experiência de leitura. Historicamente, essa prática remonta ao *Grand Tour*³, em que a literatura motivava viagens e guiava roteiros turísticos (Quinteiro; Baleiro, 2017). No contexto contemporâneo, porém, a relação entre ficção e realidade é amplificada pelas tecnologias digitais, que permitem aos leitores compartilhar suas experiências de modo público e engajado, por meio de postagens em redes sociais, fotografias, mapas interativos ou discussões em fóruns. Assim, a conexão com a narrativa torna-se mais tangível, expandindo os limites da obra literária para o cotidiano e para a circulação global de imaginários.

³ A literatura do *Grand Tour* refere-se a um vasto conjunto de obras que surgiram durante o período do século XVIII, quando era comum para jovens aristocratas europeus, especialmente britânicos, realizar viagens pela Europa, particularmente à Itália e à França, em busca de educação cultural e social. Esse fenômeno trouxe uma série de relatos de viagem, *diaries* e ensaios que falam sobre as experiências e aprendizados desses viajantes. O impacto do *Grand Tour* é significativo, influenciando a literatura, as artes e a cultura da época.

É nesse cenário que se insere o presente artigo, que investiga como produtos digitais criados por fãs, a partir de ferramentas disponíveis *online* (como o *Google My Maps*⁴ e o *X*), podem promover o turismo nas cidades retratadas nos livros. O objetivo é compreender como essas ferramentas ampliam o envolvimento dos leitores com os locais descritos, configurando uma experiência turística participativa. Parte-se do seguinte problema de pesquisa: de que modo artefatos digitais produzidos por fãs reconfiguram a relação entre leitura literária e experiência urbana, contribuindo para a construção de práticas de turismo literário?

Para sustentar essa análise, mobilizam-se contribuições teóricas sobre redes e sociabilidade digital. Conforme Raquel Recuero (2012, p. 604), “as conexões associativas proporcionadas pelos sites de rede social [...] são conexões geradas a partir de uma interação social mínima”, ainda assim capazes de criar vínculos e fortalecer comunidades em torno de interesses comuns. O capital social, por sua vez, pode ser compreendido como o conjunto de recursos acessados pelos atores por meio dessas conexões, construído a partir de investimentos nas relações e dos benefícios obtidos nas interações (Recuero, 2012, p. 599-600). Interações simples, como curtidas e compartilhamentos, permitem o acesso a valores como informação, visibilidade e reconhecimento, contribuindo para a consolidação de comunidades *online* e para a circulação de conteúdos sobre a *Tetralogia*.

As noções de cultura de fãs e de cultura participativa, amplamente desenvolvidas por Henry Jenkins (2015), são igualmente fundamentais. A primeira diz respeito às práticas coletivas de interpretação, nas quais públicos se apropriam de universos ficcionais e produzem sentidos compartilhados em torno das obras. Já a segunda refere-se às condições sociotécnicas que sustentam a circulação e a criação de conteúdos pelos usuários, redefinindo os modos de produção e recepção na cultura midiática. Essa dinâmica se manifesta nos produtos digitais analisados neste artigo, que evidenciam a transformação da leitura em experiência turística.

Em abordagens mais recentes, a ênfase recai sobre as formas de experiência e pertencimento que atravessam a cultura midiática. Nesse sentido, Thiago Soares (2014) compreende a cultura pop como um conjunto de práticas e experiências mediadas, que produzem vínculos e situam os sujeitos em comunidades de afinidade. Essa perspectiva permite compreender o engajamento dos fãs como parte de dinâmicas culturais mais amplas.

⁴ O *Google Maps* é a plataforma padrão de navegação e consulta de mapas da *Google*, voltada ao uso cotidiano para trajetos e visualização de locais. O *Google My Maps*, por sua vez, é uma ferramenta derivada que permite aos usuários criar mapas personalizados, adicionando camadas, pontos georreferenciados e descrições. Diferentemente do *Google Maps*, o *My Maps* funciona como um recurso autoral, no qual cada mapa é produzido individualmente por seu criador, embora possa ser tornado público e utilizado por outros como guia.

Além disso, a materialidade digital dessas práticas torna-se central para sua análise. A noção de artefato cultural proposta por Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2016) define a internet como um ambiente integrado às práticas sociais, no qual objetos, plataformas e usos expressam contextos culturais específicos. Essa abordagem permite compreender o turismo literário digital como forma de expressão situada nas mediações entre o virtual e o presencial.

A metodologia segue uma abordagem qualitativa, orientada pela análise de materiais midiáticos produzidos por fãs. A seleção do *corpus* foi realizada por meio de amostragem não probabilística intencional, permitindo priorizar conteúdos com maior relevância para o problema proposto. Como apontam Carolina Terra e João Raposo (2023, p. 2), esse tipo de amostragem possibilita a escolha de objetos que se destacam por sua capacidade de evidenciar fenômenos específicos. Nessa mesma direção, Schiffman e Kanuk (*apud* Oliveira, 2001, p. 3) destacam que, em amostras intencionais, o pesquisador seleciona deliberadamente os elementos mais informativos da população.

Foram selecionados dois materiais: um mapa no *Google My Maps*, criado em 21 de março de 2016 por um fã não identificado, que georreferencia 14 locais descritos nos livros de Ferrante; e uma *thread* publicada no X pelo jornalista Leandro Iamin, em 17 de maio de 2023. O mapa foi analisado quanto à sua estrutura, funcionalidades e formas de engajamento, observando como o georreferenciamento contribui para a leitura espacial da narrativa. A *thread* foi examinada em seu conteúdo textual e visual, com atenção às formas de registro, compartilhamento e circulação da experiência literária em ambientes digitais.

A escolha desses materiais se justifica porque eles se complementam na análise. O mapa mostra como a narrativa é ligada ao espaço da cidade, usando marcações geográficas e a visualização dos lugares da história. Já a *thread* expõe uma forma de apropriação mais ligada à experiência pessoal, por meio do relato de viagem e da conversa entre leitores nas redes. Juntos, esses dois materiais permitem observar dois aspectos centrais do fenômeno estudado: a transformação da cidade em um espaço que pode ser explorado pelas plataformas digitais e sua reconstrução simbólica a partir das práticas de comunicação dos fãs.

Embora a *thread* tenha sido posteriormente excluída pelo autor, sua inclusão no *corpus* foi mantida porque o material havia sido previamente arquivado por meio de capturas de tela realizadas durante a fase de coleta de dados. A análise concentrou-se exclusivamente nos conteúdos efetivamente preservados e documentados pelos pesquisadores, especialmente os

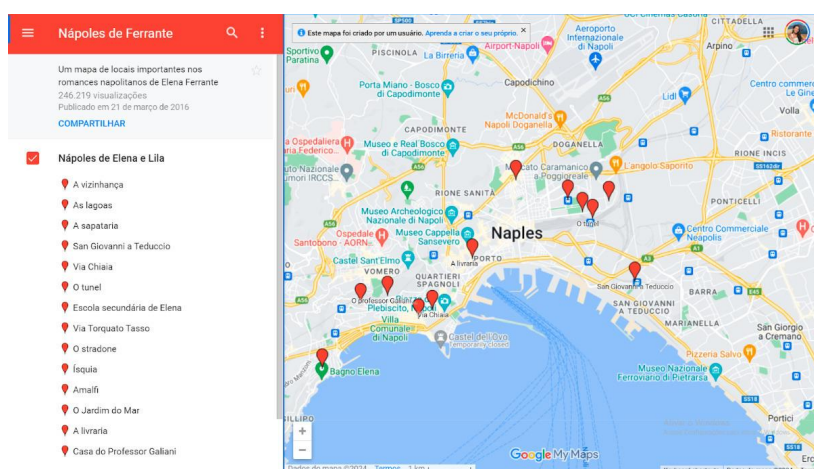
dois primeiros *posts* e as interações públicas associadas a eles. Dessa forma, o objeto permanece acessível à verificação empírica nos limites do material registrado durante a pesquisa.

O artigo organiza-se em três partes: a primeira examina o mapa interativo criado por um fã; a segunda analisa a *thread* de Leandro Iamin como narrativa expandida; e a terceira discute como práticas digitais reconfiguram o modo como Nápoles é percebida e consumida culturalmente. Busca-se compreender as interseções entre literatura, cultura digital e turismo em uma era marcada pela convergência midiática e pela participação ativa do público.

Maapeando a ficção: o *Google My Maps* e a geografia afetiva de Ferrante

A cartografia, desde suas origens, está ligada à forma como a humanidade representa e compreende o espaço que habita. Como afirmam Maurício Rizzatti, Elsbeth Becker e Roberto Cassol (2022, p. 6), “a Cartografia faz parte da história da humanidade para representar o espaço vivido e, sem dúvida, representa o contexto histórico de cada época”. Com o advento das tecnologias digitais, essa representação ganhou novas camadas de interação e participação coletiva, integrando os cotidianos urbanos de forma direta e acessível. O mapa digital “Nápoles de Ferrante”, criado por um usuário anônimo no *Google My Maps*, é um exemplo significativo dessa nova cartografia participativa. Com mais de 258 mil visualizações (acesso em 06 abr. 2025) e 14 localizações associadas à narrativa da *Tetralogia Napolitana*, esse material midiático ilustra como a literatura pode motivar a organização de espaços urbanos a partir de uma perspectiva afetiva e cultural.

Figura 1 – Mapa dos locais da *Tetralogia* no *Google My Maps*



Fonte: Captura de tela do *Google My Maps*, feita pelos autores em 2024.

No campo da cartografia digital, o *Google My Maps* se apresenta como uma das ferramentas mais populares para a criação e compartilhamento de mapas personalizados. A plataforma permite que qualquer usuário com uma conta *Google* possa construir mapas temáticos, selecionando pontos de interesse, adicionando descrições, fotos e traçando rotas. Apesar de sua praticidade, a autoria dos mapas não é explicitamente identificada pela plataforma, como ocorre no caso de “Nápoles de Ferrante”, o que pode representar uma limitação para pesquisas acadêmicas que exigem a rastreabilidade do produtor do conteúdo. Essa característica introduz uma relação particular entre anonimato, autoria e circulação coletiva, uma vez que o mapa é individual na sua origem, mas coletivo na experiência.

Mapas como esse são representativos do espaço físico e produzem sentidos, como destacam Rizzatti, Becker e Cassol (2022, p. 10): “Além de localizar, a Cartografia é utilizada para ilustrar a realidade social, econômica, histórica e cultural”. Assim, os lugares selecionados pelo criador do mapa revelam uma leitura específica da *Tetralogia Napolitana*, transformando a experiência literária em um percurso urbano visualizável e, potencialmente, percorrível por leitores-turistas.

Segundo Kevin Lynch (1982, p. 11), “a cidade é uma construção no espaço, mas uma construção em grande escala, algo apenas perceptível no decurso de longos períodos de tempo”. O mapeamento feito no *Google My Maps* por um leitor-fã promove justamente essa percepção mais clara da teia espacial que a obra de Ferrante constrói, ainda que guiada por interpretações individuais. Ao destacar pontos como “O bairro”⁵, “A sapataria”⁶, “San Giovanni a Teduccio”⁷, “Via Chiaia”⁸, “O túnel”⁹ e “Ischia”¹⁰, o mapa digital aproxima o universo ficcional da materialidade urbana de Nápoles e propõe uma leitura espacial da narrativa. As marcações, porém, não se limitam à referência geográfica. Em muitos casos, resultam de inferências, como a localização aproximada da casa das personagens ou a identificação de

⁵ “O bairro” é identificável como o Rione Luzzatti, localizado na zona leste de Nápoles. É o bairro de origem das protagonistas Lenu e Lila, e cenário central nos primeiros volumes da *Tetralogia*. Trata-se de uma área operária marcada por tensões sociais e econômicas, que contribui para a ambientação da narrativa.

⁶ Loja de calçados que Lila administra, situada na Piazza dei Martiri, uma praça nobre de Nápoles localizada na região de Chiaia.

⁷ Bairro periférico da zona oriental de Nápoles. Lila se muda para lá após o casamento. A localidade marca um momento de afastamento entre as amigas.

⁸ Rua elegante no centro de Nápoles, próxima à Piazza del Plebiscito. Frequentada por Lenu em sua juventude, representa o acesso a um estilo de vida mais culto e burguês.

⁹ Passagem subterrânea que Lenu e Lila tentam atravessar quando meninas, na tentativa de chegar ao mar. A travessia frustrada simboliza os limites impostos às personagens e ao desejo de expansão de horizontes.

¹⁰ Ilha no Golfo de Nápoles, para onde Lenu e Lila vão passar férias. A ilha representa um espaço de ruptura e descoberta, especialmente para Elena, que vive ali experiências marcantes de juventude e formação.

espaços específicos em áreas mais amplas, como a Piazza dei Martiri. Esse caráter interpretativo abre margem para novas intervenções de outros leitores, que podem reposicionar ou acrescentar pontos conforme suas próprias leituras. O mapa passa a funcionar como registro dinâmico dessas interpretações, em constante reformulação.

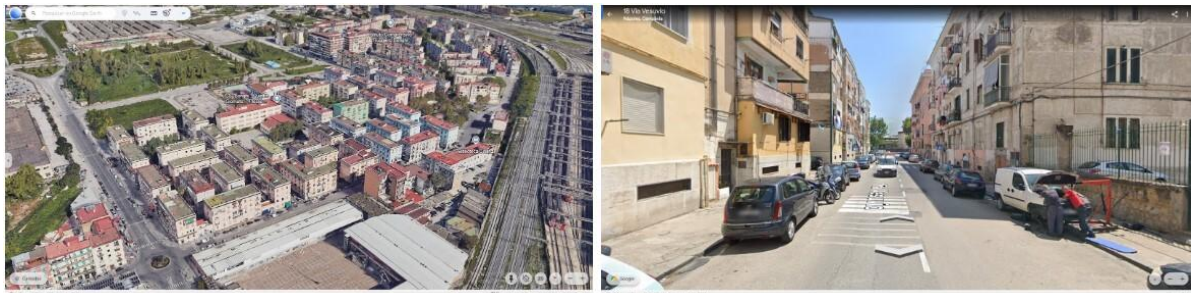
Mais do que localizar referências da narrativa, o mapa funciona como dispositivo de mediação cultural. Ao selecionar determinados espaços e silenciar outros, o fã-cartógrafo produz uma leitura específica da obra e da cidade, transformando sua interpretação individual em um recurso compartilhável para uma comunidade global de leitores. Nesse processo, a cartografia digital também assume uma dimensão comunicacional, ao orientar olhares, percursos e formas de apropriação do território urbano.

No processo de leitura do mapa, importa considerar a relação entre o sujeito e o espaço representado. Lynch (1982, p. 21) afirma que “uma vez que o desenvolvimento da imagem é um processo duplo entre observador e observado, é possível reforçar a imagem quer através de projetos simbólicos, quer através do exercício contínuo do receptor, quer através da remodulação do ambiente de cada um”. A exploração dos pontos mapeados mobiliza esse processo ao ativar referências da narrativa e articulá-las à experiência visual da cidade. A imagem urbana resulta, assim, da combinação entre memória ficcional e reconhecimento espacial, construída no próprio ato de navegação.

Trata-se, portanto, de uma forma de participação ativa dos leitores na experiência literária, que pode ser compreendida a partir da noção de interatividade. Para Alê Primo e Márcio Cassol (1999, p. 65), a interatividade envolve processos de troca em que os participantes influenciam o desenvolvimento da ação, não se restringindo a respostas a estímulos. No caso do mapa, essa dinâmica se manifesta nas escolhas feitas pelos leitores ao explorar os espaços e definir trajetos. Embora o mapa não seja editado coletivamente, seu uso envolve ações individuais que configuram percursos próprios de leitura e experiência.

O mapa “Nápoles de Ferrante” se beneficia das múltiplas funcionalidades oferecidas pelas plataformas *Google Maps* e *Google Earth*. É possível alternar modos de visualização (mapa padrão, satélite, relevo), acessar imagens em 3D e explorar os locais por meio da ferramenta “*Street View*”, que permite percorrer virtualmente as ruas da cidade. Esses recursos ampliam a experiência de leitura e interpretação do mapa, promovendo uma imersão visual nos espaços da narrativa. O uso combinado dessas ferramentas facilita o reconhecimento dos locais mencionados, além de promover uma análise mais rica da ambientação e da construção dos espaços urbanos ficcionalizados por Ferrante.

Figura 2 – Visualizações em 3D (à esq.) e em “street view” (dir.) do “bairro” no *Google Earth*



Fonte: Google Earth (2025).

Esse material midiático evidencia um processo de ressignificação da cidade de Nápoles a partir da narrativa da *Tetralogia*. A seleção dos locais mapeados envolve escolhas interpretativas: entre os muitos espaços possíveis da obra, alguns são destacados como centrais. Como apontam Rizzatti, Becker e Cassol (2022, p. 12), “os mapas retratam a realidade de uma determinada porção do espaço”. Nesse caso, essa porção é atravessada por referências literárias e experiências de leitura que orientam a construção do mapa. Ao destacar certos lugares ligados às histórias de Lenu e Lila, o mapa ajuda a mostrar uma versão da cidade marcada por lembranças, emoções e referências dos livros. Com isso, alguns espaços ganham mais destaque e valor, inclusive lugares que antes ficavam fora dos roteiros turísticos mais conhecidos.

Sob a perspectiva da cidade-mídia, o mapa evidencia como Nápoles passa a circular como objeto comunicacional. Os lugares, antes restritos à referência geográfica, integram fluxos de informação, imagens e narrativas compartilhadas digitalmente. O mapa organiza uma determinada leitura da cidade e a disponibiliza para milhares de leitores, contribuindo para a produção de sentidos sobre Nápoles muito além de seus limites territoriais.

A produção dessa capacidade de imaginação é explorada por Lynch (1982, p. 25), ao afirmar que é necessário “descobrir quais as formas criadoras de imagens fortes, através de uma comparação destas imagens com a realidade visual”. A cidade narrada por Ferrante, ao ser comparada à cidade mapeada digitalmente, produz uma experiência de sobreposição entre ficção e espaço urbano, que destaca determinados lugares e reforça sua relevância cultural.

A seleção do bairro, por exemplo, como um dos pontos destacados no mapa, alinha-se à compreensão de Lynch (1982, p. 58):

[...] os bairros são regiões urbanas de tamanho médio ou grande, concebidos como tendo uma extensão bidimensional, regiões essas em que o observador penetra (para dentro de) mentalmente e que reconhece como tendo algo de comum e de

identificável. São sempre passíveis de identificação do lado interior e, também, do exterior, no caso de se poderem notar, com diferenças de indivíduo para indivíduo. A maior parte dos cidadãos estrutura deste modo a sua cidade, cujos elementos importantes são as vias ou os bairros. Isto parece depender não só do indivíduo, mas também da cidade em questão.

A divisão territorial em bairros e ruas na *Tetralogia* é crucial para a construção das identidades das personagens, e o mapa digital explicita essa organização. Os locais escolhidos, mesmo aqueles reais e identificáveis no tecido urbano de Nápoles, ganham um novo *status* de visibilidade por estarem vinculados a uma narrativa literária consagrada.

Como destacam Rizzatti, Becker e Cassol (2022, p. 71), “a Cartografia está presente no cotidiano das pessoas, visto que os mapas fazem parte de suas vidas”. A circulação de mapeamentos literários em plataformas digitais evidencia como a leitura se projeta para além da página, desdobrando-se em práticas como o turismo, o consumo cultural e a produção de conteúdo.

O *Google My Maps*, ao permitir a criação e o compartilhamento de mapas interativos, favorece formas de apropriação do espaço baseadas na experiência dos usuários. Ainda que o mapa “Nápoles de Ferrante” não seja colaborativo em termos de edição conjunta, sua circulação possibilita usos diversos, nos quais leitores constroem percursos, interpretam os cenários e compartilham referências associadas à obra.

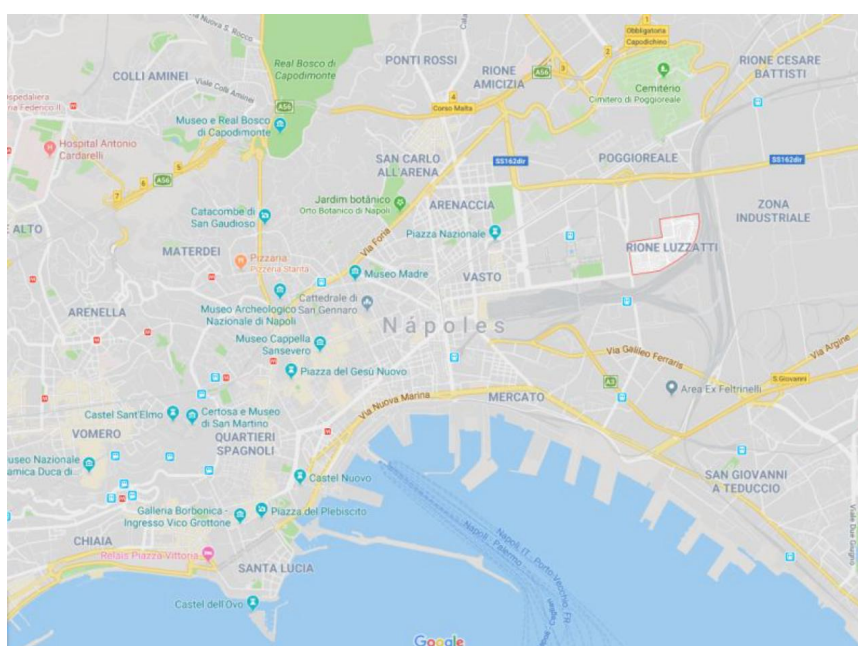
Esse tipo de material evidencia que os espaços urbanos são atravessados por camadas de sentido que excedem sua dimensão geográfica. A paisagem urbana pode ser compreendida, assim, como configuração física e construção sensível, resultante de leituras, narrativas e experiências. O mapa analisado ativa uma paisagem literária de Nápoles, sobrepondo referências ficcionais ao território e convertendo-o em espaço de memória e imaginação.

Como lembra Lynch (1982, p. 14), “permitamos que o dissabor da desorientação suceda uma vez e a sensação de ansiedade e até de terror que o acompanha revelam-nos como tudo isto está ligado ao nosso equilíbrio e bem-estar”. O mapa analisado aqui atua justamente no sentido oposto: ele orienta, ancora e atribui sentido, promovendo a sensação de reconhecimento e pertencimento. Ao associar lugares reais às emoções e trajetos da *Tetralogia*, o gesto cartográfico mobiliza afetos, ativa memórias e reforça a imagem da cidade no imaginário coletivo global.

Percorrendo a cidade: a *thread* no X e o olhar do leitor-viajante

A *thread* publicada no X em 17 de maio de 2023 pelo jornalista Leandro Iamin revela como as redes sociais potencializam o turismo literário e ampliam o universo ficcional da *Tetralogia Napolitana*. Composta por onze tuítes e mais de 67 mil visualizações, a *thread* documentava uma caminhada de Iamin pelo bairro Rione Luzzatti, em Nápoles, cenário central da obra de Ferrante, e mostra como leitores podem transformar o espaço urbano em extensão da leitura (ver fig. 2). Importante destacar: a *thread* foi excluída pelo autor posteriormente, mas capturas de tela registram os dois primeiros *posts* (vide fig. 3) e comentários gerados a partir deles (fig. 4).

Figura 3 – Localização de Rione Luzzatti no mapa de Nápoles



Fonte: Captura de tela de Luciane Belin para Revista HAUS, 2019.

Iamin, jornalista desde 2006, fundador do estúdio Central 3 e autor de programas de mídia esportiva e cultural, durante sua viagem à Nápoles compartilhou fotografias e observações sobre os locais que Ferrante menciona nos romances. Essa prática funciona como mediação entre ficção e realidade: ao contextualizar as cenas da narrativa em um ambiente real, Iamin reinscreve o bairro popular napolitano no imaginário global da obra. Assim, a *thread* transforma Rione Luzzatti em um espaço de pertencimento, fazendo surgir um “turismo de afeto” que une curiosidade estética e identificação emocional.

A literatura de Ferrante, ao representar Nápoles como território de contradições (pobreza, violência, mobilidade e desejo de emancipação), oferece um pano de fundo fértil para esse tipo de apropriação. Como afirma Lenu em *História da Menina Perdida*, “ter nascido

naquela cidade serve para uma única coisa: saber desde sempre [...] que o sonho de progresso sem limites é na realidade um pesadelo cheio de desumanidade e de morte” (Ferrante, 2017b, p. 297). Ao revisitarem esses espaços, leitores e fãs retomam essa ambiguidade: o fascínio por uma cidade literária marcada por desigualdades, que se torna, paradoxalmente, um destino de contemplação estética. Nessa perspectiva, a apropriação feita pelos fãs não se resume à geolocalização de cenários, mas envolve práticas de memória e reinscrição simbólica.

Figura 4 – Tuítes iniciais da *thread* sobre a *Tetralogia Napolitana*



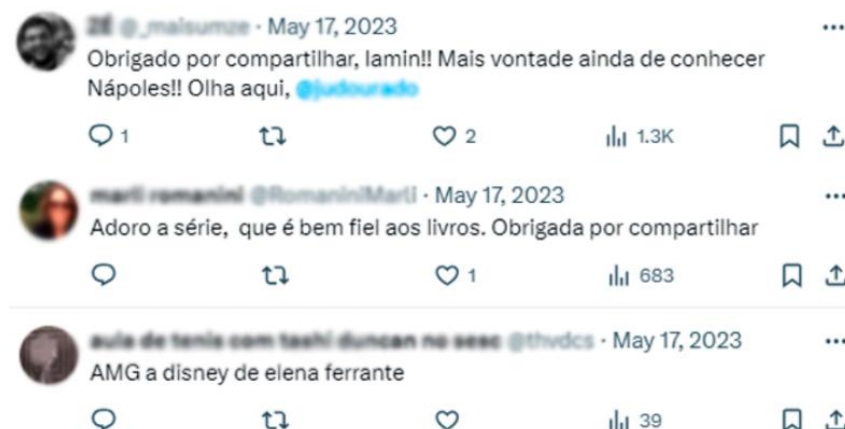
Fonte: Captura de tela do X, feita pelos autores em 2024.

Os dois primeiros *posts* da *thread* (vide figura 3) funcionam como convite performativo: Iamin narra sua caminhada por Rione Luzzatti, fotografa murais e paisagens que evocam a obra e propõe um modo de ver a cidade “através das lentes de Ferrante”. Essa proposta dialoga com o conceito de narrativa expandida de Jenkins (2015, p. 161), segundo o qual “as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos”, por meio da convergência entre mídias.

O engajamento dos leitores com os posts de Iamin demonstra o poder das redes na formação de comunidades interpretativas. Os 640 *likes*, 109 salvamentos, 91 retuítes e 45 comentários não se limitam a métricas: constituem um espaço em que os fãs participam de uma co-experiência e validam coletivamente o valor simbólico do Rione Luzzatti como destino literário. Como observam John Urry e Jonas Larsen (2021, p. 49), o turismo depende de um

“olhar coletivo”, no qual o prazer de ver depende também da presença e da partilha do olhar de outros. A *thread*, ao reunir comentários e reações, cria uma rede de espectadores que confirmam mutuamente o valor simbólico do Rione Luzzatti como ponto de peregrinação literária.

Figura 5 – Engajamento entre os leitores da *Tetralogia* na *thread* no X



Fonte: Captura de tela do X, feita pelos autores em 2024.

Os comentários destacados na figura 5 ilustram esse processo. O primeiro agradece a partilha, expressando o desejo de “conhecer Nápoles”; o segundo legitima o percurso pela fidelidade à obra; e o terceiro, ao brincar chamando o local de “a Disney de Elena Ferrante”, revela uma ambivalência significativa. A comparação com a Disney mostra uma tensão comum nas formas atuais de circulação da cidade nas mídias digitais. Quando fãs divulgam conteúdos sobre um lugar, eles ajudam a torná-lo mais conhecido. Ao mesmo tempo, essa divulgação pode reduzir a cidade a uma imagem simples, ligada ao consumo. Nesse processo, o bairro deixa de ser visto sobretudo por sua história e por seus problemas sociais e fica associado a uma marca cultural conhecida no mundo todo. Isso mostra disputas sobre o que deve ser lembrado, valorizado ou apagado.

Também é importante considerar que a circulação desses conteúdos não depende exclusivamente da ação de fãs, mas das próprias plataformas digitais. Métricas de engajamento, sistemas de recomendação e lógicas algorítmicas influenciam quais narrativas alcançam maior visibilidade, condicionando a formação de imaginários turísticos. Dessa forma, a construção da Nápoles literária não resulta apenas das práticas dos leitores, mas de processos sociotécnicos que selecionam, amplificam ou marginalizam determinadas representações da cidade.

O fenômeno pode ser entendido à luz do “olhar mediatizado” descrito por Urry e Larsen (2021, p. 51), segundo o qual o turismo de hoje é guiado por imagens e dispositivos, e os lugares

são visitados porque já foram vistos antes. A *thread* de Iamin mostra isso: suas imagens permitem que leitores “revivam elementos do evento de mídia”, recriando cenas dos livros, imaginando os espaços e reforçando a ligação entre ficção, mídia e cidade.

Ao transformar o gesto de leitura em performance pública, a *thread* amplia os limites da ficção e evidencia o papel comunicacional das redes sociais. A obra literária deixa de ser apenas objeto de contemplação e se torna espaço de interação, no qual leitores constroem significados, disputam interpretações e redefinem o próprio espaço urbano.

Transformando o imaginário: cultura de fãs, midiatização e cidade global

A leitura da *Tetralogia Napolitana* à luz das tecnologias digitais e das narrativas expandidas mostra como as mediações culturais contemporâneas modificam a relação entre leitores e obras literárias. A passagem das histórias de Ferrante do livro impresso para o ambiente das redes sociais, como o X, revela novas formas de vivência e apropriação da literatura, em que o ato de ler se prolonga na interação e na criação coletiva.

Quando a experiência literária se desloca para as plataformas digitais, ela adquire outras formas de expressão. Imagens, comentários e discussões (como os da *thread* de Leandro Iamin) tornam visível como o imaginário de uma obra pode ganhar materialidade e circular em novos contextos. Como observa Maurice Halbwachs (1990, p. 51), “cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva”, o que evidencia o papel da sociabilidade na construção do imaginário. A presença da *Tetralogia* nas redes confirma essa dinâmica: a literatura passa a ser compartilhada, comentada e reinterpretada como experiência coletiva.

Esse movimento digital também reflete transformações do mercado cultural contemporâneo, em que o turismo literário encontra novas formas de expressão. Como argumentam Urry e Larsen (2021, p. 174-175),

O olhar do turista se dá cada vez mais através das mídias. Na pós-modernidade, os turistas são constantemente envolvidos por um mundo de textos e imagens – livros, revistas, pinturas, cartões-postais, anúncios, novelas, filmes, video games, videocliques etc. – ao contemplar os lugares. Com a globalização generalizada do olhar do turista, muitos lugares estão “em movimento” e “conectados” através de um circuito de imagens; lugares distantes estão continuamente viajando pelos espaços cotidianos daqueles dos que vivem no “norte rico” do mundo.

Nesse sentido, a popularização de locais como o Rione Luzzatti exemplifica esse fenômeno. A circulação de imagens e relatos de visitantes impulsiona o turismo local e converte a paisagem urbana em um produto cultural.

A noção de cidade-mídia, aqui retomada, ajuda a entender esse fenômeno além da promoção turística. Quando imagens, relatos e experiências circulam nas plataformas digitais, eles participam da construção pública da identidade urbana. Sob essa perspectiva, *branding* urbano e cidade-mídia são processos complementares: o primeiro diz respeito à produção e ao gerenciamento simbólico das imagens da cidade, e o segundo destaca os fluxos comunicacionais por meio dos quais essas imagens são produzidas, disputadas e disseminadas. As práticas de fãs analisadas neste estudo mostram que essa construção não fica restrita aos agentes institucionais e também envolve atores distribuídos em redes digitais.

Esse processo se relaciona ao conceito de *branding* urbano, que, segundo Patrícia Cerqueira Reis (2018, p. 19), “caracteriza-se por um processo contínuo de construção e reconstrução de uma identidade que insere o lugar na memória das pessoas. As experiências das pessoas somadas ao que é comunicado sobre o lugar formam as imagens da marca”. As redes sociais funcionam como ferramentas poderosas nesse processo de construção de marca, ao permitir que os fãs e visitantes compartilhem suas experiências e, consequentemente, fortaleçam a imagem de certos locais como destinos culturais atrativos.

O conceito de “pós-turismo” também é relevante aqui, conforme apresentado por Urry e Larsen (2021), que referenciam a proposta de Feifer (1985). Feifer sugere que, com a internet, muitos lugares “podem ser contemplados, comparados e contextualizados” à distância, transformando o turismo literário em uma experiência vivida por meio de imagens e dinâmicas digitais. Isso permite que fãs ao redor do mundo se conectem com os cenários das obras de Ferrante sem necessidade de deslocamento físico.

A relação entre leitores e espaços narrados configura um “turismo do imaginário”, em que o interesse está em experimentar, de forma sensível, os lugares que a literatura torna significativos. Como escreve Ítalo Calvino (1990, p. 44), “as cidades, como os sonhos, são construídas por desejos e medos”. A Nápoles de Ferrante, reapropriada pelos fãs, torna-se um espaço simbólico que liga ficção, memória e identidade.

As práticas digitais, como a *thread* de Iamin, mostram que os fãs participam ativamente da permanência e da reinvenção da obra. Ao circular e reinterpretar a *Tetralogia*, eles contribuem para mantê-la viva e atual. As tecnologias, em vez de representarem uma ameaça à literatura, ampliam as possibilidades de interação com os textos, permitindo que permaneçam vivos, dinâmicos e relevantes em um mundo em constante transformação.

Essas práticas também permitem refletir sobre o papel das mídias na formação de comunidades culturais. Em um contexto global e conectado, as redes funcionam como

mediadoras de pertencimentos compartilhados, nas quais a literatura se torna elo entre diferentes culturas. A *Tetralogia*, ao circular digitalmente, expressa as tensões da chamada cultura-mundo, conceito que, segundo Lipovetsky e Serroy (2011, p. 9), aponta para “o fim da heterogeneidade tradicional da esfera cultural e a universalização da cultura mercantil, apoderando-se das esferas da vida social, dos modos de existência, da quase totalidade das atividades humanas”.

O chamado *efeito Ferrante* ilustra esse duplo movimento: de um lado, amplia o acesso e o alcance da obra; de outro, integra-se à lógica de circulação global de bens culturais, que tende a suavizar as diferenças locais. Ainda assim, a literatura conserva um potencial de resistência. Ao despertar vínculos afetivos e críticos entre leitores e lugares, a *Tetralogia* mostra que, mesmo em meio à cultura-mundo, a arte continua capaz de produzir memória, identidade e pertencimento, dimensões essenciais da experiência humana.

Considerações finais

Do ponto de vista dos estudos de Comunicação, este artigo mostra como as plataformas digitais ajudam a mudar a relação entre narrativas ficcionais e práticas culturais, com efeitos sobre o espaço urbano. Os conteúdos produzidos por fãs incentivam viagens, fazem circular novas leituras sobre a cidade e reforçam sua presença no debate público. Nesse sentido, o estudo contribui para entender como a comunicação digital participa da construção social dos lugares e da circulação de sentidos sobre eles.

A análise da *Tetralogia Napolitana* e de suas reinterpretações digitais mostra como as redes sociais transformam o turismo contemporâneo, convertendo experiências de leitura em vivências compartilhadas. As narrativas de Ferrante, já intensas em sua descrição da cidade e das relações humanas, ganham uma dimensão adicional quando os leitores percorrem os lugares narrados e compartilham essas experiências em ambientes digitais. A convergência entre literatura, turismo e tecnologia cria um ciclo contínuo de circulação e ressignificação das obras, em que os espaços urbanos passam a ser vividos como extensões simbólicas da ficção.

A *thread* publicada por Leandro Iamin no X exemplifica esse processo. Suas fotografias e comentários sobre o Rione Luzzatti aproximam leitores do cenário literário e produzem um tipo de “olhar midiaticado” (Urry; Larsen, 2021), em que ver e compartilhar tornam-se partes da própria experiência turística. Os fãs, ao registrar e comentar os lugares da *Tetralogia*, recriam a obra em um novo contexto, no qual literatura e cidade se entrelaçam nas dinâmicas das mídias digitais.

O mapa interativo criado por um fã no *Google My Maps* reforça esse movimento. Ao reunir quatorze locais mencionados nos romances, o recurso funciona como guia visual da narrativa, permitindo que leitores reconheçam e explorem a Nápoles literária de Ferrante. Mesmo sem ser colaborativo, o mapa funciona como mediador entre texto e território, transformando a cidade em um espaço de circulação cultural.

Os materiais analisados mostram que a imagem de Nápoles não circula de forma estável nas plataformas digitais. Ao reinterpretarem os cenários da *Tetralogia*, os fãs produzem novas leituras da cidade, destacando determinados bairros, trajetos e experiências em detrimento de outros. Nessa dinâmica, Nápoles é continuamente reescrita por práticas comunicacionais que transformam espaços urbanos em referências afetivas, culturais e turísticas. A cidade-mídia resulta dessa circulação, da disputa de sentidos e da atualização constante dessas imagens.

Essas práticas mostram que o turismo literário vai além da visita física. Ele envolve a construção de significados e identidades por meio das histórias lidas e dos lugares visitados. As redes sociais potencializam esse processo ao permitir que leitores compartilhem suas percepções e formem comunidades de interesse em torno das obras. A literatura, assim, é vivida, comentada e reinterpretada em uma esfera pública global, onde leitura e experiência se confundem.

Esses fenômenos trazem implicações para o modo como pensamos o espaço urbano. Cidades como Nápoles, ao serem reinterpretadas a partir das narrativas literárias, tornam-se territórios de memória e representação. Caminhar pelas ruas associadas à *Tetralogia* envolve percorrer um roteiro e, ao mesmo tempo, reconstruir a narrativa a partir da experiência do visitante, que assume um papel ativo nesse processo.

Ao mesmo tempo, a popularidade do turismo literário levanta desafios. A visibilidade internacional de lugares como o Rione Luzzatti pode gerar efeitos de gentrificação e comercialização, alterando a dinâmica cotidiana dos bairros. O chamado “efeito Ferrante” redesenhou a percepção de Nápoles, antes vista como cidade perigosa, transformando-a em destino literário (McVeigh, 2016). Esse processo dialoga com o conceito de *overtourism*, que descreve os impactos negativos do turismo excessivo, como a especulação imobiliária e a expulsão de moradores locais. Ainda que Nápoles não tenha atingido tal nível de saturação, as tensões entre valorização cultural e exploração turística já são perceptíveis. Refletir sobre essas fronteiras é essencial para promover um turismo literário sustentável, que valorize o patrimônio simbólico sem comprometer a vida urbana.

A mídia internacional tem destacado essas transformações. Ann Mah (The New York Times, 2016) observa que muitos leitores passaram a buscar nos roteiros turísticos a mesma atmosfera descrita nas páginas da *Tetralogia*, ressignificando espaços urbanos a partir da experiência literária. A apropriação midiática desse fenômeno aparece igualmente em jornais brasileiros, como mostra Patrícia Kogut (O Globo, 2019), ao destacar que roteiros inspirados na obra de Ferrante se consolidaram como produto turístico oferecido ao público.

Por outro lado, o impacto cotidiano desses fluxos não se resume à atração turística: Amedeo Colella (Culinary Backstreets, 2020) enfatiza como o aumento do movimento em alguns bairros afeta a dinâmica social, alterando hábitos locais, inclusive relacionados à gastronomia e à ocupação das ruas. Irene Caselli (Bloomberg, 2019) reforça essa ideia ao analisar especificamente o Rione Luzzatti, bairro periférico de Nápoles que, antes estigmatizado, ganhou projeção internacional e passou a ser denominado como “*Ferrante famous*”, exemplificando como a notoriedade literária pode reposicionar territórios urbanos no imaginário global.

No entanto, essa intersecção também oferece oportunidades para repensar o papel das cidades na preservação e promoção de seu patrimônio cultural. As cidades podem usar essa popularidade crescente como uma oportunidade para revitalizar bairros e promover um turismo sustentável que respeite tanto os residentes quanto os turistas. Ao abraçar o turismo literário, as cidades podem se posicionar como guardiãs de narrativas culturais, incentivando formas de turismo que valorizam e preservam a autenticidade dos locais.

As discussões aqui apresentadas ajudam a compreender um fenômeno mais amplo: o modo como as mídias digitais estão redefinindo as relações entre cultura, espaço e sociabilidade. Em uma era em que experiências são registradas e compartilhadas em tempo real, o turismo literário exemplifica como o consumo cultural está sendo reconfigurado. Ele transforma o leitor em agente de criação e circulação simbólica, e a cidade, em palco de narrativas que combinam memória, afeto e comunicação.

Este estudo apresenta limitações que devem ser consideradas. A análise concentrou-se em um número reduzido de objetos empíricos, selecionados por sua relevância e potencial analítico, o que não permite generalizações sobre o conjunto das práticas de turismo literário digital. Além disso, o recorte privilegiou plataformas e conteúdos específicos, deixando de contemplar outras dinâmicas possíveis, como produções audiovisuais, vídeos em plataformas como YouTube ou TikTok, e interações em outras redes sociais.

Como desdobramento, pesquisas futuras podem ampliar o *corpus*, incorporando diferentes formatos e plataformas, bem como comparar distintos contextos literários e urbanos, de modo a compreender se fenômenos semelhantes ocorrem em outras cidades e obras. Investigações que incluam a perspectiva dos próprios leitores-turistas, por meio de entrevistas ou observação etnográfica, também podem aprofundar a compreensão das experiências analisadas. Por fim, estudos que articulem o turismo literário às políticas urbanas e culturais podem contribuir para refletir sobre estratégias de gestão e sustentabilidade em cidades atravessadas por fluxos turísticos motivados pela cultura.

Referências

BELIN, Luciane. Bairro de Nápoles vira destino turístico graças a livros de Elena Ferrante. **Revista HAUS**, 08 fev. 2019.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CASELLI, Irene. Naples' Rione Luzzatti Area Has Become "Ferrante Famous". **Bloomberg**, 28 jan. 2019.

CERQUEIRA REIS, Patrícia. **A Marca da Cidade**: Reflexões e proposições para construção e gestão de marcas de cidades - o caso da Marca Rio. 1. ed. Curitiba: Appris Editora, 2018.

COLELLA, Amedeo. Empty Streets, Full Plates: Eating Naples's "Elena Ferrante Effect". **Culinary Backstreets**, 4 ago. 2020.

FERRANTE, Elena. **A Amiga Genial**. São Paulo: Biblioteca Azul, 2015.

FERRANTE, Elena. **Frantumaglia**: os caminhos de uma escritora. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017a.

FERRANTE, Elena. **História da menina perdida**. São Paulo: Biblioteca Azul, 2017b.

FERRANTE, Elena. **História de quem foge e de quem fica**. São Paulo: Biblioteca Azul, 2016a.

FERRANTE, Elena. **História do novo sobrenome**. São Paulo: Biblioteca Azul, 2016b.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2016.

FREITAS, Ricardo. Da Cidade-espetáculo à Cidade-mercadoria: a comunicação urbana e a construção da marca RIO. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 49–65, 2017.

GOOGLE EARTH. **Ferrante's Naples**. 21 mar. 2016. Disponível em: <https://earth.google.com/web/data=MjIKMAouChwxQU54OXM5VGVBd3dBS0hRZWZmcUdiYUc4SFowEgwKCjQxYzE1MjhlXzAgAg>.

GOOGLE MAPS. **Ferrante's Naples**. 21 mar. 2016. Disponível em: https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1ANx9s9TeAwwAKHQeffqGbaG8HZ0&hl=en_US

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. Tradução de Laurent Léon Schaffter. São Paulo: Vértice, 1990.

IAMIN, Leandro. *Thread* sobre A Tetralogia de Elena Ferrante. 17 mai. 2023. X: @leandroiamin. [Conteúdo excluído posteriormente. Link original: <https://x.com/leandroiamin/status/1658875417728516097>].

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2015.

KOGUT, Patrícia. A Nápoles de Elena Ferrante: conheça o roteiro inspirado em “A amiga genial”. **O Globo**, 15 ago. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: respostas a uma sociedade desorientada. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MAH, Ann. Elena Ferrante’s Naples, Then and Now. **The New York Times**, 14 jan. 2016.

McVEIGH, Tracy. Ferrante fever sees ‘dangerous’ Naples turn into a tourist hotspot. **The Guardian**, 14 fev. 2016.

PRIMO, Alê; CASSOL, M. B. F. Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias. *Revista Brasileira de Informática na Educação*, UFRGS-RS, v. 2, n.2, p. 65-80, 1999.

OLIVEIRA, Tânia M. V. de. Amostragem não probabilística. **Revista Administração OnLine**, São Paulo, v. 2, n. 3, jul./ago./set. de 2001.

QUINTALE NETO, Flavio. Para uma interpretação do conceito de Bildungsroman. **Pandaemonium Germanicum**, São Paulo, Brasil, n. 9, p. 185–205, 2005.

QUINTEIRO, Sílvia; BALEIRO, Rita. **Estudos em literatura e turismo**: conceitos fundamentais. Lisboa: Centro de Estudos Comparatistas, Faculdade de Letras. Universidade de Lisboa, 2017.

RECUERO, Raquel. O capital social em rede: como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea – Comunicação e Cultura (UFBA. Online)**, [S. l.], v. 10, n. 3, p. 597–617, 2012.

RIZZATTI, Maurício; BECKER, Elsbeth Léia Spode; CASSOL, Roberto. **Breve história da cartografia**: dos povos primitivos ao Google Earth. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 24, 2014.

TERRA, Carolina F.; RAPOSO, João F. Relações Públicas e Comunicação orientadas aos dados: realidade ou necessidade contemporânea? **Interfaces da Comunicação**, v. 1, n. 1, 2023, p. 1-14.

URRY, John.; LARSEN, Jonas. **O olhar do turista 3.0**. Tradução Leonardo Abramowicz. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2021.

Recebido em: 26/03/2026

Aceito em: 02/07/2026