
Mapeando Nápoles: tecnologia, cultura fã e turismo literário na *Tetralogia Napolitana* de Elena Ferrante¹

Isadora Ortiz COELHO²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Este estudo investiga o impacto do turismo literário em Nápoles, impulsionado pela *Tetralogia Napolitana* de Elena Ferrante, explorando como a cultura participativa dos fãs contribui para a valorização da cidade. O objetivo é analisar materiais midiáticos, como um mapa interativo no Google Maps e uma *thread* no Twitter, ambos criados por fãs. A metodologia envolve análise de discurso e de redes sociais. Fundamentada na teoria de cultura participativa de Jenkins (2006), a pesquisa revela a influência das tecnologias digitais nas práticas culturais urbanas e no turismo literário, destacando a interação entre ficção e realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Literário; Cultura Participativa; Elena Ferrante; Nápoles; Tecnologias Digitais.

INTRODUÇÃO

A *Tetralogia Napolitana* de Elena Ferrante, composta pelos romances *A Amiga Genial* (2015), *História do Novo Sobrenome* (2016), *História de Quem Foge e de Quem Fica* (2016) e *História da Menina Perdida* (2017), cativa leitores ao redor do mundo não só pela profundidade de suas personagens e narrativas, mas também pela rica descrição da cidade de Nápoles. Através dos olhos de suas protagonistas, Ferrante nos conduz por uma Nápoles vibrante e complexa, explorando suas ruas, bairros e a vida cotidiana de seus habitantes. Essa representação desperta o interesse de milhares de leitores em conhecer pessoalmente os locais descritos, fomentando um crescente fenômeno de turismo literário.

O turismo literário, entendido como a prática de visitar lugares associados a escritores e seus textos (Quinteiro; Baleiro, 2017, p. 137), tornou-se uma forma popular de imersão cultural. A prática permite que os leitores interajam fisicamente com os ambientes descritos, enriquecendo sua experiência literária. Historicamente, este tipo de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da UERJ, email: isadoraortiz.98@gmail.com

turismo remonta ao *Grand Tour*, durante o qual a literatura motivava as viagens e guiava roteiros turísticos (Towner, 2002; Quinteiro; Baleiro, 2017). Com a evolução tecnológica, o turismo literário passou a entrelaçar ficção e realidade de maneira mais tangível, permitindo que os leitores experimentem os locais antes apenas imaginados através da literatura (Quinteiro; Baleiro, 2017).

Neste contexto, o objetivo desta pesquisa é investigar como materiais midiáticos criados por fãs, como um mapa interativo no Google Maps³ e uma *thread*⁴ no Twitter, contribuem para a promoção do turismo literário em Nápoles. A pesquisa analisa como essas ferramentas digitais facilitam a interação dos leitores com os locais descritos nos romances, promovendo uma experiência turística imersiva e participativa.

A cultura fã e a cultura participativa, conceitos centrais na obra de Henry Jenkins (2006), são fundamentais para compreender o fenômeno estudado. Jenkins argumenta que a cultura participativa é caracterizada pela intensa interação e produção de conteúdos pelos próprios consumidores de mídia, que se tornam ativos na criação e disseminação de informações. Essa participação ativa dos fãs pode ser observada na criação do mapa interativo e na produção de conteúdos em redes sociais, como a *thread* no Twitter, que documenta visitas a locais descritos nos romances de Ferrante. Essas práticas exemplificam como a convergência de mídias e a participação dos fãs podem transformar a experiência literária em uma prática turística concreta.

METODOLOGIA

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, centrando-se na análise de materiais midiáticos criados por fãs da *Tetralogia Napolitana*, selecionados pela sua relevância e popularidade entre os leitores, além de oferecerem uma visão detalhada das práticas de turismo literário e cultura participativa. Conforme Frago et al. (2011), “a perspectiva da internet como artefato cultural observa a interseção da tecnologia na vida cotidiana,” o que é evidente nas práticas de turismo literário digital e interações *online* dos fãs.

³ Fonte: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1ANx9s9TeAwwAKHOeffqGbaG8HZ0&hl>.

Acesso em: 31 de maio de 2024.

⁴ Uma *thread* é uma série de tuítes conectados publicados pelo mesmo usuário, permitindo a criação de uma sequência de mensagens relacionadas. Isso facilita discussões mais profundas ou a exposição de ideias complexas que não caberiam em um único tweet de 280 caracteres.

Para a análise do mapa, foram coletados dados como o número de acessos e as descrições dos locais marcados. Criado em 28 de setembro de 2023, o mapa identifica 14 locais importantes nos romances napolitanos e foi examinado para entender o uso de ferramentas digitais pelos fãs para mapeamento e compartilhamento de informações turísticas. As visitas na plataforma, totalizando 231.175⁵ visualizações, foram analisadas quantitativa e qualitativamente para identificar padrões de engajamento.

A *thread* no Twitter, criada pelo jornalista Leandro Iamin em 17 de maio de 2023⁶, foi analisada com foco nos conteúdos textuais e visuais. Foram identificados os locais visitados, as descrições das experiências e a interação dos seguidores, revelando como a rede social é utilizada para documentar e compartilhar experiências literárias e turísticas.

Os dados coletados foram triangulados com teorias de cultura fã e participativa, conforme Henry Jenkins, e conceitos de turismo literário presentes na literatura acadêmica, contextualizando os achados em um quadro teórico robusto para entender como as práticas dos fãs e o uso de tecnologias digitais influenciam o turismo literário contemporâneo em Nápoles.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este estudo apoia-se em conceitos de turismo literário, cultura participativa e convergência midiática. Magadán Díaz e Rivas García (2012) afirmam que o turismo literário evoluiu como uma forma de turismo cultural, entrelaçando ficção e realidade e permitindo aos leitores interagir com locais e personagens concretamente.

Jenkins, em *Cultura da Convergência*, explora a noção de cultura participativa, destacando que o controle está nas mãos dos consumidores de mídia (2006, p.197). Esta perspectiva é crucial para compreender como os fãs da *Tetralogia* utilizam ferramentas digitais para compartilhar suas experiências literárias. Jenkins também discute como a convergência midiática transforma a produção e o consumo de mídia:

A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma

⁵ Dados obtidos em 31 de maio de 2024.

⁶ Fonte: <https://x.com/leandroiamin/status/1658875417728516097>. Acesso em: 31 de maio de 2024.

transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação (Jenkins, 2006, p.44).

Além disso, define a convergência como o:

fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (Jenkins, 2006, p.29).

Esta definição é essencial para analisar como o mapa no Google Maps e a *thread* no Twitter funcionam como plataformas convergentes, permitindo uma interação dinâmica com os locais da *Tetralogia Napolitana*.

A perspectiva de Rizzatti (2022, p.71) sobre a acessibilidade e integração dos mapas digitais no cotidiano das pessoas oferece uma base importante para entender o uso do mapa de Ferrante no Google Maps. O autor argumenta que acessar um mapa é uma tarefa cotidiana e que os mapas fazem parte da vida diária das pessoas, integrando-se em diversos contextos, como redes sociais e aplicativos móveis.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

A análise da pesquisa demonstra não apenas um uso inovador das ferramentas digitais, mas também uma profunda conexão emocional e cultural com os cenários descritos nos livros. Essa interação digital enriquece a experiência turística, permitindo aos fãs vivenciar Nápoles de uma maneira mais imersiva e significativa, transformando a cidade em um espaço narrativo vivo.

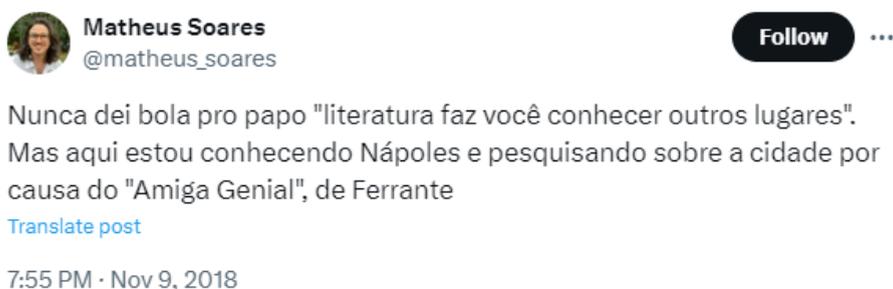
Rizzatti (2022) observa que os mapas “podem até nos apresentar espaços e informações atualizadas dos lugares, mas carrega em si o peso histórico que o define como produto e proposta de representação espacial”. Este aspecto é evidente no mapa de Ferrante, que guia os visitantes pelos locais descritos nos livros e os insere em um contexto mais amplo de Nápoles, enriquecido pela narrativa literária.

Jenkins (2006) discute a convergência midiática como um processo tanto corporativo quanto de consumidor: “a convergência é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima.” No caso do mapa de Ferrante, vemos essa interação entre convergências corporativa e alternativa: enquanto a plataforma Google Maps proporciona a infraestrutura técnica, os fãs

(consumidores) preenchem este espaço com conteúdo detalhado e pessoal, moldando a experiência de outros leitores e turistas.

A análise dos tuítes da *thread* revela um desejo dos fãs de vivenciar fisicamente os cenários descritos nos livros, demonstrando uma conexão emocional com os locais visitados. A descrição detalhada de Iamin sobre as referências à obra de Ferrante no bairro ilustra como os fãs utilizam as redes sociais para compartilhar suas experiências literárias e turísticas. Esses relatos pessoais não só promovem o turismo literário, mas também enriquecem a percepção dos leitores sobre os locais descritos na *Tetralogia*. Outro exemplo é o tuíte de Matheus Soares (2018), que destaca essa relação:

Figura 1 - Print do tuíte de @matheus_soares em 9 de novembro de 2018



Urry (2001, p.30) observa que o turismo envolve o devaneio e a expectativa de novas e diferentes experiências, o que é visível na forma como os fãs compartilham suas experiências nas redes, alimentando um ciclo de estímulos e promoção do turismo.

Finalmente, a convergência midiática, conforme definida por Jenkins (2006), é fundamental para entender como o mapa e a *thread* funcionam em conjunto, oferecendo maneiras complementares para os fãs explorarem e compartilharem suas jornadas literárias. O uso do Google Maps para identificar e marcar locais específicos, combinado com a narrativa pessoal dos tuítes, cria uma experiência multifacetada de turismo literário. Os resultados mostram que essa interação entre diferentes mídias não só facilita o planejamento e a navegação dos fãs pela cidade, mas também promove uma forma de turismo altamente personalizada e emocionalmente envolvente, destacando a importância das contribuições dos fãs para a promoção e enriquecimento do turismo literário em Nápoles.

CONCLUSÃO

A pesquisa revela como a cultura participativa e a convergência midiática moldam novas formas de experiência turística e literária, utilizando tecnologias digitais para transformar os cenários descritos nos romances de Ferrante em destinos turísticos dinâmicos e interativos. Como destaca Jenkins (2006, p. 161), “cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia”. Isso é exemplificado quando a *Tetralogia* ganha vida nas plataformas digitais e na prática do turismo literário.

A natureza transmídia da narrativa de Ferrante, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo (Jenkins, 2006), permite que cada meio explore suas potencialidades. Os mapas interativos e as discussões em redes sociais facilitam a imersão dos leitores nos cenários de Ferrante, enriquecendo a experiência literária com elementos visuais e interativos.

Os resultados indicam que o turismo literário inspirado pela *Tetralogia Napolitana* se beneficia significativamente da cultura participativa, na qual os fãs não são meros consumidores passivos, mas participantes ativos na construção e disseminação de conteúdos relacionados aos seus interesses literários.

REFERÊNCIAS

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

RIZZATTI, M ; BECKER, E. L. S. ; CASSOL, R. **Breve história da Cartografia**: dos povos primitivos ao Google Earth. 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022. v. 1. 79p.

QUINTEIRO, S.; BALEIRO, R. (2019). **Estudos em literatura e turismo**: Conceitos fundamentais. 2. ed. Lisboa: Universidade de Lisboa. Faculdade de Letras. Centro de Estudos Comparatistas.

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel:SESC, 2001.