

FOTOGRAFIA, MEMÓRIAS MEDIADAS E O NÃO-LUGAR: consumo e desterritorialização nas imagens de turismo no *Facebook*

Jéssica de Souza CARNEIRO

Idilva Maria Pires GERMANO

Universidade Federal do Ceará

Os *sites* de redes sociais cada vez mais têm se apresentado como campo de estudo produtores de novos saberes e redirecionadores do olhar sobre questões que tangenciam memória, performance, narrativa e consumo. Advindo de recorte da dissertação de mestrado de uma das autoras, este trabalho se debruça na relação da fotografia partilhada online com a produção de memórias mediadas, pautadas na construção de não-lugares que imagens de viagens turísticas postadas no *Facebook* fazem emergir. Lançou-se mão de uma perspectiva teórica crítica a fim de compreender de que forma a produção de fotos de viagens turísticas no *Facebook* desemboca nas relações de consumo e desterritorialização pela imagem, bem como a construção e a consolidação de não-lugares, ou seja, lugares transformados em imagem enquanto mercadoria. Analisou-se também como as fotografias sacadas em viagens corroboram para uma retroalimentação entre memória, narrativa e consumo. O estudo qualitativo reuniu 30 respondentes, entre 18 a 24 anos, e consistiu em duas etapas, sendo a primeira: aplicação do questionário digital semi-estruturado com temas sobre fotografia e memória; e a segunda, codificação e análise das fotografias disponibilizadas para a pesquisa, selecionadas pelos participantes. O material qualitativo consistiu em 30 questionários e 76 imagens disponíveis para análise. Dentre os resultados, percebeu-se no modo de fazer turismo capturado pelas fotos do *Facebook* uma marca da sociedade de consumo, que transforma qualquer lugar em seu signo, em sua mercadoria. Assim, o “estar nos lugares” se transforma cada vez mais em não-lugar, desterritorializando as relações sociais e mercantilizando a experiência do lugar.

Palavras-chave: fotografia; *facebook*; consumo; memória; turismo.

EIXO 3: FORMAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS