

A PRODUÇÃO DO CIBERESPAÇO E O TURISMO: REFLEXOS DO IDEÁRIO NEOLIBERAL A PARTIR DE UMA ANÁLISE DE MEMES DO INSTAGRAM¹

The Production of Cyberspace and Tourism: Reflections of
Neoliberal Ideology through an Analysis of Instagram Memes

Nilma Silva Rezende dos Santos
Universidade Federal Fluminense, Brasil
nilmarezendes@gmail.com



RESUMO

Considerando a crescente relevância do ciberespaço e das práticas sociais na internet, o objetivo deste estudo é analisar memes do Instagram que abordam as temáticas de trabalho e viagem, explorando seu papel na configuração do ciberespaço e na expressão de discursos relacionados à uma subjetividade neoliberal emergente. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo com 65 memes do Instagram, com base em discussões socioespaciais, que resultaram em 6 categorias temáticas atribuídas: Crítica Social / Empresarial; Desejo de viajar; Escassez financeira; Insatisfação e/ ou sofrimento no trabalho; Satisfação e/ ou conformação no trabalho e Viagem e escapismo do cotidiano. Dentre os principais achados, destacaram-se a importância dos memes dentro do cenário de influências culturais, formação de identidades e participação política, além da pertinência de se considerar esse tipo de linguagem em suas expressões sobre o turismo e articulação com os estudos acerca da produção do espaço para aprofundamento das reflexões a respeito dos efeitos de uma racionalidade neoliberal. Além disso, por meio dos memes, destacaram-se relatos de sofrimento nas relações de trabalho, romantização das viagens perante a insatisfação com o cotidiano, frustrações com a falta de recursos financeiros, hostilidades no ambiente de trabalho, além de desafios no avanço dessas reflexões perante a obscuridade das lógicas algorítmicas das redes. Como

¹ Este artigo foi apresentado na quarta edição do Fórum ABRATUR - 2023, realizado em São Luís, Maranhão.



resultado central, identificou-se que o estudo de memes na expressão de imaginários turísticos dentro das categorias analisadas configura um ponto de partida importante para a realização de futuras investigações sobre este tema.

Palavras-chave: Memes de Turismo, Ciberespaço, Neoliberalismo, Subjetividade, Trabalho.

ABSTRACT

Considering the growing relevance of cyberspace and social practices on the internet, the purpose of this study is to examine Instagram memes related to the themes of work and travel, highlighting how they contribute to the construction of cyberspace and their ability to reflect an emerging neoliberal subjectivity. To achieve this, a bibliographic research and content analysis were conducted on 65 Instagram memes, based on socio-spatial discussions, resulting in 6 attributed thematic categories: Social / Corporate Critique; Desire to travel; Financial scarcity; Dissatisfaction and/or suffering at work; Satisfaction and/or conformity at work; and Travel and escapism from daily life. Among the main findings, the importance of memes in the cultural influence landscape, identity formation, and political participation stood out, along with the relevance of considering this type of language in its expressions about tourism and its connection with studies about space production for deeper reflections on the effects of the new neoliberal rationality. Furthermore, through the memes, reports of suffering in work relationships, romanticization of travel in the face of dissatisfaction with daily life, frustrations with lack of financial resources, workplace hostilities, as well as challenges in advancing these reflections in light of the obscurity of algorithmic logics were highlighted. As a central result, it was identified that the study of memes expressing tourist imaginaries within the analyzed categories constitutes an important starting point for conducting future investigations on this theme.

Keywords: Tourism Memes, Cyberspace, Neoliberalism, Subjectivity, Work.

INTRODUÇÃO

Segundo Urry e Larsen (2022), agir como turista emerge como um traço fundamental da modernidade, associado a profundas transformações no universo do trabalho remunerado. À medida que as sociedades modernas são constituídas por mobilidades múltiplas, que abrangem tanto aspectos físicos quanto sociais e culturais (Urry & Sheller, 2006), destaca-se,



contemporaneamente, a intensificação dos fluxos digitais (Freire-Medeiros *et al.*, 2018).

Nesse contexto, para o turismo, evidenciam-se movimentos de novos imaginários significativos, já que viagens e imaginários caminharam sempre juntos (Gastal, 2005). Ademais, para Souza *et al.* (2022) os conteúdos disponíveis nas redes assumem grande relevância nos processos de tomada de decisões e planejamento de viagens, seja para profissionais de turismo ou para os próprios viajantes. Por isso, não é de se estranhar que, sobretudo a partir de 2014, houve um notável crescimento na produção científica brasileira sobre a relação entre Turismo e Tecnologias de Informação e Comunicação (Soares *et al.*, 2022).

Considerando que a internet expandiu significativamente os padrões de sociabilidade e produção de olhares, incluindo dos turistas (Urry & Larsen, 2022), torna-se, então, imperativo aprofundar nossa compreensão dessas novas formas de capital social (Recuero, 2012). Assim, diante de um mercado turístico cada vez mais digitalizado (Albuquerque *et al.*, 2022), avançar na compreensão do ciberespaço é crucial para a análise do turismo em todo seu dinamismo (Gastal, 2005). Pois, a complexidade deste fenômeno se revela nas práticas socioespaciais (Fratucci, 2000), que envolvem sobreposições de diversas territorialidades e agentes sociais em convivência e disputa (Fratucci, 2014).

Pierre Lévy (2007) definiu que o ciberespaço é um espaço de criação e produção cultural com possibilidades inovadoras por meio de interações humanas mediadas pelas tecnologias digitais. Contudo, é imperativo examinar as acentuadas desigualdades que permeiam esses avanços tecnológicos e o contexto da globalização no qual estão inseridos (Freire-Medeiros & Lages, 2020; Santos, 2022). Nessa direção, o fato de o fortalecimento do neoliberalismo ser apontado como principal reforçador de



injustiças sociais (Dardot & Laval, 2017) nos motiva a compreender como essa nova racionalidade também se reflete nas subjetividades em redes.

Porém, embora o ciberespaço demonstre a capacidade de reproduzir ou criar desigualdades e formas de exploração (Lévy, 2007), também possibilita o surgimento de protagonismos e expressões criativas que confrontam estruturas hegemônicas (Antoun, 2015; Bentes, 2015; Lévy, 2007). Na comunicação, esses processos são ancorados em amplas interações conversacionais que quebram o antigo 'monopólio da fala' associado à televisão (Antoun, 2016). Assim surgiu, neste trabalho, o interesse pelo papel dos memes da internet, um dos signos mais habituais na comunicação contemporânea, de acordo com Werneck (2020), e que atualmente representam uma forma participativa de grande influência na formação cultural (Dyner, 2016; Shifman, 2013, 2014; Werneck, 2019).

Focalizar o papel dos discursos que partem das mídias sociais leva em consideração ainda a perspectiva de Henri Lefebvre (1981) a respeito do olhar para o cotidiano como busca pela reinvenção da vida social. Assim, o foco desta análise recai sobre as expressões de memes que circundam a influência do neoliberalismo nas relações de trabalho, contrastando com as perspectivas em relação às viagens. Afinal, de acordo com Urry e Larsen (2022), o olhar turístico é moldado pelos contrastes com experiências não turísticas, dependendo do sistema de atividades e signos sociais.

Portanto, este estudo encontra justificativa na crescente importância do turismo no cenário digital. Ainda, sob um ideário neoliberal que permeia diversos aspectos da vida cotidiana (Dardot & Laval, 2017), as necessidades e anseios sobre as rotinas de trabalho e lazer turístico são um diálogo pelo qual se expressam buscas humanas por significado (Gastal, 2005) em uma vida marcada pela precarização (Han, 2015). Além disso, a ausência de publicações identificadas que explorem a interseção entre turismo e memes



da internet ressalta ainda mais a relevância desta pesquisa, preenchendo uma lacuna no conhecimento acadêmico para a área.

Dessa forma, surgiu a seguinte pergunta de pesquisa: em que medida os memes que são parte da produção do ciberespaço refletem discursos sobre relações de trabalho, viagens e lazer turístico, e como podem refletir o papel da subjetividade emergente no contexto neoliberal? Em termos metodológicos, por meio de uma abordagem que combina pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo, juntamente com inspirações derivadas da etnografia virtual, o estudo buscou compreender as narrativas associadas às questões do trabalho, viagens e lazer turístico presentes na disseminação de memes no Instagram.

Por fim, este artigo está estruturado em cinco seções. Após esta introdução, a próxima apresentará uma breve revisão de literatura, focando nas relações entre as narrativas do turismo na produção do ciberespaço e a temática do neoliberalismo e subjetivação. Além disso, a metodologia deste estudo é descrita na seção 3, seguida da análise crítica de uma amostra representativa dos dados e discussão dos resultados encontrados. Encerra-se com a seção de considerações finais.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. Conceituação de memes:

De acordo com Shifman (2013), os memes são um grupo de unidades de conteúdo digital que compartilham características comuns de conteúdo, forma e/ou posição. Para Shifman (2013, p. 367): “essas unidades são circuladas, imitadas e/ou transformadas através da Internet por muitos usuários”, criando assim uma experiência cultural compartilhada. A autora defende ainda que memes da internet estão sujeitos à uma lógica cultural particular e, por isso, são dependentes do seu contexto, além de criados com consciência uns dos outros (Shifman, 2013).



Werneck (2019) compreende os memes como signos que se espalham inicialmente em um formato de troca entre indivíduos (*peer to peer*), porém, mais recentemente seguindo um padrão que pode ser descrito como direcionado do indivíduo para o público em geral (*peer to all*), maciçamente via internet. Nesse sentido, a capacidade polivocal de expressão dos memes, que permite que várias opiniões e identidades sejam discutidas e negociadas (Milner, 2013) imputa a essa linguagem um papel globalmente significativo dentro do cenário de participação política e de transformações culturais (Shifman, 2013).

Dynel (2016), por sua vez, definiu os memes como qualquer artefato que surge na Internet capaz de gerar derivados que serão imitados, remixados e rapidamente difundidos por diversos participantes, podendo ainda representar status específicos dentro de uma subcultura (Miltner, 2014). Deste modo, eles se propagam por uma variedade de meios, incluindo imagens, vídeos, textos e outras formas de comunicação (Shifman, 2013). Porém, para fins da análise presente neste trabalho optou-se pela categoria mais popular, que consiste em imagens com textos sobrepostos.

Considera-se repetidamente na literatura que a expressão “meme” parte de um neologismo criado por Richard Dawkins ao se apropriar do termo “mimeme”, de origem grega, em seu livro: O Gene Egoísta, de 1976, em que o autor reduziu a palavra para que se assemelhasse a gene em referência ao processo biológico. Para Dawkins, assim como os genes são responsáveis por replicar conteúdos, os memes seriam “uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação” (Dawkins, 1976, p. 192), enquanto replicadores culturais de ideias e comportamentos.

Mais adiante, as abordagens iniciais e discutíveis de Dawkins seriam revisitadas por outros pesquisadores, como Susan Blackmore (2000), para quem a memética, ou, estudo dos memes, buscaria o ponto de vista da



própria cultura e não dos humanos, de forma que os sujeitos funcionariam como “máquinas de memes” (Blackmore, 2000, p. 16). Desde então, esses estudos vêm evoluindo com novas abordagens e enquanto um fenômeno emergente de redes sociais que se faz cada vez mais presentes nas práticas sociais de comunicação, despertando o interesse de pesquisadores de áreas distintas.

Limor Shifman é uma dos pesquisadores contemporâneos que explora o tema dos memes na esfera virtual, destacando a rápida disseminação e alcance ampliado devido às características da internet (Miltner, 2014; Shifman, 2013). De acordo com Shifman (2013), os memes têm o potencial de moldar comportamentos e percepções, desempenhando um papel na popularização de ideias e até mesmo confrontando algumas delas. Contudo, a autora esclarece que ambiguidades e múltiplas interpretações possíveis, bem como as variações nos seus contextos trazem influências que são desafiadoras de serem mensuradas, de modo que se atentar ao contexto mais amplo em que os memes são produzidos e consumidos se torna indispensável (Shifman, 2013).

Chen (2012) questiona o valor artístico e cultural dos memes da internet, explorando se representam uma limitação imposta pela falsa consciência de uma economia capitalista ou, de fato, proporcionam um novo protagonismo na produção cultural, permitindo às pessoas explorar um potencial criativo mais amplo. De todo modo, Chen (2012) reconhece o potencial dos memes em exercer uma influência significativa nos valores sociais de uma comunidade, mesmo diante das dificuldades observadas na evolução da definição desses conceitos, tanto em relação aos memes quanto à própria cultura da internet (Willians, 2020).

É importante reforçar que, ainda que sejam frequentemente associados apenas ao humor, os memes da internet podem ser bastante críticos e



reflexivos, assim como acontece com os cartuns (Yoon, 2016). Além disso, de acordo com Castells (2005), há tempos a riqueza não se limita ao aspecto material e as transformações tecnológicas agora estão integradas ao processo social de criação, manipulação de símbolos, produção e distribuição de bens e serviços. Nesse contexto, a mente humana emerge como uma força de produção direta, onde a inserção da informação reorganiza a estrutura social (Castells, 2005).

Diante de tudo isso, pelo aumento da presença da linguagem dos memes nas relações e práticas cotidianas de comunicação, observou-se que eles se tornaram uma parte importante da cultura digital e têm sido utilizados em diferentes contextos de representação. Desta maneira, considera-se que também podem trazer conteúdos significativos ligados às práticas e imaginários associados ao turismo, conforme seguirá sendo explorado mais adiante.

2. Mobilidades, turismo e a produção do ciberespaço:

Um grande desafio para os intelectuais, destacado por Santos (2022), reside na necessidade de atualizar os conceitos de espaço por meio de uma análise crítica da sociedade. Harvey (2005), por sua vez, ressalta que, apesar de representar uma esfera fundamental da vida humana, a noção de espaço foi frequentemente subestimada. Nesse mesmo contexto, Haesbaert (2004) sublinha a importância das dimensões simbólicas, enfatizando o conjunto de representações sobre o espaço ou o imaginário geográfico que integra essas discussões.

Diante disso, o termo “ciberespaço”, amplamente utilizado hoje para descrever o universo virtual, surgiu pela primeira vez a partir de um romance de ficção científica de William Gibson, chamado *Neuromancer*, de 1984. No livro, segundo Pierre Levy, o termo designou o universo das redes digitais como sendo um “campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos



mundiais, nova fronteira econômica e cultural" (Lévy, 2007, p. 123). Desde então, diversos autores se apropriaram do termo para referenciar o espaço virtual.

Portanto, as reflexões sobre o espaço cada vez mais envolvem a consideração do digital, tendo em vista a interseção dos processos informacionais com o espaço urbano (Lemos, 2008). Além disso, máquinas, imagens, informações e ideias estão em constante movimento, recriando redes em velocidades cada vez mais rápidas pelo mundo (Urry & Sheller, 2006). Dessa maneira, o "eu" é tornado móvel em uma série de rastros no ciberespaço, segundo Urry e Sheller(2006).

Inclusive, cumpre salientar que Cruz (2003) apontou o turismo como o principal objeto de consumo do espaço geográfico. Portanto pelas experiências no ciberespaço que cada vez mais compõem dimensões de práticas turísticas (Souza *et al.*, 2022; Soares *et al.*, 2022), a circulação de imaginários ligados ao turismo nas redes também assume grande relevância (Gastal, 2005). Afinal, somos lembrados por Urry e Sheller (2006) de que o crescimento da Internet também contribuiu para formas virtuais e imaginativas de viagem.

Mas, para além do fenômeno turístico, Urry e Larsen (2022) entenderam que a influência de imagens e informações circulantes, construtoras de olhares de turistas, também podem ser usadas para compreensão de outros elementos da sociedade em geral. Santos (2002) já discutia a importância da subjetividade na construção espacial, de modo que esta seja considerada em totalidade, a partir da vida e sociedade em movimento.

Porém, investigar esses movimentos para apreensão das relações espaciais esbarra no que Urry e Sheller (2006) criticaram quanto a um caráter estático das ciências sociais, que teria negligenciado olhar para esferas de mobilidades humanas impulsionadas por objetos e tecnologias. Os autores



também evidenciaram a ausência de reconhecimento da dinâmica do movimento intermitente de imagens e comunicações que organizam e estruturam a vida social (Urry & Sheller, 2006). Nesse sentido, é válido lembrar que, segundo Foucault (1996), relações de poder também se manifestam por meio da criação de discursos e representações simbólicas difundidas que, por sua vez, produzem novos discursos e materialidades.

Desse modo, abordar os territórios informacionais requer a análise de suas forças em conflito, bem como das diversas formas de desigualdades móveis que se manifestam contemporaneamente (Freire-Medeiros & Lages, 2020; Urry & Sheller, 2006). Considerando que vivemos em um mundo de exclusões agravadas pela desproteção social, característica do modelo neoliberal (Santos, 2022), Milton Santos criticou as desigualdades na esteira da globalização pelo que chamou de “fábrica de perversidades” (Santos, 2022, p. 19).

Assim, à luz das contradições que integram a produção do espaço, o turismo e as múltiplas mobilidades, é imperativo estender a discussão para o papel de uma nova racionalidade neoliberal emergente (Dardot & Laval, 2017). Por isso, na seção seguinte serão apresentadas algumas bases teóricas para se refletir sobre como o neoliberalismo também pode influenciar a produção de subjetividades que se reflete no ciberespaço em que os memes da internet se inserem.

3. Neoliberalismo e produção de subjetividade

Inspirados por Foucault (1996), que primeiramente situou o advento de uma nova maneira de conduzir os indivíduos pela “governamentalidade”, Dardot e Laval (2017) criticam a tendência de se interpretar o neoliberalismo como uma mera “volta” ao liberalismo original. Em vez disso, propõem percebê-lo como a imposição de uma nova racionalidade, na qual o desenvolvimento da lógica do mercado, normativa e generalizada,



impactará "desde o Estado até o mais íntimo da subjetividade" (Dardot & Laval, 2017, p. 31).

Pensando estes novos exercícios de poder, Byung-Chul Han (2015) interpreta a sociedade contemporânea como permeada por uma cultura de excesso de trabalho e busca insaciável por eficiência, onde estímulos constantes à produção e à realização pessoal relegam o valor humano à sua capacidade produtiva. De maneira similar, Dardot e Laval (2017) exploram o conceito de "neossujeito", uma entidade amplamente encarregada de sua performance, mas, ao mesmo tempo, carente de força de ação política.

Nesse caso, em vez da imposição de limites ou proibições como funcionariam sociedades disciplinares do passado, exige-se que os indivíduos sejam constantemente produtivos (Han, 2015). Para isso, as práticas discursivas cumprem uma função significativa ao estabelecerem normas e valores, pois, como postulou Foucault, o poder funciona através do discurso, que é também um dispositivo estratégico dessas relações (Foucault, 2008). Como consequência, um universo de competição generalizada se revela, com as relações sociais seguindo o modelo do mercado de luta econômica entre os sujeitos, além de um individualismo exacerbado, justificando as desigualdades e, por fim, indivíduos instados a conceberem a si mesmos como a uma empresa:

A desconfiança como princípio e a vigilância avaliativa como método são os traços mais característicos da nova arte de governar os homens [...]. A reestruturação neoliberal transforma os cidadãos em consumidores de serviços que nunca têm em vista nada além de sua satisfação egoísta, o que faz que sejam tratados como tais por procedimentos de vigilância, restrição, punição e "responsabilização". (Dardot & Laval, 2017, p. 319).

Contudo, Achille Mbembe (2018) tem se dedicado a enfatizar uma relação intrínseca entre neoliberalismo e racismo. Ele também sugere que o estado neoliberal exerce influência sobre nossa subjetividade e percepção da



vida, porém, o denuncia como uma metamorfose do colonialismo. Destaca-se, então, a importância da questão racial como um elemento central na configuração de modos violentos de existência, que perpetuam a necropolítica (Mbembe, 2016).

A crítica feminista, por sua vez, também considera a ampliação da opressão feminina pelas maneiras específicas pelas quais mulheres são afetadas subjetivamente e materialmente pelo neoliberalismo (Ribeiro & Heinen, 2023). Portanto, é importante que se evite a adoção de uma abordagem pretensamente universal, tendo em vista que diferentes grupos sociais não serão atravessados por esses processos de forma equivalente.

Além disso, Foucault (1999) apresentou a ideia de uma subjetividade em movimento que se desprende continuamente de si mesma ao passo em que é ainda produto das determinações históricas e do trabalho sobre si. Para ele, o sujeito é capaz “de trasladar continuamente o nível de sua subjetividade, de se constituir numa série infinita e múltipla de subjetividades diferentes que nunca alcançam um final” (Foucault, 1999, p. 40). Nesse contexto, somos cada vez mais compelidos a examinar os processos de subjetivações produzidos pelas dinâmicas digitais de comunicação que reconfiguram a relação entre subjetividade e visibilidade (Bruno, 2006).

Afinal, segundo Buckingham (2007), a construção subjetiva é também algo que responde às demandas tecnológicas, uma vez que a tecnologia é responsável por uma grande transformação em nosso funcionamento mental, nas relações e concepções de conhecimento. Logo, considerando que Foucault defendeu que as relações de poder se dissolvem pelo tecido social em uma espécie de rede de microfísica que permeia toda a estrutura social (Foucault, 1996), dedicar atenção ao que se comunica nas redes pode ser uma alternativa para tentar compreender o poder em suas ramificações.



Para isso, é necessário encarar o desafio de explorar esse tema complexo e amplo com recortes que permitam uma abordagem metodológica que não sacrifique a complexidade das dinâmicas das redes, como avalia Antoun (2015). Porém, ao revisar a literatura para mapear repercussões sobre as redes sociais na subjetividade dos usuários, Marra e Santos (2015) já alertavam que a predominância de estudos que destacam seus aspectos positivos e negativos limitam a compreensão das novas interpretações possíveis, o que resultaria em uma falta de compreensão sobre o impacto das redes sociais na produção subjetiva contemporânea (Marra & Santos, 2015).

Portanto, nas plataformas digitais, considerando que “o que está em jogo é uma economia psíquica dos algoritmos que, com suas estratégias próprias, extrai valor e capitaliza nossa atenção, nossos estados psíquicos e afetivos” (Bruno *et al.*, 2019, p. 17), importa questionar de que maneira a produção de sofrimento nas relações de trabalho e no modo de vida em geral (Dardot & Laval, 2017) estariam, de fato, refletidas nos discursos sobre o turismo que são produzidos em abundância nas redes sociais.

A fim de caminharmos nessa investigação, na próxima seção avançaremos para a análise e discussão dos resultados obtidos a partir da coleta de 65 memes do Instagram, centrados nas temáticas de trabalho e viagens. Tal investigação empírica permitirá exemplos mais concretos de como essas dinâmicas se manifestam na cultura digital contemporânea.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa bibliográfica foi realizada a partir da definição dos principais conceitos relacionados às questões direcionadoras da pesquisa, após exploração inicial das discussões. Em seguida, realizou-se um aporte em livros e bases científicas de dados, sobretudo nas áreas de conhecimento do



turismo, geografia, filosofia e teoria social, como: *web of Science* e *Publicações de turismo*. Assim, estruturaram-se levantamentos da base bibliográfica, fichamentos, catalogação, filtragens e releitura dos livros e artigos como principais estratégias bibliográficas de pesquisa.

Além disso, embora este trabalho não se configure como uma etnografia propriamente, o método de etnografia virtual influenciou algumas ações, tendo em vista que foi utilizado o perfil do Instagram pessoal para os processos de busca e coleta de memes, o que, por si só, traz implicações particulares algorítmicas, de olhares e de acesso. Considerando ainda a imersão no meio digital (Hine, 2011) e o papel das próprias vivências sociais proporcionadas pelas redes nas reflexões alcançadas, a inspiração da etnografia virtual neste trabalho fez-se inegável.

Para a análise dos memes, tendo em vista as particularidades deste objeto de investigação, optou-se pela análise de conteúdo por se tratar de uma metodologia com alta flexibilidade em adaptar-se a diversas categorias temáticas, de acordo com Prasad (2018). O método mostrou-se ainda bastante favorável à identificação de tendências que possam ser relacionadas à literatura estudada e aos objetivos da pesquisa, além de permitir analisar variados conteúdos, convergindo com a diversidade de elementos presentes nos memes.

Importa ressaltar ainda que, diante do uso de redes sociais para coleta de informações, foi possível constatar que cada plataforma precisa ser explorada a partir das particularidades que possui, uma vez que suas funções e ferramentas determinarão as possibilidades de dados que podem ser coletados. No caso do Instagram, por se tratar de uma rede social focada em compartilhamento de imagens e vídeos, além de permitir a edição desse tipo de mídia, a plataforma favorece sua circulação. Ademais, como as interações visuais no Instagram permitem curtidas, comentários nas



publicações, uso de *hashtags*, legendas etc., esses recursos também comunicam outras referências importantes, colaborando para a compreensão do contexto em que os memes postados estão inseridos e das respostas dos usuários a esses discursos.

Etapas:

1. Descrição das amostras: os memes coletados foram extraídos sistematicamente da plataforma: *Instagram*, após a pesquisa na aba de exploração dos termos “memes de viagem” e “memes de trabalho” em janeiro de 2023. Foram selecionados os 50 primeiros resultados da busca de cada um dos termos, resultando em uma coleção inicial de 100 amostras. Nesta etapa, realizou-se, então, uma observação exploratória do material encontrado, buscando compreender as principais questões e hipóteses de pesquisa que pudessem ser identificadas. Em seguida, os critérios estabelecidos para a inclusão foram: memes com imagens e textos que expressam perspectivas em relação a experiência de trabalhar e viajar e que apresentam um conteúdo representativo em relação ao objetivo da pesquisa. Como critério para exclusão, estabeleceu-se que memes duplicados seriam excluídos do corpus, bem como não enquadrados no escopo da pesquisa. Desse modo, 35 memes foram excluídos, restando 65 amostras a serem utilizadas.

2. Categorias atribuídas e categorização dos memes: com base na observação empírica dos memes finalmente selecionados, foram estabelecidas seis categorias à coleção final: Crítica Social / Empresarial; Desejo de viajar; Escassez financeira; Insatisfação e/ ou sofrimento no trabalho; Satisfação e/ ou conformação no trabalho e Viagem e escapismo do cotidiano. Os 65 memes foram coletados por meio da ferramenta de captura de telas e, em seguida, suas informações detalhadas em uma planilha de *Excel* com campos para preenchimento das páginas de origem,



legendas e *hashtags* de acompanhamento, quantidade de curtidas, descrição do tipo de imagem e transcrição das unidades de linguagem escritas. Estes conteúdos foram lidos e classificados em relação às categorias anteriormente definidas, levando-se em conta a interpretação dos significados e a contextualização. Na sequência, foi criado um campo para detalhamento de cada categoria em outras subcategorias, com objetivo de retratar as variedades de elementos dentro dos mesmos grupos. As diferenciações entre elas foram guiadas, sobretudo, a partir da perspectiva das retóricas centrais identificadas nos memes.

Como a análise de conteúdo realizada por um único pesquisador pode ser mais suscetível a vieses (Bardin, 2006), foi necessário tomar medidas para mitigar os riscos, como a realização de repetidos pré-testes para assegurar de que as categorias eram claras e abrangentes o suficiente. Em todo caso, tais medidas não excluíram a consulta e obtenção de *feedback* de pesquisadores de turismo mais experientes, além da reflexão constante sobre a subjetividade na interpretação dos dados.

Nesse sentido, a inspiração etnográfica em combinação à análise de conteúdo, a partir do monitoramento prévio das redes sociais ao longo do ano de 2022 para observação de comportamentos online em relação a partilha de memes dessa temática foi outro ponto importante para validar a classificação. Como os critérios para a categorização e codificação dos dados estavam claramente definidos, a fim de garantir maior ênfase aos reflexos do ideário neoliberal nas relações de trabalho e lazer, optou-se por se restringir a uma pequena parcela de variáveis para a viabilização da coleta e análise.

Porém, considera-se esta pesquisa passível de constante revisão, tendo em vista a própria natureza fluida dos memes da internet enquanto gênero emergente, de modo que o monitoramento deve persistir. Ainda, reconhece-



se que o envolvimento de múltiplos pesquisadores teria enriquecido a análise e fortalecido a confiabilidade dos resultados, oferecendo uma validação cruzada das interpretações.

3. Análise e discussão dos dados: após as etapas anteriores, foi feita uma identificação das principais frequências das categorias encontradas nos memes, bem como padrões de ocorrência e interpretação dos significados em articulação com as discussões apontadas na seção de referencial teórico deste trabalho. A discussão dos resultados foi realizada com embasamento na literatura de apoio, considerando ainda os elementos presentes na composição visual dos memes, como: ambientes, expressões, tipos de personagens e protagonismos. Também se observou os contextos de produção dos discursos, como as estruturas textuais escolhidas, os dispositivos retóricos e possíveis intencionalidades ocultas de acordo com os enunciados e contextos.

Vale destacar que a incipiência de estudos, que se baseiam em coleta de memes da internet, fazem com que algumas considerações éticas ainda sejam desenvolvidas, afinal, há obstáculos na aferição de fontes, consentimentos e atribuição de direitos autorais desses materiais em muitos casos. Entretanto, entendeu-se que estes desafios são características da própria constituição do fenômeno que são os memes da internet, criados com fins de *viralização* e rápida propagação (Shifman, 2014). Ainda, destaca-se que a própria plataforma do *Instagram* apresenta uma política de privacidade na qual os usuários têm a opção de não permitirem que seus conteúdos sejam abertos. Logo, optou-se por apontar a identificação da página de compartilhamento dos memes expostos, ainda que isso não garanta que seja essa sua origem primária de criação.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS



No Quadro 1, a seguir, é possível verificar as categorias que foram estabelecidas a partir dos memes coletados e temáticas que se sobressaíram:

Quadro 1.

Categorias dos 65 memes analisados (2023).

Categoria Atribuída	Principais temáticas encontradas:
Crítica Social / Empresarial;	Exigência de produtividade, falta de direitos trabalhistas, reivindicações, ironização de discursos corporativos.
Desejo de viajar;	Saudades de viajar.
Escassez financeira;	Falta de dinheiro para viver e viajar, endividamentos, necessidade de trabalhar mais e/ou ter mais empregos.
Insatisfação e/ou sofrimento no trabalho;	Cansaço, esgotamento, estresse, tristeza, pressão apatia, vigilância, hostilidades sofridas no trabalho.
Satisfação e/ou conformação no trabalho;	Produtividade e diversão no trabalho.
Viagem e escapismo do cotidiano;	Viagem como sinônimo de felicidade, abandono do local de origem, fuga, tristeza ao retornar de viagem.

A análise das categorias apresentou que: Insatisfação e/ou sofrimento no trabalho representa, destacadamente, a maior parte, sendo 41,54% do total, seguido do grupo Viagem e Escapismo do cotidiano (24,61%) e Crítica Social / Empresarial (20%) como conteúdos mais recorrentes do ponto de vista da retórica central categorizada, conforme a seguir (Figura 1):

Figura 1.

Categorias atribuídas aos memes coletados.





Ao examinar a categoria de Insatisfação e Sofrimento no Trabalho (Figura 2), identificou-se que a maioria dos enunciados se relacionavam a elementos que representam sentimentos como esgotamento, tristeza, cansaço, frustração e estresse em decorrência da pressão, exigência de produtividade e vigilância constante nesses ambientes. Tais fundamentos correspondem aos atribuídos ao modo de vida que emerge do modelo de produção capitalista sob a regência do neoliberalismo (Dardot & Laval, 2017; Han, 2015). Pois, segundo Safatle *et al.* (2021), a lógica neoliberal cria padrões de sofrimento visando maximizar a exploração no trabalho e o cansaço, enquanto minimiza os riscos jurídicos.

Figura 2.

Mememes que narram a insatisfação e/ou sofrimento no trabalho.



Fonte: Compilação a partir de memes coletados das páginas do Instagram: @memesdetrabalho e @telesincera (2023).

Além disso, os resultados da pesquisa indicaram que os memes que faziam menção aos colegas de trabalho dentro dessa categoria refletiam percepções negativas dessas relações, reforçando a perspectiva de Dardot e Laval (2017, p. 353) sobre o novo sujeito, caracterizado como "o homem da competição". Um desafio adicional decorrente desse enfraquecimento da coletividade é que não apenas impacta as relações laborais, mas também restringe as oportunidades de mobilização diante da lógica de precarização.

Como apontado por Milton Santos (2002), a cada nova divisão do trabalho e transformação social, os construtores de significados precisam renovar ideologias e universos simbólicos. É nessa direção que o neoliberalismo convoca os trabalhadores a se engajarem em conflitos econômicos uns

contra os outros e, assim, exige a justificação de desigualdades cada vez mais acentuadas (Dardot & Laval, 2017).

Porém, dentro do grupo Viagem e Escapismo do cotidiano, foi possível constatar narrações cômicas de sofrimento diante da necessidade de retorno à vida habitual, conforme Figura 3:

Figura 3.

Categoria: Viagens e escapismo.



Fonte: Compilação a partir de memes coletados das páginas do Instagram: @vcmtravel; @7ilhasviagem; @surteiviajeioficial e @oslugaresincriveisdobrasil (2023).

Principalmente, observaram-se relatos que exploram a ideia de "abandonar tudo" e escolher o local turístico como moradia permanente. De

maneira irônica, alguns discursos vinculados à categoria "Viagens e Escapismo" também faziam menção a medidas extremas para atender à necessidade de viajar, incluindo endividamento e até mesmo "venda de órgãos".

Além disso, atividades turísticas foram apresentadas como sinônimo de felicidade, fuga dos problemas e motivo de inveja e ostentação.

Figura 4.

Viagem como sinônimo de felicidade e fuga dos problemas.



Fonte: Compilação a partir de memes coletados das páginas do Instagram: @escolhacertaturismo e @viajandopormilhas (2023).

Na categoria: Crítica Social / Empresarial, os conteúdos concentraram-se em críticas ao ambiente corporativo de maneira abrangente, abordando principalmente a temática dos direitos trabalhistas (Figura 5). Vê-se, então, o potencial dos memes em apresentar também narrativas orientadas para a expressão coletiva de dissidências em relação a discursos hegemônicos, podendo perpetuar ou desafiar estereótipos (Milner, 2013; Shifman, 2014).

Figura 5.

Memes críticos.

Fonte: Compilação a partir de memes coletados das páginas do Instagram: @memesdetrabalho; @monaacida; @antimanicomialap e @sindicato.dos.memes (2023).

Já a categoria: Escassez financeira trouxe uma visão cômica sobre a relação entre trabalho, finanças e viagens, estabelecendo uma grande convergência com as categorias anteriores e abordando os sentimentos de estresse no trabalho e perante dificuldades financeiras (Figura 6):

Figura 6.

Escassez financeira.

Fonte: Compilação a partir de memes coletados das páginas do Instagram: @memesdetrabalho; @yourhostelbc; @otariano e @economizeviagens.

Nota-se que o desejo de fuga e a busca por momentos de lazer e descanso através de viagens é defendido mesmo que isso signifique gastar um dinheiro que não se tem disponível ou que comprometerá outros gastos básicos. Há também uma percepção interessante em alguns conteúdos de que a solução para as dificuldades financeiras seria trabalhar ainda mais. A

ideia de parcelar viagens em várias vezes ou de juntar dinheiro através de muitos empregos é apresentada ironicamente como uma possibilidade, o que reflete a dificuldade de encontrar soluções para esses anseios.

Além disso, ao analisar as páginas de origem dos memes dessa categoria, nota-se que o discurso do endividamento é frequentemente utilizado por prestadores de serviços turísticos, como agentes de viagens nas redes sociais. Isso revela uma instrumentalização de narrativas cômicas de sofrimento no trabalho e até mesmo de endividamento como estratégia de marketing turístico. Tais práticas enfatizam o reconhecimento crescente das TICs como forma de potencializar a presença online de agências de turismo em busca de vantagem competitiva (Albuquerque et al., 2022). Além disso, de acordo com Souza et al. (2022), o marketing de conteúdo digital (MCD) tem sido destacado como uma das estratégias de marketing mais inovadoras nos últimos tempos.

Quanto às últimas categorias, um dos memes que trouxe um discurso de Satisfação e/ou conformação no trabalho não abordou necessariamente condições trabalhistas, mas o contexto de diversão durante o expediente. Já a categoria: Desejo de viajar contou apenas com um meme devido ao fato de ser o único registro que não associava essa vontade à uma fuga, esgotamento ou sentido maior, ainda que apontando condições desconfortáveis, conforme Figura 7.

Figura 7.

Diversão no trabalho e saudades de viajar.





Fonte: Memes coletados das páginas do Instagram: @guerreirineo e @oslugaresincriveisdobrasil (2023).

Em relação ao tipo de imagem utilizada na criação dos memes analisados em todas as categorias, foi possível constatar que, em geral, apresenta-se uma grande variedade de conteúdos, sendo os tipos mais comuns destacadamente relacionados a animais, desenhos animados, séries de televisão e cultura pop em geral. A grande variedade de elementos e de personagens encontrados, sejam famosos ou anônimos, demonstra como contextos diversos podem ser apropriados para a confecção de memes. Ainda, a frequência de conteúdos de origens infantis imagetivamente é outro ponto de reflexão, considerando que circulam em plataformas digitais com indicação adulta.

Embora, na maioria dos casos, o apelo textual encontrado tenha sido de caráter mais simples, alguns memes destacaram-se por uma construção crítica mais sofisticada, como é o caso da figura a seguir (Figura 8):

Figura 8.

Meme com reflexos das discussões sobre a subjetividade neoliberal.



Fonte: @meltedvideos (2023).

Este meme da Figura 8, curtido por mais de 83 mil pessoas, foi retirado da página de humor @meltedvideo, que possui atualmente cerca de 1.794 milhões de seguidores. Dentre os mais de 300 comentários gerados até o momento, muitos fazem referências à lógica capitalista e ao sofrimento decorrente dela.

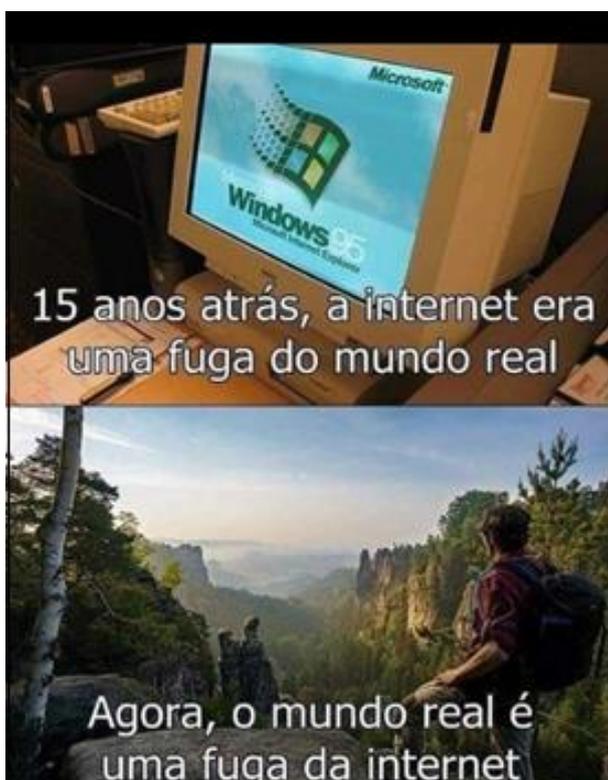
Além da convergência com o referencial teórico sobre o ideário neoliberal, a imagem exemplifica a intertextualidade dos memes e suas dinâmicas de reapropriação postuladas por Shifman (2013), além da aceleração da mobilidade na comunicação e caráter de circulação global (Urry & Sheller, 2006), considerando que a referência de origem desse meme é norte-americana. Inclusive, uma pesquisa desta imagem no Google permitiu que se descobrisse uma cadeia de memes relacionados e adaptados a diferentes contextos. Então, pôde-se recuperar a frase original de base para esse meme: “*Help...I've fallen and I can't get up*”, que surgiu inicialmente em uma cena de um comercial da empresa Life Call nos anos 80, a qual oferecia um sistema de alarme médico e proteção para idosos (Rowe, 2015).

Em seu contexto, o comercial apresentava uma cena em que uma idosa chamada Mrs. Fletcher, depois de cair no banheiro, dizia a frase: "eu caí e não consigo me levantar", que se tornou famosa na cultura popular norte-americana. Assim, foi possível identificar este texto e outras imagens que faziam associação a ele em diversas aplicações e formas de mídia, até mesmo no título de alguns artigos científicos da área da saúde em bases de pesquisa.

Um outro exemplo de discussão complexa que pode ser apresentada por um meme da internet foi observado na figura a seguir (Figura 9), retirada da página @decaronapelomundo e enquadrada na categoria: Viagem e Escapismo do cotidiano:

Figura 9.

Discussão sobre viagem e escapismo.



Fonte: @decaronapelomundo (2023).

A discussão evocada pelo meme (Figura 9) ressalta uma mudança substancial na percepção da internet por parte das pessoas. Enquanto anteriormente era vista como uma fuga do mundo real, atualmente muitos encaram certos espaços físicos como uma oportunidade de escapar da constante estimulação, distração e sobrecarga oferecida pelo ambiente virtual.

Além do aumento do tempo dedicado online, é imperativo considerar a crescente dependência de dispositivos eletrônicos e a proliferação da digitalização em diversas esferas da vida, como nas relações profissionais, acesso a serviços públicos, práticas educacionais, dentre outras. Porém, vale lembrar que, segundo Soares *et al.* (2022), enquanto na literatura internacional há uma extensa gama de estudos que procuraram identificar e mapear a relação entre TICs e turismo de maneira abrangente, no contexto brasileiro, os estudos que exploram essa relação ainda são bastante incipientes.

Ademais, quando consideramos a relação entre aceleração e trabalho (Dardot & Laval, 2017; Han, 2015), é possível estabelecer conexões com a discussão sobre algoritmos. A coleta de dados gerados por usuários e o tempo dedicado às telas, sendo capitalizados por grandes corporações (Zuboff, 2023) sugere que o mesmo ciberespaço onde tais narrativas de sofrimento no trabalho circulam, seja em forma de conformismo, banalização ou confronto, também funciona como um ambiente de trabalho para a geração de dados que enriquecem as empresas de tecnologia (Lippold & Faustino, 2022).

Assim, é necessário investigar também de que maneira esses processos contribuem para o aumento das sobrecargas e demandas que impactam os indivíduos e suas construções subjetivas, uma vez que até mesmo o ato de viajar pode ser interpretado como uma performance de produtividade perante o estímulo contemporâneo à competição. Isso ocorre em meio ao reconhecimento de que, de forma contraditória, tanto o prazer quanto a



realização pessoal demandam um desempenho máximo na sociedade atual (Han, 2015). Além disso, ainda é importante considerar que as viagens têm evoluído como símbolo de status (Urry & Larsen, 2022).

Da mesma forma, faz-se necessário reconhecer que a influência da racionalidade neoliberal afeta grupos diversos de maneiras potencialmente discrepantes. Portanto, o caráter participativo enfatizado nos memes (Shifman, 2013) deve ser abordado com uma análise crítica da utilização do ciberespaço, o qual é caracterizado por uma heterogeneidade de elementos e desigualdades.

No contexto brasileiro, um estudo conduzido pelo Instituto Locomotiva (2022) revelou que menos de um terço da população está completamente conectada, enquanto os demais, especialmente aqueles pertencentes às classes C, D e E passam quase metade do mês sem acesso à internet, sendo que 58% dos brasileiros utilizam exclusivamente smartphones. Assim, o racismo estrutural se reflete nas imposições de exclusão e dificuldades no acesso à internet.

Além disso, ele também se apresenta nas plataformas digitais, que ainda permitem a manifestação de mensagens explicitamente racistas. Inclusive, tais violências por vezes se expressam a partir da própria linguagem de memes da internet (Shifman, 2014). Entretanto, aspectos discriminatórios podem se manifestar em diversos dispositivos midiáticos, como os anúncios e conteúdos recomendados aos usuários, modos de identificação facial, filtros em aplicativos de selfies, entre outras microviolências cotidianas (Silva, 2020).

Sob essa perspectiva, conforme aponta o relatório sobre violência de gênero na internet elaborado pelo InternetLab (2017), a percepção da violência contra as mulheres no contexto virtual apresenta uma escassez significativa de dados. Lamentavelmente, os eventos são subnotificados,



assim como ocorre com outros casos de violência de gênero fora do ambiente virtual.

Adicionalmente, ao abordar a temática laboral, é urgente reconhecer que as mulheres frequentemente se deparam com o desafio de conciliar o trabalho com as responsabilidades de cuidar dos filhos e administrar o lar, muitas vezes sem o devido suporte de políticas públicas, empregadores ou parceiros. Portanto, é de suma importância ponderar sobre a maneira singular pela qual as mulheres se inserem nesses relatos de sofrimento, esgotamento e fadiga aqui analisados.

Ressalta-se, ainda, que os cidadãos mais pobres tendem a ser afetados de formas distintas pela racionalidade neoliberal, uma vez que as políticas que visam reduzir o tamanho do Estado e intensificar a responsabilização dos indivíduos por todas as suas vulnerabilidades socioeconômicas, com frequência, resultam em cortes nos serviços sociais essenciais (Dardot & Laval, 2017; Han, 2015).

Logo, ao considerar o papel dos discursos presentes nos memes e sua relação com a produção do ciberespaço, fica evidente que a questão das desigualdades socioespaciais é fundamental no enfrentamento das condições de sofrimento cotidianamente expostas na virtualidade. Conforme destacado por Milton Santos (2022), o mundo se configura como um conjunto de possibilidades que dependem das oportunidades proporcionadas pelos lugares para sua realização. Nesse sentido, não há outro modo para imaginar caminhos possíveis que não seja colocando o ser humano, em todas as suas diversidades de condições, no centro das alternativas para rompermos com este cenário de banalização do desgosto com o trabalho e com o cotidiano que, em última instância, são a própria vida.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito de analisar o compartilhamento de memes do Instagram a partir da produção do ciberespaço e com conteúdos relacionados ao ato de trabalhar e viajar teve como objetivo principal abordar o papel desses memes na expressão da influência de uma emergente subjetividade neoliberal. Assim, investigar de forma reflexiva esses discursos à luz das discussões socioespaciais revelou-se significativo para o avanço das compreensões sobre o turismo e os imaginários que este fenômeno é capaz de produzir na virtualidade.

Diante disso, os resultados corroboram que, contemporaneamente, são abundantes as narrativas de tristeza, estresse e esgotamento nas relações de trabalho. Há também uma acirrada competitividade e empobrecimento dos laços entre trabalhadores. Assim, os memes mostraram-se uma ferramenta proveitosa para a análise de expressões, tanto conformistas quanto combativas em relação a este quadro social.

A maioria das categorias analisadas, mesmo considerando uma amostra modesta, revelou que as viagens e o lazer turístico desempenham um papel significativo como um anseio diante do desgosto com o cotidiano e as relações de trabalho. Essa inclinação foi prontamente incorporada por muitos prestadores de serviços turísticos em seus discursos de marketing nas redes sociais. Relatos de contentamento com o cotidiano de trabalho foram escassos, com a maioria dos memes resultando em desabafos e posicionamentos críticos dentro dessas relações.

No que concerne ao turismo, como um dos maiores pontos de frustração apresentou-se a falta de recursos financeiros para viajar, ponto que deu origem a muitos memes com piadas sobre endividamentos e soluções extremas. Porém, embora o dinheiro tenha se mostrado um dos principais obstáculos para realização dessas contraposições ao desgaste no trabalho,



foram identificados outros discursos que atribuíam sentimentos que culpabilizavam o ócio e o descanso, de maneira que estas proibições se mostraram também de ordem subjetiva e não apenas material.

O potencial dos memes em refletir diversos desabafos alinhados ao tema e ao referencial teórico mostrou-se bastante fecundo. No entanto, mesmo considerando que as dinâmicas de comunicação permitem várias manifestações críticas contrárias à lógica neoliberal e demonstram sofisticação em algumas discussões através da linguagem de memes, ainda há questionamentos sobre até que ponto esses discursos são capazes de gerar mobilizações. Ou se, pelo contrário, acabam apaziguando e reafirmando realidades através da identificação coletiva e da banalização de circunstâncias que os usuários da internet, de maneira apática, concebem como já naturalizadas.

Perante as obscuridades nas lógicas algorítmicas das plataformas virtuais, indaga-se ainda o quanto esses espaços de produção e circulação de memes já não podem ser considerados também uma categoria moderna de trabalho que demanda performances voltadas a gerar dados para o comércio de grandes empresas de tecnologia. De qualquer forma, é inegável que os memes permitem uma reconfiguração nos protagonismos de fala pela possibilidade de evidenciar clamores que, antes, seriam mais facilmente silenciados, além de favorecer partilhas que propagam vozes coletivas em um contexto de enfraquecimento de laços.

Portanto, a capacidade dos memes de confrontar narrativas hegemônicas de romantização do excesso de produtividade não deve ser subestimada. Ademais, sabemos, ainda, que a tecnologia é capaz de trazer diversas transformações ambíguas do ponto de vista do bem-estar social, de modo que cabe a nós, pesquisadores de turismo, nos apropriarmos dessas ferramentas para, primeiramente, conhecer seus mecanismos e possibilidades



e, assim, buscar submetê-las ao uso crítico e reflexivo, baseado em valores éticos e socialmente justos.

Sobre limitações e recomendações para futuras pesquisas, certamente os resultados aqui discutidos podem ser enriquecidos com trabalhos que analisem grupos sociais distintos, pelo recorte de gêneros, racialidades e perfis socioeconômicos variados, além da coletas de memes em plataformas virtuais diferentes do Instagram, buscando também explorar categorias de maiores distanciamentos temáticos. Em relação a futuras pesquisas, recomendam-se ainda estudos exploratórios com memes de outros países, o que permitiria um aprofundamento nessas discussões em sentido global, além da possibilidade de análises que se aprofundem nos comentários e reações gerados pelos memes que integram esta temática a fim de abranger outras dimensões deste fenômeno.

REFERÊNCIAS

- Albuquerque, M. C. B., de Almeida Barros, A. E., & Ferreira, L. V. F. (2022). Uso das Capacidades Dinâmicas–Análise da Presença Online das Agências de Turismo Receptivo. *Revista Turismo em Análise*, 33(2), 308-327. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v33i2p308-327>
- Antoun, H. (2015). Para uma Internet política das subjetivações. *Revista Eco Pós*, 18(2). <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v18i2.2278>
- Antoun, H. (2016). Conversação, Mediação e Transformação na cultura da Rede. *Logos*, 23(2). <https://doi.org/10.12957/logos.2016.27516>
- Antoun, H., & MALINI, F. (2013). *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bentes, I. (2015). *Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Blackmore, S. J. (2000). *The Meme Machine* (2nd ed., vol. 25 of Popular science). Oxford, UK: OUP Oxford. ISBN 019286212X, 9780192862129.



- Bruno, F. (2006). Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. *Revista Fronteiras*, 8(2), 152-159.
- Bruno, F. G., Bentes, A. C. F., & Faltay, P. (2019). Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma: mercado, ciência e modulação do comportamento. *Revista Famecos*, 26(3), e33095-e33095. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.3.33095>
- Buckingham, D. (2007). *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Edições Loyola.
- Castells, M. (2005). *A sociedade em rede* (Vol. 1, No. 6). São Paulo: Paz e terra.
- Chen, C. (2012). The creation and meaning of internet memes in 4chan: Popular internet culture in the age of online digital reproduction. *Habitus*, 3, 6–19.
- Cruz, R. D. C. A. D. (2003). *Introdução à geografia do turismo*. São Paulo: Editora Roca.
- Dardot, P., & Laval, C. (2017). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo Editorial.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. New York, Oxford University Press.
- Dynel, M. (2016). "I has seen image macros!" Advice animals memes as visual-verbal jokes. *International Journal of Communication*, 10, 29. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4101>
- Foucault, M. (1996). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Foucault, M. (1999). *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins.
- Foucault, M. (2008). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Fratucci, A. C. (2000). Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. *GEOgraphia*, 2(4), 121-133. <https://doi.org/10.22409/GEOgraphia2000.v2i4.a13390>
- Fratucci, A. C. (2014). Turismo e território: relações e complexidades. *Caderno Virtual de Turismo*, 14(1), 87-96. ISSN 1677 6976
- Freire-Medeiros, B., & Lages, M. P. (2020). A virada das mobilidades: fluxos, fixos e fricções. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 123, 121-142. <https://doi.org/10.4000/rccs.11193>



- Freire-Medeiros, B., Telles, V. D. S., & Allis, T. (2018). Apresentação: Por uma teoria social on the move. *Tempo Social*, 30, 1-16. <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2018.142654>
- Gastal, S. (2005). *Turismo, imagens e imaginários*. São Paulo: Aleph, 147-160.
- Gibson, W. (2019). *Neuromancer (1984)*. In C. Greer, *Crime and Media: A Reader* (pp. 86-94). London: Routledge.
- Haesbaert, R. (2004). *O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Han, B. C. (2015). *Sociedade do cansaço*. São Paulo: Editora Vozes Limitada.
- Harvey, D. (2005). *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume.
- Hine, C. (2011). *Etnografia virtual*. Catalunya: Editorial uoc.
- Instituto Locomotiva (2022). O abismo digital no Brasil. Como a desigualdade de acesso à internet a infraestrutura inadequada e a educação deficitária limitam nossas opções para o futuro. *Pricewaterhouse and Coopers (PwC), Instituto Locomotiva*. Recuperado de https://www.pwc.com.br/pt/estudos/preocupacoes-ceos/mais-temas/2022/O_Abismo_Digital.pdf
- Internetlab, C. R. (2017). *Violências contra mulher na internet: diagnóstico, soluções e desafios*. Contribuição conjunta do Brasil para a relatora especial da ONU sobre violência contra a mulher. Recuperado de https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2017/11/Relatorio_ViolenciaGenero_ONU.pdf
- Lefebvre, H. (1981). *Critique de la vie quotidienne: Tome 3, De la modernité au modernisme, Pour une métaphilosophie du quotidien*. Paris, L'Arche.
- Lemos, A. (2008). *Mídia locativa e territórios informacionais*. Estéticas tecnológicas. São Paulo, SP: Educ.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Lippold, W., & Faustino, D. (2022). Colonialismo digital, racismo e acumulação primitiva de dados. *Germinal: marxismo e educação em debate*, 14(2), 56-78.
- Marra, G. A., & dos Santos, B. R. (2015). Repercussões das Redes Sociais na Subjetividade de usuários: uma revisão crítica da literatura. *Temas em Psicologia*, 23(4), 913-927. <http://dx.doi.org/10.9788/TP2015.4-09>



- Mbembe, A. (2018). *Crítica da Razão Negra*. São Paulo: Editora N-1.
- Mbembe, A. (2016). Necropolítica. *Arte & ensaios*, 2(32), 122-151. <https://doi.org/10.60001/ae.n32.p122%20-%20151>
- Milner, R. M. (2013). Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street movement. *International journal of communication*, 7(34). Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1949/1015>
- Miltner, K. M. (2014). "There's no place for lulz on LOLCats": The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme. *First Monday*, 19(8). <https://doi.org/10.5210/fm.v19i8.5391>
- Prasad, B. D. (2008). Content analysis. *Research methods for social work*, 5, 1-20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1748.1448>
- Recuero, R. (2012). O capital social em rede: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, 10(3), 597-617. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v10i3.6295>
- Ribeiro, L. N., & Heinen, L. R. (2023). Para uma crítica feminista ao neoliberalismo: a socialização do trabalho doméstico. *Revista Brasileira de Sociologia do Direito*, 10(1), 52-79. <https://doi.org/10.21910/rbsd.v10i1.558>
- Rowe, J. (2015). "I've Fallen and I Can't Get Up," a Basic Primer for Caregivers to Understand Falls in Persons With Dementia, Alzheimer's Disease, and Cognitive Impairment. *Home Health Care Management & Practice*, 27(3), 126-134. <https://doi.org/10.1177/1084822314559833>
- Safatle, V., Silva, N., Jr., & Dunker, C. (2020). *Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico*. São Paulo: Autêntica.
- Santos, M. (2002). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção* (Vol. 1). São Paulo: Edusp.
- Santos, M. (2022). *Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica* (Vol. 2). São Paulo: Edusp.
- Shifman, L. (2014). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of visual culture*, 13(3), 340-358. <https://doi.org/10.1177/1470412914546>



- Silva, T. (2020). *Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código*. Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos, 121-135.
- Soares, R. A. M. D. C., Albuquerque, T. V. D., Mendes-Filho, L., & Alexandre, M. L. (2022). Revisão sistemática da produção científica brasileira sobre turismo e tecnologia da informação e comunicação (TIC). *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 16, e-2629.
<https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2629>
- Souza, J., Mendes Filho, L., & Marques Júnior, S. (2022). Marketing de conteúdo digital como influenciador no processo de planejamento de viagens: Uma análise a partir do Technology Acceptance Model estendido. *Marketing & Tourism Review*, 8(2).
<https://doi.org/10.29149/mtr.v8i2.7357>
- Urry, J., & Sheller, M. (2006). *The new mobilities paradigm*. *Environment and Planning A*, 38(2), 207-226.
- Urry, J., & Larsen, J. (2022). *O olhar do turista 3.0*. Edições Sesc SP.
- Werneck, A. (2019). Política e ridicularização: uma sociologia pragmática da “graça” da crítica em cartazes das “Jornadas de Junho”. *Interseções. Revista de Estudos Interdisciplinares*, 21(21-3).
<https://doi.org/10.12957/irei.2019.47254>
- Werneck, A. (2020). Graça em tempos de desgraça? A jocosidade como operador da crítica nos memes na pandemia. *DILEMAS: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social*, 1-16.
- Williams, A. (2020). Black memes matter: # LivingWhileBlack with Becky and Karen. *Social Media+ Society*, 6(4).
<https://doi.org/10.1177/20563051209810>
- Yoon, I. (2016). Why is it not just a joke? Analysis of Internet memes associated with racism and hidden ideology of colorblindness. *Journal of Cultural Research in Art Education*, 33(1).
- Zuboff, S. (2023). *The age of surveillance capitalism*. In *Social Theory Re-Wired* (pp. 203-213). Routledge.

