

AS CULTURAS POPULARES NA INFLUÊNCIA DIGITAL: identidades e representações no São João da Thay¹

POPULAR CULTURES IN DIGITAL INFLUENCE: identities and representations at São João da Thay

Samily Loures de Freitas²

Resumo: Este trabalho analisa um evento criado pela influenciadora maranhense Thaynara OG, em uma discussão orientada pela pergunta: quais sentidos são acionados nos públicos pelo São João da Thay (#SJT)? A iniciativa propõe enaltecer as culturas maranhenses nas festividades juninas. Com base nos estudos sobre cidades, articulando produção cultural do cotidiano, territórios e regionalidades, identificamos os processos midiáticos e comunicacionais envolvidos. O corpus é composto por cem comentários do vídeo de encerramento da edição de 2025 do evento no Instagram, coletados por meio da plataforma Export Comments para constituição dos dados. A partir disso, realizamos a interpretação inspirada na Análise de Discurso (Pêcheux, 1988; Orlandi, 2001). Como resultados, observou-se a recorrência de sentidos como admiração, orgulho, regionalismo, pertencimento e representação, além da influência digital como dispositivo de visibilidade capaz de difundir e tensionar capitais simbólicos e materiais.

Palavras-chave: Culturas populares. Influência digital. São João.

Abstract: This study analyzes an event created by the Maranhão-based influencer Thaynara OG, in a discussion guided by the following question: what meanings are activated in audiences by São João da Thay (#SJT)? The initiative proposes to highlight Maranhão cultures during the June festivities. Based on studies on cities, articulating everyday cultural production, territories, and regionalities, we identify the media and communicational processes involved. The corpus consists of one hundred comments from the closing video of the event's 2025 edition on Instagram, collected through the Export Comments platform for data construction. Based on this material, we carried out an interpretation inspired by Discourse Analysis (Pêcheux, 1988; Orlandi, 2001). The results showed the recurrence of meanings such as admiration, pride, regionalism, belonging, and representation, as well as digital influence as a visibility device capable of disseminating and tensioning symbolic and material capital.

Keywords: Popular cultures. Digital influence. São João.

1. Entre fogueiras e telas: o São João que conecta territórios

A concepção de região ultrapassa as delimitações geográficas tradicionais para assumir um caráter socialmente construído, sendo resultado de processos históricos e das articulações

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ), com bolsa da Capes. Mestra em Ciências Sociais e Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). E-mail: samilyloures@gmail.com.

entre o local e o global, conforme propõe Milton Santos (1953; 1959; 2003). Dessa forma, a regionalidade não é apenas um dado geográfico, mas uma forma de viver, sentir e organizar o espaço. Sua análise pode servir como ferramenta para compreender as identidades, culturas, desigualdades, dinâmicas econômicas e formas de exclusão territorial.

Há dez anos criando conteúdo na internet, a influenciadora nordestina Thaynara Oliveira Gomes, mais conhecida como Thaynara OG (@thaynaraog³), é considerada uma das dez influenciadoras mais poderosas do Brasil (Forbes, 2025) e reconhecida com o título de “Influência Positiva” da premiação Geração Glamour. Da cidade de São Luís, no Maranhão, a criadora acumula atualmente na sua principal rede social, o *Instagram*, quase 6 milhões de seguidores.

Thaynara é formada em Direito pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e viu sua vida mudar quando ainda produzia conteúdo para o *Snapchat* nos intervalos de estudos para concurso público. Desde o início na internet, ela propunha a exaltação e valorização da região Nordeste, e principalmente das culturas maranhenses. A criadora de conteúdo inovou no aplicativo ao difundir “quadros”, como se fosse um programa, e neles criou expressões como "o poder do kiu", "elemento da fama", "venci na vida", ou o bordão “Maranhão no mapa”.

A trajetória de Thaynara OG não se restringe ao ambiente digital, além de participações na televisão aberta e fechada e campanhas publicitárias, em 2016 a influenciadora digital foi uma das representantes escolhidas para o desfile da Tocha Olímpica, cerimônia que fez parte da divulgação da realização dos Jogos Olímpicos no Brasil. Entre 2020 e 2024, também foi embaixadora do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF).

Com 3.032 publicações, até o fechamento deste trabalho, o perfil de Thaynara OG no *Instagram* possui predominantemente registros do cotidiano, intercalados com conteúdos sobre viagens, moda e festas. Esses elementos são frequentemente associados a parcerias comerciais, evidenciando o caráter publicitário de parte significativa das postagens.

O maior projeto da criadora de conteúdo é o São João da Thay (#SJT⁴), evento que desde 2017 propõe enaltecer as culturas maranhenses nas festividades juninas, afirmando-se como uma estratégia para fomentar o turismo, a economia criativa, o artesanato, a culinária, os artistas, e as instituições locais. A iniciativa passou a receber apoio do governo estadual e a inserção do evento na programação oficial do São João do Maranhão.

³ Disponível em: <https://www.instagram.com/thaynaraog/>. Acesso em 18 jan. 2026.

⁴ #SJT é a *hashtag* utilizada no *Instagram* do evento, a sigla significa São João da Thay.

Na bio do *Instagram*, o perfil da festividade⁵ se descreve como “O maior São João benéfico do Maranhão”. Anualmente, o projeto conta com a parceria de diversas marcas e a presença de celebridades e influenciadores.

Neste trabalho propomos uma discussão orientada pela seguinte pergunta: quais sentidos são acionados nos públicos pelo São João da Thay? A partir dos estudos sobre cidades, com enfoque na produção cultural do cotidiano articulada a territórios e regionalidades, identificamos os processos midiáticos e comunicacionais envolvidos.

2. Encantados do Maranhão: representações e performances culturais

No Maranhão, o Bumba-meu-boi (ou Bumba-boi ou apenas Boi), o Cacuriá, o Tambor de Crioula e as quadrilhas são algumas das manifestações populares mais significativas do estado. O São João da Thay consolida e legitima a carreira de Thaynara enquanto uma influenciadora digital, tendo em vista que seus conteúdos orgânicos e patrocinados são construídos a partir de sua própria cultura que virou esse “produto midiático”.



FIGURA 1 – Postagens do perfil do São João da Thay no *Instagram*

FONTE – Reprodução/*Instagram*⁶; *Instagram*⁷.

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/saojoaodathay/>. Acesso em 10 dez. 2025.

⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/p/DJsA5icJGGQ/?img_index=. Acesso em: 10 fev. 2026.

⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/DKIDAdwAxOP/?img_index=1. Acesso em: 10 fev. 2026.

Na primeira imagem da Figura 1, que antecede o evento, há uma promessa de que “a ‘cultura maranhense’ vai pulsar”, uma afirmação de que os elementos culturais maranhenses seriam os protagonistas da festa.

Canclini (1983), analisa como as culturas populares se transformam e se inserem nas dinâmicas do sistema capitalista, definindo-as como:

As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida (Canclini, 1983, p.42).

A primeira peça (FIG. 1) também ilustra o boi, personagem do festejo Bumba-meu-boi, que possui em suas danças e nos contos influências africana e indígena. O Complexo Cultural do Bumba-meu-boi do Maranhão recebeu título de Patrimônio Cultural do Brasil no ano de 2011 e, em 2019, também foi registrado como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade pela Unesco.

Na segunda imagem da Figura 1, podemos visualizar outras partes das culturas do estado, com adereços, instrumentos e a formação de roda utilizando o chão do espaço do evento, e não o palco.

Desde sua primeira edição, a festividade acontece na cidade de São Luís (MA), entretanto, objetiva abarcar o estado do Maranhão como um todo, e por estar inserido em uma plataforma digital global, seu alcance excede o local. Nesse sentido, o #SJT se inscreve como um evento que articula diferentes escalas: local, regional e global. Essa dinâmica pode ser analisada com base em Haesbaert (2004), que critica o “mito da desterritorialização”, isto é, a ideia de que as identidades culturais estariam dissolvidas em fluxos globais. O autor afirma que o território é sempre, ao mesmo tempo, funcional e simbólico, pois usamos o espaço tanto para desempenhar funções práticas quanto para atribuir significados. Ele é funcional como recurso, servindo como abrigo, e também por possuir matérias-primas, dentro de uma lógica capitalista.

A presença de celebridades e influenciadores digitais no #SJT pode ser analisada à luz da noção de “viver o território”, uma vez que tais sujeitos são convidados a se deslocarem na véspera do evento para a cidade de São Luís e estendem sua circulação a territórios adjacentes, como os Lençóis Maranhenses. Esse movimento insere-se em uma lógica própria do mercado

de influência digital, na qual a experiência turística é, em geral, mediada por parcerias comerciais e acordos de visibilidade, frequentemente custeados pelas marcas envolvidas. No ano de 2025, dezenove marcas fizeram parceria com o evento.

A produção contínua de conteúdos ao longo de vários dias, incluindo registros de passeios, experiências locais e recebidos de marcas⁸ contribui para a inserção da festividade na agenda midiática. Tal dinâmica amplia o alcance simbólico do evento, permitindo que públicos que nunca estiveram no Maranhão estabeleçam formas de aproximação virtual com o território. Desse modo, observa-se uma reconfiguração das mediações culturais e espaciais, em que o território é simultaneamente experienciado in loco por influenciadores e consumido simbolicamente por seus seguidores, produzindo novas camadas de visibilidade, pertencimento e circulação imagética.

Tal perspectiva contribui para compreendermos não apenas a articulação entre diferentes escalas, mas também a complexidade de cidades como espaço de produção de sentidos. É nessa perspectiva que Swyngedouw (2001) argumenta que a cidade é conjuntamente natural e social, real e fictícia. Na cidade, sociedade e natureza, representação e ser são inseparáveis. Constituindo-se, inclusive, como um espaço atravessado por múltiplas relações de poder, estruturadas segundo recortes étnico-raciais, de gênero e de classe, os quais moldam suas dinâmicas internas.

Quando se fala de um estado, essas relações se complexificam ainda mais pois as culturas são produzidas e difundidas de maneiras distintas, mas seus significados partilham similaridades. De acordo com Hall (2016), culturas são sistemas de significados compartilhados, produzidos e circulados por meio da linguagem, que estão sempre atravessados por relações de poder.

Podemos pensar a criação do #SJT a partir de Certeau (2004), que afirma que os indivíduos comuns mesmo diante das imposições dos sistemas de poder e das estruturas institucionais — que podemos pensar nas hierarquias regionais simbólicas existentes no Brasil — reinventam e ressignificam o cotidiano através de pequenas ações, táticas e astúcias. Assim, a festividade pode ser lida como uma prática tática, um modo de "fazer com", apropriando-se das estruturas midiáticas para afirmar outras narrativas que dão visibilidade para corpos dissidentes e racializados: negros, indígenas, LGBTQIAPN+, podendo ser entendido como um

⁸ Recebidos é um termo utilizado no mercado de influência para se referir aos produtos ou serviços que um influenciador digital recebe, gratuitamente, de marcas ou empresas.

espaço de disputa simbólica e afirmação identitária, tensionando e criando fissuras nos discursos hegemônicos com a normatividade branca, cis e sudestina (Ribeiro e Cotta, 2024).

Além disso, observa-se no evento a apropriação e reinvenção de elementos tradicionais do São João, em que sujeitos cotidianos (especialmente oriundos das regiões Norte e Nordeste) não apenas reproduzem práticas culturais herdadas, mas as reconfiguram à luz das dinâmicas contemporâneas, negociando, ressignificando e representando símbolos culturais dentro da lógica do espetáculo midiático das redes sociais.

Hall (2006) entende representação como o processo pelo qual a cultura produz significados. Representar, para ele, não é apenas “refletir a realidade”, mas construí-la discursivamente. Isso significa que aquilo que é mostrado nas mídias e discursos, atua na constituição do que entendemos como identidade, território e cultura.

No caso do São João da Thay, os conteúdos midiáticos e as performances culturais não apenas representam o Nordeste, mas produzem discursos específicos do que é ser nordestino e maranhense, remetendo ao popular e celebrativo. De acordo com Hall (2016, p. 31) “a representação conecta o sentido e a linguagem à cultura. (...) Representação é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura”. Nessa perspectiva, Polivanov (2019) pontua que tanto o processo de identidade quanto o da diferença adquirem um caráter de performatividade socialmente reconhecidas.

Para Sodré (2002), a mídia não apenas reflete a realidade social, mas a constrói simbolicamente, moldando identidades, percepções e formas de pertencimento. No bios midiático, isto é, na vida midiaticizada, a cultura também passa a integrar essa dinâmica, uma vez que a cultura é um elemento constitutivo do ser humano e perpassa a totalidade de suas relações sociais e de suas afetações.

O caráter afetivo-comensal do evento com comidas típicas, danças e convívio reforçam a ideia de que a comunicação se dá também nos laços sensíveis. Barcellos (2024) sugere que o alimento e o afeto são formas de produzir pertencimento e memória. Dessa forma, o São João da Thay também pode ser interpretado como um espaço de partilha de afetos, narrativas e corpos — que são mediadores de encontros e performances de identidade (Barcellos, 2024).

Maffesoli (2007) propõe que as tribos contemporâneas se constituem mais por afinidades eletivas e emoções do que por projetos racionais. Neste contexto, podemos perceber que o evento cria uma “tribo digital-afetiva” em torno da celebração junina, reunindo

influenciadores, artistas e seguidores em torno de símbolos que ativam o pertencimento coletivo.

De acordo com Paiva (1998), as experiências midiáticas contemporâneas podem construir uma comunidade de afetos sustentada pelo que ela denomina “espírito comum”, isto é, um vínculo simbólico que une sujeitos em torno de valores e referências coletivamente significativas. Essa partilha simbólica também é mobilizada por aquilo que Sodré (2006) denomina “estratégias sensíveis”, nas quais a comunicação se dá não apenas pela linguagem racional, mas por vias sensoriais, imagéticas e emocionais. Esse envolvimento sensível corrobora para as práticas culturais ganharem uma dimensão política.

No caso do São João da Thay, a festividade não se mostra apenas como entretenimento, mas um dispositivo político-estético, em que a sensorialidade, os corpos e as performances (vestimentas, danças, culinária, presença digital) tornam-se formas de enunciação coletiva e de resistência cultural.

3. Metodologia

Como corpus, delimitamos a edição de 2025 do evento, sua sétima realização e a primeira com acesso aberto e gratuito ao público, que ocorreu entre os dias 6 e 7 de junho. Para a análise, selecionamos os comentários da postagem de “encerramento” da festa no perfil da influenciadora em conjunto com o perfil do evento no *Instagram*⁹. Trata-se de um vídeo com informações logísticas e de alcance da festividade, que faz um balanço dos impactos do acontecimento:

Ainda em êxtase com o São da Thay 2025!!! 🥰❤️

✅ + 75 mil pessoas; ✅ + 11 milhões de reais impactando a economia do estado; ✅ + 3 mil empregos gerados direta e indiretamente; ✅ + Mais de 95% de ocupação da rede hoteleira; ✅ 19 marcas fazendo parte dessa história; ✅ 1.400m² de estrutura; ✅ Maior estrutura de luz e LED já vista em um palco de São Luís; ✅ 20 veículos de imprensa nacionais no evento; ✅ 80 jovens formados na 2ª edição da Academia de Vida. A 7ª edição foi realizada com propósito e sucesso! Obrigada a todos que fizeram parte disso! 🥰👏❤️ (OG, 2025, postagem de encerramento do São João da Thay).

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKsnsE1pLPI/>. Acesso em: 03 dez. 2025.

Para a coleta e constituição dos dados, utilizamos a versão gratuita da plataforma *Export Comments*¹⁰, que automatiza a extração de até cem comentários, número adotado para a delimitação do *corpus*.

A partir dos comentários, realizamos a interpretação inspirada na Análise de Discurso que, conforme Pêcheux (1988) e Orlandi (2001), deve ser conduzida considerando que o discurso é produzido nas condições sociais e históricas de enunciação.

4. Encantarias digitais: narrativas, discursos e influência

Após o comando de extração através do link da postagem, a plataforma *Export Comments* gerou uma planilha no Excel com cem comentários (FIG. 2).

Comment	(view source)
	view comment
FOI INSAAAAANOOOOOOO  	view comment
Foi incrível!   	view comment
É pessoa tem que ter muita merda na cabeça pra ti critica  	view comment
A maior!! Parabens meu amor! E parabens pra toda a equipe 	view comment
Perfeito, pena que a Globo não transmitiu	view comment
    	view comment
   Gigante	view comment
    	view comment
  	view comment
    	view comment
Não tinha sido decepcionante @  ?	view comment
  	view comment
  	view comment
@  kkkk mulher fiquei me perguntando o q seria interessante, pq olha kkkk	view comment
   	view comment
Foi incrível	view comment
@  verdade aew faço yma pergunta . Se ano q vem o governo não apoiar vai ser de graça???	view comment
@vandro_valverde        	view comment
  	view comment
Foi maravilhosooo!	view comment
Amamos  	view comment
Wow wow wow congratulations!!   	view comment
Tu és luz, amiga! Isso é a materialização do teu trabalho, propósito, resiliência e muita muita muita fé! Quem te conheview comment	view comment
  	view comment

FIGURA 2 – Parte do *corpus* de comentários

FONTE – *Export Comments* (elaboração da autora).

Dos cem comentários obtidos, quarenta e um são de pessoas que se expressaram apenas através de emojis, ou seja, não havia texto verbal. Um número significativo, demonstrando 41% do *corpus*.

¹⁰ Disponível em: <https://pt.exportcomments.com/>. Acesso em: 03 dez. 2025.

De acordo com Paiva (2016), as tecnologias de comunicação e das mídias sociais afetam o desenvolvimento da linguagem. O uso de apenas emojis nesses comentários ilustra essa outra elaboração linguística e de expressão, uma vez que os usuários não sentiram a necessidade de manifestarem suas emoções por meio de palavras.

As práticas sociais de linguagem acontecem de forma complexa devido à inter-relação dos vários agentes e modos de produção de sentido e das tecnologias que medeiam essas práticas. A linguagem está em constante processo de mudança e se adapta aos propiciamentos e às restrições presentes nas tecnologias digitais. As experiências passadas e as atuais servem de insumo para os novos comportamentos, tanto para os desenvolvedores de tecnologia como para seus usuários (PAIVA, 2016, p. 397).

Consoante a Oliveira, Cunha e Avelar (2018) partimos do entendimento que os *emojis* contribuem para a expressão de emoções e para a identificação do ato de fala que prevalece na comunicação. Assim, os interpretaremos conforme o contexto do discurso, entendendo discurso como o efeito de sentidos entre locutores (Orlandi, 2001).

De acordo com Moro (2016), os significados não verbais são meios de comunicação que transmitem mensagens e que são construídos, modificados e ressignificados ao longo do tempo dentro de uma cultura e sociedade. Logo, os pictogramas aqui analisados são interpretados de acordo com a contemporaneidade, entretanto, entendemos que seus significados podem passar por mudanças históricas, políticas e tecnológicas que transformam os sentidos.

Todos os comentários do *corpus* que possuíam apenas emojis eram expressões positivas, de aplauso, admiração e carinho. Sendo utilizados em sua maioria três emojis específicos: coração vermelho (❤️), rosto sorridente com olhos de coração (😍) e mãos aplaudindo (👏).

Vinte e nove comentários unem texto e emojis ao se expressarem, representando 29% do *corpus*. Nesses, os significados dos pictogramas apareceram como um reforço do texto verbal, de forma que texto e figura se uniram para construir os sentidos dos enunciados.

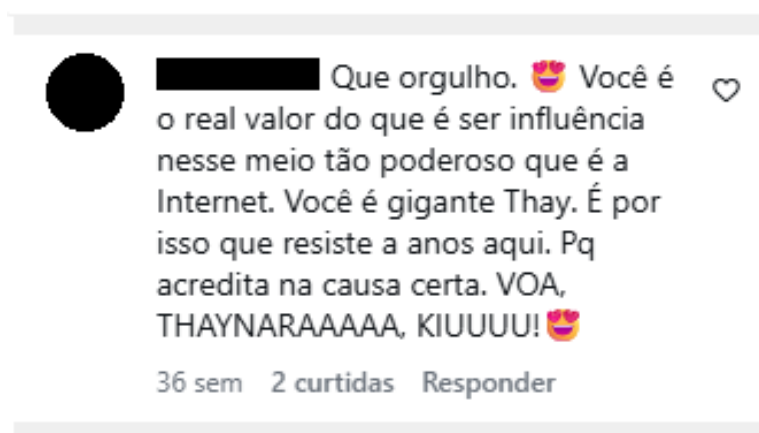


FIGURA 3 – Um dos comentários do *corpus* analisado

FONTE: Reprodução/*Instagram*¹¹.

Em alguns desses comentários (como na FIG. 3), os usuários destacam o trabalho de Thaynara como influenciadora de forma valorosa, como se o trabalho fosse um grande diferencial no ambiente digital. Há um reconhecimento da influência como um dispositivo de visibilidade, e ainda, uma realidade que excede o que é dito, explicitando a indissociabilidade entre discurso e exterioridade (Pêcheux, 1988). Nesse contexto, podemos observar a influência digital atuando como mediadora entre culturas populares e economia da atenção.

Conforme Karhawi (2024), influenciadores digitais exercem um papel que extrapola a lógica mercadológica associada ao consumo material, atuando também como agentes de mediação discursiva. A partir de suas práticas comunicativas, são capazes de inserir pautas no debate público e potencializar discursos. A autora também afirma que “em relações supostamente mais próximas entre produtores e audiências, influenciadores passam a oferecer aquilo que a mídia tradicional não oferecia: relacionalidade, intimidade e autenticidade” (Karhawi, 2017, p. 142).

Parte dos comentários também exploram a sensação do quanto o público de Thaynara OG se sente “representado” por ela e por seu trabalho no #SJT, de forma que até mesmo a demarcação de pertencimento ao estado do Maranhão é maior estabelecida (FIG. 4).

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKsnsElpLPI/>. Acesso em: 10 jan. 2026.

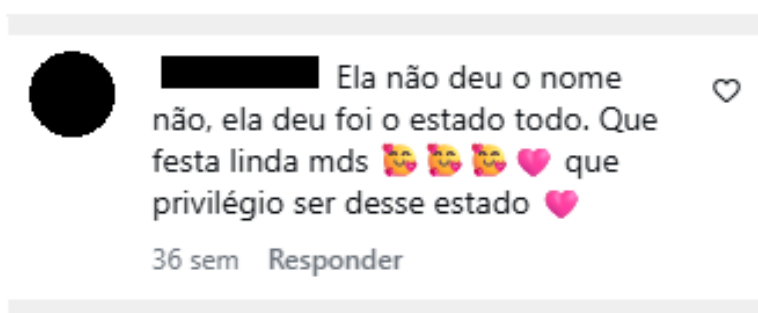


FIGURA 4 – Um dos comentários do *corpus* analisado

FONTE: Reprodução/Instagram¹².

Nesse sentido, os usuários pontuam o reconhecimento da influenciadora como agente cultural do estado do Maranhão, sugerindo que as ações por ela desenvolvidas são amplas e significativas para o território. Tal movimento evidencia a percepção de que não existe discurso sem sujeito, assim como não há sujeito desvinculado da ideologia (Pêcheux, 1988), uma vez que esses enunciados são atravessados por formações ideológicas que sustentam determinadas visões sobre cultura, pertencimento e legitimidade.

Em contrapartida, observa-se que um segmento distinto do público analisado no *corpus* expressa posicionamentos críticos em relação à atuação da criadora de conteúdo (FIG. 5), construindo a ideia de que tal avaliação negativa seria compartilhada por muitos, ainda que os dados quantitativos dos comentários não sustentem essa generalização.

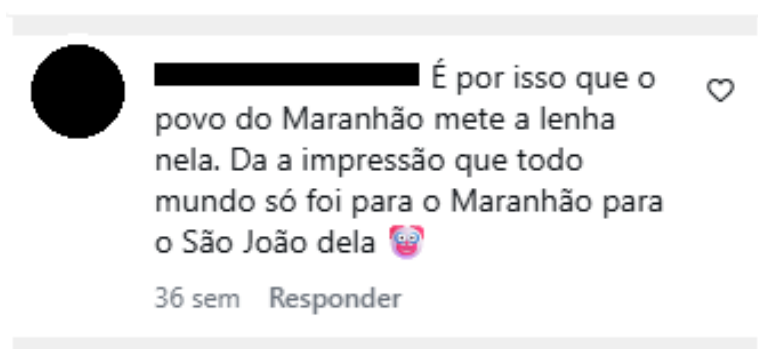


FIGURA 5 – Um dos comentários do *corpus* analisado

FONTE: Reprodução/Instagram¹³.

¹² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKsnsE1pLPI/>. Acesso em: 10 jan. 2026.

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKsnsE1pLPI/>. Acesso em: 10 jan. 2026.

O comentário evidencia um certo incômodo com a influenciadora digital ao afirmar que há uma intencionalidade em parecer que as pessoas vão ao Maranhão somente por causa do evento em que ela promove, o que poderia desconsiderar outras festividades juninas e até mesmo outras opções de lazer, entretenimento e de cultura do estado. Essa crítica também explicita a suposição de que há outras pessoas discordantes e que não simpatizam com a criadora de conteúdo na internet.

Thaynara OG está exposta nas plataformas digitais há muitos anos, o que naturalmente contribui para a formação tanto de comunidades de fãs quanto de *haters*. Ainda que se trate de um evento benéfico, no qual a solidariedade e a celebração cultural são discursivamente construídas como eixos centrais, parte do público pode interpretá-lo como uma estratégia de autopromoção por parte da criadora de conteúdo. Nessa perspectiva, a organização da festividade poderia também lhe proporcionar a acumulação de capitais simbólicos e materiais, especialmente o capital social. Conforme argumenta Bourdieu (1997), o volume de capital social de um agente depende da extensão e da mobilização eficaz da rede de relações que ele é capaz de acionar.

Entretanto, parte significativa dos comentários se referem à exuberância do que pode ser visto e visibilizado com a organização e midiaticização da festividade (FIG. 6):

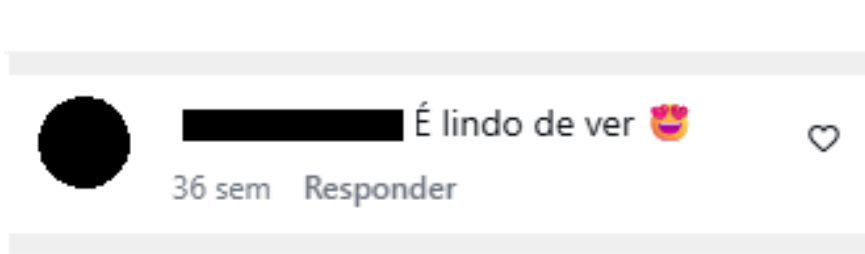


FIGURA 6 – Um dos comentários do *corpus* analisado

FONTE: Reprodução/*Instagram*¹⁴.

No mesmo sentido, outros comentários elogiam a estética e os discursos de texto e imagem que são difundidos, exaltando as cores, a produção, a criatividade e todos os elementos que constituem as culturas e as identidades expostas.

Na postagem analisada e em seus comentários podemos observar que as narrativas aparecem como um fluxo natural de construção. O próprio evento dispõe de uma narrativa a

¹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKsnsElpLPI/>. Acesso em: 10 jan. 2026.

partir da cultura e os seus públicos constroem concepções que fomentam outras narrativas e outros sentidos, a exemplo da exposição de se sentirem representados ou incomodados pela influenciadora Thaynara OG; do imaginário que se tem do Maranhão e das culturas locais e nordestinas; entre outros.

Na análise do *corpus*, observou-se a recorrência de alguns sentidos nas interações digitais, são eles: admiração, orgulho, regionalismo, pertencimento e representação. Esses elementos não aparecem de maneira isolada, mas articulam-se na construção e reafirmação de identidades consoantes ao São João da Thay e, de forma mais ampla, às culturas maranhenses.

A admiração manifesta-se principalmente nas expressões de encantamento diante da grandiosidade do evento, das estéticas juninas e da valorização das tradições locais. O orgulho, por sua vez, revela-se como sentimento de exaltação das culturas maranhenses, evidenciando uma reafirmação simbólica do território e de suas manifestações culturais no cenário nacional.

O regionalismo emerge como marca discursiva que reforça especificidades culturais, sotaques, símbolos e referências locais, funcionando como estratégias de diferenciação e afirmações identitárias. Já o pertencimento aparece nas interações em que os sujeitos se reconhecem como parte da experiência coletiva, seja por identificação territorial, cultural ou afetiva.

Por fim, a representação configura-se como eixo estruturante dessas narrativas, pois diz respeito à forma como o Maranhão, suas tradições e seus sujeitos são projetados no ambiente digital. Trata-se de um processo que envolve visibilidade, disputa simbólica e construção de imaginários, revelando que a influência digital em questão não apenas divulga as culturas populares, mas também contribui para moldar os sentidos atribuídos a elas.

5. Fogueiras que não se apagam: sentidos e permanências das culturas populares

O São João da Thay pôde ser analisado como um território simbólico e sensível onde se confrontam tradições populares, performances midiáticas, disputas por visibilidade e afetos coletivos. Sua análise sob a ótica das teorias do cotidiano, da mediatização da cultura e da afetividade nos permite compreender a potência política e estética da cultura como campo de negociação de identidades.

Para os seguidores maranhenses, essas referências simbólicas podem gerar pertencimento e identificação cultural. Todavia, o mesmo pode acontecer com pessoas que

sequer já estiveram no estado do Maranhão, mas que, a partir das publicações, podem se sentir interessadas e convocadas a conhecerem e participarem das festividades.

O evento transforma uma festa popular em performances de visibilidade, alteridade e comunhão. O São João da Thay não apenas mostra o Nordeste ou o Maranhão, ele intervém no modo como a região e o estado são simbolicamente construídos no imaginário nacional. Assim, a festa torna-se uma expressão do comum (Paiva, 1998; Sodré, 2006), de um Brasil múltiplo, afetivo e profundamente marcado por estratégias de resistências simbólicas.

Ademais, Thaynara OG promove sua imagem preenchida por referências culturais e regionais, afirmando-se, acima de tudo, como maranhense. Ao utilizar a influência digital como dispositivo de visibilidade, torna-se também mediadora no entrelaçamento de ações publicitárias capazes de difundir e tensionar capitais simbólicos e materiais que despertam a atenção dos públicos.

Referências

- BARCELLOS, Daniela. **Comunicação, comensalidades e afetos em Midnight Diner: Tokyo Stories**. Tese de Doutorado – Curso de Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), 2024.
- BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: HALSEY, A.H. et al. **Education, Culture, Economy, and Society**. New York: Oxford University Press, 1997.
- CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
- Forbes Top Creators: veja quem são os 10 escolhidos em 2025**. Forbes, 28 de março de 2025. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2025/03/forbes-top-creators-veja-quem-sao-os-10-escolhidos-em-2025/>. Acesso em: 10 jun. 2025.
- HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Apicuri, 2016.
- KARHAWI, Issaaf. **Entre algoritmos, métricas de engajamento e plataformas digitais: influenciadores digitais e trabalho de visibilidade**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, [S. l.], v. 23, n. 46, 2024. DOI: 10.55738/alaic.v23i46.1144. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1144>. Acesso em: 8 dez. 2026.
- KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. *Communicare*, São Paulo, v. 17, p. 46-61, 2017.

MAFFESOLI, Michel. Epistemologia do cotidiano. In: MAFFESOLI, M. **O conhecimento comum**: introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MORO, Gláucio Henrique Matsushita. Emoticons, emojis e ícones como modelo de comunicação e linguagem: relações culturais e tecnológicas. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 17, n. 43, 2016.

OG, Thaynara. **Postagem de encerramento do São João da Thay**. *Instagram*, 9 jun. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKsnsE1pLPI/>. Acesso em: 20 fev. 2026.

OLIVEIRA, Ana Larissa; CUNHA, Gustavo Ximenes; AVELAR, Fernanda Teixeira. **Emojis como estratégias de reparo em pedidos de desculpas**: Um Estudo sobre Conversas em Ambiente Digital. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 57, n. 3, p. 1615–1635, 2018.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2001.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum**: comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis, Ed. Vozes. 1998.

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. **A linguagem dos emojis**. *Trab. linguist. apl.*, Campinas, v. 55, n. 2, p. 379-40, ago. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/010318134955176321>. Acesso em: 16 jan. 2026.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1988.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. Identidades na contemporaneidade: uma reflexão sobre performances em sites de redes sociais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, v. 8, p. 103-119, 2019.

RIBEIRO, Renata Rezende; COTTA, Diego. **Bichas pretas e a produção de narrativas decoloniais no cotidiano midiático**. *Espirales - Revista para a integração da América Latina e Caribe*, v. 8, p. 211-226, 2024. Disponível em: <https://revistas.unila.edu.br/espirales/article/view/4841/3869>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SANTOS, Milton. **A cidade como centro da região**: definições e métodos de avaliação da centralidade. Salvador: Universidade da Bahia/Livraria Progresso Editora, 1959. 30 p.

SANTOS, Milton. **Os estudos regionais e o futuro da Geografia**. 1953. 99 f. Tese (Livre Docência) – Faculdade de Filosofia, Universidade da Bahia, Salvador, 1953.

SANTOS, Milton. Região: globalização e identidade. In: LIMA, Luiz Cruz (org.). **Conhecimento e reconhecimento**: homenagem ao geógrafo cidadão do mundo. Fortaleza: EDUECE, 2003. p. 53-64.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: Afeto, Mídia e Política. Petrópolis: Vozes, 2006.

SWYNGEDOUW, Erik. A cidade como um híbrido: natureza, sociedade e “urbanização-ciborgue. In: ACSELRAD, Henri (org.). **A duração das cidades**: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas. Rio de Janeiro: DP&A, Lamparina, 2001. p. 99-120.