



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS - CECH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DCOS
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

LEONARDO OLIVEIRA SANTANA

**DISPUTAS DISCURSIVAS NO TWITTER ACERCA DA IDENTIDADE
CULTURAL NORDESTINA BRASILEIRA: “SÃO PAULO É A CAPITAL
DO NORDESTE?”**

São Cristóvão
2022

LEONARDO OLIVEIRA SANTANA

DISPUTAS DISCURSIVAS NO TWITTER ACERCA DA IDENTIDADE CULTURAL NORDESTINA BRASILEIRA: “SÃO PAULO É A CAPITAL DO NORDESTE?”

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.^a Valéria Maria Vilas Bôas

São Cristóvão
2022

RESUMO

Este presente trabalho de monografia, propõe a reflexão de como a Identidade Cultural na contemporaneidade tem se modificado a partir das transformações socioculturais e tecnológicas. Partindo para o recorte regional do território nordestino, o objetivo é identificar e analisar disputas discursivas a partir do Twitter, em que mencionam a edição da Revista Veja, que intitula a cidade paulista enquanto capital do Nordeste. Diante disso, se faz necessário a contextualização do funcionamento da mídia social, a representação da identidade nordestina nos meios de comunicação de massa e o referencial teórico baseado nos Estudos Culturais de Stuart Hall e Canclini, que guiarão a pesquisa. Considerando os mecanismos da plataforma da rede social, a metodologia se baseia num protocolo de análise do discurso, pretendendo compreender a construção dos argumentos expostos neste ciberespaço. Assim, conclui-se que o Twitter estabelece uma facilidade para que as conversações se tornem disputas e que essas mensagens reorganizam fontes de identificação de identidade.

Palavras-chaves: Identidade Cultural; Nordeste; Twitter; disputas discursivas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. TWITTER: O MICROBLOG DA MÍDIA CONTEMPORÂNEA.....	7
2.1 O TWITTER COMO PLATAFORMA DE CONVERSAÇÃO E DEBATE.....	8
2.2 DISPUTAS DISCURSIVAS NO TWITTER: A OPINIÃO NA INTERNET	13
3. IDENTIDADE CULTURAL NA CONTEMPORANEIDADE.....	16
3.1 CRISES DE IDENTIDADE E NOVAS FONTES DE IDENTIFICAÇÃO.....	18
3.2 IDENTIDADE E TWITTER: PERSPECTIVAS DESSA RELAÇÃO.....	20
3.3 A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE NORDESTINA BRASILEIRA	25
4. ANÁLISE DE DISCURSOS NO TWITTER.....	29
4.1 CAPA VEJA: SÃO PAULO CAPITAL DO NORDESTE.....	29
4.2 LEVANTAMENTO DE DADOS DA REPERCUSSÃO DA CAPA DA REVISTA NO TWITTER.....	33
4.3 ANÁLISE DO TEXTO LINGUÍSTICO.....	35
4.3.1 ITENS LEXICAIS DE DESTAQUE.....	35
4.3.2 TÉCNICAS DE ARGUMENTAÇÃO IDENTIFICADAS.....	38
4.3.3 ELEMENTOS DE DESTACABILIDADE.....	41
4.4 COMPONENTES EXTERNOS AO TEXTO.....	41
4.5 CONTEXTO.....	42
CONCLUSÃO.....	44
REFERÊNCIAS.....	46
ANEXO A – Tweets que compõem o corpus de análise.....	49
ANEXO B – Resultado total da coleta dos tweets.....	53

1. INTRODUÇÃO

A partir de um universo midiático, tecnológico e cada vez mais globalizado, o sujeito pós-moderno têm a possibilidade do acesso e convivência com outras culturas, podendo iniciar um processo de identificação com outros bens culturais de diferentes lugares, causando assim, problematizações por uns, ou celebrações por outros.

“O crescimento do ciberespaço é resultado de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem.” (LÉVY, 1999:11, apud CAMARGO, 2008, p. 23). Um exemplo deste fato é o Twitter, a rede social do passarinho azul é uma das mais populares do mundo, sendo uma plataforma disponível em diferentes idiomas e acumulando milhões de usuários ao redor do mundo. Enquanto participante deste ciberespaço, é possível perceber a todo momento, como as discussões são geradas a partir das publicações. Opiniões formadas sobre inúmeros assuntos são expostas, e de forma imediata são capazes de acumular diversos comentários, sejam de apoio ou de contrapontos. Esse imediatismo de resposta que a internet proporciona, acaba interferindo nas formas de diálogos ali possíveis, pois os debates podem se tornar disputas.

Observando a rede social nos últimos meses, as questões sobre identidades estiveram presentes diversas vezes em inúmeros contextos, desde *realities* shows e celebridades musicais, até notícias jornalísticas. Alguns desses temas surgiam de modo relacionado e geravam debates extensos, destacando a complexidade das possíveis resoluções. Os exemplos mais recorrentes foram o Regionalismo, sendo exposto como a base de um sentimento de pertencimento, representação e resistência, mas também havendo questionamentos dessa exposição nos meios midiáticos, e a temática da Identidade, relacionada à autodeclaração dos indivíduos, entrando em debates para definir por quais características ou hábitos, o outro pode ou não se sentir pertencente a um todo.

Portanto, diante do que foi mencionado, o presente trabalho tem como objetivo, localizar essas discussões e analisar como são construídas a partir do Twitter, considerando os aspectos e funcionalidades da plataforma, que propiciam que os debates se tornem disputas pelo discurso. Levando em consideração essas

motivações, a análise tem como princípio o objeto de estudo, que é a capa da Revista Veja SP, sobre o aniversário de 467 anos da cidade de São Paulo, que em seu título, nomeia a cidade paulista como capital do Nordeste e apresenta histórias de “migrantes” nordestinos que alcançaram grande êxito em seus âmbitos profissionais na metrópole sudestina. Desse modo, formando um levantamento de *tweets* que mencionam a edição da revista e gerando um *corpus* que contemple a temática. A escolha também se justifica pela repercussão da divulgação da capa no Twitter, no qual, segundo o jornal Diário do Nordeste, se tornou um dos assuntos mais comentados na rede social, causando muitas críticas entre os internautas e até comentários de contas oficiais das prefeituras de capitais nordestinas.

A monografia está estruturada de forma que se mantenha uma continuidade lógica de discussões que acarretem na compreensão geral do trabalho. No capítulo seguinte, está presente a contextualização do Twitter, desde a apresentação da mídia social com suas funcionalidades e especificações, como a usualidade da plataforma para conversação, considerando que as interações possuem o poder de construir embates a partir do discurso.

O terceiro capítulo aborda as perspectivas da identidade cultural na contemporaneidade, sendo distintas entre o essencialismo e o não essencialismo. Contempla também os estudos culturais dos teóricos Stuart Hall e Néstor García Canclini, que concluem que as interações culturais na modernidade, podem promover a instabilidade e reestruturação das identidades, tal como as práticas, ações e valores dos indivíduos. Seguindo as discussões, o capítulo expõe visões da relação entre identidade e Twitter, abordando também como foi estabelecido o que seria o Nordeste e o nordestino nas representações nos meios de massa.

Por fim, o quarto capítulo evidencia toda a análise da pesquisa, expondo por meio da metodologia, como os discursos foram constituídos e carregam sentido para quem emite e recebe a mensagem, transparecendo as intenções de seus argumentos.

2. TWITTER: O MICROBLOG DA MÍDIA CONTEMPORÂNEA

O Twitter foi fundado em 2006 e se tornou uma das redes sociais mais populares do mundo. Em seu primeiro momento, a proposta de funcionalidade era como um serviço de microblog baseado em SMS, onde os usuários poderiam acompanhar seus amigos através de pequenas mensagens. A rede social se popularizou no Brasil a partir de 2008, mas só obteve a versão em português em 2011. De acordo com o portal de notícias O POVO, uma empresa alemã especializada em dados de mercado e consumidores, a Statista, realizou em 2020 um levantamento em que contabilizou que a plataforma contava com 187 milhões de usuários ativos em todo o mundo. Já no Brasil, o número de brasileiros cadastrados é de 14,1 milhões. A pesquisa ainda revelou que a popularidade do site aqui em nosso país se mantém relevante, ocupando a 4ª posição no ranking dos países que mais acessam o Twitter, ficando atrás apenas dos Estados Unidos (69,3 milhões), Japão (50,9 milhões) e Índia (17,5 milhões).

Desde a sua criação, o objetivo do Twitter é que cada usuário exponha o que está fazendo no exato momento em que digita seus *posts*, mas com um limite de caracteres para cada *tweet*. Mesmo com anos de avanços e atualizações em seu formato, essa característica ainda permanece até os dias de hoje. Para além de mostrar aos seus seguidores o que cada usuário está fazendo ou pensando, a plataforma passou a ser usada de outras formas, desde compartilhamentos de notícias ou propagandas políticas, até coberturas de eventos, abrangendo as possibilidades de discussões.

Existem algumas características e ferramentas marcantes desta rede social, a primeira a ser mencionada são as “*hashtags*”, em que, usando o sinal # seguida de alguma palavra ou frase, pode-se indicar qual tema o texto dos *posts* estão associados, mantendo “etiquetados” cada *tweet* sobre determinado assunto. Outra funcionalidade é o “*RT*”, essa prática significa “retuitar” e tem como finalidade republicar a postagem com crédito ao autor, podendo apenas compartilhar o *tweet*, ou também deixar alguma mensagem de resposta. Por fim, o “*Trending Topics*”, uma seção na plataforma no qual classifica em tempo real os assuntos mais comentados, que podem ser baseados geograficamente por regiões nacionais ou globais.

Com base no trabalho acadêmico “Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características” (ZAGO, 2010), pode-se entender o Twitter como um “microblog”, pois segundo a autora, “microblogs são ferramentas de blogs mais simplificadas, voltadas para postagens com limitações de tamanho, e muitas vezes associadas à idéia de mobilidade”. Ela também cita diretamente o conceito de “*microblogging*” proposto por Orihuela (2007), em que, para o autor, “é uma ferramenta que mistura blog com rede social e mensagens instantâneas”. No texto, esse conceito também se relaciona com outra citação, “*microblogging* é a ação de postar pequenos textos em um blog pessoal, em especial a partir de comunicadores instantâneos ou de um celular” (McFedries, 2007). Levando em consideração as definições desses autores, o Twitter se categoriza como uma ferramenta de microblog, pois além de obter todas essas características, também se associa ao fato de ser uma rede social rápida, tendo o poder de agilidade em sua forma de interação.

2.1 O TWITTER COMO PLATAFORMA DE CONVERSAÇÃO E DEBATE

Em seus estudos sobre encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva, Alê Primo (2008), conceitua que os blogs e redes de *microblogging* se incluem em um “composto informacional midiático”, definido como um conjunto de informações disseminadas tecnologicamente por meios de comunicação que servem para a atualização individual sobre notícias. Ainda aponta que esses meios de comunicação não são limitados à mídia tradicional, como televisão, rádio e jornal, pois, “interessa analisar todo o conteúdo informativo mediado por algum suporte que ultrapasse a conversa presencial” (PRIMO, 2008, p. 47). Desse modo, para o cidadão que consome tais informações, o que importa são as que o atualizam sobre os assuntos de seu interesse, desde o contexto local quanto global.

Partindo dessa perspectiva, a autora analisa a forma de recepção e entendimento dos indivíduos em meio a esse composto informacional, “Para o leitor de um blog, por exemplo, pode não importar a formação do blogueiro, mas sim quão relevantes os posts lhe parecem, segundo seus interesses particulares.” (PRIMO, 2008, p. 48). Considerando esse fato, é possível relacionar o funcionamento desse

sistema com as práticas incluídas no uso do Twitter, no qual, os usuários se filtram de contas que postam conteúdos de seus interesses em comum, gerando um fluxo de informações e debate em seu entorno virtual, pois possui uma interface digital que viabiliza uma interação mútua.

Um internauta pode ler periódicos impressos e blogs, ouvir radiojornalismo e podcasts e assistir a telejornais e vídeos no YouTube. Sua compreensão do real e a forma como age e intervém em seu mundo são influenciadas por esse composto informacional midiático. Sua atividade conversacional também sofre impacto do conjunto de informações que recebe através dos diferentes meios de comunicação. Recursivamente, as discussões sobre esses temas promovem rearticulações nos modos de interpretar as informações das mídias com as quais tem contato. (PRIMO, 2008, p. 48).

Neste mesmo artigo, Alê Primo aponta algumas conclusões que contribuem para a pesquisa atual. Para ela, os blogs e microblogs possibilitam que processos comunicacionais de dupla via aconteçam, e além disso, permitem que mais pessoas tenham acesso à distribuição de mensagens que talvez não possam ser alcançadas através de outros meios de comunicação. Também cita que nem todo blog ou conta no Twitter são exemplos de micromídia digital, pois para isso, é preciso analisar as condições de produção, recepção e interação entre os envolvidos, “A micromídia digital, diferentemente de meios como fanzines e rádios livres, viabilizou não apenas o acesso global quanto a comunicação interpessoal mediada tecnologicamente.” (PRIMO, 2008, p. 57).

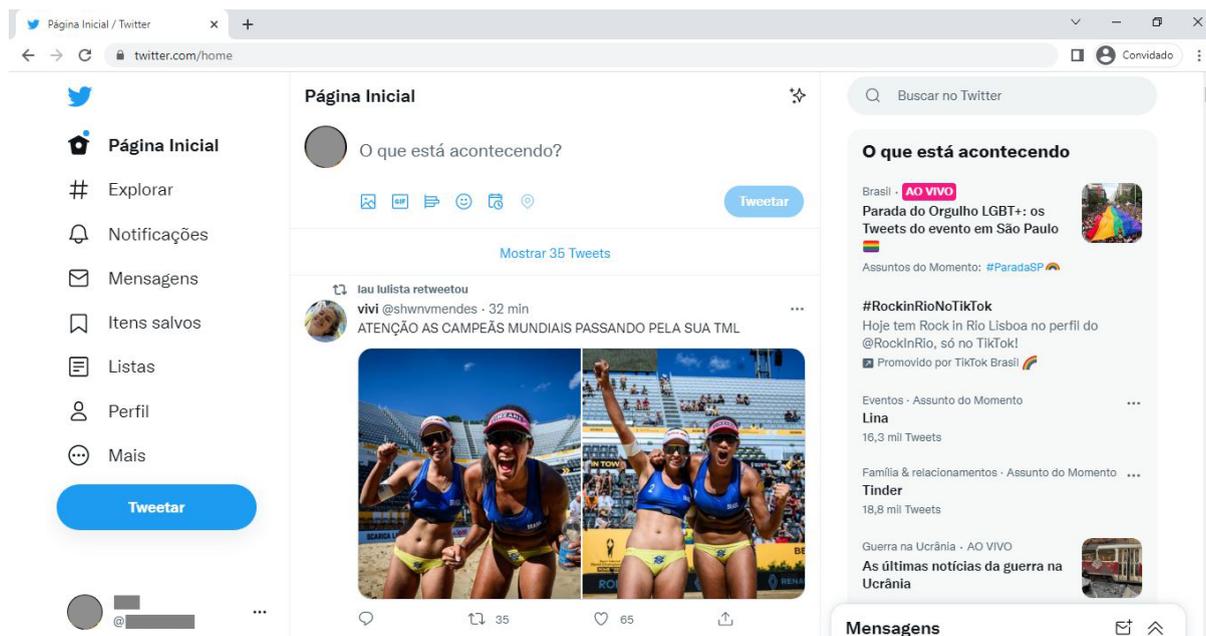
Citando Shirky (2008), Alê expõe que o debate em grupo é um padrão que emerge com as tecnologias digitais. Portanto, pode-se observar o Twitter como ferramenta de micromídia digital, pois além de ser uma rede social atual que circula informações em produções mínimas em escala global, também possibilita a comunicação interpessoal, sendo possível acompanhar publicações de usuários que não se conhece e podendo interagir com pessoas de interesses compartilhados até em países distintos.

Diferentemente do diálogo presencial, que exige coincidência geográfica e temporal, blogs e Twitter em contextos micro midiáticos permitem tanto a expressão individual quanto o debate em grupo, sem que os participantes precisem estar conectados ao mesmo tempo. (PRIMO, 2008, p. 57).

Como observa Camargo (2008), em sua monografia “A interação enquanto característica comum entre *Blogs* e *Twitter*”, tal relação entre os usuários nesta

plataforma, se dispõe da relação social em que cada indivíduo escolhe com quem compartilha essa interação, seja partindo dos mesmos interesses ou objetivos ali presentes, “o *Twitter* possibilita interação mútua, caracterizando assim a criação de relações e a construção cooperada de conteúdos, que gera sempre a constante atualização do sistema, favorecendo a sua conservação”. (CAMARGO, 2008, p. 21).

Figura 1 – PÁGINA INICIAL DO TWITTER



Fonte: Captura de tela do Twitter, com intervenção.

Apresentando a interface do Twitter de forma objetiva, assim que se faz o login na rede em um navegador de desktop, a caixa de texto para postagem é a primeira sugestão de ação, seguido dos tweets mais recentes, de forma cronológica, ou tendo a opção de configurar sua timeline para que os tweets em destaques apareçam inicialmente, sejam das contas que o usuário segue, ou de usuários em geral. Na barra lateral esquerda, estão as opções de página inicial, explorar, notificações, mensagens, itens salvos, listas e perfil. Já na lateral direita, a barra de busca fica no topo da página, seguido do quadro “O que está acontecendo”, em que inclui os assuntos mais comentados do momento. Além dessa configuração de interface atual, algo que já havia como possibilidade e observado por Camargo (2008), ainda continua como possibilidade:

O sistema em questão também permite que, tudo aquilo que seja escrito sobre determinado de assunto em conversas na plataforma, sejam “seguidos”, possibilitando assim o monitoramento intenso sobre um determinado tema, termo ou nome. (CAMARGO, 2008, p. 22).

Partindo dessas características, percebe-se como a estruturação da plataforma é usual para que as relações de sociabilidade e interação sejam contínuas. Mesmo tendo uma característica baseada no individualismo do seu uso, o Twitter se torna um grande canal comunicacional na internet, em que as conversações são estruturadas de forma colaborativa. Assim, neste ciberespaço, a comunicação nesta rede social se torna fragmentada, onipresente, instantânea, e do seu modo, assíncrona. (CAMARGO, 2008).

[...] por ter características de rede social (interligação entre os usuários, que podem interagir entre si), a estruturação interna do microblog une inúmeros indivíduos, formando uma comunidade online, com fortes laços (que são criados e intensificados pela interação, colaboração, instantaneidade e compartilhamento de informações) entre cada usuário, que é independente e que supera os limites geográficos de cada um. (CAMARGO, 2008, p. 23).

Como já citado anteriormente, a instantaneidade é uma característica primordial do microblog em questão, principalmente a partir do celular, um importante aparelho na construção deste processo comunicacional. E com ele, cada vez mais cheio de ferramentas e funcionalidades tecnológicas, propicia uma certa democratização de acesso, ocasionando mudanças na comunicação do ciberespaço.

Os celulares devem ser compreendidos como instrumentos que podem aumentar as possibilidades de emissão e de recepção de informações, ampliando as probabilidades de comunicação mas não garantindo, necessariamente, um maior enriquecimento do processo comunicativo. (LEMOS, 2004, p. 8, *apud* CAMARGO, 2008, p. 31).

A partir do aplicativo da rede social instalado, é possível fazer posts de seus tweets, seguir novas contas, ter acesso aos seus seguidores, ficar por dentro dos assuntos em alta, enfim, o *app* permite um acesso completo do sistema na palma da mão, facilitando ainda mais as formas de produção de conteúdo presentes na rede, tal como os debates que podem ser surgidos a partir dos diferentes sentidos causados por lá.

Mesmo com a mensagem adaptada à limitação de 140 caracteres anteriormente, que atualmente é de 280, o Twitter se concretizou como “fonte mais instantânea de recepção e emissão de informações” (CAMARGO, 2008), pois nesta rede, a centralização dos conteúdos se desenvolveu devido a prioridade que os usuários tinham em publicar primeiramente aqui, do que em outras contas, fazendo com que se tornassem conteúdos exclusivos, “o microblog tem atropelado a mídia tradicional, se adiantando nos fatos mais importantes, e sendo usado para hospedar relatos e declarações de pessoas.” (CAMARGO, 2008, p. 28).

Com o crescimento da internet e das redes sociais, é possível perceber como os termos associados à interatividade têm sido altamente mencionados nos meios digitais, principalmente quando pensado em influenciadores digitais, ou contas de marcas famosas no Instagram, todos estão em busca de interações para que seus números tenham crescimento orgânico, e alcance o tão sonhado engajamento. Segundo Primo (2007), o conceito de interação aplicado no âmbito do ciberespaço, se é entendido “como a ‘ação entre’ os participantes do encontro (inter+ação)”, desse modo, as ações entre os usuários no twitter, capacitada através da internet, são consideradas interações.

Nesta rede social, tais formas de interagir podem partir de diversos modos, seja por um *follow*, através de curtidas em posts, ou ainda de uma percepção mais nítida, fazendo comentários e iniciando uma conversa ali mesmo. Um ponto importante a se considerar, é que nem sempre uma ação é bilateral, pois, é possível que uma resposta em um tweet publicado, não obtenha uma sequência do emissor da mensagem, motivada por não desejar responder, ou apenas por não ter visto essa menção em meio a participação de mais pessoas. Uma outra alternativa de comunicação na plataforma, é através de mensagens diretas e privadas com outros usuários, sendo o envio permitido para contas que se seguem mutuamente.

Concluindo a sua pesquisa, Camargo (2008) constata três características relevantes nas formas de comunicação no Twitter, que são pertinentes para a construção do estudo atual, são elas: a agilidade, a pulverização de conversações e a disseminação de informações. Lá, a troca de mensagens é feita de forma demasiada, provocando um ambiente de interação “forte e presente”, “[...] o conteúdo que passa por ali toma ‘rumos’ diferentes e ganha um dinamismo particular, se comparado a outros meios.” (CAMARGO, 2008, p. 65).

2.2 DISPUTAS DISCURSIVAS NO TWITTER: A OPINIÃO NA INTERNET

Conforme já explicitado previamente, o Twitter é uma rede social que viabiliza a comunicação entre várias pessoas, onde o debate é permitido por meio de suas funcionalidades e ações, podendo tornar em evidência, assuntos ou tópicos que são reproduzidos pelo engajamento. Tal possibilidade de discussão e exposição de diversos temas, traz certa democratização como um atributo positivo dessa plataforma.

[...] ao se considerar os espaços de discussão online, os sujeitos são ao mesmo tempo consumidores e produtores, transformando esses fóruns em importantes ferramentas do discurso público. O Twitter possibilita discussões envolvendo aspectos políticos, sociais e emocionais que promovem influência nas práticas cotidianas. Entretanto, pode ser um espaço no qual a distância social entre usuários promove disfunções nos diálogos (abusos, injúrias, etc.) e outras formas expressivas não democráticas – como os discursos de ódio. (JACKSON & VALENTINE, 2014 *apud* PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C., 2017, p. 631).

Nesse sentido, se faz importante o entendimento e conceituação no que se diz respeito às disputas discursivas no cenário das redes sociais, com o enfoque no Twitter. No artigo “Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no *Twitter*” (PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C., 2017), a partir do referencial teórico Barros (2014), os autores expõem de maneira clara, a construção de disputa em mensagens textuais expostas na internet, “os textos podem ser entendidos como práticas discursivas que estão localizadas em um contexto, construindo sentidos que podem ser mobilizados em disputas discursivas.”

Ainda na perspectiva de Barros (2014), as disputas discursivas se constroem através de, “estratégias discursivas que visam criticar ou defender uma posição hegemônica, bem como legitimar/deslegitimar grupos ou ações.” (PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C., 2017, p. 631). Sendo ainda possível uma análise mais atenta, pois, a identificação dessa concepção, demanda uma observação para os contextos as quais potenciais disputas estão incorporadas, principalmente quando se percebe como certo assunto é colocado em evidência.

As redes sociais na internet emergiram como possibilidades para amplas disputas discursivas. Nesses espaços, as disputas têm assumido diferentes características, sobretudo pelo fato de que os discursos produzidos não são controlados apenas por produtores de conteúdo tradicionais, mas dividem espaço com usuários que (re)produzem uma diversidade de textos, muitas vezes procurando legitimar narrativas contra-hegemônicas. (BARROS, 2014, *apud* PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C., 2017, p. 631).

Procedendo a argumentação sobre o discurso, citando Fairclough (2001, p. 91), os autores o definem como “um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação”. Desse modo, apontando que para o autor, ao usar o termo “discurso”, está considerando “o uso da linguagem como forma de prática social.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90, *apud* PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C., 2017, p. 632). Outro apontamento a respeito da abordagem de Fairclough (2001), é como o discurso preserva ou mesmo modifica “relações de poder e significados do mundo”, sendo carregados de ideologias.

Dado o exposto, uma prática corriqueira nas disputas discursivas no Twitter, é o posicionamento contrário de usuários em determinado conteúdo postado na rede, o ato de discordar de algo daquele conteúdo, pode ser posicionado como uma forma de crítica e deslegitimação desse discurso, gerando certa tensão entre o emissor e os receptores daquela mensagem. Já quando o posicionamento é de forma favorável, através de curtidas ou *retweets*, por exemplo, essas ações são vistas como um reforço da legitimidade daquela mensagem. A motivação para o usuário realizar tal ação, é relativa e complexa, levando em consideração que cada indivíduo constrói a sua rede naquele espaço digital, resultando em uma recepção de conteúdo próprio, com os outros usuários os quais mantêm uma relação neste meio, e desse modo, disseminam suas próprias informações e interesses.

A escolha de páginas ou perfis a seguir ou com quem se tornar amigo criará um feed personalizado de informações que o usuário receberá. Esse processo parece semelhante ao de escolher qual canal de televisão assistir ou qual jornal comprar, mas agora com uma infinidade de escolhas. Mais uma vez, diríamos que isso não significa um aumento na mediação, mas sim uma diversificação da mesma. Um aspecto interessante nessa composição da cesta informacional de cada usuário de mídia social é que ele mescla fontes de informação profissionais e institucionais com aquelas baseadas em laços de sociabilidade. Isso não significa que eles serão usados da mesma maneira, nem que terão a mesma credibilidade para o usuário, mas estarão juntos em seu feed de notícias. (SANTOS, 2020, p. 6, *apud* PINTO, 2021, p. 33).

Em consideração a infinidade de temáticas que esses debates podem emergir, sugere progressivamente a desconstrução de um inventário de significados e sentidos que já foram construídos midiaticamente durante muito tempo, pois, a partir de um contraponto alheio, se abre a oportunidade de enxergar com a visão do outro, gerando possíveis reflexões dos seus próprios ideais. Essa visão em um recorte próprio, diz muito sobre como e de que forma podemos nos construir na sociedade. A identidade de cada indivíduo pode advir para além de suas vivências cotidianas, somando as práticas, posicionamentos e histórias que ainda querem contar sobre si. De todo modo, as disputas na condição de defesa e crítica sobre seus contextos, serão constantes, afinal, os múltiplos lados entrarão em negociação sobre qual autenticidade é ou não verídica.

A pluralidade é, pois, um ideal político tanto quanto um slogan metodológico. Mas há uma questão incômoda que precisa ser resolvida. Como podemos negociar entre minha história e a sua? Como seria possível para nós recuperar aquilo que temos em comum, não o mito humanista dos atributos humanos que partilharíamos e que supostamente nos distinguiriam dos animais, mas, de forma mais importante, a intersecção de nossos vários passados e nossos vários presentes, as inevitáveis relações entre significados partilhados e significados contestados, entre valores e recursos materiais? É preciso afirmar nossas densas peculiaridades, nossas diferenças vividas e imaginadas. Mas podemos nos permitir deixar de examinar a questão de como nossas diferenças estão entrelaçadas e, na verdade, hierarquicamente organizadas? Podemos nós, em outras palavras, realmente nos permitir ter histórias inteiramente diferentes, podemos nos conceber como vivendo - e tendo vivido - em espaços inteiramente heterogêneos e separados? (MOHANTY, 1989:13 *apud* (WOODWARD, 2014, p. 27).

3. IDENTIDADE CULTURAL NA CONTEMPORANEIDADE

Fundamentando-nos nas observações de Kathryn Woodward (2014), argumentamos que há diversos processos de construção de sentido das identidades pessoais e culturais. Seja por meio da linguagem, sistemas simbólicos de representação, ou até mesmo pela diferença, assim como conclui a autora, caracterizando que para a existência de certa identidade, é necessário que exista algo que ela não é, assim, a difere de outras em oposição.

As formas pelas quais a cultura estabelece fronteiras e distingue a diferença são cruciais para compreender as identidades. A diferença é aquilo que separa uma identidade da outra, estabelecendo distinções, frequentemente na forma de oposições, [...], no qual as identidades são construídas por meio de uma clara oposição entre “nós” e “eles”. A marcação da diferença é, assim, o componente-chave em qualquer sistema de classificação. (WOODWARD, 2014, p. 42).

Levando em consideração as identidades de grupos étnicos e nacionais, uma das formas de concepção de certa identidade, é através dos antecedentes históricos, em que, na tentativa de reafirmar identidades consideradas marginalizadas ou oprimidas, as reivindicam se apegando aos fatos e histórias do passado, “assim, essa re-descoberta do passado é parte do processo de construção da identidade que está ocorrendo neste exato momento e que, ao que parece, é caracterizado por conflito, contestação e uma possível crise”. (WOODWARD, 2014, p. 12). Desse modo, a autora constata que neste argumento, de reprodução de uma “verdade histórica”, percebe-se uma nova “posição-de-sujeito”, na defesa do seu presente sobre tal passado, o qual até possibilita a produção de novas identidades. “Essa identidade torna-se, assim, um fator importante de mobilização política. Essa política envolve a celebração da singularidade cultural de um determinado grupo, bem como a análise de sua opressão específica.” (WOODWARD, 2014, p. 34).

Mencionando seus questionamentos, de “por que as pessoas investem em posições de identidade, se a identidade é fixa ou não, e também se é possível encontrar uma ‘verdadeira’ identidade”, Kathryn aponta duas compreensões sobre o assunto, as quais estão em posição de tensões: as perspectivas essencialistas e as não essencialistas. A definição exposta por ela, é que a visão essencialista é unificada e propõe a existência de um agrupamento puro e legítimo, de

características que todos indivíduos de uma identidade partilham, e que mesmo no decorrer do tempo, isso não seria modificado.

2. Com frequência, a identidade envolve reivindicações essencialistas sobre quem pertence e quem não pertence a um determinado grupo identitário, nas quais a identidade é vista como fixa e imutável.
3. Algumas vezes essas reivindicações estão baseadas na natureza; por exemplo, em algumas versões da identidade étnica, na “raça” e nas relações de parentesco. Mais frequentemente, entretanto, essas reivindicações estão baseadas em alguma versão essencialista da história e do passado, na qual a história é construída ou representada como uma verdade imutável. (WOODWARD, 2014, p. 13).

Já numa posição não essencialista, se coloca em foco as diferenças e os aspectos relacionados, seja entre os próprios pertencentes da identidade, bem como em comum com outros grupos. Outra observação também desta perspectiva, seria sobre as possíveis transformações do significado de “ser” e carregar sua identidade, ao passar gerações e séculos. (WOODWARD, 2014).

Outra análise feita pela autora, que conjuntamente se faz necessária na contextualização dos temas abordados e na construção da atual pesquisa, é a afirmação de que a identidade se relaciona para além das questões sociais, quanto também as simbólicas e materiais. O vínculo da identidade com estas condições, se põem em evidência quando as possíveis lutas de afirmações identitárias têm “causas e consequências”.

6. O social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades. A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído. É por meio da diferenciação social que essas classificações da diferença são “vivas” nas relações sociais.
7. A conceitualização da identidade envolve o exame dos sistemas classificatórios que mostram como as relações sociais são organizadas e divididas; por exemplo, ela é dividida em ao menos dois grupos em oposição - “nós e eles” [...] (WOODWARD, 2014, p. 14).

Perante essas observações da autora e relacionando com a atualidade, embora mesmo existindo fatos comprovados historicamente, formando por vezes uma perspectiva essencialista sobre identidade, que resulta em um parâmetro para a classificação do outro numa oposição entre “nós” e “eles”, essa visão se mostra de forma até acomodada, comparando aos sentidos da direção que a contemporaneidade tem tomado. Desta maneira, se considerarmos que a identidade

seja fixa e baseada numa verdade imutável, acabamos ignorando os avanços e amplitudes dos espaços de discussões e até da tecnologia, como pode ser justificável a partir das consequências da globalização e dos estudos de hibridação cultural. Portanto, se fará presente como posição da pesquisa, uma perspectiva não essencialista, visto que, além de contemplar as possibilidades de relações interculturais entre indivíduos, também compreende as transformações constantes que de fato a sociedade e os próprios sujeitos têm se reorganizado.

3.1 CRISES DE IDENTIDADE E NOVAS FONTES DE IDENTIFICAÇÃO

Em seu livro "A identidade cultural na pós-modernidade", Stuart Hall aponta três concepções para a identidade cultural de um sujeito. Primeiramente, o sujeito do Iluminismo, que se baseava na pessoa como um indivíduo totalmente centrado e unificado, em que continha domínio consciente de suas ações e que mesmo em desenvolvimento, permaneceria o mesmo. Segundamente, o sujeito sociológico, que o autor aborda como um sujeito sem autonomia e autossuficiência, pois a sua formação era baseada e modificada na relação interativa com outros indivíduos, a partir dos contínuos processos sociais e culturais na crescente complexibilidade do mundo moderno. Por fim, o sujeito pós-moderno, o qual não possui uma identidade permanente, e sim, uma identidade transformada continuamente em relação aos múltiplos sistemas culturais que o rodeiam, motivados principalmente pela globalização. Desse modo, o sujeito pós-moderno perpassa por crises de identidade, pois, para o autor, o homem está cada vez mais com a identidade fragmentada e menos definida. Segundo Hall, essa contemporaneidade é definida por um novo modelo de indivíduo, cujas identidades culturais são questionadas pelas transformações culturais, econômicas, políticas e sociais da época. A partir disso, as novas discussões sobre o assunto têm favorecido o surgimento de novas identidades, a partir de novos contextos da sociedade moderna e de novas fontes de identificação.

Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às

vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma política de identidade (de classe) para uma política de diferença. (HALL, 2006, p. 21).

Complementando a pesquisa no que se diz respeito aos estudos culturais, a perspectiva latino americana, de Néstor García Canclini, também contribuirá com a estruturação da monografia. O autor desenvolve o conceito de Culturas híbridas, no qual, em meio à globalização, ocorre o movimento de interconexões culturais, causando assim, uma fusão e formação de identidades. Esse processo possibilita a amplitude nas discussões sobre a temática, compreendendo as interações culturais além de conexões, mas também, conflitos. Também é importante destacar, que a Hibridação acontece de formas variantes de acordo com os contextos históricos, sociais e econômicos. No artigo, “A contribuição de Stuart Hall e de Néstor García Canclini para os estudos da identidade cultural contemporânea” (GUEDES, 2013), Viviane Marques cita que para Canclini, “o termo híbrido tende a comportar melhor a ideia de mescla cultural entre tradicional e moderno, bem entre o popular, o culto e o massivo.” (GUEDES, 2013, p. 8). Desse modo, a hibridação ocorre enquanto um processo recorrente em meio a globalização e modernização, envolvidas em “[...] intercâmbios e técnicas de mercado e estratégias comunicacionais que abarcam tanto interesses hegemônicos como de setores populares”. (GUEDES, 2013, p. 8).

Ainda na análise do conceito de hibridação, Guedes (2013) observa alguns pontos expostos por Canclini em seus estudos de culturas híbridas. O primeiro ponto, é que o autor pensa a lógica da hibridação relacionada aos processos de “[...] intercâmbio entre o local, o regional, nacional e o global e os conflitos e soluções alcançadas por estas mesclas interculturais com o avanço da modernidade” (GUEDES, 2013, p. 9). Além disso, o autor percebe que numa realidade modernizadora, os setores populares resistem aos processos de integração, mas, articulam-se visando uma hibridação com suas próprias tradições, ressaltada por Canclini como uma preocupação do lugar ocupado pela cultura popular neste processo de modernismo. Outro ponto é a aproximação entre a cultura e comunicação, em que Nestor reflete sobre “o papel da comunicação midiática massiva de produtos simbólicos junto ao público contemporâneo e os significados culturais produzidos nestes intercâmbios.” (GUEDES, 2013, p. 9).

Concluindo sua análise acerca das contribuições de Hall e Canclini para os estudos da identidade cultural na contemporaneidade, Guedes (2013) relaciona

como os dois teóricos apontam para as múltiplas transformações culturais que o processo sociocultural de globalização acarretou nas sociedades. Por fim, os meios de comunicação afetam tais processos de construção de identidade abordados pelos teóricos, e se relacionam com as diferentes narrativas de identidades culturais que compõem o cotidiano da sociedade contemporânea.

3.2 IDENTIDADE E TWITTER: PERSPECTIVAS DESSA RELAÇÃO

Partindo do raciocínio de Canclini (1997), que “a identidade é uma construção que se narra”, será apresentado argumentos e observações que potencializam a constatação de que o assunto “identidade”, esteja presente de forma frequente nos debates atuais do Twitter.

Como já esclarecido no capítulo anterior, a rede social possui uma aptidão para que inúmeras conversações sejam construídas, com opiniões e declarações expostas, tendo tanto potencial para promoção de debates, quanto meios de comunicação operados há tantos anos na sociedade. Desse modo, se considerarmos esta plataforma como uma nova contribuinte de formação de identidade, pode-se perceber de fato essa relação.

Os livros escolares e os museus, assim como os rituais cívicos e os discursos políticos, foram durante muito tempo os dispositivos com que se formulou a Identidade de cada nação (assim, com maiúscula) e se consagrou sua retórica narrativa. O rádio e o cinema contribuíram na primeira metade deste século com a organização dos relatos da identidade e do sentido de cidadania nas sociedades nacionais. (CANCLINI, 1997, p. 139).

Citando as análises de Carlos Monsiváis e Jesús Martín Barbero, Nestor García expõe que o rádio, através de seus programas, possibilitou que diversos grupos espalhados por regiões distintas de um país, pudessem se conectar e se reconhecer, fazendo com que se sintam parte de um todo. (CANCLINI, 1997). Portanto, se assim como o rádio, um meio de comunicação comum em várias gerações e espaços, o Twitter com seus *tweets* postados na plataforma, sejam narrando sua própria história, rotina cotidiana, declarações pessoais ou mesmo notícias, também podem se tornar relevantes enquanto questionamentos e

formações de opiniões na contemporaneidade, tudo isso facilitado por intermédio da internet e da globalização.

Assim como noutros tempos as identidades eram objeto de *encenação* em museus nacionais, na segunda metade do nosso século a transnacionalização econômica, e mesmo o caráter específico das últimas tecnologias da comunicação (desde a televisão até os satélites e as redes ópticas), colocam no papel principal as culturas - mundo exibidas como espetáculo multimídia. (CANCLINI, 1997, p. 144).

Em um momento recente, da discussão sobre identidades no *twitter* aqui no país, a penúltima edição do *reality show* Big Brother Brasil, teve sua parcela de motivação. O programa, que é literalmente um espetáculo multimídia, reúne pessoas com personalidades e vivências totalmente distintas, na concorrência por um prêmio milionário. Com extraordinários números de audiência, contratos publicitários e engajamento com o público nas redes sociais, é inegável como diálogos expostos e iniciados lá dentro, de uma casa vigiada por todo o Brasil e mundo, se reverberam através da internet.

Podemos pensar um caso de como para além da exibição na televisão, este debate existe no meio digital, é advindo da participante e vencedora da 21ª edição do BBB, Juliette. Os números de popularidade da paraibana foram inimagináveis e surpreendentes para uma até então anônima, e um dos principais assuntos associados a ela, foi a sua identidade nordestina, a qual foi uma posição que mais do que ela, seus admiradores também assumiram como protagonismo, sendo até investida como estratégia de comunicação aqui fora, pela equipe que administrava suas mídias sociais.

Figura 2 – TWEET DE @JULIETTE



Fonte: Captura de tela do Twitter.

No *tweet* acima (Figura 2), postado na conta oficial da participante enquanto ainda estava no programa, contém uma imagem com elementos que compunham a narrativa visual de sua identidade, no *reality* e fora dele. Além de maquiagens e um espelho, relacionado a sua profissão de maquiadora, lá estava um chapéu de couro, típico do cangaço nordestino e também talheres formando um triângulo, o instrumento característico numa banda de forró. Diante desses objetos que podem ser facilmente associados ao nordeste brasileiro, o cacto também era um deles, que para além da espécie botânica comum na região, também dá nome a sua incontável legião de fãs. O post teve milhares de curtidas na rede social, e claramente, diversos comentários de respostas (Figura 3), evidenciando como essa possível representação nordestina teve reconhecimento dentre outras pessoas.

Figura 3 – TWEET DE @TK_PST, @BIELCOMENTA E @LEANDROSAN1



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Esse momento, que aconteceu em uma das festas da edição, emocionou Juliette, que em seu discurso, numa dinâmica do programa, mencionou novamente como para ela, o chapéu de couro representava em sua identidade cultural, assim, um vídeo com milhares de visualização repercutido em mais um *post* (Figura 4), e novamente, acarretando em mais comentários e *retweets*.

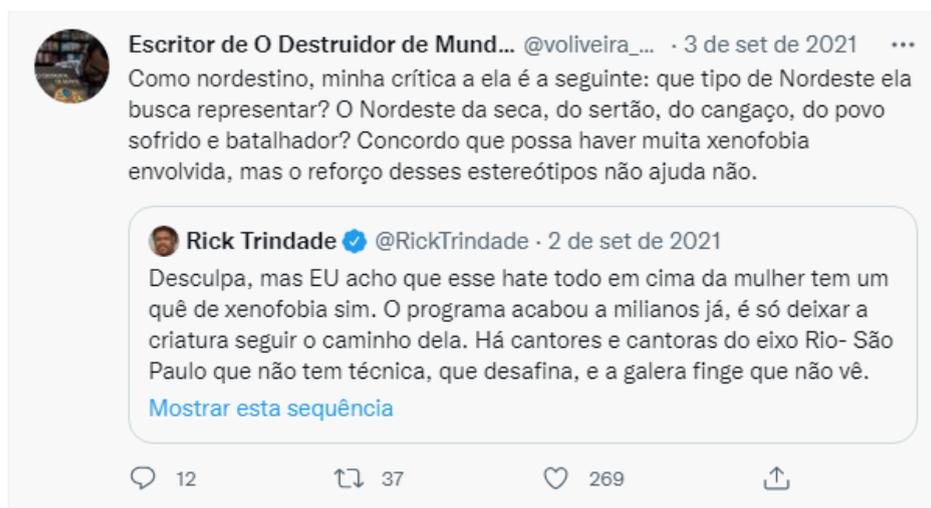
Figura 4 – TWEET DE @JULIETTE



Fonte: Captura de tela do Twitter.

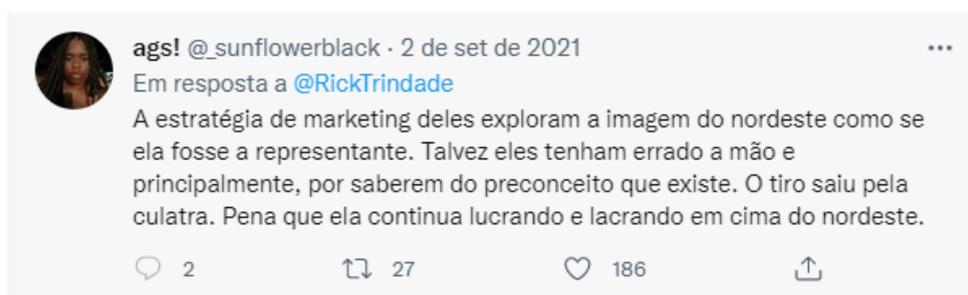
Continuando na mesma perspectiva deste recorte, tal representatividade levada por ela a um programa nacional, teve seus questionamentos (Figura 5). Após o encerramento do BBB 21, a então campeã iniciou uma carreira artística na música, o que levou em suas canções, uma extensão do que teria mostrado como centralidade da sua história, a “nordestinidade”. Mesmo depois desse período, esse assunto ainda permeava e rendia conversações no *twitter* (Figura 6), mostrando como a exposição dessas construções de narrativa, pautada às vezes de forma essencialista, algo que é muito mais que multiplo, resulta no debate generalizado de ambas compreensões.

Figura 5 – TWEET DE @VOLIVEIRA_95



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 6 – TWEET DE @_SUNFLOWERBLACK



Fonte: Captura de tela do Twitter.

A exemplificação desses contextos neste presente capítulo, não tem como finalidade a análise desses diálogos, mas sim, evidenciar que de fato, mesmo que diretamente ou não, o tema e as discussões sobre identidade na atualidade, está presente e até de forma incessante, no Twitter. Posteriormente, no capítulo 4, será apresentado o real objeto de estudo e o corpus de análise da pesquisa.

3.3 A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE NORDESTINA BRASILEIRA

O Nordeste brasileiro, região geográfica que ocupa parte do Brasil com seus nove estados, esteve por muito tempo em uma posição infundável de um não desenvolvimento, comparado a outras regiões do país. Essa percepção, de que o território nordestino não tenha se desenvolvido e acarretado em várias camadas de desigualdade, devido aos seus diversos fatores socioeconômicos e ambientais, marcou de forma generalizada a sua população, como indivíduos que necessitam de ajuda ou suporte. Esse discurso, permeado por gerações no restante do país, principalmente quando se trata de interesses políticos e econômicos, além de ignorar as pluralidades e aspectos culturais do local, ainda traz consequências atuais para as pessoas que aqui vivem.

Como Flávio José (2018) contextualiza em seu artigo “Nordeste: imagem real ou fabricada?”, a construção da imagem do que foi inicialmente considerado enquanto Nordeste, pode ter sido formada entre os séculos XVIII e XIX, após os declínios econômicos nas produções de açúcar e algodão na área. Motivados por essas crises, a elite nordestina da época, formada sobretudo por latifundiários e políticos, vê a chance de arrecadar fundos, centralizando a calamidade da seca como motivo de reivindicação, disfarçando o objetivo da manutenção de seus privilégios como preocupação social. “Mais tarde este discurso também seria adotado pela elite empresarial do Sul/Sudeste para promover a industrialização e as grandes obras que levariam ‘desenvolvimento’ para a ‘região problema do país’ e ‘todos’ saíam ganhando.” (SILVA, F. J. R., 2018, p. 583).

Nos estudos de Albuquerque Jr. (2011), já nos anos vinte, sobre “a invenção do Nordeste”, o autor aponta como alguns discursos regionalistas, baseados na intenção de uma posição de superioridade, a exemplo da imprensa do Sul e

Sudeste na década de vinte e quarenta, que em suas notas de viagens a alguns estados do país, numa “curiosidade nacionalista”, partia de um único ponto de referência, ocasionando contruções de identidade e definições do que seria o Nordeste e o nordestino, limitando as suas diferenças do espaço e seus costumes ao estranhamento, e assim, criando uma imagem homogênea da região. Ainda nesse período, Durval Muniz revela a necessidade da formação “discursiva nacional-popular”, que despertou uma “consciência regional generalizada”, dada como “difusa no espaço”, pois além de se relacionar a vastas existências individuais, se concentra essencialmente “à própria vida coletiva”. (ALBUQUERQUE JR., 2011). O autor conclui que no contexto da época, esses fatos demandaram aos homens, a exigência de ter uma nação, para que se reconheçam ao território, marcado a partir dos acontecimentos históricos ou fronteiras imaginadas socialmente, vindo à tona:

[...] a procura de signos, de símbolos, que preencham esta ideia de nação, que a tornem visível, que a traduzam para todo o povo. Diante da crescente pressão para se conhecer a nação, formá-la, integrá-la, os diversos discursos regionais chocam-se, na tentativa de fazer com que os costumes, as crenças, as relações sociais, as práticas sociais de cada região que se institui neste momento, pudessem representar o modelo a ser generalizado para o restante do país, o que significava a generalização de sua hegemonia. (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 61).

Iniciando aí a delimitação imagética e discursiva que daria materialidade a representação da região do Nordeste brasileiro, que perpetua até a contemporaneidade, desde coletâneas musicais, publicações literárias e peças teatrais, até as produções cinematográficas, “estas linguagens não apenas representam o real, mas instituem reais.” (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 34).

A escolha de elementos como o cangaço, o messianismo, o coronelismo, para temas definidores do Nordeste, se faz em meio a uma multiplicidade de outros fatos, que, no entanto, não são iluminados como matérias capazes de dar uma cara à região. A escolha, porém, não é aleatória. Ela é dirigida pelos interesses em jogo, tanto no interior da região que se forma, como na sua relação com outras regiões. (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 61).

A continuidade e persistência dessa narrativa, partindo de um emaranhado de figuras e signos, fidelizando uma “verdade” limitada sobre o território e a identidade nordestina, omite a diversidade cultural das pessoas advinda dessa

região, pois, para alguns, as suas histórias e práticas de vida, resultam apenas numa unidade significativa. Diante disso, nas décadas posteriores, estaria ainda mais claro, quais elementos ou personagens seriam classificados e associados integralmente ao Nordeste, em que, eventualmente, foram pouco a pouco fortalecidos a partir de tantas linguagens artísticas.

As composições musicais de Luiz Gonzaga e as obras de Graciliano Ramos, são alguns dos exemplos possíveis, que se fez pensar a vida nordestina, em narrações sobre a dualidade entre a seca e a chuva, caracterizando o sertão, a caatinga, ou a rotina ensolarada dos sertanejos, em meio a fome, os cactos e os animais. Esses assuntos, somados a outros, também foram facilmente retratados em produções audiovisuais para além dos filmes de cinema. As populares novelas e minisséries da TV Globo focadas nessa localidade, como *Cordel Encantado* (2011) ou então a mais recente *Mar do Sertão* (2022), exibem seus clichês que se fazem presentes o coronelismo, o fanatismo religioso e a pobreza econômica, que se torna um dos principais motivos da migração dessas pessoas para as “cidades grandes” do país, em busca de melhores condições de trabalhos ou vivência.

O que podemos encontrar de comum entre todos os discursos, vozes e imagens que acabamos de arrolar, é a estratégia da estereotipização. O discurso da estereotipia é um discurso assertivo, repetitivo, é uma fala arrogante, uma linguagem que leva à estabilidade acrítica, é fruto de uma voz segura e autossuficiente que se arroga o direito de dizer o que é o outro em poucas palavras. O estereótipo nasce de uma caracterização grosseira e indiscriminada do grupo estranho, em que as multiplicidades e as diferenças individuais são apagadas, em nome de semelhanças superficiais do grupo. (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 30).

O discurso-imagético da representação do Nordeste brasileiro, construído há tantos anos na nossa sociedade, formou ideais pressupostos do que e como são formados os habitantes dessa região. Por influência disso, é possível ver na prática, como tantos desses estereótipos são sólidos e ainda se mantêm na atualidade, sendo reverberados em distintas camadas sociais. O ponto chave da problemática, não é a exposição de suas histórias e aspectos que realmente formam esse território e as diversas gerações de indivíduos, mas sim, tratar essas características como centralidade, como únicas e não mutáveis ao longo dos anos, resultando numa perspectiva totalmente essencialista, fato que o Nordeste não é, perante a pluralidade ambiental, geográfica, cultural e populacional. Desse modo, é crucial o reconhecimento desses preconceitos, partindo para um ressignificação das diversas

perspectivas de formação da identidade nordestina, e não apenas, discursar delas baseadas na experiência de um “olhar estrangeiro” e uma pseudo legitimidade, na qual adentram influências de relações de poder e posições de formação do conhecimento.

4. ANÁLISE DE DISCURSOS NO TWITTER

Na intenção de interpretar e compreender as amostragens em estudo, a pesquisa tem como foco uma abordagem qualitativa, pois, segundo Godoy (1995), esta abordagem possibilita que um fenômeno possa ser melhor compreendido no contexto em que o ocorre e do qual faz parte, desse modo, o analisando de forma integrada. Por consequência, diversos tipos de dados serão coletados e analisados para entender a dinâmica do fato, “[...] o pesquisador vai a campo buscando ‘captar’ o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes.” (GODOY, 1995, p. 21).

Delimitando a pesquisa quanto aos objetivos, o estudo também se classifica como uma pesquisa exploratória, em que, também se envolve levantamentos bibliográficos e análises de exemplos, utilizando como base na construção de hipóteses. “As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.” (GIL, 2008, p. 27).

Quanto aos procedimentos, além de uma pesquisa bibliográfica, desenvolvida a partir de livros, artigos científicos e outros trabalhos acadêmicos, a fim de obter um amplo conhecimento teórico das temáticas abordadas, o trabalho de pesquisa terá como metodologia a Análise do Discurso, a qual, “visa à compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos”. (ORLANDI, 2007, p. 26 apud MALTA et al., 2018, p. 72). Este processo metodológico será melhor detalhado no tópico 4.2.

4.1 CAPA VEJA: SÃO PAULO CAPITAL DO NORDESTE

Na semana do aniversário da cidade de São Paulo em 2021, a Veja SP, uma revista com grande alcance nacional, pertencente ao Grupo Abril, publicou uma edição especial, que gerou diversas discussões acerca do recorte temático escolhido para a comemoração desta data. A publicação (Figura 7) de aniversário,

intituiu a cidade como “A capital do nordeste”, juntamente do subtítulo “Os novos migrantes que reinventam o design, a gastronomia, as startups e outras atividades da metrópole, que completa 467 anos.” Embora que a matéria dos colunistas tenha tido um propósito de expor algumas das perspectivas trabalhistas atuais e de tentar ressignificar a questão da migração de nordestinos para o sudeste, a capa que estampa a fotografia de seis nordestinos, considerados destaques em suas áreas de atuação profissional na capital paulista, não obteve uma recepção positiva.

Figura 7 – CAPA VEJA SÃO PAULO



Fonte: Site oficial da revista.

Com a divulgação da capa do periódico na própria conta oficial da Veja, no *twitter* (Figura 8), o post teve tamanha repercussão, que segundo o jornal Diário do Nordeste, o “Nordeste” foi parar nos *trending topics*, a seção dos assuntos mais comentados do dia na rede social, que além das críticas dos internautas, até os

perfis oficiais de algumas prefeituras de capitais nordestinas, entraram em cena para contestar essa nomeação (Figura 9 e 10).

Portanto, a partir desses fatos, a capa da Veja SP se torna o objeto de estudo da pesquisa, segmentando o corpus da análise, que terá como base comentários que mencionam essa edição da revista, como será exposto no próximo capítulo.

Figura 8 – TWEET DE @VEJASP



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 9 – TWEET DE @PREFSALVADOR



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 10 – TWEET DE @PREFEITURAPMF



Fonte: Captura de tela do Twitter.

4.2 LEVANTAMENTO DE DADOS DA REPERCUSSÃO DA CAPA DA REVISTA NO TWITTER

A análise de dados se baseará numa adaptação do protocolo proposto por Katarini Miguel (2014), que tem como alicerce o *Ethos*, definido como “Consciência atuante de um grupo social. Lugar de interpretações simbólicas. Instância de regulação das identidades individuais e coletivas. Maneira ou jeito de agir, de falar [...]” (MIGUEL, 2014, p. 23). O *ethos* está relacionado a quem emite a mensagem e a percepção de como o outro o vê, integrando o discurso e o contexto, numa perspectiva verbal e não verbal. Diante disso, o procedimento metodológico se justifica no objetivo de observar a construção desses discursos por meio deste protocolo:

[...] que busca, por meio da observação e descrição dos componentes textuais – léxico, argumentos e fatores de destaque –, revelar a forma de narrar, os aspectos ideológicos do discurso, bem como os mecanismos que tangem a materialidade do discurso propriamente dito. Paralelamente, o procedimento abarca o alcance, a propagação da mensagem, a análise da ubiquidade desse discurso, se está presente ou não em diversas plataformas, mensurando assim a dimensão desses fatores contextuais. (MALTA et al., 2018, p. 72).

O protocolo adaptado apresentado por Malta e Santos (2017) guiará a análise do estudo, tal modelo é composto por três categorias principais: Análise do texto linguístico, Componentes externos ao texto e o Contexto.

A primeira etapa consiste numa observação a partir dos indícios textuais e abarca três passos. Primeiramente, a compreensão dos itens lexicais que apresentam destaque na composição da mensagem, pois o vocabulário, as locuções e as expressões são o alicerce da estruturação de um discurso. O segundo passo atribui-se ao encadeamento das técnicas argumentativas, se atentando ao uso das figuras de linguagem, o fenômeno da ironia, as marcas de pontuação, e até a ordenação dos argumentos, de modo que se conheça o *ethos*. Por fim, o terceiro passo se refere a destacabilidade, “explicitando tendências do discurso, em que textos posicionados, como título, intertítulo, olho, legenda, devem

ser compreendidos como intencionais e de grande relevância.” (MALTA; SANTOS, 2017, p. 452).

A segunda etapa de análise, refere-se a interpretação dos elementos externos ao texto linguístico, analisando elementos que são complementares ao texto, como imagens e vídeos. Já a terceira e última etapa, se atenta ao contexto no qual o objeto de análise está inserido, assim como, se foi ou de que forma foi repercutido no espaço virtual (MALTA; SANTOS, 2017). A seguir, no Quadro 1, está exposto de forma sistematizada o procedimento inicialmente admitido para a análise do *corpus*.

Quadro 1 – Protocolo de Análise

- 1. Análise do texto linguístico**
- 1.1 Itens lexicais de destaque
- 1.2 Técnicas de argumentação identificadas
- 1.3 Elementos de destacabilidade
- 2. Componentes externos ao texto**
- 2.1 Fotos/desenhos/imagens
- 2.2 Vídeos
- 2.3 Cores/cena predominante
- 3. Repercussão - contexto**
- 3.1 Conteúdo presente nas redes sociais?
- 3.2 Repercutiu em outros meios de comunicação?

Fonte: Malta e Santos, 2017.

Para coletar os *tweets* que vão compor a análise, foi utilizada a ferramenta de busca avançada da própria plataforma, em um recorte temporal de um dia, iniciando em 22 de janeiro de 2021, quando a capa da revista foi divulgada no Twitter, até 23 de janeiro do mesmo ano, acarretando o período em que o “Nordeste” tenha se mantido como um dos assuntos mais comentados da rede social. Limitando esse período e segmentando os *tweets* que contêm as palavras chaves “São Paulo - capital - do - Nordeste”, e que, em seu engajamento possuem ao menos 1 curtida, 1 comentário e 1 *retweet*, foram encontrados nessa busca o total de 42 *tweets*. Sendo assim, este levantamento possibilita identificar os *tweets* relacionados ao objeto de estudo, e a partir da análise destes discursos, observar possíveis disputas discursivas presentes nesse ciberespaço.

Partindo do resultado da coleta (ANEXO B), foi observado que em alguns posts, os discursos são sintetizados em textos muito curtos, caracterizado pela própria dinâmica da rede social, então, foi necessário estabelecer como critério de

seleção, a identificação de quais *tweets* constroem um argumento mínimo, para que assim, a análise seja realmente constituída por discursos que possuam perspectivas potenciais de debates. Considerando isso, o *corpus* foi refinado, resultando em 9 *tweets* (ANEXO A). Quanto ao procedimento proposto anteriormente, também foi necessário um refinamento (Quadro 2), alterando a categoria 2.3 para as curtidas, *retweets* e comentários da publicação, se atentando a elas como também parte dos elementos externos ao texto, e simplificando a categoria 3, levando em consideração o contexto de cada *post* sem as possíveis repercussões externas, fundamentando-se que o próprio conteúdo levantado já está presente numa rede social e são advindos de um mesmo episódio central. Porém, uma resolução verossímil desta seção, são alguns dos *tweets* das prefeituras nordestinas expostos no tópico anterior, que embora não façam parte do *corpus* de análise por não se categorizam nos códigos de busca, obtiveram repercussão em outros canais de comunicação como matérias nos portais jornalísticos Correio Braziliense, Diário do Nordeste, O Povo e sites de notícias como o Hugo Gloss no UOL.

Quadro 2 – Protocolo de Análise

- 1. Análise do texto linguístico**
- 1.1 Itens lexicais de destaque
- 1.2 Técnicas de argumentação identificadas
- 1.3 Elementos de destacabilidade
- 2. Componentes externos ao texto**
- 2.1 Fotos/desenhos/imagens
- 2.2 Vídeos
- 2.3 Curtidas, *retweets* e comentários
- 3. Contexto**

Fonte: Adaptação nossa.

4.3 ANÁLISE DO TEXTO LINGUÍSTICO

4.3.1 ITENS LEXICAIS DE DESTAQUE

Na Figura 11 (ANEXO A), o uso da palavra “raiva” na primeira frase, expõe na mensagem um sentimento revoltante e agressivo ao se deparar com algo que

claramente discorda. Seguindo seus argumentos, a autora escolhe “preconceito, xingamento e desmerecimento”, vocábulos que também carregam atitudes opressoras em seus significados e ações, para fazer alusão como possivelmente pessoas daquele recorte geográfico a tratam junto à sua atividade profissional, simplesmente por pertencer a outra região.

Os substantivos “Salvador, Recife, Natal, São Luís, Teresina, Fortaleza, Maceió, Aracaju e João Pessoa”, foram utilizados na Figura 12 (ANEXO A) para caracterizar as capitais pertencentes à região nordestina. Na frase seguinte, a preposição “segundo”, referencia a informação de que para a revista, a capital do Nordeste seja São Paulo e não as citadas anteriormente. Outros itens lexicais também apresentam destaque na formação do discurso, como os termos “centralização” e “poder”, expressado pelo emissor da mensagem em como a região Sudeste do país detém inúmeras perspectivas de formações de poder.

Se atentando a Figura 13 (ANEXO A), o substantivo “raiva” foi usado assim como na Figura 11 (ANEXO A), demonstrando uma sensação de irritação ao fato exposto. No decorrer do discurso, os vocábulos “ridículo” e “ofensivo”, que representam algo grosseiro, insensato, desagradável ou até mesmo agressivo, estabelecem relação com a nomeação de São Paulo como capital do Nordeste, tendo a convicção do seu ponto de vista reforçada com o termo “terrível”, referenciando essa “homenagem” enquanto uma qualidade detestável e que aborrece.

O *tweet* da Figura 14 (ANEXO A), com a sua opinião mencionando a conta da Veja SP, utiliza a flexão verbal “anuncia”, para evidenciar como para a autora, a edição da revista comunicou publicamente a capital paulistana enquanto parte do Nordeste. Sendo assim, a caracterizando com os adjetivos “bizarro e agressivo”, sendo entendidos como arrogante, provocador ou hostil, pois para ela, essa “autonomeação” não faz sentido, levando em consideração que a cidade não pertence ao território da região e também devido ao tratamento dado aos nordestinos, o definindo como “cruel”, que remete ao doloroso e rigoroso.

Observando a mensagem da Figura 15 (ANEXO A), os primeiros itens lexicais de destaque foram os vocábulos “lógica”, que representa um raciocínio ou método de pensar, e “permanece”, algo que se conserva e persiste no mesmo estado, desse modo, evidencia que existe um pensamento comum em um grupo de pessoas que continua com os mesmos ideais já ultrapassados. O substantivo

“ignorância”, definido como falta de conhecimento, somado ao outro substantivo “estereótipo”, que são concepções baseadas em ideias preconcebidas, também foram primordiais na compreensão do posicionamento crítico do discurso.

Fazendo o uso da flexão verbal “reivindicarmos” no discurso da Figura 16 (ANEXO A), a autora indica uma reação sobre a então nomeação de São Paulo enquanto capital do Nordeste. A palavra que é uma variação do verbo reivindicar, significa o esforço demandado na recuperação de algo, ou também, exigir aquilo que se tem direito. Ao decorrer do *tweet*, outras palavras apresentam destaque, como “maltratados”, expressado como algo tratado com brutalidade, “xingados”, pessoas agredidas por insultos, e “humilhados”, o indivíduo que foi alvo de humilhação. Todas essas no plural e em referência ao tratamento dessa cidade paulista, com os nordestinos inseridos no mercado de trabalho da região.

Na Figura 17 (ANEXO A), a capa da revista é definida com o adjetivo “absurda”, entendido como algo irracional, sem bom senso e que não faz sentido. Alguns vocábulos foram usados para justificar esse argumento, um deles é o verbo “transforma”, citando que essa edição da Veja, reduziu o Nordeste a uma cidade que nem sequer faz parte da região. Já com uma locução de forma coloquial “fora que”, indicando mais uma justificativa, a mensagem se reforça com o substantivo “xenofobia”, que é uma forma de preconceito e discriminação social, a pessoas ou coisas de diferentes origens territoriais e culturais.

Analisando o *post* da Figura 18 (ANEXO A), é possível identificar como alguns itens lexicais revelam a intenção do discurso. A expressão popular “uma ova”, que exprime uma negação, uma coisa mentirosa e infundada, foi empregada para mencionar o título da edição da revista, como também o adjetivo “picareta”, reafirmando a compreensão de que foi algo desonesto. Outra expressão popular se faz presente, “Era só o que faltava!” dá ênfase ao pensamento exposto e demonstra surpresa negativa.

Partindo para a Figura 19 (ANEXO A), a expressão “se doer de graça”, refere se que toda a discussão levantada e problematizada não é em vão, que realmente gera incômodos e queixas. Esse apontamento é justificado com a palavra “explora”, flexão do verbo “explorar” no sentido de tirar proveito de forma abusiva e injusta, juntamente do substantivo “décadas”, afirmando que o fato ocorre por um período temporal longo e consecutivo. Por fim, a expressão popular “O buraco é bem mais embaixo”, encerra o discurso esclarecendo que a situação é bem diferente do que

se pode concluir superficialmente, pois, há uma complexidade maior do que aparenta.

4.3.2 TÉCNICAS DE ARGUMENTAÇÃO IDENTIFICADAS

O texto da Figura 11 (ANEXO A), se constrói como um depoimento de vivência da autora a partir da observação ao título da capa, se iniciando em “a cada segundo que eu olho” e logo depois com a expressão “é por isso que eu falo mal”, ela afirma a consequência do seu discurso de reprovação. Com as marcas de pontuações claras e objetivas, a ordenação dos argumentos se dá com a exposição do fato, seu ponto de vista relacionado a sua história e finaliza com o questionamento “os caras vêm dizer que são a capital?”, a qual ela mesmo responde com a expressão “me respeita”, evidenciando como se sente com a associação do seu lugar de origem a outro que a desrespeita e invalida.

Com o uso do sinal dois pontos, o discurso na Figura 12 (ANEXO A), indica nas primeiras duas frases uma definição sobre cada enunciado, explicando quais capitais formam o Nordeste e qual a cidade foi escolhida para representar a região de acordo com a Veja. A expressão “não é a primeira vez”, deixa claro em como esses casos já aconteceram e ainda costumam ter certa frequência. Encerrando seu texto com “vide república café com leite”, o autor argumenta sua opinião com um fato histórico do Brasil, época em que o poder nacional se concentrava nas oligarquias de São Paulo e Minas Gerais, relacionando que parte desse quadro político ainda permanece.

Foi identificado na Figura 13 (ANEXO A), uma certa predominância do fenômeno da ironia desde o início do texto. A frase “raiva do dia passada com sucesso”, comum na linguagem da internet, mesmo expressada por um sentimento de fúria e ira, remete de forma irônica que diariamente alguma situação vai fazer com que você se sinta irritado, mas, provavelmente lidará de forma descontraída. O mesmo ocorre com o trecho “sério, se as pessoas parassem pra pensar por 2 minutinhos que fossem”, demonstrando que basta apenas uma reflexão simples e rápida, para compreender diversas perspectivas lógicas, evitando possíveis descontentamentos alheios. As expressões “me poupe, peloamordedeus”, muito

usadas para demonstrar insatisfação, desconfiança ou impaciência, fecha de forma sarcástica o texto.

Além das marcas de pontuação bem objetivas como o ponto final e vírgulas acentuadas, o discurso da Figura 14 (ANEXO A) fez o uso das aspas para destacar a classificação dada a cidade de São Paulo, podendo ser entendida como uma entonação irônica e desacreditada ao título. Observando o encadeamento argumentativo, a autora conclui que de forma abrangente, as pessoas nascidas e vividas nesse espaço, contém um ego e sentindo de dominância em relação a outras localidades nacionais, como explicitado em “os paulistanos acham que o Brasil começa e termina em SP”. Outro apontamento importante no texto, é a citação “uma cidade historicamente tão cruel com os nordestinos”, em que o argumento se concentra em antecedentes históricos envolvendo os indivíduos das regiões.

Iniciando o texto com uma pergunta, a mensagem da Figura 15 (ANEXO A) encadeia seus argumentos em afirmações, como na frase “a lógica colonialista permanece”, apontando que para a revista *Veja*, ainda faz sentido uma prática de dominância territorial, política, econômica e cultural sobre outra formação social, podendo ser entendida como um resquício do Brasil colônia. Com isso, o autor sugere que a permanência dessa prática é por falta de compreensão ou ainda por preferência, esclarecida no trecho “ou prefere se manter na ignorância”, destacada no texto por meio do uso de travessões. A também afirmação “o Nordeste é muito maior do que qualquer estereótipo dado por uma capa de revista”, culmina sua argumentação deixando claro seu descontentamento e a existência da pluralidade da região, longe de ser representada em sua totalidade pela capa.

O *tweet* exposto na Figura 16 (ANEXO A), tem seus argumentos caracterizados por constatações e questionamentos. No trecho inicial, com o uso estendido de interrogações, transparecendo uma indignação até irônica, a autora cita “chegou a hora de reivindicarmos nosso dinheiro de volta, não???” referenciando que já que São Paulo é a capital do Nordeste, os nordestinos têm o direito de requerer economicamente de forma justa, todo o esforço e força de trabalho que foi dado à cidade. Ela justifica essa ação com a expressão “trabalham como condenados”, resultando em outra expressão popular “ganham uma mixaria”, sendo compreendido que a jornada deste trabalho é árdua, como uma condenação de algo, uma obrigação por culpa, e que mesmo assim, não tem um retorno

financeiro significativo, sendo uma quantia muito pequena de dinheiro. Novamente, apresentando o uso de mais de um sinal de interrogação em uma pergunta, a sequência de argumentos se encerra com “então vamos dividir esse quinhão???”, sugerindo a repartição de um todo que São Paulo possivelmente detém.

A argumentação do post da Figura 17 (ANEXO A), se dá a partir de conclusões sobre a capa, e já com o uso do sinal de dois pontos na primeira frase, estabelece uma relação com o enunciado e expõe o título da revista. Diante da expressão “ela é absurda em inúmeros pontos”, vários fatos e apontamentos foram expostos, explicitando o descontentamento dessa titulação. No trecho “transforma o Nordeste em um estado cuja capital não é no Nordeste”, deixa claro como não faz sentido que uma cidade fora do território receba essa nomeação, e ainda completa seus argumentos com “fora que esquece a xenofobia que o nordestino sofre nessa cidade, como no Sudeste e Sul como um todo”, constatando a discriminação social nessa parte do país. O *tweet* é finalizado com reticências junto ao sinal de mais, que quando usado nessa plataforma, indica que não existe mais caracteres disponíveis e há uma continuação do texto nos comentários, resultando na criação de uma *thread*, um fio de várias publicações seguidas contando a mesma história ou linha de pensamento.

Observando a Figura 18 (ANEXO A), os argumentos empregados ao uso de aspas e exclamações, explicitam claramente repulsa a revista e seus ideais, aparentando também uma combinação com a ironia. A ordenação argumentativa se fundamenta em supostas intenções da edição da publicação e os conteúdos ideológicos que a pertencem, como na indagação “A ‘revistafake’ picareta por acaso está tentando cativar os nordestinos, já fazendo campanha pro ‘bolsodoria’?”, relacionando a influência do periódico às questões políticas e partidárias da cidade de São Paulo. A premissa continua com “Passa fora! Tucano aqui não se cria.”, referenciando candidatos políticos de um partido apresentado como “centro-direita”, e que possivelmente não se desenvolvem na região do Nordeste.

O discurso da Figura 19 (ANEXO A), com a afirmação “Dizerem que NY é capital do Brasil tbm n é certo”, estabelece em seu argumento, a invalidez de considerarem esse título à metrópole estadunidense devido a forte presença de brasileiros na cidade, e assim, também reafirma esse ponto de vista com a relação São Paulo - Nordeste. Já com a frase “N é se doer de graça quando a região dita

como capital explora a outra há décadas", manifesta uma posição de reação e alega que há motivações para a discussão.

4.3.3 ELEMENTOS DE DESTACABILIDADE

Na Figura 11 (ANEXO A), Figura 14 (ANEXO A), Figura 17 (ANEXO A), Figura 18 (ANEXO A) e Figura 19 (ANEXO A), não foi possível identificar elementos de destacabilidade além dos próprios itens lexicais e técnicas argumentativas já expostas anteriormente. Já na Figura 12 (ANEXO A), os componentes estão mais nítidos, como o posicionamento das frases, contendo dois enunciados espaçados um do outro, compreendidos até como título e intertítulo, dando destaque para a conclusão da crítica. Assim também acontece na Figura 13 (ANEXO A), onde a primeira frase é posicionada como um título, seguido ainda de um emoji com símbolo de verificado ou visto, o qual remete a uma marcação de tarefa cumprida em um *checklist*.

O posicionamento do texto da Figura 15 (ANEXO A) é simples, onde está explicitado um questionamento como forma de título, o qual faz referência ao destaque da capa, e a partir disso, é dado o seguimento dos argumentos. A Figura 16 (ANEXO A) também apresenta as mesmas características, porém, o espaçamento do texto é curto, apenas dando continuidade para um novo parágrafo de discussão.

4.4 COMPONENTES EXTERNOS AO TEXTO

Observando a Figura 11 (ANEXO A), além da foto de perfil da autora do *post*, os únicos componentes constatados foram as curtidas, os *retweets* e os comentários, embarcando 2.298, 214 e 69 respectivamente. As figuras seguintes também mantêm as mesmas especificações, sendo o *tweet* da Figura 14 (ANEXO A) consistindo em 551 curtidas, 95 *retweets* e 8 comentários, o da Figura 16 (ANEXO A) com 26 curtidas, 4 *retweets* e 2 comentários, a Figura 17 (ANEXO A)

com 9 curtidas, 2 *retweets* e 2 comentários, Figura 18 (ANEXO A) 15 curtidas, 3 *retweets* e 1 comentário, e por último, a Figura 19 (ANEXO A) contendo 25 curtidas, 1 *retweet* e 1 comentário. Essas ações contabilizadas em números carregam significâncias, as curtidas são usadas como uma demonstração de que gostou do conteúdo, o *retweet* utilizado como forma de compartilhar essa mensagem para outras contas da rede, com a possibilidade de adicionar comentários e mídias, e os comentários, que são os maiores indicativos de que uma conversa está se formando, podendo ser iniciada com uma simples resposta ao *tweet*. Conseqüentemente, quanto maiores forem esses números, maior será o alcance desses discursos.

Partindo para a Figura 12 (ANEXO A), que acumula 1.553 curtidas, 372 *retweets* e 23 comentários, além das especificações citadas nas figuras anteriores, uma imagem complementa o texto, que é a capa da revista. Essa característica se repete na Figura 15 (ANEXO A), que contém 152 curtidas, 37 *retweets* e 4 comentários, como também na Figura 13 (ANEXO A), com suas relevantes 301 curtidas, 48 *retweets* e 17 comentários, porém, aqui a imagem é advinda por meio de outro post, o configurando como um *retweet*.

A imagem da capa, que consideramos enquanto um componente externo ao texto, é composta por cinco pessoas posicionadas de forma harmônica demonstrando felicidade e determinação, são duas mulheres ao centro e quatro homens em volta. O cenário é predominante alaranjado, o chão é de madeira com algumas plantas dispersas ao fundo e uma centralizada, aparentemente todas são espécies de cactos. Diante disso, é perceptível como esses simbolismos na cena, indicam para um Nordeste reforçado como a região do sertão, da seca e de uma resistência às transformações socioambientais.

4.5 CONTEXTO

Compreendendo o encadeamento das discussões, esta seção pretende observar o contexto de cada *tweet* na rede social, que, embora todos os conteúdos sejam advindos de um mesmo episódio, as características da plataforma possibilitam que a discussão ocorra de várias formas.

O *post* da Figura 11 (ANEXO A), da Figura 12 (ANEXO A), Figura 15 (ANEXO A), Figura 16 (ANEXO A) e Figura 17 (ANEXO A), são *tweets* que foram postados inicialmente do próprio perfil, ou seja, não são *retweets* ou comentários. Esse aspecto também permanece na Figura 14 (ANEXO A), porém, a conta oficial da Veja SP é mencionada no texto. Já a Figura 13 (ANEXO A) é um *retweet*, isto é, uma republicação de outro *tweet* em forma de resposta. Por último, o discurso da Figura 18 (ANEXO A), que é um comentário na postagem da Veja anunciando a edição comemorativa do aniversário da cidade, e a Figura 19 (ANEXO A), outro comentário, mas em uma discussão extensa, inicialmente formada sobre os estados da região do Nordeste, a escolha do título da revista e ainda a citação de uma cidade estrangeira como capital, mas dessa vez, do Brasil.

CONCLUSÃO

As observações e as análises por meio de uma perspectiva não essencialista, considerando as transformações constantes diante os conceitos estabelecidos pelos estudos culturais, proporcionou entender como os debates estão dispostos neste meio digital contemporâneo, contribuindo nas discussões de reformulação identitária, como também na geração de disputas em meio às comunidades virtuais.

Compreendendo os mecanismos da plataforma, as possibilidades de interação e por meio de uma metodologia que exponha como se constrói o discurso nos sentidos empregados na emissão e percepção da mensagem, foi possível estabelecer um recorte compreensível diante do objeto de estudo, constatando como essas discussões ocorrem e estão presentes na rede social. A ferramenta de busca da própria plataforma foi essencial na localização desses debates, viabilizando que a estruturação do *corpus* atendesse o protocolo de análise, e que, mesmo a rede apresentando uma pequena limitação quanto a condição em dispor de um número baixo de caracteres nas postagens, formando discursos em textos curtos, a análise conseguiu apresentar como o vocabulário e outros elementos, caracterizam os argumentos e apresentam destaques na formação da opinião.

As disputas discursivas em torno da identidade cultural e a representação da regionalidade nordestina brasileira, foram estabelecidas entre a própria capa e os indivíduos presentes na rede, os “tuiteiros”. Portanto, os discursos dos *tweets*, os quais deixam claro um posicionamento crítico à edição da revista, não são necessariamente apenas repercussão ou contexto do fato, mas sim, parte dessa disputa. Essas menções à revista, que foram centrais no resultado do levantamento de dados, identificaram como a concepção da capa, imagética e textual, foi central na constituição da mensagem. Tais discursos vão em contrapartida à premissa do título da edição e as críticas se baseiam no mesmo propósito, de questionar e expor seus incômodos, em busca de retomar o poder sobre sua região e identidade. Um ponto importante a ser destacado, se diz respeito ao poder narrativo da Revista Veja, em que, as histórias estabelecidas em suas inúmeras tiragens, resultam em credibilidade por meio da grande força de circulação, mas, que não hesita o fato de gerar reações.

Por todos esses aspectos, o trabalho conclui que o Twitter, mesmo que não seja democrático em sua completude, se tornou uma ferramenta de comunicação que possibilita a construção dessas disputas, assim como o conceito da liberação do pólo de emissão na cibercultura de André Lemos, no qual, o indivíduo antes submetido apenas numa posição de receptor da mensagem, agora também se torna um emissor, podendo expor seus ideais no ciberespaço, onde até então eram controlados pelos meios de comunicação de massa, desse modo, tornando possível a pluralidade de produção de informações nesses debates e espaços. Quanto a identidade, os discursos formam a mobilização de um grupo em comum, no embate a uma abordagem de relação de poder, que permanece produzindo significados de um protagonismo que não o pertence, então, os questionamentos reorganizam os processos de identificação e formam indivíduos com uma identidade continuamente mutável.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A invenção do nordeste e outras artes**. Prefácio de Margareth Rago. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

ALVES, Maíra. Veja elege SP como 'capital do Nordeste' e capitais nordestinas se manifestam. **Correio Braziliense**, Brasília, 22 jan. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/01/4902074-veja-elege-sp-como-capital-do-nordeste-e-capitais-nordestinas-se-manifestam.html>. Acesso em: 10 dez. 2021.

BATISTA, Antoyles. 15 anos de Twitter: confira a história da rede social do passarinho azul. **O POVO**, Fortaleza, 20 mar. 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/tecnologia/2021/03/20/15-anos-de-twitter--confira-a-historia-da-rede-social-do-passarinho-azul.html>. Acesso em: 04 nov. 2021.

BRAGA, Thadeu. Revista elege São Paulo como capital do Nordeste e prefeituras nordestinas reagem. **O POVO**, Fortaleza, 22 jan. 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/brasil/2021/01/22/revista-elege-sao-paulo-como-capital-do-nordeste-e-prefeituras-reagem.html>. Acesso em: 20 ago. 2022.

BUDEJO: A invenção do nordeste, com Durval Muniz. [Locução de]: Luan Alencar e Carol Aninha. Entrevistado: Durval Muniz de Albuquerque Jr. Ceará: Central3 Podcasts, 03 dez. 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://anchor.fm/budejopodcast/episodes/69--A-Inveno-do-Nordeste--com-Durval-Muniz-en9jss>. Acesso em: 19 mai. 2022.

CAMARGO, Raquel Graciele. **A interação enquanto característica comum entre Blogs e Twitter**. 2008. Monografia (Bacharel em Jornalismo) - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas (FACISA), Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, 2008.

CANCLINI, Néstor García. As identidades como espetáculo multimídia. *In*: CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. cap. 5, p. 139-153.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed., São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: Tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n.3, p. 20-29, 1995. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>. Acesso em: 02 dez. 2021.

GOULART, E. E.; RAMOS, R.; CRUZ L. O que falam sobre nós: um estudo de postagens no Twitter. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 14, jan./jun. de 2012. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/838>. Acesso em: 09 abr. 2022.

GUEDES, V. M. A contribuição de Stuart Hall e de Néstor García Canclini para os estudos da identidade cultural contemporânea. **Revista Temática**, Paraíba, v. 9, n.

2, 2013. Disponível em:

<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/21944>. Acesso em: 21 nov. 2021.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro, 11. ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LORENÇATO, Arnaldo; CARVALHO, Pedro. A nova força nordestina: os migrantes do século 21 que transformam São Paulo. **VEJA São Paulo**, São Paulo, 21 jan. 2021. Disponível em:

<https://vejasp.abril.com.br/cidades/capa-migrantes-nordestinos-sao-paulo/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

MALTA, R. B. et al. Hip Hop como resistência e espaço de opressão nas relações de gênero: uma análise do discurso de Vacilão e Trepadeira. **Revista Extraprensa**, v. 12, n. 1, p. 66-81, 2018. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/120296>. Acesso em: 06 dez. 2021.

MALTA, Renata Barreto; SANTOS, Suyene Correia. Bela, recatada e 'do lar': Uma análise do discurso da matéria que pautou o debate de gênero nas Redes Sociais. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, Bahia, v. 15, n. 2, p. 446-462, 2017. Disponível em:

<https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/17800>. Acesso em: 06 dez. 2021.

MIGUEL, Katarini. **Pensar a cibercultura ambientalista**: comunicação, mobilização e as estratégias discursivas do Greenpeace Brasil. 2014. 267 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2014.

NORDESTE vira assunto mais comentado no Twitter após capa de revista por aniversário de SP. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 22 jan. 2021. Disponível em:

<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ultima-hora/tecnologia/nordeste-vira-assunto-mais-comentado-no-twitter-apos-capa-de-revista-por-aniversario-de-sp-entenda-1.3037070>. Acesso em: 10 dez. 2021.

PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C. Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no Twitter. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 5, art. 2, pp. 627-647, set./out. 2017. Disponível em:

<https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2017160163>. Acesso em: 09 abr. 2022.

PINTO, Vitória Croda. **“Brasil não pode virar uma Venezuela”**: Tensões e disputas em torno da migração venezuelana para o Brasil no Twitter. 2021. Monografia (Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021.

PRIMO, Alê. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 16, p. 43-59, dez. 2008. Disponível em:

<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1912/1174>. Acesso em: 17 nov. 2021.

PRIMO, Alê. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, Cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RELAÇÕES na internet: será que é preciso mesmo ter opinião sobre tudo? **G1: Bem Viver em Minas**, Minas Gerais, 11 fev. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/especial-publicitario/bem-viver-em-minas/noticia/2021/02/11/relacoes-na-internet-sera-que-e-preciso-mesmo-ter-opiniao-sobre-tudo.ghtml>. Acesso em: 05 nov. 2021.

ROCHA, Lucas. Após capa absurda da Veja SP, prefeituras nordestinas reagem da MELHOR forma e viralizam na web. **Hugo Gloss UOL**, São Paulo, 23 jan. 2021. Disponível em: <https://hugogloss.uol.com.br/buzz/apos-capa-absurda-da-veja-sp-prefeituras-nordestinas-reagem-da-melhor-forma-e-viralizam-na-web-confira/>. Acesso em: 20 ago. 2022.

SILVA, Flávio José Rocha da. Nordeste: imagem real ou fabricada? **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 49, n. 2, p. 575-600, jul./out. 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/11731>. Acesso em: 18 jun. 2022.

SILVA, M. L. H.; ROCHA, L. V. Twitter e Cibercultura: um Estudo sobre as Funcionalidades da Ferramenta de Comunicação. **Revista Iniciacom**, Brasil, v. 3, n. 1, 2011. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/view/621>. Acesso em: 17 nov. 2021.

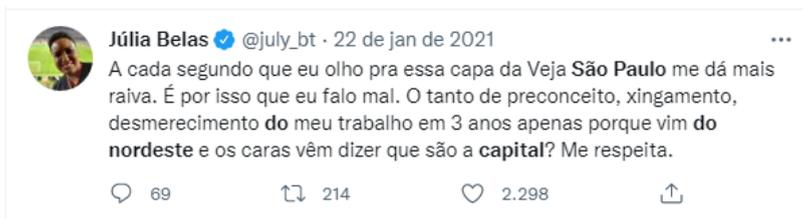
VIEIRA, Piti. A tensão da opinião. **Revista FAAP**, São Paulo, Edição - 288, mai./jun. 2016. Disponível em: <http://revista.faap.br/tensao-da-opiniao/>. Acesso em: 04 nov. 2021.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da Silva (org.). Stuart Hall, Kathryn Woodward. **Identidade e Diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. cap. 1, p. 7-68.

ZAGO, G. S. Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características. **Revista Interin**, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 1-12, 2010. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504450762009>. Acesso em: 19 nov. 2021.

ANEXO A – Tweets que compõem o corpus de análise

Figura 11 – TWEET DE @JULY_BT



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 12 – TWEET DE @MAKO_PAES



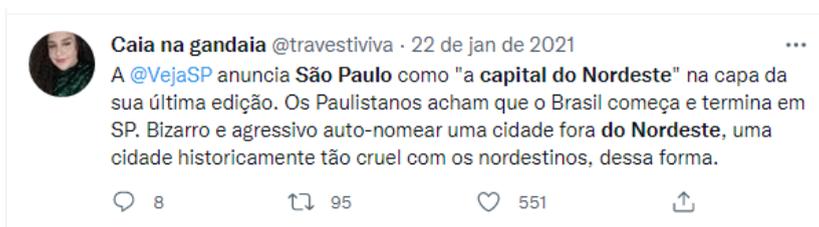
Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 13 – TWEET DE @HOLLYHELLU



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 14 – TWEET DE @TRAVESTIVIVA



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 15 – TWEET DE @RENATOROSENSO



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 16 – TWEET DE @MAAH_CSANTANA



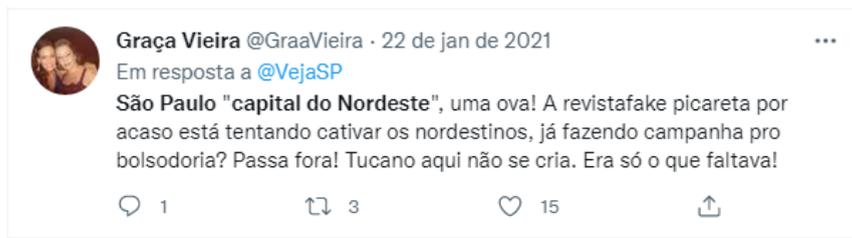
Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 17 - TWEET DE @MMIRIANMARTINS



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 18 – TWEET DE @GRAAVIEIRA



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Figura 19 – TWEET DE @COPPERFLEUR



Fonte: Captura de tela do Twitter.

ANEXO B – Resultado total da coleta dos *tweets*

← ...

Principais Mais recentes Pessoas Fotos Vídeos

 **Monique Evelle**  @moniqueevelle · 22 de jan de 2021 ...
Como tem coragem de aprovar uma capa de revista dizendo que São Paulo é a capital do Nordeste?

23 81 872

 **marrom bombom dela** @mako_paes · 22 de jan de 2021 ...
nordeste:
salvador, recife, natal, são luís, teresina, fortaleza, maceió, aracaju e João pessoa

capital do nordeste segundo a veja: são paulo

não é a primeira vez que vemos a centralização de poder na região sudeste do país, vide república café com leite



23 372 1.553

 **Thalisson Santo's** @Thalissonsantt · 22 de jan de 2021 ...
Capa da Veja São Paulo: "A Capital do Nordeste"

Os professores de geografia 🤡



3 55 515

-  **ren_nolasco** ✨ CCXP 2022 @ren_nolasco · 22 de jan de 2021 ...
 - SÃO PAULO NÃO É A CAPITAL DO NORDESTE!!
 - Isso aí!!!!!!
 - A capital do Nordeste é RECIFE!!!
 - não meu amigo, peralá...
- 🗨 18 ↻ 116 ❤ 864 📤
- [Mostrar esta sequência](#)
-
-  **Alexandre** ✓ @lexandre · 22 de jan de 2021 ...
 Capa da Veja São Paulo: "A Capital do Nordeste"
- Quem aguenta um circo desses?
- 
- 🗨 120 ↻ 1.040 ❤ 2.277 📤
-
-  **Monique Evelle** ✓ @moniqueevelle · 22 de jan de 2021 ...
 Segundo a Veja , São Paulo é a capital do Nordeste. A capital do Sudeste é...
- 🗨 14 ↻ 6 ❤ 82 📤
-
-  **Júlia Belas** ✓ @july_bt · 22 de jan de 2021 ...
 A cada segundo que eu olho pra essa capa da Veja São Paulo me dá mais raiva. É por isso que eu falo mal. O tanto de preconceito, xingamento, desmerecimento do meu trabalho em 3 anos apenas porque vim do nordeste e os caras vêm dizer que são a capital? Me respeita.
- 🗨 69 ↻ 214 ❤ 2.298 📤
- [Mostrar esta sequência](#)



Ismália ⚡ @hollyhellu · 22 de jan de 2021

Raiva do dia passada com sucesso ✓

Sério, se as pessoas parassem pra pensar por 2 minutinhos que fossem, veriam o quanto é ridículo e beira o ofensivo dizer que **São Paulo** é a **capital do Nordeste**. Me poupe, peloamordedeus. Que homenagem terrível, terrível.



Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



17

48

301



Shelby @keifid1738 · 22 de jan de 2021

Outros nordestinos quando recifenses falam que Recife é a **capital do nordeste**/outros nordestinos e recifenses quando paulistanos falam que São Paulo é a **capital do nordeste**



4

12

99



[Mostrar esta sequência](#)



Caia na gandaia @travestiviva · 22 de jan de 2021

A @VejaSP anuncia São Paulo como "a **capital do Nordeste**" na capa da sua última edição. Os Paulistanos acham que o Brasil começa e termina em SP. Bizarro e agressivo auto-nomear uma cidade fora do **Nordeste**, uma cidade historicamente tão cruel com os nordestinos, dessa forma.

8

95

551



-  **pãozinho de tamanduá**  @andrezadelgado · 22 de jan de 2021 ...
Bom dia só para quem foi mandada voltar para sua terra.
- Realmente são Paulo é a capital do nordeste né
-  ov.a84 @andrezadelgado_ volta pra então anja 🥰
min Responder
-  21  30  1.117 
- [Mostrar esta sequência](#)
-
-  **gabi** @sailorlenin · 22 de jan de 2021 ...
eu: vou ficar de boa hoje
- veja: são paulo capital do nordeste
-  2  11  62 
-
-  **Renato Roseno**  @renatoroseno · 22 de jan de 2021 ...
São Paulo, capital do Nordeste?
- Para a Veja, a lógica colonialista permanece. São as ideias de uma turma ainda não entendeu - ou prefere se manter na ignorância - que o **Nordeste** é muito maior **do** que qualquer estereótipo dado por uma capa de revista.
- 
-  4  37  152 
-
-  **José Marques**  @ze_marques · 21 de jan de 2021 ...
A disputa pela **capital do Nordeste** está cada vez mais acirrada no Twitter. Era Recife quando acordei, hoje à noite virou **São Paulo**. Imagina quando descobrirem que é Feira de Santana.
-  7  5  64 
-
-  **nordestina maldita** @afrocamis · 22 de jan de 2021 ...
SÃO PAULO A CAPITAL DO NORDESTE.
Humor & Piadas
-  1  2  16 



clara @sdesofcool · 22 de jan de 2021

...

não vê sério o nordestino pisa em **são paulo** e sofre xenofobia pra chegar um repórter da veja e dizer que **são paulo** uma cidade do SUDESTE é a **capital do nordeste**



Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



1

7

17



[Mostrar esta sequência](#)



João Figuer @JoaoFiguer · 22 de jan de 2021

...

Se São Paulo fosse **capital do Nordeste** quem fizesse um cuscuz desses seria proibido de dançar forró para sempre! 🤢



3

3

23





Carlyson Oliveira @Carlyson · 22 de jan de 2021

...

Depois de Faria Limers, a capa da Veja traz esse título: **São Paulo como a capital do nordeste**. Oi?



5

9

23



virada num mói de coentro @opacarnaval · 22 de jan de 2021

...

ENFIA NO CU QUE SÃO PAULO NÃO É A CAPITAL DO NORDESTE

DEPOIS VOCÊS ACHAM QUE TEM COMO NÃO ODIAR PAULISTA



Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



3

4

20





persona non grata @lara_moises · 22 de jan de 2021

Imagina a autoestima do paulistano que acha que está homenageando o nordestino ao intitular São Paulo como capital do Nordeste



1

2

23



TORCEDORA SO B ER B A 🐾 (31/45) @jliaf_ · 22 de jan de 2021

SAO PAULO CAPITAL DO NORDESTE? EM Q MUNDO ESSE POVO VIVE????



Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



3

2

11





Jornal Correio @correio24horas · 22 de jan de 2021

Após capa de revista, perfis de capitais nordestinas ironizam nas redes sociais glo.bo/3pcdLMm

Capa da revista Veja **São Paulo** chamou a cidade paulista de **capital do nordeste**

#correio24h

PrefSalvador
@PrefSalvador

...

Será, amadah?! Corre aqui @PrefAracaju, @PrefMaceio, @prefjoaopessoa, @prefrecife, @NatalPrefeitura, @prefeiturapmf, @PrefeituraSL, @prefdeteresina! Eu conto ou vocês contam?!

- 22 h

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:

SPECIAL ANIVERSARIO DA CIDADE

A CAPITAL DO NORDESTE

Os novos migrantes que misturam o design, a gastronomia, as startups e outras atividades da metrópole que completa 467 anos

3:01 PM · 22 de jan de 2021 · Twitter Web App

...

Pessoas relev

PrefSalva
@PrefSalva

Esse é o p Salvador. nossa cid #Primeira

Prefeitur
@PrefAra

Perfil ofici

Prefeitur
@PrefMai

Perfil ofici no Twitter

O que está ac

Política - há 4 horas

PSOL se divide em Câmara, Erundina "barg"

Assunt

Mensag

💬
3

↻
12

❤️
98

↑



Daydreamer @brenxmarques · 22 de jan de 2021

Recife, Fortaleza, São Luís, Teresina, Natal, João Pessoa, Maceló, Aracaju e Salvador olhando pra **São Paulo** dizendo que é a **capital do Nordeste**:



💬 1
↻ 4
❤️ 3
↑



Levi Kaique Ferreira @LeviKaique · 22 de jan de 2021

Em resposta a @PauloKleber21

Eu coloquei em MAIUSCULO que tãõ chamando **São Paulo** de **CAPITAL DO NORDESTE** e você tá falando que tô mais preocupado com não ter negros por **QUAL MOTIVO?**

💬 2
↻ 1
❤️ 46
↑



Mirian Martins @MMirianMartins · 22 de jan de 2021

Sobre a capa da Revista Veja: **São Paulo**, a **capital do nordeste**. Ela é absurda em inúmeros pontos. Transforma o **nordeste** em um estado cuja **capital** não é no **nordeste**. Fora que esquece a xenofobia que o nordestino sofre nessa cidade, como no Sudeste e sul como um todo...+

💬 2
↻ 2
❤️ 9
↑

[Mostrar esta sequência](#)



bruna, mulher! @brunamlr · 22 de jan de 2021

são paulo não é nem a **capital do** meu priquito avalie a **capital do NORDESTE**



Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



4

2

29



dudona @eduaarda · 22 de jan de 2021

sao paulo capital do nordeste foi de cair o cu da bunda irmao
KKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK

2

1

8



[Mostrar esta sequência](#)



Rodrigo Hosken @rodrigohosken75 · 22 de jan de 2021

São Paulo a capital do Nordeste é a cabeça da minha pica. 🍆



Pablo Casado @pablocasado · 22 de jan de 2021

(respirando fundo)

Nordestino só presta ou é bem sucedido quando vai pra São Paulo e dá certo lá



2

1

6





leia #pocheteSenshi no wattp... @rockleegust... · 22 de jan de 2021 ...
no dia que são paulo for a **capital do nordeste** eu me mudo NA HORA meu amigo, não penso nem duas vezes

Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



2 1 12



Graça Vieira @GraaVieira · 22 de jan de 2021 ...

Em resposta a @VejaSP

São Paulo "capital do Nordeste", uma ova! A revistafake picareta por acaso está tentando cativar os nordestinos, já fazendo campanha pro bolsodoria? Passa fora! Tucano aqui não se cria. Era só o que faltava!

1 3 15



Naná - A Rebelde do Deserto @copperfleur · 22 de jan de 2021 ...

Em resposta a @nairax_e @bellefelix

Dizerem que NY é **capital do** Brasil tbm n é certo e não torna certo falar o mesmo da relação São Paulo/Sudeste - **Nordeste**. N é se doer de graça quando a região dita como **capital** explora a outra há décadas. O buraco é bem mais embaixo

1 1 25



Twitter Moments Brasil @MomentsBrasil · 22 de jan de 2021 ...

A capa da revista **Veja São Paulo** recebeu críticas por chamar **São Paulo** de "a capital do Nordeste"



Notícias

Capa de revista é criticada por chamar São Paulo de "capital do Nordeste"

2 5 19

OP O POVO  @opovo · 22 de jan de 2021 ...
 Revista elege São Paulo como capital do Nordeste e prefeituras nordestinas reagem.



opovo.com.br

Revista elege São Paulo como capital do Nordeste ...
 Capa da revista Veja São Paulo: "A Capital do Nordeste: os novos migrantes que reinventam o ..."

16

10

50



Andressa Zumpano @zumpanoandressa · 22 de jan de 2021 ...
 "São Paulo a capital do nordeste"



GIF ALT

1

1

8



Bambam @maisumdan · 22 de jan de 2021 ...
 São Paulo, a capital do nordeste...

A mais vai tomar no meu no cuzão de vocês, viu?



Raul Juste Lores @rauljustelores · 21 de jan de 2021

Capa de aniversário de São Paulo. Homenagem ao grupo mais numeroso da paulistanidade: os nordestinos. Ou Nordesters. Os novos migrantes, na Vejinha:



2

2

5



Correio Braziliense @correio · 22 de jan de 2021

Veja elege São Paulo como 'capital do Nordeste' e capitais nordestinas se manifestam.

Com humor, as prefeituras de Salvador, Fortaleza, Aracaju, Natal e Recife debocharam do título pelas redes sociais; acompanhe. bit.ly/2Mkts5S



3 4 15

Maristela Rosa Canal Papo de ... @RosaMar... · 22 de jan de 2021

Segundo a Veja, a capital do nordeste é São Paulo??????

Alexandre @lexandre · 22 de jan de 2021

Capa da Veja São Paulo: "A Capital do Nordeste"

Quem aguenta um circo desses?



10 10 77

Fonte: Captura de tela do Twitter.