

ESTADO DA ARTE SOBRE O INSTAGRAM COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA

ODS10

Adriano Alberto Oliveira Aparício (UNITAU)¹

Prof. Dr. Luiz Guilherme de Brito Arduino (UNITAU)²

Resumo: Este artigo apresenta um estado da arte sobre o uso do Instagram como ferramenta de comunicação política no Brasil, enfatizando sua relevância para a compreensão das práticas discursivas contemporâneas. O objetivo central foi mapear as principais abordagens teóricas e metodológicas empregadas em pesquisas acadêmicas, identificando eixos analíticos recorrentes e discutindo suas contribuições para os Estudos Críticos do Discurso (ECD) com sua principal vertente teórica voltada para a Análise do Discurso Crítica. A metodologia adotada foi qualitativa, considerando-se ser a mais adequada para o estudo, baseada em levantamento bibliográfico realizado na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no Google Acadêmico, resultando na seleção de cinco trabalhos compreendido como os relevantes para o tema em estudo. Os resultados evidenciam que o Instagram constitui um espaço de disputa política, marcado pela multimodalidade e pela interatividade, onde diferentes estratégias discursivas são mobilizadas para legitimar atores, reforçar ideologias e engajar públicos específicos. A polarização política pode aumentar a participação nas disputas possibilitando que inúmeras vozes estabeleçam seus territórios no ambiente virtual. Pesquisas analisadas apontam desde a instrumentalização da imprensa e da metapolítica da direita até o uso de humor, estética digital e narrativas de proximidade com os jovens. A análise crítica desses materiais mostra que a plataforma reforça processos de polarização e segmentação ideológica, ao mesmo tempo em que amplia a participação discursiva. Conclui-se que os ECD, articulados às abordagens

¹ Mestrando em Linguística Aplicada pela Universidade de Taubaté, especialista em Psicologia Clínica pela PUCRS, especialista em Psicologia do Trânsito pelo Instituto Líbano, especialista em Psicologia Humanista pela Instituto Líbano, especialista em Administração Pública pela Faculdade Padre Bagozzi, Especialista em Direito Processual Civil pela Universidade de Taubaté, especialista em Regularização Imobiliária pela Faculdade Legale, graduado em Psicologia pela Faculdade Anhanguera de Taubaté, graduado em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade de Taubaté. Contato: dradrianoaparicio@gmail.com

² Orientador. Doutor em Design pela Universidade Anhembi Morumbi, mestre em Linguística Aplicada pela Universidade de Taubaté, especialista em Comunicação, Semiótica e Linguagens Visuais pelo Centro Universitário Braz Cubas e graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Taubaté. Professor nos cursos de graduação na área de Comunicação e Negócios e na Pós-graduação - Mestrado Acadêmico de Linguística Aplicada da Universidade de Taubaté. Contato: luiz.gbarduino@unitau.br

multimodais, oferecem um quadro analítico robusto para compreender como o discurso político no Instagram (re)produz relações de poder e molda identidades na esfera pública digital.

Palavras-chave: Instagram; discurso político; Estudos Críticos do Discurso; multimodalidade; comunicação digital.

Introdução

As redes sociais influenciam o voto de 45% do eleitorado brasileiro Baptista (2019), transformando profundamente as formas de comunicação entre políticos e eleitores. Dentre essas plataformas, o Instagram destaca-se como um dos meios mais populares de interação com uma média de 800 milhões de usuários Lemos e de Sena (2018), por combinar elementos visuais, textuais e interativos que permitem uma comunicação direta, instantânea e personalizada com os cidadãos. Essa nova dinâmica desafia os modelos tradicionais de comunicação política, ao mesmo tempo em que abre espaço para estratégias discursivas mais informais, voltadas à construção de imagem e engajamento simbólico.

A mídia de massa e seus fenômenos se transformaram em tema de grande relevância para os estudos das ciências sociais, da crítica cultural e da própria mídia, já que nenhum outro tema passou a influenciar a sociedade de forma tão ampla, duradoura, profunda e irreversível em um período histórico tão curto Meyer (2002).

A ligação entre a mídia e a política que, já foi vista com algo negativo, nos dias de hoje define-se como um “espaço de conflito e negociação de sentidos entre um público e os textos culturais dos quais se apropria” Martino (2011). A política está entre os assuntos discutidos nas redes sociais sendo natural a manifestação ideológica daqueles que divulgam seu apoio a determinado político.

Considerando a importância crescente dessa plataforma no cenário político contemporâneo, este artigo apresenta o estado da arte sobre o uso do

Instagram por políticos como meio de comunicação com os cidadãos. O objetivo desta investigação é mapear as principais abordagens teóricas e metodológicas empregadas nos estudos acadêmicos sobre o tema, identificar os eixos analíticos mais recorrentes e discutir as contribuições que esses trabalhos oferecem para a compreensão das práticas comunicacionais de políticos no Instagram.

Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo que obteve como corpus inicial os trabalhos encontrados a partir da busca pela expressão "Instagram comunicação políticos" na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)³, resultando em 203 trabalhos acadêmicos. Também foi feita a pesquisa no Google Acadêmico com a palavra-chave "discurso político eleitoral", que retornou com 106.000 resultados. Desses, foram selecionados os 05 considerados mais relevantes, com base em critérios como alinhamento temático, profundidade analítica e atualidade.

Nas últimas duas décadas, as plataformas digitais (Facebook, Twitter/X, Instagram, YouTube, TikTok etc.) reconfiguraram canais, práticas e atores da comunicação política. Essas plataformas não só ampliaram o alcance das mensagens, como alteraram as condições de produção, circulação e recepção do discurso político: o papel dos intermediários, a velocidade de circulação, as normas de visibilidade e os mecanismos de moderação e curadoria algorítmica passam a moldar o que se torna público e como ele é interpretado. Essas transformações tornam necessário reconsiderar ferramentas teóricas clássicas do estudo do discurso à luz das propriedades técnicas e sociais das plataformas.

A *social media logic* (lógica das mídias sociais) possuem regras, *affordances* e incentivos técnicos (*feeds, like, share, trending*) que moldam a produção e a circulação de conteúdo. A teoria da midiatização de Meyer (2002) evidencia como as instituições políticas adaptam-se à lógica midiática, muitas vezes adotando formatos, ritmos e repertórios das plataformas para comunicar e mediatizar suas ações. Em consequência, o discurso político passa a

³ Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/biblioteca-digital-brasileira-de-teses-e-dissertacoes>.

responder tanto a imperativos comunicacionais quanto a imperativos técnicos. Também é considerável que a utilização das redes sociais como mecanismo de interação possibilita aos políticos uma maior proximidade com seus seguidores podendo colher *feedbacks* sobre seu posicionamento na atividade política.

Como argumenta Meyer (2002), a política contemporânea sofre um processo de colonização pela mídia, adaptando-se às exigências comunicacionais impostas por ela. No contexto das redes sociais digitais, esse processo se intensifica, uma vez que as lógicas algorítmicas e interativas das plataformas moldam profundamente o discurso político, exigindo dos atores adaptações permanentes de linguagem, estilo e formato, bem como abrindo espaço para que o público participe ativamente da (re)construção discursiva.

Os Estudos Críticos do Discurso (ECD), com as abordagens Sociocognitiva e Dialético Relacional, conforme os respectivos autores van Dijk (2018) e Fairclough (2001), oferecem um arcabouço teórico-metodológico para entender como o discurso (re)produz relações de poder e ideologia. Aplicada às redes sociais, os ECD permitem rastrear como estratégias linguísticas, multimodais e narrativas legitimam atores políticos, configuram identidades e naturalizam determinadas interpretações do real. Importante notar estudar o discurso, tradicionalmente focada em textos e jornais, precisa ser ampliada para abarcar práticas multimodais, comentários, memes e metadados das plataformas disponíveis nas redes sociais.

Portanto, o estudo do discurso nas redes sociais que envolvem os estudos da Comunicação e da Linguística Aplicada. É importante o discurso nas redes sociais observando a linguagem, a ideologia, o poder, as teorias das mídias sociais. Neste sentido, Meyer (2002) disserta sobre a midiaticização da política e como a lógica midiática molda a ação de partidos e governos, por intermédio da linguagem, que precisa ser analisada e compreendida a sua intencionalidade discursiva.

A partir dessa contextualização, este estado da arte objetiva contribuir para a consolidação de um panorama crítico e reflexivo sobre a presença digital

de agentes políticos, bem como para a compreensão do papel que essas mídias desempenham na mediação da esfera pública contemporânea.

Este artigo está dividido quatro partes: a primeira delas, informa a relevância do tema, através da revisão da literatura, para a orientação teórica dos Estudos Críticos do Discurso; seguida da apresentação do método; após, são apresentados os resultados da pesquisa com partes do conteúdo estudado com a discussão sobre o material apurado; em seguida é feita a conclusão à luz da Estudos Críticos do Discurso.

Revisão de literatura

A Estudos Críticos do Discurso (ECD), enquanto vertente consolidada da Linguística Aplicada, fornece ferramentas teóricas e metodológicas essenciais para compreender como políticos constroem sentidos e disputam o poder por intermédio do discurso utilizando plataformas digitais midiáticas, como o Instagram. A partir dos pressupostos teóricos de autores como Norman Fairclough (2001) e van Dijk (2018), a ECD analisa como discursos são moldados por práticas sociais e, ao mesmo tempo, os (re)produzem, sendo especialmente útil para examinar as estratégias de (des)legitimação, polarização e construção de autoridade política em ambientes digitais.

Antes de realizar a discussão teórica com base em van Dijk, é necessário, por meio de um levantamento bibliográfico, compreender o uso da rede social Instagram como prática comunicacional e discursiva utilizadas por políticos para divulgar seus trabalhos e ideias.

No caso do *Instagram*, a ênfase em recursos multimodais — como imagens, legendas, *emojis*, *hashtags* e vídeos — demanda uma leitura crítica da articulação entre elementos linguísticos e visuais na produção de significados. Estudos aplicados ao contexto político brasileiro demonstram como essas estratégias discursivas podem ser mobilizadas para criar narrativas de proximidade com o eleitorado, ao mesmo tempo em que reforçam

posicionamentos ideológicos e produzem exclusões simbólicas (Maia e Rezende,2021).

Com este estado da arte⁴, busca-se revelar os mecanismos discursivos sutis que estruturam o uso político do Instagram, indo além da descrição superficial das postagens e evidenciando os jogos de poder inscritos na linguagem. O Instagram, enquanto plataforma multimodal, exige uma leitura crítica que considere não apenas os elementos textuais, mas também visuais, sonoros e simbólicos. Estes elementos são mobilizados estrategicamente por agentes políticos para construir narrativas de proximidade com o eleitorado, projetar uma imagem desejada e reforçar determinadas orientações ideológicas.

Nesse sentido, a investigação do discurso político no Instagram exige uma abordagem que articule linguagem, multimodalidade e contexto social, permitindo compreender como a plataforma atua como espaço de mediação política. A análise não se restringe à superfície das postagens: ela se estende aos processos de circulação, visibilidade e engajamento, considerando também a ação dos algoritmos, a lógica das interações e a coautoria produzida pelo público. Assim, a pesquisa propõe uma leitura crítica que revele não apenas o conteúdo explícito, mas também as estratégias discursivas subjacentes, demonstrando como a linguagem nas redes sociais é um campo de disputa política e social.

Método

O material selecionado consistiu em: Um artigo de Comel (2025) intitulado "Tá na mídia ", "Imprensa Militante", "Notícia Maravilhosa": Como Parlamentares Brasileiros Mobilizam a Mídia *MAINSTREAM* e Alternativas em suas Contas no Instagram?; um artigo de Ferraz (2025) cujo título é "A Metapolítica da Direita nas Esferas Públicas dos Candidatos à Prefeitura nas Eleições de São Paulo em 2024: uma análise das redes de afiliação discursiva no Instagram"; um artigo de

⁴ O presente estado da arte faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento.

Teles (2017) intitulado “Discurso, Análise do Discurso e Discurso Político: ponderações conceituais”; um artigo de Freitas (2019) cujo título é “Das redes às urnas: o discurso político eleitoral na ordem da rede social”; e o artigo de Dias (2024) intitulado “Política para jovens: Estratégias de comunicação de influenciadores digitais no Instagram.”

No trabalho de Comel (2025) é perceptível a ideia de que parlamentares brasileiros utilizam estrategicamente referências à imprensa – tanto tradicional quanto alternativa – em seus perfis no Instagram como parte de suas práticas comunicacionais no contexto do sistema de mídia híbrido. Essa mobilização midiática varia conforme a vinculação político-ideológica dos deputados, revelando padrões distintos entre esquerda, centro e direita, e refletindo a polarização política no país. A pesquisa destaca a seletividade na exposição de conteúdos jornalísticos, o uso oportunista das fontes – ora para legitimar discursos, ora para desacreditar adversários e a própria mídia – e aponta para uma possível distorção da informação percebida pelos seguidores. Ao abordar essa dinâmica no Instagram e incluir a mídia alternativa no debate, a tese contribui para aprofundar a compreensão sobre a relação entre política, jornalismo e redes sociais no cenário brasileiro contemporâneo.

O estudo de Ferraz(2025) afirma que o conceito de metapolítica é fundamental para compreender as estratégias discursivas da nova direita ideológica brasileira, especialmente no ambiente digital. Por meio de práticas comunicativas ideológicas, influenciadores e políticos de direita atuam nas redes sociais – com destaque para o Instagram – disseminando narrativas anti-sistema, antiesquerdistas, anti-institucionais e anti-libertárias, com o objetivo de transformar o status quo político e moldar a opinião pública. A análise, baseada em ferramentas como Fanpage Karma e DNA (Análise de Redes Discursivas), revelou que essas estratégias fragmentam o debate público, promovem uma contrapublicidade regressiva e instrumentalizam os afetos dos usuários. A pesquisa também aponta os desafios metodológicos impostos pelas Big Techs ao acesso de dados e destaca a importância da atuação metapolítica como ação

de longo prazo voltada à consolidação de uma visão de mundo conservadora nos espaços públicos e culturais.

Teles (2017) defende que o humor funciona como uma estratégia de comunicação política eficaz para engajar o público jovem, contestar narrativas da extrema-direita e ampliar o alcance de discursos progressistas. A pesquisa demonstra que, embora o humor seja uma ferramenta de mobilização já conhecida na esfera política, seu uso nas redes sociais digitais ganhou novos contornos, contribuindo para a formação de laços afetivos, identificação de valores compartilhados e resistência simbólica ao avanço de discursos conservadores e autoritários.

Freitas (2019), em seu trabalho, afirma o uso da estética e das ferramentas da cultura digital por parte da campanha de Lula nas eleições presidenciais de 2022 representou uma estratégia de resignificação da imagem do ex-presidente, aproximando-o dos jovens e das dinâmicas das redes sociais. Através de memes, vídeos curtos e outros recursos típicos do ambiente digital, a campanha conseguiu adaptar sua comunicação à lógica das plataformas, tornando-se mais acessível, emocionalmente envolvente e eficaz na disputa simbólica contra o bolsonarismo, especialmente entre o público jovem e conectado. Conclui-se que o uso da estética combinada com a cultura digital pode proporcionar uma resignificação de imagem.

E Dias (2024) defende que influenciadores digitais, sob o argumento de que estão promovendo o diálogo e debate político, na realidade, atuam principalmente como caixas de ressonância dentro de suas bolhas ideológicas, o que questiona a efetividade do papel de "influenciador" como agente de mudança ou ampliação de consciência política entre os jovens nas redes sociais.

Com base no material analisado é possível visualizar as abordagens, objetivos e conclusões dos trabalhos através do quadro abaixo.

Quadro 1: A utilização das redes sociais no discurso político

Sobrenome (ano)	Tema da pesquisa	Objetivo	Fundamentação teórica	Conclusão
Comel (2025)	O uso do Instagram como alternativa de comunicação política.	Estudar a utilização de materiais jornalísticos nas publicações do Instagram dos políticos.	Sistemas de mídia híbridos e comunicação digital de políticos.	Encontra-se em expansão o uso do Instagram como instrumento de comunicação. O uso de material jornalístico dá mais credibilidade à postagem.
Ferraz(2025)	A metapolítica da direita nas esferas públicas através do Instagram.	Investigar a metapolítica dos candidatos e influenciadores da direita nas eleições da cidade de São Paulo de 2024.	Análise de Redes Discursivas.	Os discursos da direita ideológica nas redes sociais constroem sentidos que naturalizam o antissistema, reconfiguram a esfera pública e instauram regimes de verdade baseados na afetividade e na polarização
Teles (2017)	Discurso, Análise do Discurso e Discurso Político.	Investigar os conceitos básicos relativos a discurso, análise do discurso (o método) e discurso político, especificamente o eleitoral.	Condições sócio-históricas da linguagem .Michel Pêcheux.	O discurso é um ato social. A política não age sem linguagem já que o discurso organiza, justifica e constrói a autoridade.
Freitas (2019)	Discurso político eleitoral na rede social.	Compreender os novos regimes de discursividade do discurso político eleitoral da prefeitura municipal de Salvador na ordem das redes sociais	Gêneros Discursivos Digitais. Mikhail Bakhtin	A conclusão possível é que as redes sociais transformaram profundamente o discurso político, tornando-o mais interativo, espetacularizado e pautado por estratégias plurissêmicas que aproximam eleitores e

				candidatos, revelando novas formas de construção de imagem e engajamento político
Dias (2024)	Estratégias de comunicação Política para Jovens	Compreender as estratégias de construção e apresentação de postagens de influenciadores digitais que abordam política no Instagram, falando para jovens	lugares de fabricação do discurso político, Tupynambá e discurso político, Patrick Charaudeau	Os discurso político-ideológicos nas redes sociais, mais que propor um diálogo buscam aglutinar seguidores com posições ideológicas semelhantes.

Fonte: Elaborado pelo autor

Resultado e discussão

A presença crescente do Instagram como meio de comunicação política reflete uma transformação nas práticas discursivas, onde a multimodalidade e a interatividade das plataformas digitais permitem a construção de discursos políticos mais próximos e personalizados. Sob a ótica da Linguística Aplicada, especialmente da Estudos Críticos do Discurso (ECD), é possível observar que esses discursos não apenas refletem realidades sociais, mas também contribuem para a construção e reprodução de relações de poder. A análise da articulação entre elementos linguísticos, visuais e interativos no Instagram revela estratégias discursivas que buscam legitimar atores políticos e influenciar o imaginário coletivo, o que evidencia o papel da linguagem como instrumento de ação política no contexto digital.

Os estudos revisados apontam para diferentes estratégias discursivas alinhadas a contextos ideológicos diversos, evidenciando que o Instagram funciona como um espaço de disputa política, marcado por polarizações e pela construção de identidades políticas segmentadas. Por exemplo, as análises das práticas discursivas da direita ideológica demonstram como a metapolítica opera com a instrumentalização afetiva e a naturalização de narrativas antissistema,

enquanto outras campanhas utilizam humor e estéticas da cultura digital para engajar o público jovem e resistir a discursos conservadores. Essa diversidade de estratégias evidencia a complexidade dos processos comunicacionais digitais e a necessidade de abordagens qualitativas e multimodais para compreender as novas configurações discursivas na política contemporânea.

Além disso, o papel dos influenciadores digitais como agentes de comunicação política, especialmente entre o público jovem, revela ambivalências discursivas. Embora esses agentes sejam apresentados como promotores do diálogo e da ampliação da consciência política, os estudos indicam que muitas vezes funcionam como reforçadores de bolhas ideológicas, ampliando a polarização e limitando o pluralismo discursivo. Sob a perspectiva da Linguística Aplicada, isso indica que o discurso político nas redes sociais não é neutro e nem espontâneo, mas estruturado por dinâmicas sociais e políticas que determinam quem tem voz e quais discursos são valorizados ou marginalizados.

Conclusão

Portanto, a Linguística Aplicada, por meio da Estudos Críticos do Discurso e de abordagens multimodais, oferece um arcabouço teórico fundamental para a compreensão dos discursos políticos no Instagram. Ela permite revelar as estratégias discursivas que moldam as relações de poder, identidade e influência na esfera pública digital.

Em um cenário marcado pela interatividade e pela pluralidade de vozes, a análise crítica desses discursos é imprescindível para desvelar as tensões e contradições que permeiam a comunicação política contemporânea, especialmente no que tange à construção de legitimidade, engajamento e polarização. Assim, o estudo dos discursos digitais contribui para ampliar o entendimento das práticas políticas atuais e seus impactos sociais.

Referências

BAPTISTA, Rodrigo. **Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado**. Senado Notícias, Agência Senado, 12 dez. 2019. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 28/09/2025.

COMEL, Naiza. **“Tá na mídia”, “imprensa militante”, “notícia maravilhosa”:** como parlamentares brasileiros mobilizam a mídia mainstream e alternativa em suas contas no Instagram? 2025. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2025. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/95518?show=full>. Acesso em: 19 jul. 2025.

DIAS, Rebeca de Oliveira. **Política para jovens:** estratégias de comunicação de influenciadores digitais no Instagram. 2024. 134 f. Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) – Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte (PPGLIMA), Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), Campinas, 2024. Disponível em: <https://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/handle/123456789/17608>. Acesso em: 22 jul. 2025.

FAIRCLOUGH, Norman. **Language and Power**. 2. ed. London: Longman, 2001.

FERRAZ, Vinícius Suzigan. **A metapolítica da direita nas esferas públicas dos candidatos à prefeitura nas eleições municipais de 2024:** uma análise das redes de afiliação discursiva no Instagram. 2025. 224 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), Universidade Estadual Paulista (UNESP), Bauru, 2025. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/0d9ad700-bd9e-402d-abd5-ae0d1adab7d7>. Acesso em: 21 jul. 2025.

FREITAS, Geísa Fróes de. **Das redes às urnas:** o discurso político-eleitoral na ordem da rede social. 2019. 375 f. Tese (Doutorado em Língua e Cultura) – Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32262>. Acesso em: 18 jul. 2025.

LEMOS, André; DE SENA, Catarina. **Mais livre para publicar: efemeridade da imagem nos modos “Galeria” e “Stories” do Instagram**. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 12, n. 2, ago. 2018. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/ac19/f976c088ee8d0618b99371a808e810fb13ca.pdf>. Acesso em: 28/09/2025.

MAIA, Rousiley Celi Moreira; REZENDE, Thaianne Alexandra Silva. **Democracia e a ecologia complexa das redes sociais online: um estudo sobre**

discussões acerca do racismo e da homofobia. Intexto, [S.L.], p. 492-512, 17 dez. 2015. Faculdade de Biblioteconomia Comunicação. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201534.492-512>. Acesso em: 27 de setembro de 2025

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política.** Revista Brasileira de Ciência Política, [S.L.], n. 6, p. 137-150, dez. 2011. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-33522011000200006>. Acesso em 28/09/2025.

MELLO, Natália R.; GOMES, Michele. **Estratégias discursivas de deslegitimação do TSE: uma análise crítica dos comentários em postagens do Instagram.** Contextos Linguísticos, Vitória, v. 17, n. 1, p. 1–20, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/41622>. Acesso em: 15 jul. 2025.

MEYER, Thomas. **Democracia midiática: como a mídia coloniza a política.** 2. ed. São Paulo: Paulus, 2002.

SILVA, Lucas B.; FERREIRA, Lucas C. **Comunicação política no Instagram: análise visual das postagens dos presidentiáveis brasileiros em 2018 e 2022.** arXiv preprint, 2023. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2310.00349>. Acesso em: 18 jul. 2025.

TELES, Tayson Ribeiro. Discurso, **Análise do Discurso e Discurso Político: ponderações conceituais.** Estação Científica (Unifap), [S.L.], v. 7, n. 1, p. 33, 26 maio 2017. Universidade Federal do Amapá. https://www.researchgate.net/publication/319216715_Discurso_Analise_do_Discurso_e_Discurso_Politico_ponderacoes_conceituais. Acesso em: 20 jul. 2025.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e Poder.** Org. Judith Hoffnagel, Karine Falcone. São Paulo: Contexto, 2018.

WODAK, Ruth; MEYER, Michael (orgs.). **Methods of Critical Discourse Analysis.** London: Sage, 2004.