IX CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

LEGITIMAÇÃO POLÍTICA EM PLATAFORMAS DIGITAIS: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE UM POLÍTICO INFLUENCIADOR

GIOVANA RODRIGUES SANTANA[1];
FERNANDO RESSETTI PINHEIRO MARQUES VIANNA[2]

[1]*Universidade Tecnológica Federal do Paraná – giovanarodrigues@alunos.utfpr.edu.br*
[2]*Universidade Tecnológica Federal do Paraná – fernandovianna@utfpr.edu.br*

Resumo

Este estudo analisa como políticos influenciadores utilizam estratégias discursivas para construir e manter legitimidade política nas redes sociais, com foco na atuação do deputado Nikolas Ferreira no Instagram. A pesquisa parte da ideia de que as plataformas digitais transformaram a comunicação política ao ampliar visibilidade, personalização e engajamento entre políticos e audiências online. Com base nas teorias da legitimidade organizacional e da legitimação discursiva, o estudo investiga como discursos, narrativas e recursos comunicacionais são utilizados para fortalecer reconhecimento e apoio político. A metodologia é qualitativa, utilizando análise temática de stories, reels, publicações e interações no Instagram. Os resultados preliminares identificam três estratégias principais: divulgação de emendas parlamentares, mobilização de valores religiosos e fortalecimento da polarização política. Os achados indicam que a legitimidade política nas redes sociais depende da adaptação contínua dos discursos às dinâmicas das plataformas digitais.
Palavras-chave: legitimidade política; comunicação digital; influenciadores políticos; Instagram; polarização.

Contextualização e objetivos

Pesquisas sobre comunicação política digital tem enfatizado que as plataformas digitais transformaram significativamente as formas de interação entre atores políticos e suas audiências, ampliando processos de personalização, visibilidade e engajamento nas disputas contemporâneas por autoridade e reconhecimento social (Castells, 2013; Van Dijck, 2013). Nesse contexto, atores políticos passaram a incorporar estratégias próprias da cultura digital, recorrendo à linguagem informal, performances de autenticidade e interação contínua com o público para fortalecer vínculos e ampliar sua visibilidade no ambiente digital (Enli, 2015; Riedl et al., 2021). Estudos sobre influenciadores políticos digitais indicam ainda, que esses atores exercem um papel crescente na mediação da informação política e na formação de percepções públicas em ambientes digitais (Suuronen et al., 2022; Sehl; Schutzeneder, 2023).

Além da ampliação da visibilidade política, as plataformas digitais também alteraram as formas pelas quais os atores públicos constroem proximidade com suas audiências (Feeney & Porumbescu, 2021) e sustentam reconhecimento social em ambientes marcados por interação contínua e circulação acelerada de informações. Recursos comunicacionais das mídias sociais, como comentários, compartilhamentos, transmissões ao vivo e conteúdos audiovisuais curtos (Highfield & Leaver, 2016), favorecem processos de personalização da atuação política e intensificam dinâmicas de engajamento entre representantes e públicos conectados. Nesse cenário, políticos influenciadores passam a atuar não apenas como representantes institucionais, mas também como produtores de conteúdo e mediadores

discursivos em ambientes digitais altamente competitivos.

Ao mesmo tempo, as dinâmicas comunicacionais das plataformas intensificam disputas simbólicas em torno da legitimidade e do reconhecimento público. Em ambientes caracterizados por conectividade constante, fragmentação das audiências e elevada exposição, a legitimidade passa a depender, de forma crescente, de práticas comunicacionais e discursivas capazes de sustentar apoio, credibilidade e reconhecimento social ao longo do tempo (Suchman, 1995; Deephouse et al., 2017). Nesse sentido, ambientes digitais exigem que atores políticos negociem continuamente sua legitimidade por meio de narrativas, justificativas e construções discursivas estrategicamente mobilizadas para diferentes públicos (Suddaby; Greenwood, 2005; Debenedetti et al., 2021).

Paralelamente, estudos sobre legitimidade organizacional têm demonstrado que a manutenção da legitimidade depende da capacidade dos atores de interpretar expectativas sociais, responder a avaliações externas e adaptar discursos às dinâmicas institucionais e comunicacionais dos contextos em que estão inseridos (Suchman, 1995; Deephouse et al., 2017). Em ambientes digitais, a velocidade de circulação das informações e as diferentes características de estruturas, recursos, e audiências nas mídias sociais torna esses processos ainda mais dinâmicos (Etter et al., 2019; Rogers & Giorgi, 2024). Dessa forma, estratégias discursivas e práticas de comunicação assumem papel central nos processos contemporâneos de construção e manutenção da legitimidade (Glozer; Caruana; Hibbert, 2019), inclusive política.

Diante desse contexto, o objetivo dessa pesquisa é analisar como políticos influenciadores mobilizam estratégias de legitimidade em plataformas digitais para construir e manter legitimidade política perante audiências online. Ao articular discussões sobre legitimidade organizacional, legitimação discursiva e comunicação política digital, o estudo busca compreender como práticas comunicacionais e dinâmicas plataformizadas moldam processos contemporâneos de legitimação política nas redes sociais.

Fundamentação teórica

A literatura sobre legitimidade organizacional compreende a legitimidade como uma percepção socialmente construída de que as ações de determinado ator são desejáveis, apropriadas e compatíveis com sistemas compartilhados de normas, valores e crenças (Suchman, 1995). Sob essa perspectiva, a legitimidade não constitui uma característica inerente aos atores organizacionais ou políticos, mas um julgamento continuamente produzido e negociado por diferentes audiências a partir de avaliações sociais sobre comportamentos, discursos e práticas institucionais (Deephouse et al., 2017). Dessa forma, a legitimidade assume papel central para a sustentação da autoridade pública, influenciando processos de aceitação social, reconhecimento e manutenção da posição dos atores em seus ambientes institucionais.

Além de sua dimensão institucional, estudos recentes enfatizam o caráter estratégico da legitimidade, destacando que organizações e atores públicos mobilizam práticas discursivas e comunicacionais para influenciar percepções externas e sustentar avaliações favoráveis perante diferentes públicos (Suchman, 1995; Deephouse et al., 2017). Nesse sentido, a legitimidade deixa de ser compreendida apenas como resultado de conformidade normativa e passa a ser interpretada como um recurso simbólico (Brown, 1994) continuamente gerenciado em contextos marcados por avaliações permanentes, disputas interpretativas e necessidade constante de reconhecimento social (Glozer et al., 2019). Essa

perspectiva torna-se particularmente relevante em ambientes digitais, nos quais a visibilidade ampliada e a conectividade contínua intensificam processos de exposição pública e monitoramento social.

Autores que pesquisam legitimidade sugerem diferentes categorias de legitimidade, que depende do que o agente que busca legitimidade mobiliza na audiência, sendo uma das classificações mais usuais aquela que define a legitimidade como pragmática, moral ou cognitiva (Suchman, 1995). Nesse sentido, a legitimidade pragmática remete à percepção de utilidade e atendimento aos interesses das audiências, a legitimidade moral está associada a julgamentos normativos sobre a adequação das ações desempenhadas pelos atores, e a legitimidade cognitiva está ligada ao reconhecimento e à naturalização social de determinadas práticas, o que as torna compreensíveis e socialmente aceitas. Tais dimensões são frequentemente articuladas de maneira estratégica, permitindo que atores organizacionais e políticos adaptem discursos, práticas e narrativas às expectativas de diferentes públicos e contextos institucionais (Deephouse et al., 2017).

A discussão sobre legitimidade também se aproxima da literatura sobre legitimação discursiva, que enfatiza o papel central da linguagem, das narrativas e das justificativas na construção do reconhecimento social (Suddaby; Greenwood, 2005; Debenedetti et al., 2021). Sob essa perspectiva, processos de legitimação são compreendidos como dinâmicas comunicacionais por meio das quais atores buscam justificar suas ações, defender posicionamentos e construir sentidos socialmente aceitáveis perante múltiplas audiências. Assim, discursos não apenas comunicam ações e decisões, mas também produzem enquadramentos interpretativos que orientam percepções sobre credibilidade, autoridade e adequação social.

Nesse contexto, estudos fundamentados na teoria da justificação argumentam que atores recorrem a diferentes ordens de valor para sustentar suas justificativas públicas e responder a situações de contestação e disputa simbólica (Boltanski; Thévenot, 2006). Essas ordens de valor envolvem distintos referenciais normativos, como valores cívicos, domésticos, industriais e mercantis, que podem ser mobilizados estrategicamente conforme as características das audiências e dos contextos comunicacionais. Em cenários marcados por controvérsias e avaliações públicas constantes, a legitimação passa a depender da capacidade de articular justificativas coerentes, adaptar repertórios discursivos e responder continuamente às expectativas sociais (Patriotta et al., 2011). Dessa forma, os processos de legitimação assumem caráter dinâmico, relacional e fortemente dependente das interações comunicacionais estabelecidas entre atores e públicos.

Paralelamente, pesquisas sobre comunicação política digital têm demonstrado que plataformas sociais transformaram significativamente as formas de interação entre representantes políticos e audiências conectadas (Castells, 2013; Van Dijck, 2013). A lógica das plataformas digitais favorece processos de personalização, circulação acelerada de informações e intensificação do engajamento (Hornik et al., 2015), criando novas dinâmicas de visibilidade política e mediação comunicacional. Nesse ambiente, atores políticos passaram a incorporar práticas associadas à cultura digital, utilizando conteúdos personalizados, linguagem informal, performances de autenticidade e interação contínua como estratégias para fortalecer vínculos com suas audiências e ampliar reconhecimento público (Enli, 2015).

A ascensão dos chamados influenciadores políticos digitais reforça essas transformações ao evidenciar a crescente aproximação entre práticas de influência digital e atuação política institucional (Riedl et al., 2021). Estudos recentes indicam que políticos

influenciadores exercem papel relevante na circulação de informações políticas, na formação de percepções públicas e na mediação de debates sociais em ambientes digitais (Suuronen et al., 2022; Sehl; Schutzeneder, 2023). Além da atuação institucional tradicional, esses atores passam a operar como produtores de conteúdo e agentes de influência, recorrendo a estratégias comunicacionais orientadas à maximização da visibilidade, do engajamento e da proximidade com diferentes públicos.

As affordances das plataformas digitais também ampliam as possibilidades de interação e gestão estratégica da visibilidade política, permitindo que atores públicos utilizem recursos comunicacionais específicos para sustentar reconhecimento e engajamento contínuo (Leonardi; Treem, 2020). Ferramentas como comentários, compartilhamentos, vídeos curtos e transmissões ao vivo intensificam a exposição das práticas políticas e favorecem processos de construção simbólica da autoridade pública. Em contextos caracterizados por elevada conectividade e fragmentação das audiências, essas dinâmicas tornam a legitimidade particularmente dependente da capacidade dos atores de adaptar discursos, mobilizar narrativas e responder continuamente às avaliações sociais presentes nas plataformas.

Diante disso, este estudo busca contribuir para o avanço da articulação entre os estudos de legitimidade organizacional, legitimação discursiva e atuação de políticos influenciadores em ambientes digitais, ao analisar como esses atores mobilizam estratégias de legitimidade em plataformas digitais para construir e manter sua legitimidade política perante audiências online. Ao integrar contribuições da literatura sobre legitimidade organizacional, legitimação discursiva e comunicação política digital, o trabalho pretende ampliar a compreensão dos processos contemporâneos de construção simbólica da autoridade política em ambientes digitais marcados por elevada visibilidade, interação contínua e disputas permanentes por reconhecimento social.

Metodologia

Para compreender como políticos influenciadores mobilizam estratégias de legitimidade em ambientes digitais, este estudo adota uma abordagem metodológica qualitativa, adequada para analisar processos discursivos, dinâmicas simbólicas e práticas comunicacionais em contextos sociais complexos (Denzin; Lincoln, 2018). A pesquisa foca na análise das publicações realizadas pelo deputado federal Nikolas Ferreira em plataformas digitais, considerando conteúdos publicados em redes sociais, interações com audiências e recursos comunicacionais utilizados para sustentar reconhecimento e legitimidade política no ambiente online. O caso foi selecionado devido à expressiva presença digital do ator político, ao elevado engajamento nas plataformas e à recorrente utilização de estratégias comunicacionais associadas à cultura dos influenciadores digitais, permitindo analisar como práticas discursivas e comunicacionais são mobilizadas na construção, manutenção e reparação da legitimidade política perante audiências digitais.

Contexto de pesquisa

O estudo concentra-se na atuação digital de Nikolas Ferreira, político influenciador filiado ao Partido Liberal (PL-MG), com forte presença em plataformas sociais e ampla visibilidade no cenário político brasileiro atual. Suas redes sociais são caracterizadas pela produção frequente de conteúdos audiovisuais, posicionamentos políticos, comentários sobre temas públicos e intensa interação com seguidores, configurando uma atuação política fortemente mediada pelas dinâmicas das plataformas digitais. Além da atuação institucional tradicional, o ator político mobiliza estratégias comunicacionais associadas à cultura digital,

como linguagem informal, performances de autenticidade, humor, conteúdos de forte apelo emocional e aproximação simbólica com diferentes audiências online.

Essas dinâmicas tornam-se particularmente relevantes em contextos marcados pela plataformização da comunicação política, nos quais práticas de visibilidade, engajamento e interação contínua assumem papel central na construção da autoridade pública (Castells, 2013; Van Dijck, 2013). Nesse ambiente, políticos influenciadores passam a operar não apenas como representantes institucionais, mas também como produtores de conteúdo e mediadores discursivos em redes sociais caracterizadas por elevada circulação de informações, fragmentação das audiências e disputas permanentes por reconhecimento e legitimidade.

A atuação digital de Nikolas Ferreira também se insere em um cenário brasileiro marcado pela intensificação da polarização política e pela centralidade das plataformas digitais nas disputas contemporâneas por visibilidade e apoio social. Nesse contexto, o ator político mobiliza estratégias discursivas voltadas à manutenção de sua legitimidade perante diferentes audiências, recorrendo frequentemente à oposição e crítica a partidos e grupos políticos adversários, à mobilização de valores religiosos e morais e à utilização de narrativas associadas à defesa de pautas conservadoras. Paralelamente, sua atuação comunicacional enfatiza ações relacionadas à destinação de emendas parlamentares, aproximando sua imagem de percepções de utilidade pública e atendimento às demandas de seus apoiadores.

Além disso, constata-se que parte significativa de sua visibilidade política e capacidade de engajamento não está necessariamente associada à proposição legislativa tradicional, mas à construção contínua de presença digital e mobilização discursiva nas plataformas sociais. Nesse sentido, as redes sociais representam recursos estratégicos para sustentação de reconhecimento político, fortalecimento de vínculos simbólicos com seguidores e gerenciamento contínuo da legitimidade perante audiências digitais altamente engajadas e polarizadas. Essas características tornam o caso particularmente relevante para compreender como políticos influenciadores articulam estratégias discursivas e práticas comunicacionais para construir, manter e reparar legitimidade política em ambientes digitais.

Coleta e análise de dados

A pesquisa adota um método qualitativo orientado pela análise de conteúdo e pela perspectiva da legitimação discursiva, permitindo examinar como estratégias de legitimidade são construídas, negociadas e sustentadas em ambientes digitais (Suchman, 1995; Suddaby; Greenwood, 2005). A coleta de dados será realizada no perfil oficial do Instagram de Nikolas Ferreira, plataforma selecionada devido à centralidade que ocupa em sua atuação política digital e à frequência de publicações realizadas pelo ator político. O Instagram também se destaca pela ampla utilização de recursos audiovisuais, mecanismos de interação contínua e elevada circulação de conteúdos políticos, tornando-se um espaço relevante para observar práticas de legitimação e construção de visibilidade pública.

O corpus empírico será composto principalmente por vídeos publicados no perfil do deputado, com ênfase nos stories, considerando que esse formato é utilizado diariamente pelo ator político para comentar acontecimentos políticos, compartilhar posicionamentos públicos, interagir com seguidores e construir proximidade com sua audiência digital. Além dos stories, também serão analisadas publicações no feed, reels, legendas, comentários e demais interações realizadas na plataforma, permitindo observar diferentes estratégias comunicacionais e discursivas mobilizadas em sua atuação online.

A seleção dos materiais ocorrerá de forma intencional e orientada teoricamente, priorizando conteúdos relacionados à atuação parlamentar, posicionamentos políticos, debates

públicos, pautas ideológicas, interação com seguidores e publicações voltadas à construção de engajamento e reconhecimento social. Além dos conteúdos textuais e audiovisuais, serão observados elementos visuais, recursos narrativos, formatos digitais e dinâmicas de interação estabelecidas entre o ator político e sua audiência.

A análise dos dados será realizada por meio de uma análise temática (Braun; Clarke, 2006) qualitativa das publicações e interações observadas no Instagram. A análise temática será conduzida inicialmente por meio da familiarização com os dados para a geração dos códigos iniciais, buscando temas relevantes que são revistos em seguida, nomeados, para então ser produzido o relatório (Braun; Clarke, 2006). Nesse processo, serão observadas estratégias desenvolvidas pelo influenciador político na busca por legitimidade junto à sua audiência na rede social (Instagram). Para isso, a análise considerará como as affordances do Instagram influenciam os processos de legitimação política, observando de que maneira recursos como stories, reels, vídeos curtos, compartilhamentos e comentários favorecem dinâmicas de visibilidade, engajamento e circulação discursiva (Leonardi; Treem, 2020). A comparação constante entre diferentes formatos e interações permitirá identificar como estratégias discursivas são adaptadas conforme os recursos comunicacionais da plataforma e as características das audiências presentes no ambiente digital.

Por fim, busca-se compreender como Nikolas Ferreira articula práticas comunicacionais e estratégias discursivas para construir, manter e reparar legitimidade política em contextos digitais caracterizados por elevada exposição pública, fragmentação das audiências e disputas permanentes por reconhecimento social.

Principais achados e contribuições

Durante os meses de abril e maio de 2026 foi feita uma primeira aproximação com o campo, em que foram coletadas postagens dos stories e do feed do influenciador. Em uma primeira análise, emergiram três principais temas que são o foco das publicações do influenciador e que mobilizam diferentes estratégias discursivas de legitimação de forma contínua e adaptativa no Instagram, articulando diferentes dimensões da legitimidade para sustentar reconhecimento e engajamento perante audiências digitais.

O primeiro tema foi nomeado “realizando (a função parlamentar) por meio de medidas ‘fast food’, que trata da divulgação de realizações em seu reduto político oriundas das emendas parlamentares. Inicialmente tais posts são associados à estratégia de legitimação pragmática para atenderem a necessidades consideradas urgentes para a audiência de foco. O segundo tema foi nomeado “ativando a fé”, que trata da mobilização e vinculação do influenciador a valores religiosos junto à audiência. Tais postagens, inicialmente, foram associadas à legitimidade moral tendo em vista essa mobilização do sagrado por meio de discursos conservadores e enquadramentos associados à defesa de princípios morais e identitários. Por fim, o terceiro tema foi nomeado como “mirando a polarização”, evidenciado por postagens que reforçam continuamente o posicionamento político do influenciador pautado em narrativas de oposição a partidos políticos adversários, críticas a grupos políticos concorrentes e construção de antagonismos. Nesse caso, inicialmente, associamos as postagens à legitimidade cognitiva por se tratar de mecanismos de fortalecimento identitário e manutenção da legitimidade perante públicos alinhados ideologicamente.

Nesse sentido, espera-se que os dados sigam evidenciando a centralidade da polarização política nas estratégias discursivas mobilizadas pelo ator político. Parte-se da expectativa de que a atuação do político influenciador não se limite à divulgação de atividades

legislativas, mas envolva a construção permanente de visibilidade pública e proximidade simbólica com seguidores por meio de conteúdos audiovisuais, interações recorrentes e narrativas alinhadas às dinâmicas comunicacionais das plataformas digitais.

Espera-se, ainda, de acordo com uma análise preliminar, que os stories assumam papel central nesse processo, funcionando como um recurso estratégico para produção de interação contínua, reação rápida a acontecimentos políticos e fortalecimento de vínculos com audiências online. A frequência e informalidade desse formato podem favorecer performances de autenticidade, aproximação emocional e construção de identificação com seguidores, contribuindo para processos de legitimação política em ambientes digitais marcados por elevada conectividade e circulação acelerada de informações.

Também se espera compreender como as affordances do Instagram influenciam os processos de legitimação política. Recursos como stories, reels, compartilhamentos e interações rápidas tendem a favorecer a adaptação contínua dos discursos e ampliar possibilidades de engajamento, circulação de narrativas e gerenciamento da imagem pública. Essas dinâmicas podem reforçar a centralidade das plataformas digitais na sustentação da legitimidade política contemporânea e evidenciar como formatos comunicacionais específicos influenciam práticas de construção simbólica da autoridade pública.

Do ponto de vista teórico, o estudo pretende contribuir para a articulação entre literatura de legitimidade organizacional, legitimação discursiva e comunicação política digital, aproximando debates ainda pouco integrados na literatura. A pesquisa também busca ampliar a compreensão sobre como políticos influenciadores utilizam práticas comunicacionais e estratégias discursivas para construir, manter e reparar legitimidade em ambientes digitais marcados por elevada visibilidade, fragmentação das audiências e disputas permanentes por reconhecimento social.

Por fim, o trabalho pretende contribuir para os estudos organizacionais ao evidenciar que processos de legitimação política em plataformas digitais dependem não apenas de estruturas institucionais formais, mas também da capacidade dos atores de mobilizar discursos, narrativas e recursos comunicacionais estrategicamente adaptados às dinâmicas das mídias sociais.

Referências

Boltanski, Luc; Thévenot, Laurent; Porter, Catherine. *On justification: economies of worth*. Princeton: Princeton University Press, 2006. DOI: https://doi.org/10.2307/j.ctv1zm2tzm.

Braun, V.; Clarke, V. *Using thematic analysis in psychology*. Qualitative Research in Psychology, v. 3, n. 2, p. 77–101, 2006.

Brown, A. D. *Politics, symbolic action and myth making in pursuit of legitimacy*. Organization Studies, v. 15, n. 6, p. 861–878, 1994.

Castells, Manuel. *Communication power*. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Charmaz, Kathy. *Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis*. London: Sage, 2006.

Debenedetti, Andrea et al. *Discourse and legitimacy: recent developments and future directions*. International Journal of Management Reviews, v. 23, n. 2, p. 228–248, 2021.

Deephouse, David L. et al. Organizational legitimacy: six key questions. In: Greenwood, Royston et al. (org.). *The Sage handbook of organizational institutionalism*. 2. ed. London: Sage, 2017. p. 27–54.

Denzin, Norman K.; Lincoln, Yvonna S. *The Sage handbook of qualitative research*. 5. ed. Thousand Oaks: Sage, 2018.

Enli, Gunn. *Mediated authenticity: how the media constructs reality*. New York: Peter Lang, 2015.

Feeney, M. K.; Porumbescu, G. *The limits of social media for public administration research and practice*. Public Administration Review, v. 81, n. 4, p. 787–792, 2021.

Glozer, S.; Caruana, R.; Hibbert, S. A. *The never-ending story: discursive legitimation in social media dialogue*. Organization Studies, v. 40, n. 5, p. 625–650, 2019.

Highfield, T.; Leaver, T. *Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji*. Communication Research and Practice, v. 2, n. 1, p. 47–62, 2016.

Hornik, J.; Satchi, R. S.; Cesareo, L.; Pastore, A. *Information dissemination via electronic word-of-mouth: good news travels fast, bad news travels faster!*. Computers in Human Behavior, v. 45, p. 273–280, 2015.

Leonardi, Paul M.; Treem, Jeffrey W. *Behavioral visibility: a new paradigm for organization studies in the age of digitization, digitalization, and datafication*. Organization Studies, v. 41, n. 12, p. 1601–1625, 2020.

Patriotta, Davide et al. *Maintaining legitimacy: controversies, orders of worth, and public justifications*. Journal of Management Studies, v. 48, n. 8, p. 1804–1836, 2011.

Riedl, Magdalena; Schwemmer, Carsten; Ziewiecki, Sandra; Ross, Lisa M. *The rise of political influencers: perspectives on a trend towards meaningful content*. Frontiers in Communication, v. 6, 2021. DOI: https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.752656.

Rogers, R.; Giorgi, G. *What is a meme, technically speaking?*. Information, Communication & Society, v. 27, n. 1, p. 73–91, 2024.

Sehl, Stefan; Schützeneder, Jonas. *Political influencers on social media: communication strategies and audience engagement*. Social Media + Society, v. 9, n. 1, 2023.

Suchman, Mark C. *Managing legitimacy: strategic and institutional approaches*. Academy of Management Review, v. 20, n. 3, p. 571–610, 1995.

Suddaby, Roy; Greenwood, Royston. *Rhetorical strategies of legitimacy*. Administrative Science Quarterly, v. 50, n. 1, p. 35–67, 2005.

Suuronen, Mikko et al. *Political influencers and the hybrid media environment: social media, visibility and political engagement*. New Media & Society, v. 24, n. 9, p. 2103–2122, 2022.

Van Dijck, José. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.