

HUMANAS E SOCIAIS  
V.12 • N.3 • 2025 • Publicação Contínua

ISSN Digital: 2316-3801  
ISSN Impresso: 2316-3348  
DOI: 10.17564/2316-3801.2025v12n3p443-456



## ASPECTOS DA CULTURA POPULAR LOCAL NO INSTAGRAM DOS CANDIDATOS AO GOVERNO DO ESTADO DO TOCANTINS EM 2022

ASPECTS OF LOCAL POPULAR CULTURE ON THE  
INSTAGRAM ACCOUNTS OF THE 2022 TOCANTINS  
STATE GOVERNMENT CANDIDATES

ASPECTOS DE LA CULTURA POPULAR LOCAL EN EL  
INSTAGRAM DE LOS CANDIDATOS AL GOBIERNO DEL  
ESTADO DE TOCANTINS EN 2022

Tânia Costa Moreira<sup>1</sup>  
Marco Túlio Pena Câmara<sup>2</sup>

## RESUMO

O discurso político é uma ferramenta ideológica basilar para a compreensão de posicionamentos de sujeitos inseridos em situações eleitorais e partidárias. O objetivo desse trabalho é analisar aspectos da cultura popular tocantinense no *Instagram* dos candidatos ao governo do estado durante a campanha eleitoral de 2022. A fundamentação teórica se baseia no campo interdisciplinar da Análise do Discurso (AD) francesa, que problematiza aspectos ligados aos sentidos promovidos pelo teor polissêmico da língua em relação ao recorte de tempo e de espaço em que operam. Mobilizamos também alguns conceitos da Comunicação Política, tais como as discussões sobre redes digitais, recursos de interação largamente utilizados na sociedade atual. A metodologia é do tipo documental com abordagem qualitativa, pois os dados foram tratados a partir de uma perspectiva subjetivista. O recorte temporal que escolhemos foi setembro de 2022, pois antecedeu o mês da votação e, por isso, agregou o maior fluxo de postagens eleitorais. Escolhemos 5 postagens para serem submetidas a tratamento científico, considerando o forte apelo aos recursos culturais tocantinenses. A pesquisa mostra que os candidatos se utilizam de recursos discursivos para criar uma imagem mais próxima do seu eleitorado ao recorrerem a elementos da identidade tocantinense para persuadir o eleitor.

## PALAVRAS-CHAVE

Campanha Eleitoral. Cultura Tocantinense. Discurso Político.

## ABSTRACT

Political discourse is a fundamental ideological tool for understanding the positions of individuals involved in electoral and party situations. The objective of this work is to analyze aspects of Tocantins' popular culture on the Instagram accounts of the candidates for the state government during the 2022 electoral campaign. The theoretical framework is based on the interdisciplinary field of French Discourse Analysis (DA), which problematizes aspects related to the meanings conveyed by the polysemic nature of language in relation to the temporal and spatial contexts in which they operate. We also draw on some concepts from Political Communication, such as discussions about digital networks and the interaction resources widely used in contemporary society. The methodology is documentary with a qualitative approach, as the data were analyzed from a subjectivist perspective. The chosen timeframe was September 2022, as it preceded the voting month and therefore encompassed the highest volume of electoral posts. We selected five posts to be subjected to scientific analysis, considering their strong appeal to Tocantins' cultural resources. The research shows that the candidates frequently use discursive strategies to create a closer image with their electorate by drawing on elements of Tocantins' identity to persuade voters.

## KEYWORDS

Electoral Campaign; Tocantins Culture; Political Discourse.

## RESUMEN

El discurso político es una herramienta ideológica fundamental para comprender las posiciones de los individuos involucrados en situaciones electorales y partidistas. El objetivo de este trabajo es analizar aspectos de la cultura popular de Tocantins en el Instagram de los candidatos al gobierno del estado durante la campaña electoral de 2022. La fundamentación teórica se basa en el campo interdisciplinario del Análisis del Discurso (AD) francés, que problematiza aspectos relacionados con los sentidos promovidos por el carácter polisémico de la lengua en relación con el recorte temporal y espacial en el que operan. También movilizamos algunos conceptos de la Comunicación Política, tales como las discusiones sobre redes digitales, recursos de interacción ampliamente utilizados en la sociedad actual. La metodología es de tipo documental con un enfoque cualitativo, ya que los datos fueron tratados desde una perspectiva subjetivista. El recorte temporal que elegimos fue el mes de septiembre de 2022, ya que antecedió al mes de la votación y, por ello, concentró el mayor flujo de publicaciones electorales. Seleccionamos cinco publicaciones para ser sometidas a tratamiento científico, considerando el fuerte recurso a los

elementos culturais de Tocantins. La investigación muestra que los candidatos, con frecuencia, se valen de recursos discursivos para crear una imagen más cercana a su electorado al recurrir a elementos de la identidad tocanтинense para persuadir al votante.

## PALABRAS CLAVE

Campaña Electoral. Cultura de Tocantins. Discurso Político.

## 1 INTRODUÇÃO

Neste artigo, investigamos os efeitos de sentido do discurso político durante a campanha eleitoral para governador do estado do Tocantins, em 2022. Portanto, falamos sobre as postagens feitas pelos principais candidatos ao referido cargo público em seus respectivos *Instagram*. Para isso, utilizamos a Análise do Discurso (AD), de base francesa, como principal aporte teórico-metodológico para as análises feitas a partir dos dados da pesquisa.

Analisamos postagens dos candidatos ao governo do Tocantins nas eleições de 2022 por acreditarmos que as redes sociais, especificamente o *Instagram*, sejam instrumentos basilares na difusão do discurso político no atual contexto social. Defendemos a ideia de que o discurso político é tão maleável quanto a sociedade, que se reconstrói diariamente e procura novas plataformas para fidelização de eleitores antigos e emergentes (Charaudeau, 2011).

Esta pesquisa apresenta dados coletados a partir de uma investigação documental de abordagem qualitativa, de modo a proporcionar uma leitura a partir do subjetivismo do *corpus*. Escolhemos 5 postagens feitas pelos principais candidatos ao governo do Tocantins durante setembro de 2022. Os dados foram coletados do *Instagram* dos então candidatos Wanderlei Barbosa e Ronaldo Dimas, os quais são liberados para acesso público.

Por fim, é pertinente considerar a seguinte pergunta de pesquisa: *Quais aspectos da cultura popular tocanтинense foram recorrentes no Instagram dos candidatos ao governo do estado durante a campanha eleitoral de 2022?*

## 2 COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS: FOCO NO *INSTAGRAM*

De acordo com Friderichs e Lopes (2025), a análise de mídia se caracteriza pela maneira com a qual examina os canais que possibilitam a comunicação, tais como rádio, televisão, cinema, internet etc. No contexto atual, as redes sociais têm se destacado como canais altamente utilizados nas campanhas políticas, considerando a sua influência frente à grande massa.

A comunicação no contexto político ajuda a moldar decisões considerando fatores externos, os quais ajudaram na textualização das categorias de análise que apresentamos um pouco anteriormente. Dessa maneira, quando defendem algum ponto de remonte à cultura tocantinense, os candidatos resgatam memórias do eleitorado e tentam convencer o eleitor de que estão preparados para representá-lo na gestão (Lasswell, 2025).

Nesse contexto, tornou-se impossível separar comunicação e redes sociais, também conhecidas como mídias sociais. Estas, por sua vez, são espaços virtuais que se tornaram frequentes nas relações humanas a partir dos efeitos e impactos da globalização (Castells, 2013).

Nas redes sociais, o *Instagram* funciona como uma estratégia pertinente à difusão da comunicação política digital. A referida rede social tem capacidade de mobilizar eleitores de todos os contextos sociais, o que ajuda no engajamento do candidato junto à rede (Machado; Ronsoni, 2022).

Furtado (2023) acrescenta que o *Instagram* possibilita o encontro de diferentes vozes que antes eram marginalizadas pelo próprio sistema de comunicação política tradicional. Esse alcance, por sua vez, acaba agregando à discussão, já que grupos sociais emergentes passam a influenciar a construção do próprio discurso eleitoral elaborado junto às mídias sociais.

Além disso, há a polarização, caracterizada pela viralização de discursos extremistas em detrimento de posicionamentos consensuais. Isso se torna um ponto negativo se levarmos em consideração a influência dos algoritmos que acabam colaborando para a propagação de comunicações políticas virais em tempos de eleição. Conforme Mercuri e Lima-Lopes (2020), discursos de ódio durante campanhas eleitorais têm se tornado recursos de persuasão popular, o que ajudam a tornar as redes sociais um lugar de ataques constantes.

O fortalecimento da imagem de candidatos políticos por meio do *Instagram* comprova o alcance da rede social junto a públicos diversos. O engajamento revigora a imagem dos candidatos muito pela relação entre autoridade e afeto como estratégias de aproximação com o eleitor (Furtado, 2023).

Em síntese, existem várias redes sociais em que a comunicação política pode ser estabelecida. No entanto, optamos pelo *Instagram* considerando-a uma das mais populares na atualidade, o que consegue reunir um quantitativo considerável de eleitores advindos de diversos domínios sociais.

### 3 O DISCURSO POLÍTICO

A AD francesa é uma corrente dos estudos da linguagem que analisa os diferentes efeitos de sentidos dentro de um determinado recorte social, histórico e espacial. Nesse sentido, compreende o discurso como instrumento enunciativo carregado de ideologia, o que nos permite entender os fenômenos da linguagem como acontecimentos socioculturais (Pêcheux, 1995).

Para Pêcheux (1995), o dinamismo da linguagem, refletido diretamente no discurso, encontra na retórica um apoio essencial à sua natureza persuasiva. Saber manusear a língua, em seu sentido mais consciente, confere ao discurso mais possibilidades de convencimento. Logo, pensar a organicidade discursiva é compreender, antes de tudo, como este discurso está sendo construído e as quais são as ferramentas utilizadas pelo sujeito para sua sustentação.

Isso parece convergir com os postulados de Foucault (1996), quando relativiza as estruturas de poder a partir do discurso. Os desdobramentos de sentido que podem surgir a partir da retórica do discurso podem ser vistos como representações polifônicas do que poderíamos entender como poder de classe. Isso, por sua vez, aponta para a manutenção das práticas humanas, já que o referido autor compreende o poder como ponto basilar para as relações sociais.

A “polifonia” entende a linguagem como ferramenta que agrega diferentes vozes ressignificadas com o tempo. O discurso é constituído por bases discursivas já existentes, pois tudo que dizemos e acreditamos já existe, sendo ressignificado dentro de outro recorte temporal e espacial (Bakhtin, 2013).

No Brasil, as colaborações de Orlandi (2023) versam sobre algumas marcas linguísticas que evidenciam construções ideológicas do discurso político. Para a autora, identificar evidências linguísticas nos ajuda a entender os diferentes efeitos de sentido que podem ser causados a partir de uma relação entre texto e contexto, em que as marcas linguísticas passam a ser, na verdade, materializações da ideologia dominante na esfera pragmática do discurso.

Há uma ponte de tensão entre a influência social sobre a linguagem e a capacidade de significação do discurso político. Embora a linguagem seja um sistema socialmente regulado, os indivíduos ainda conseguem usá-la para distinguir as ideologias partidárias.

## 4 PERCURSO METODOLÓGICO

O tipo de pesquisa adotado nesse trabalho é de natureza bibliográfica e documental. Classificamos desta forma por entender que as postagens dos candidatos ao governo do Tocantins são, na verdade, documentos digitais que representam aspectos discursivos e identitários dos eleitores tocantinenses. Nesse sentido, a opção por uma investigação documental colaborou para o entendimento das redes sociais enquanto mecanismo de documentação do discurso político e como registro da identidade do povo tocantinense frente ao período eleitoral.

A pesquisa documental se caracteriza pela capacidade de fotografar momentos sociais em que é possível problematizar aspectos ligados às relações e ao comportamento humano. Em outros termos, a ideia de documentação, neste contexto, converge com o princípio da eternização de um determinado fenômeno humano (Lima Júnior *et al.*, 2021).

A pesquisa bibliográfica, por sua vez, se caracteriza pela sistematização de leituras pertinentes à temática discutida, com vistas a favorecer o debate sobre conceitos fundamentais, aplicados ao percurso analítico da pesquisa (Guimarães, 2022). Neste trabalho, o olhar bibliográfico ajudou no entendimento do objeto de pesquisa, complexificando-o em relação ao tratamento das postagens analisadas.

No que compete à abordagem de pesquisa adotada neste trabalho, considera-se a abordagem qualitativa como escolhida para tratamento dos dados. Isso porque, ao identificar discursos políticos nas postagens analisadas, passa a ser pertinente considerar também todo o entorno social típico dos períodos eleitorais. Em outras palavras, para a construção de sentidos tecidos no capítulo seguinte, não é possível separar dados da pesquisa com o contexto social e ideológico de sua origem (Guimarães, 2022).

Os dados foram extraídos dos perfis dos dois candidatos mais votados, a saber: Wanderlei Barbosa e Ronaldo Dimas. Com isso, foram os candidatos de maior popularidade na ocasião da eleição, o que os tornaram peças-chave para a difusão dos discursos políticos dos seus respectivos partidos.

As postagens no *Instagram* foram publicadas nesta rede social entre 30 de agosto e 30 de setembro de 2022. Este foi o período em que o fluxo de postagem foi intensificado, sendo 53 postagens do primeiro candidato e 190 do segundo. Dentre todas as postagens que constituem o *corpus*, foram selecionadas como dados desta pesquisa 5 delas, as quais focam seus discursos a partir de aspectos culturais tocantinenses.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Figura 1 mostra um dos candidatos em um momento familiar. Na foto, ele posa com os netos, o que reforça a recorrência ao seio familiar como maneira de humanização do candidato. A postagem foi feita em 30 de setembro de 2022.

**Figura 1** – “O ‘xero’ nos netos”



Fonte: Dados da pesquisa.

No que compete à cultura tocantinense, identificamos a expressão linguística “um xero” na legenda da postagem. É bastante utilizada nas regiões Norte e Nordeste do país, sendo o Tocantins um dos estados em que sua incidência é bastante representativa. Consiste na supressão fonético-fonológica de elementos sonoros, bem como na representação gráfica do “x” em detrimento do “ch”, optando por “xêro” ou invés de “cheiro”. Podemos dizer que há, nesse caso, a transposição da fala para a escrita (Fiorin, 2021).

O candidato ocupa lugar de sujeito discursivo na postagem, o que tende a motivar a sensação de aproximação. Trata-se de uma humanização que busca um elo emocional com seu eleitorado. Com isso, há uma sensação de aproximação entre o candidato e o eleitor (Charaudeau, 2011).

Outro ponto a ser considerado importante na foto é a posição em que eles estão e o uniforme que as crianças utilizam. Isso nos convida pensar na identificação do público-alvo, que se caracteriza como elitizado o qual comunga de uma concepção tradicional das relações. A linguagem aparece como ferramenta de construção de sentidos e de relações de poder (Foucault, 1996).

A Figura 2 ilustra uma das reuniões políticas feitas durante o período eleitoral. São momentos em que os candidatos socializam suas propostas com o eleitorado apresentando medidas da sua plataforma de governo. A imagem é de um print de um vídeo. A postagem foi feita em 26 de setembro de 2022.

**Figura 2** – O “coração curraleiro”



Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 2 apresenta indícios linguísticos típicos da cultura tocantinense, identificados na expressão “coração curraleiro”. Trata-se de uma construção que remete à palavra “curral”, de modo a estar associada ao setor pecuário, sendo uma das atividades econômicas mais rentáveis do estado. Isso pode indicar diferentes sentidos, a saber: i) construção de identidade a partir da apropriação simbólica; e ii) interdiscursividade.

No que se refere à construção de identidade a partir da apropriação simbólica, é pertinente reiterar a relação de aproximação que o *slogan* gera em relação aos eleitores, o que sugere uma aproximação com o grande povo, o que reforça o sentimento de pertencimento junto ao seu eleitorado (Silva, 2023).

Já a interdiscursividade promove uma retomada ao contexto social tocantinense remetendo a discursos pré-existentes. Com essa resignificação, o candidato revisita a gênese linguística do eleitor, ajudando na popularização de sua campanha. Ideologicamente, se somarmos as palavras “coração” e

“curraleiro” é possível perceber uma tentativa de resgate ao sentimento de afeto entre o tocantinense e este setor da economia do estado, enquanto estratégia política eleitoral. Fica implícito o bem-querer do cidadão às suas raízes, remetendo à sobrevivência econômica de maneira afetuosa (Fiorin, 2021).

A Figura 3 apresenta um dos momentos extraídos de uma cavalgada nos municípios de Palmeirante e Monte Santo do Tocantins, interior do estado. Trata-se uma demonstração cultural bastante importante e valorizada no Tocantins, considerando sua simbologia cultural na região Norte do país. Com muitos adeptos, é uma manifestação que costuma gerar grande repercussão. A imagem é de um print de um vídeo postado em 11 de setembro de 2022.

**Figura 3** – O “domingão de cavalgada”



Fonte: Dados da pesquisa.

Há dois recursos como aliados importantes à difusão da ideologia política: i) a expressão linguística “domingão de cavalgada”; e ii) os trajes típicos da ocasião. Isso porque é possível estabelecer uma relação de sentido entre o que é dito e o que é visto, de maneira a gerar o que a AD entende como “efeitos de sentidos”, aqui direcionado à relação de causa e consequência (Pêcheux, 1995).

A expressão “domingão de cavalgada”, assim como as demais mapeadas anteriormente nesta seção, é carregada de um regionalismo tocantinense responsável por aproximar candidato e eleitor. Em outros termos, pensar na associação entre a linguagem e o seu povo é um dos artifícios mais utilizados em situações de reconhecimento linguístico (Fiorin, 2021).

No que compete aos trajes típicos da cavalgada, é possível entendermos que se trata de uma estratégia discursiva ligada ao simbolismo identitário e cultural do Tocantins. Ao postar uma manifestação como essa nas redes sociais, o candidato foca na tradição e no respeito às raízes tocantinenses, enquanto estratégia eleitoral, de modo a conectá-lo emocionalmente aos eleitores. Dessa maneira, há uma ideia de valorização do campo e das atividades ligadas à terra durante o governo que o candidato defende como o ideal aos avanços econômicos e culturais do povo (Charaudeau, 2011).

A Figura 4 ilustra um momento de campanha eleitoral de Dimas no município de Araguatins, Norte do Tocantins e segunda principal cidade do estado, onde o político exercia o mandato de prefeito, sendo, portanto, sua principal base política e de apoio. Na imagem, o candidato aparece ao lado de um morador local, apertando sua mão em sinal de parceria e diálogo. A imagem é de um print de um vídeo postado pelo candidato em 4 de setembro de 2022.

A postagem resgata uma ligação às culturas e identidades tocantinenses como forma de legitimação do discurso político. Nesta imagem, o culto às raízes e tradições regionais acontece direcionada a um cidadão específico, o qual passa a ser representante dos demais eleitores nascidos e criados na região norte do estado (Orlandi, 2023).

Como demonstração cultural típica da localidade, a cavalgada acaba despertando a memória afetiva do eleitor, o que sugere afinidade entre o candidato e suas raízes. Logo, essa demonstração acaba reforçando a natureza ufanista em relação ao próprio saber folclórico da região.

**Figura 4** – O “*araguainense-raiz*”



Fonte: Dados da pesquisa.

Na Figura 4, é importante considerarmos a relação entre a imagem e a legenda na tentativa de nos ajudar no mapeamento dos sentidos gerados entre o que é visto e o que é falado. Para isso, consideramos: i) a expressão linguística “araguainense-raiz”, na legenda; e ii) o aperto de mão ilustrado na imagem.

A expressão “araguainense-raiz” identifica uma tentativa de diferenciação entre o cidadão que apresenta características tradicionais do município de Araguaína, buscando mais conexão com o público da cidade. O contexto sugere essa diferenciação como algo importante à interpretação da intencionalidade enunciativa: valorizar a terra e os costumes locais. Esse recurso se sustenta na construção de um *pathos* que consiste na sedução do eleitorado a partir das emoções que o amor à terra pode provocar (Amossy, 2020).

A ideia do ser permeada pelo *pathos* acaba desencadeando uma sucessão de sentimentos despertados pela postagem. Assim, pensar em um “eu discursivo” que se reflete no outro a partir do seu desejo de pertencer à terra acaba tendo desdobramentos que extrapolam os limites do texto e atingem o discurso como medida de persuasão (Pêcheux, 1995).

Nesse contexto, o termo “raiz” acaba reforçando o orgulho de ser tocantinense. Com isso, acaba refletindo também na ideia de bem-estar da terra natal, agregando aspectos de alegria e satisfação.

**Figura 5** – Wanderlândia “do nosso agrado”



Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 5 representa o momento de campanha no município de Wanderlândia. Há uma exposição das ruas da cidade, que estão lotadas por carros que compõem uma carreata em apoio ao candidato. A postagem foi feita em 18 de setembro de 2022.

Nesta postagem, consideramos os seguintes indícios para análise: i) uso da expressão linguística “DO NOSSO AGRADO”; e ii) exposição da rua de Wanderlândia em confluência com a demonstração dos carros que seguiam o momento da carreata.

No que compete à expressão linguística “DO NOSSO AGRADO”, assim como nas postagens anteriores, trata-se de um recurso amplamente utilizado na fala do cidadão tocantinense. É uma variação linguística regional que traz consigo uma raiz ligada às culturas da região, especialmente a do interior do Tocantins. Como nas demais análises, trata-se de uma estratégia utilizada pelos candidatos com frequência para aproximá-lo do eleitorado e demonstrar valorização à terra e humanização do referido candidato. Nesta postagem, especificamente, é importante considerar que a expressão foi escrita em letras maiúsculas, o que também contribui para diferentes efeitos de sentidos.

A ideia de ser agradável acaba sugerindo uma perspectiva discursiva ligada ao ato de se sentir bem no local. Consequentemente, torna-se agradável o lugar e o povo ao qual pertence. Isso, por sua vez, procura impactar positivamente o eleitor, que tende a perceber um candidato cada vez mais

próximo do seu cotidiano, seja pelas expressões utilizadas, seja pela alegria de se sentir pertencente àquele universo (Amossy, 2020).

Já no que compete à exposição da rua de Wanderlândia em confluência com a demonstração dos carros que seguiam o momento da carreata, é pertinente entendermos que a imagem reforça a ideia proposta pelas letras garrafais na legenda da postagem. Isso porque há uma relação de causa e efeito entre aquilo que é reforçada na legenda e o que se ilustra na imagem. Essa junção de sentidos enfatiza a aderência dos cidadãos de Wanderlândia à campanha do candidato em questão, o que reforça o engajamento do político junto ao povo daquele município. Trata-se de uma maneira de legitimar o que é afirmado, o que, consequentemente, funciona como recurso persuasivo na construção do *ethos* ilustrado (Amossy, 2020).

O sentimento de pertencimento, nesse caso, é acentuado pela própria sensação de agradabilidade sugerida pela representação semântica da imagem e a categorização proposta pela legenda. Nesse caso, a relação entre verbal e não verbal é decisiva para a construção de sentido do discurso, além de provocar várias sensações que despertam a simpatia do candidato (Amossy, 2020).

Por fim, os dados representam a utilização dos recursos culturais tocantinenses como estratégia de persuasão frente ao eleitorado. Considerando que estas imagens foram veiculadas no *Instagram*, enquanto mídia, é possível entendermos também que houve uma preocupação em gerar engajamento e, a partir disso, contribuir para a popularização da campanha eleitoral.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, apresentamos um percurso de análise acerca do discurso político que permeia postagens feitas no *Instagram* dos principais candidatos ao governo do Tocantins, durante as eleições de 2022. Foi identificada a recorrência a elementos da cultura popular tocantinense como estratégia de convencimento e estreitamento de interação entre candidato e eleitor, de modo a promover tentativas de humanização do representante do partido durante o pleito eleitoral.

Diante disso, retomamos ao problema de pesquisa, que levanta o seguinte questionamento: *Quais aspectos da cultura popular tocantinense foram recorrentes no Instagram dos candidatos ao governo do estado durante a campanha eleitoral de 2022?*

Como resposta, foi possível identificar os seguintes aspectos: i) caracterização da variação linguística local enquanto recurso de legitimação cultural; e ii) movimento de humanização da figura do candidato por meio da ilustração da figura do sujeito discursivo enquanto homem popular, simples e de família, investindo, assim, na sua popularização.

No que se refere à caracterização da variação linguística local enquanto recurso de legitimação cultural, estamos nos referindo à transposição de expressões linguísticas típicas da região tocantinense nas legendas das postagens analisadas. Foi possível identificar termos regionais como “do meu agrado”, “um xero”, entre outros, que acabam gerando sentidos galgados na percepção de afeto, simpatia e identidade cultural.

Sobre o movimento de humanização da figura do candidato por meio da ilustração da figura do sujeito discursivo enquanto homem popular, simples e de família, investindo, assim, na sua popularização, é possível afirmar que foi o mais frequente dentre as postagens analisadas. Isso porque as imagens frequentemente associam o sujeito discursivo a alguma situação popular ou familiar. Isso vai desde a escolha por cadeiras de utilizadas em bares, a troca de afetos e poses com familiares, por exemplo.

Esperamos que este trabalho possa ser provocativo e, assim, incentivar a produção de pesquisas similares em um momento vindouro. Isso porque entendemos a pesquisa científica como uma maneira palpável e real de transformação das práticas de interação.

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, R. *et al.* **A argumentação no discurso**. Tradução: Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2020.

BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução de Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2011.

FIORIN, J. L. Discurso, estrutura e história. **Cadernos de Linguística**, v. 2, p. 1-18, 2021.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FRIDERICH, B. de P.; LOPES, A. de O. O poder e a fotografia: os signos de informação na comunicação pública e política. **Revista Foco**, v.18, n.7, e9174, p. 1-27, 2025.

FURTADO, J. S. **Estudo do uso do Instagram como ferramenta de comunicação política por Lula da Silva no ano eleitoral de 2022**, 2023. 132 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2023.

LASSWELL, H. D. A orientação política do conhecimento. **Revista do Serviço Público (RSP)**, v. 76, n. 2, p. 179-197 abr./jun. 2025.

LIMA JÚNIOR, E. B. Análise documental como percurso metodológico na pesquisa qualitativa. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 44, p. 36-51, 2021.

MACHADO, J.; RONSONI, R. Estratégias de Comunicação Política Digital no Instagram: Uma Análise da Campanha Eleitoral da Chapa Boulos/Erundina à Prefeitura de São Paulo. **Rev. Cad. Comun.**, Santa Maria, v. 26, n. 3, p. 2-23, 2022.

MERCURI, K. T.; LIMA-LOPES, R. E. de. Discurso de ódio em mídias sociais como estratégia de persuasão popular. **Trab. Ling. Aplic.**, Campinas, v. 59, n. 2, p. 1216-1238, maio/ago. 2020.

ORLANDI, E. Processo Discursivo, (re)escrita e ensino. **Revista Leitura**, v. 1, n. 74, p. 5-12, 2023.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi *et al.* 2. ed. Campinas, SP: UNICAMP, 1995.

---

**Recebido em:** 4 de Junho de 2025

**Avaliado em:** 21 de Julho de 2025

**Aceito em:** 30 de Agosto de 2025

---



A autenticidade desse artigo pode ser conferida no site <https://periodicos.set.edu.br>

Copyright (c) 2025 Revista Interfaces  
Científicas - Humanas e Sociais



Este trabalho está licenciado sob uma  
licença Creative Commons Attribution-  
NonCommercial 4.0 International License.

---

1 Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade  
Federal do Tocantins – UFT.

E-mail: [moreirataniacosta@gmail.com](mailto:moreirataniacosta@gmail.com)

2 Doutor em Linguística Aplicada pela Universida-  
de Estadual de Campinas – UNICAMP; Professor  
do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-  
-Graduação em Comunicação e Sociedade da Uni-  
versidade Federal do Tocantins – PPGCOM-UFT.

E-mail: [marco.camara@mail.uft.edu.br](mailto:marco.camara@mail.uft.edu.br)

