

# A CONTRUÇÃO DO DISCURSO DO PREFEITO DO RECIFE JOÃO CAMPOS NOS VÍDEOS PUBLICADOS EM SEU PERFIL NO INSTAGRAM: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA



Anna Rosa Pereira dos Santos  
Arthur Gomes Honorato do Nascimento Sena  
Maria Vitória Silva de Oliveira Morais  
Christiane Maria da Bôa Viagem Oliveira



**Centro Universitário dos Guararapes (UNIFG-PE)**  
Campus Piedade, Curso Jornalismo, [christiane.oliveira@ulife.com.br](mailto:christiane.oliveira@ulife.com.br)

## Introdução

À luz da semiótica de linha francesa, estudamos como o Prefeito do Recife, João Campos, se faz ver, se mostra nos *reels* no seu perfil do Instagram, a rede social na qual tem o maior número de seguidores. Para entender o discurso do “prefeito influencer”, foram analisados os cinco vídeos mais visualizados no último mês (06/09 a 06/10/2024) da sua campanha de 2024, em que foi reeleito com uma expressiva votação que o tornou o prefeito mais votado na história do Recife. Consideramos o ápice do trabalho de comunicação do seu governo. Campos é herdeiro político de seu pai, Eduardo Campos, que, por sua vez, seguiu os passos do avô Miguel Arraes. Ambos foram governadores que marcaram a história de Pernambuco.



Miguel Arraes, Eduardo Campos e João Campos

## Objetivos

Analisar, à luz da semiótica de Greimas, o discurso do prefeito do Recife João Campos, no Instagram, para identificar como ele se mostra aos seus seguidores/internautas.

## Metodologia

Os *reels* foram listados em planilha, gravados e salvos em arquivo de vídeo, transcritos e decupados. Utilizamos o aparato teórico da semiótica discursiva como método de estudo. Analisamos o percurso gerativo do sentido do plano da expressão.

## Resultados

Os vídeos analisados, com exceção do da vitória nas eleições, tiveram temas de pertinência social com ações do prefeito em benefício à educação, saúde, trânsito e lazer para crianças. Os *reels* são objetos de comunicação e significação, ou seja, textos.

Como a semiótica estuda o texto, que é determinado por ideologias específicas, buscamos “descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (Barros, 2000, p. 07). No caso, os vídeos são textos sincréticos, pois articulam várias linguagens e formas de expressão (verbal, visual, gestual, sonora etc.) para manifestar o discurso. Dá-se por uma única estratégia global de comunicação, resultante da textualização dos dois planos (conteúdo e expressão) no ato da linguagem (Floch, 1987).

No plano do conteúdo, estudamos o nível discursivo do percurso gerativo do sentido e a enunciação que é “uma instância linguística logicamente pressuposta pela própria existência do enunciado (que dela contém traços e marcas)” (Greimas; Courtés, 2008, p. 114). A enunciação evidencia a intencionalidade discursiva do enunciador.

Pelos “traços e marcas”, reconstruímos a enunciação e identificamos mecanismos utilizados para persuadir, o enunciatário, o espectador. A enunciação é o lugar da instauração do sujeito, o ponto de referência das relações espaço-temporais.

Nos *reels*, o enunciador projeta-se no enunciado (*reel*) por meio do uso do “eu”, criando um efeito de subjetividade que envolve o enunciatário no discurso, e é reiterado por Campos, enunciador projetado no enunciado, olhando para a câmera, para quem o segue.



A linguagem verbal-oral também marca a projeção de espaço e tempo. O “aqui” é o espaço marcado pelo local onde Campos está e fala; o tempo é o “agora” marcado pelo tempo verbal e o momento da filmagem. Essas projeções criam os efeitos de sentido de verdade e realidade, reiterados pelo sotaque, expressões locais, espaços da cidade e o contexto temporal da postagem.

Com o estudo da figurativização e tematização, observamos a articulação de diversos temas através de figuras. Por exemplo, o Parque Treze de Maio é uma figura que manifesta o tema da memória e do sentimento de afeição.

A simplicidade é outro tema manifestado pelo modo de se vestir do prefeito e reiterado pela fala coloquial. Essa articulação convoca o seguidor para o discurso, criando um efeito de proximidade. As obras e realizações de Campos são figuras que manifestam o tema de um prefeito “realizador”, também reiterado pela sua fala.

São estabelecidos os contratos de fidência e veridicção entre enunciador e enunciatário. No primeiro, é preciso que haja confiança e que os valores dos discursos sejam compartilhados (Barros, 2000). O grande número de visualizações reitera a confiança e o compartilhamento de valores. No contrato de veridicção, é o “dizer-verdadeiro” que conecta o conhecimento e os valores culturais que também são compartilhados.

## Considerações Finais

O discurso do Prefeito do Recife, no Instagram, manifesta uma prática política tradicional, a divulgação de feitos governamentais. Para a sua construção, utiliza-se da linguagem sincrética contemporânea do audiovisual das redes sociais. Como resultado dessa análise do discurso, o prefeito se apresenta como simples, descontraído, próximo à população, preocupado com a cidade e as pessoas, com memória afetiva pelo Recife e sua história, e, acima de tudo, um prefeito realizador que “faz bem-feito”.

## Bibliografia

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do Texto**. 2. ed. São Paulo, Ática, 2000.  
FLOCH, Jean-Marie. Semiótica plástica e linguagem publicitária. Trad. José Luiz Fiorin. **Significação**, São Paulo, n. 6, p. 29-50, 1987.  
GREIMAS, Algirdas-Julien. A sopa ao “pistou” ou a construção de um objeto de valor. **Significação**, São Paulo, n. 11, p. 7-21, set. 1996.  
\_\_\_\_\_; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. Vários tradutores. São Paulo, Contexto, 2008.

## Agradecimentos

Programa Pró-Ciência do Ecossistema Ânima