

# A CONSTRUÇÃO 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 Moraes  
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 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 fidúcia 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