

O DISCURSO DO PREFEITO DO RECIFE JOÃO CAMPOS NOS REELS DO INSTAGRAM: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA

Arthur Gomes Honorato do Nascimento Sena, UNIFG (PE),
13525115383@ulife.com.br; Maria Vitória Silva de Oliveira Moraes, UNIFG (PE);
Anna Rosa Pereira dos Santos, UNIFG (PE); Christiane Maria da Bôa Viagem
Oliveira (Dra.), UNIFG (PE)

RESUMO:

A pesquisa é uma análise do discurso dos *reels* do Prefeito do Recife, João Campos, em seu perfil no Instagram. À luz da semiótica de linha francesa, estudamos os cinco vídeos com maior número de visualizações exibidos durante sua campanha de reeleição, em 2024. O objetivo foi entender como Campos – herdeiro político da família Campos e Arraes – se apresenta, como ele se faz ver na rede social que tem o maior número de seguidores. Com a linguagem audiovisual características desse ambiente digital, o seu discurso mantém a tradição política de divulgação dos feitos governamentais, mostrando-se como um prefeito realizador que “faz bem-feito”.

Palavras-chave: João Campos, semiótica discursiva, Instagram.

INTRODUÇÃO

O presente estudo apresenta, à luz da semiótica de linha francesa, a semiótica discursiva, como o Prefeito do Recife, João Campos, se faz ver, se mostra nos *reels* no seu perfil do Instagram, a rede social em que tem o maior número de seguidores, 2,9 milhões, superando o total de habitantes da capital (1,5 milhões). Com essa forte presença nas redes sociais, Campos chega até a ser conhecido como “prefeito influencer”.

Para entender o seu discurso no Instagram – a rede mais usada no Brasil depois do WhatsApp –, foram analisados os cinco vídeos com maior número de visualizações do último mês (06/09 a 06/10/2024) de sua campanha de reeleição em 2024. Com uma votação expressiva de 78,11% do total de votos, tornou-se o prefeito mais votado na história do Recife. O período escolhido se deve ao que consideramos o ápice de um trabalho de comunicação realizado durante quatro anos de governo municipal.

Além das redes sociais, o engenheiro civil João Campos, 31 anos, é conhecido por ser herdeiro político de seu pai, Eduardo Campos, que, por sua vez, tinha o avô Miguel Arraes como referência política. Arraes foi um marco na história política de Pernambuco, por ter sido deposto do cargo de governador e preso pelo regime militar pela sua atuação em favor do trabalhador rural.

Ao retornar do exílio, Arraes foi eleito pela segunda vez governador, quando introduziu o seu neto, Eduardo Campos, no mundo político. Eduardo foi governador de Pernambuco por dois mandatos consecutivos, além de exercer outros cargos legislativos. Diante de uma promissora carreira política, morreu, aos 49 anos, em um acidente aéreo durante a campanha à presidência da república, em 2014, na qual era candidato. João é fruto dessas trajetórias.



Miguel Arraes, Eduardo Campos e João Campos

MÉTODO

Os cinco *reels* selecionados têm uma variação de 3 a 5,7 milhões de visualizações e duração média de um minuto. Foram listados em planilha com informações básicas: número de visualizações, data de postagem, tema e link. Foram gravados via tela de celular e salvos em arquivo de vídeo para facilitar o seu manuseio. Organizados, foram transcritos e decupados.

Em cada vídeo, estudamos, mais especificamente, o nível discursivo do percurso gerativo do sentido proposto por A. J. Greimas. É no nível discursivo se dá a concretude do texto, que se expressa de forma mais clara o conteúdo ideológico do enunciador. Investigamos a instância da enunciação e os desdobramentos que esse ato de produção do discurso manifesta.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os vídeos analisados, com exceção daquele em comemoração à vitória nas eleições, tiveram temas de pertinência social, mostrando ações do prefeito em benefício à educação, saúde, trânsito e lazer para crianças. Não houve dança nem prática de esportes, como em outros *reels* postados por ele.

Neste estudo, entendemos que cada vídeo é um texto, pois possui sua própria significação, seu todo de sentido. Como “objeto de comunicação”, relaciona sujeitos, está inserido na sociedade como “objeto ou produto cultural” e é determinado por ideologias específicas. Como a semiótica estuda o texto, buscamos “descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (Barros, 2000, p. 07).

Pela presença de várias linguagens e formas de expressão (verbal, visual, gestual, sonora etc.) articuladas, os vídeos são textos sincréticos. Para Floch (1987), esse processo de combinação intersistemas se dá por uma única estratégia global de comunicação sincrética que administra o contínuo do discurso que é resultante da textualização dos dois planos (conteúdo e expressão) no ato da linguagem. O autor afirma que se deve proceder analisando primeiramente o plano do conteúdo.

Começamos, então, pela enunciação, pertencente ao nível discursivo do percurso gerativo do sentido, do plano do conteúdo. Para Greimas e Courtés (2008, p. 114), a enunciação é “uma instância linguística logicamente pressuposta pela própria existência do enunciado (que dela contém traços e marcas)” que, no nosso caso, cada um dos *reels*. A enunciação evidencia a intencionalidade discursiva do enunciador pelo conjunto de marcas deixadas na manifestação textual e como essas são concretizadas materialmente para direcionar o olhar do observador a ver como o enunciado se mostra.

São pelos “traços e marcas” que é possível reconstruir a enunciação e identificar os mecanismos utilizados para manipular, persuadir, o enunciatário, o espectador. A enunciação é o lugar da instauração do sujeito, o ponto de referência das relações espaço-temporais, ou seja, do eu-aqui-agora.

Nos *reels*, o enunciador projeta-se no enunciado por meio do uso do "eu" ("sabe onde é que eu tô?") e "vocês" ("vou mostrar cada detalhe pra vocês"), criando um efeito de subjetividade que envolve o enunciatário, o espectador no discurso. Esse envolvimento se dá também pela fala de Campos, enunciador projetado no enunciado, olhando para a câmera, para quem o segue.



Reel Parque Treze de Maio



Reel Lavanderia nas Creches

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 ("me lasquei", "pronto"), espaços urbanos conhecidos da cidade (o parque, a creche, a ponte) e o contexto temporal da postagem.

Com o estudo da figurativização e tematização, observamos a articulação de diversos temas através de figuras. Por exemplo, no vídeo sobre a reforma da praça da criança do Parque Treze de Maio, o parque é uma figura que manifesta o tema da memória e do sentimento de afeição, sendo descrito por Campos como "o parque que mais marcou a infância de todo mundo".

A simplicidade é outro tema presente que se manifesta pelo modo de se vestir do prefeito, como camisa clara ou camiseta branca, calça jeans e tênis,

mostrando-se como uma "pessoa simples, como qualquer outra". São elementos que o diferenciam do político tradicional, que usa paletó e gravata. O modo de falar coloquial ("a gente") também reitera essa simplicidade, além de convocar 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": o ultrassom móvel, a lavanderia nas creches, a reforma do parque, o início da construção de uma nova ponte. E sua fala reitera essa ideia quando diz: "a gente tem que fazer no detalhe, fazer bem-feito".

Outro aspecto identificado é o estabelecimento dos contratos de fidúcia e veridicção. No primeiro, é preciso que haja confiança entre o enunciador e o enunciatário, e que os valores apresentados 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 ao conhecimento e valores culturais compartilhados pelo sujeito da enunciação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nesta breve análise semiótica, podemos dizer que os cinco vídeos analisados constroem um discurso que se utiliza de uma prática política tradicional, a divulgação de feitos governamentais, a exemplo do que faziam o pai e o bisavô de Campus. No entanto, a linguagem é contemporânea, da mídia digital.

Com o uso da estratégia de marketing dos três segundos iniciais para causar impacto e capturar a atenção, observamos no nosso corpus, apesar de pequeno, que Campos não engajou um grande número de pessoas por dançar brega ou frevo no carnaval, nem praticar corrida pelas ruas da cidade, mas por mostrar as suas realizações como prefeito.

Por meio do audiovisual característico das redes sociais digitais, percebemos que, na construção do discurso, há uma única estratégia global, própria do texto sincrético, para comunicar. Ao longo de cada vídeo, a significação

construída é reiterada pela articulação das várias linguagens e formas de expressão: vestuário, movimentos de câmera, músicas, linguagem verbal-oral etc. Essa articulação permite que o prefeito se apresente 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”.

REFERÊNCIAS

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.

FOMENTO

Programa Pró-Ciência do Ecossistema Ânima