

## **Da Política às Redes Sociais: a Ascensão de João Campos a Celebridade Política<sup>1</sup>**

Brenno Henrique Freitas BARBOSA<sup>2</sup>

Maria Eduarda Cavalcante Ferro AZEVEDO<sup>3</sup>

Milena Soares de SOUZA<sup>4</sup>

Rogério COVALESKI<sup>5</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

Este artigo investiga o impacto do perfil do prefeito João Campos no Instagram na percepção da população recifense durante seu mandato (2021-2024). A análise aborda como conteúdos específicos nas redes sociais podem influenciar uma população geralmente pouco engajada em política. Utilizando análise de conteúdo e análise do discurso do conteúdo das redes sociais do prefeito, juntamente com pesquisa bibliográfica, o estudo examina a trajetória política, as estratégias de comunicação e o contexto sociopolítico para entender o “fenômeno João Campos” e seu amplo engajamento nas plataformas de mídia social.

**PALAVRAS-CHAVE:** marketing político; redes sociais; gestão pública.

### **INTRODUÇÃO**

A história política de Pernambuco é marcada pela presença de algumas famílias com relevante participação no comando do estado, a exemplo dos Campos-Arraes, que detêm poder e influência no cenário político estadual há décadas. O atual prefeito de Recife, João Campos, é herdeiro deste clã, um dos mais longevos do Nordeste. Como filho do ex-governador Eduardo Campos, falecido em um acidente aéreo à época de sua candidatura presidencial, e bisneto de Miguel Arraes, João Campos tem alcançado notável popularidade, especialmente nas redes sociais. Aos 26 anos, João venceu a eleição para prefeito da capital pernambucana, constituindo o mais jovem mandatário de capital do país.

No início de seu mandato como prefeito de Recife, em 2021, João Campos foi criticado por sua juventude e conexão familiar com a política, levantando dúvidas sobre sua capacidade de liderança. No entanto, ele se aproximou do eleitorado jovem e de classes baixas ao valorizar

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Cultura e Internet, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Graduando do 4.º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: brenno.henrique@ufpe.br

<sup>3</sup> Graduanda do 4.º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: eduarda.cavalcanteferro@ufpe.br

<sup>4</sup> Graduanda do 4.º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: milena.soares@ufpe.br

<sup>5</sup> Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE; Orientador do trabalho, e-mail: rogerio.covaleski@ufpe.br

a cultura regional, utilizando gírias e regionalismos, e músicas do gênero brega-funk como trilha. Essa estratégia, combinada com uma presença forte nas redes sociais, principalmente por meio de *reels*, fortaleceu sua comunicação com a base eleitoral. Ao longo de sua gestão, ele adotou uma postura mais ousada e se destacou como uma celebridade, afastando-se da tradicional e formal comunicação política.

Durante sua gestão, o número de *reels* postados em seu perfil pessoal no Instagram aumentou gradualmente, especialmente a partir do segundo semestre de 2023. Uma análise comparativa dos 10 *reels* com maior e menor engajamento revelou uma convergência significativa em características específicas entre ambos os grupos. Os menos engajados abordam frequentemente políticas públicas de forma didática e formal, muitas vezes sem a presença marcante de João Campos. Já os mais engajados, predominam vídeos considerados “fúteis”, por muitos críticos, como o famoso “nevou” do Carnaval de 2024 – alusivo a descolorização de seus cabelos –, com milhões de *views*.

Nesta pesquisa, são levantadas algumas questões sobre a efetividade da estratégia de comunicação desse político, seja em decorrência do desinteresse de parte da população por políticas públicas ou pelas críticas mais severas daquele que têm conhecimento sobre tais temas e cobram uma postura mais condizente com o cargo de prefeito.

A popularidade de João Campos é bem avaliada, tanto no digital quanto em políticas públicas, não apenas em Recife, mas em todo o Brasil, sendo o segundo prefeito com maior popularidade digital, com 63,7% no IDP, e do Nordeste o com mais engajamento nas redes sociais.

Ao longo dos primeiros meses de 2024, tem se observado um fenômeno de transformação na imagem pública de João Campos, caracterizado pelo crescimento de uma base de eleitores-fãs. Este fenômeno é exemplificado pela viralização do apelido “Meu prefeito”. A reação revela uma conexão emocional entre Campos e seus seguidores, indo além dos limites políticos convencionais. Tal condição questiona a natureza da representação política e os limites entre liderança e culto à personalidade. Em 2024, ano eleitoral, essas ações representam uma estratégia eficaz para a campanha, dada a alta aprovação de 81% entre os recifenses, segundo pesquisas recentes.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este estudo analisa a transição de João Campos de líder político para uma figura reconhecida como celebridade política. Baseado na tipologia de Rojek, França e Simões (2014),

que argumentam que a ascensão das celebridades está associada à ocupação de cargos de prestígio, habilidades excepcionais e envolvimento em eventos importantes. O prefeito de Recife é visto como exemplo dessa tendência, destacando-se por cumprir várias promessas de campanha e manter uma presença constante na mídia, contribuindo para uma agenda positiva. A visibilidade não é apenas resultado do desempenho, mas também é buscada ativamente pelo indivíduo, como discutido por Lana (2014). As reflexões de Sibilía (2008) sobre a sociedade contemporânea enfatizam a busca por reconhecimento externo e visibilidade, o que ressoa com a ascensão de João Campos, que não só exerce suas funções como prefeito, mas também constrói ativamente sua presença nas redes sociais e na mídia, reforçando a percepção de sua eficácia e importância como líder político.

João Campos se destaca politicamente com alto engajamento, superando outros líderes. Esse fenômeno pode ser atribuído, em parte, ao seu carisma notável, conceituado por teóricos como Max Weber e reinterpretado por Geertz. Enquanto Weber relata o carisma como uma qualidade pessoal que requer reconhecimento dos seguidores, Geertz amplia essa definição, considerando o carisma como construído em relação ao contexto social e às esferas de poder. Dessa forma, João Campos alcança o status de celebridade política não apenas com o carisma, mas também ao incorporar valores sociais e culturais em sua persona pública. Ele representa a visibilidade contemporânea e influencia as dinâmicas sociais atuais.

A teoria de Horton e Wohl (1956) sobre interações parassociais, conforme discutida por Abidin, destaca como as personalidades do rádio e da televisão historicamente cultivaram uma relação unilateral com sua audiência, criando uma sensação de proximidade e intimidade por meio de conversas informais e responsivas (Abidin, 2015). Ao aplicarmos essa teoria ao comportamento de João Campos em seus vídeos publicados nas redes sociais, João Campos adota uma abordagem de comunicação “de igual para igual”, onde ele interage com a população de modo informal, fazendo brincadeiras, criando memes e participando de situações cotidianas.

Para além de conteúdos sobre entregas de obras e andamentos burocráticos na prefeitura, João Campos também expõe em seu perfil algumas situações de foro mais íntimo, como a nova tintura de cabelo ou cenas românticas de seu namoro com a Deputada Tabata Amaral. E são esses vídeos que geram mais comentários nas redes sociais. Thompson nomeia esse contexto como sociedade da autopromoção em que, mesmo a intimidade, passa a ser mediada: “[...] líderes políticos e outros indivíduos aparecem diante de públicos distantes e desnudam algum aspecto de si mesmos ou de sua vida” (Thompson, 2008, p. 24). Essa

compreensão do que é íntimo e do que deve ser tornado público sofre alterações nesse novo sistema social.

## **METODOLOGIA**

Neste estudo, utilizamos análise do discurso e análise de conteúdo para examinar o impacto das redes sociais na gestão pública, focando na alta aprovação do prefeito João Campos. A análise do discurso permitiu entender as narrativas presentes nas postagens do prefeito e seguidores, identificando padrões de linguagem e significados. A análise de conteúdo categorizou o teor das postagens em temas como políticas públicas e engajamento, oferecendo uma compreensão abrangente do papel das redes sociais na construção da imagem pública do prefeito e sua relação com os cidadãos, contribuindo para uma análise mais profunda do fenômeno da alta aprovação popular na política atual.

## **CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA**

A análise dos vídeos publicados pelo prefeito João Campos em seu perfil no Instagram revelou uma estratégia de comunicação marcada pela informalidade e proximidade com a população. Por meio de uma abordagem de proximidade, Campos interage com os cidadãos de forma descontraída, utilizando elementos como brincadeiras, memes e situações cotidianas para estabelecer conexões emocionais.

Notadamente, os *reels* com maior engajamento não se concentraram em políticas públicas, mas sim em aspectos mais lúdicos e superficiais, como eventos culturais e momentos pessoais do político. Isso sugere que a eficácia da comunicação de Campos reside menos na apresentação de suas realizações políticas e mais na construção de uma identidade pública carismática e acessível.

A análise comparativa destacou a excepcional capacidade de engajamento de João Campos, superando políticos mais renomados nacionalmente. Isso sugere que seu carisma e entrega de resultados são elementos-chave na construção de sua imagem como uma celebridade política, conforme discutido por França e Simões (2014). A transformação da imagem pública de João Campos ao longo de seu mandato é perceptível e evidenciada pelo surgimento de uma base de eleitores fanáticos e pela viralização do apelido “Meu prefeito”. Há uma conexão emocional profunda entre o político e seus seguidores, ultrapassando limites políticos convencionais.

## CONSIDERAÇÕES

Por meio desse estudo, podemos considerar que a análise aprofundada dos vídeos publicados pelo prefeito João Campos em seu perfil no Instagram revelou uma estratégia de comunicação eficaz, baseada na informalidade e proximidade com a população. Essa abordagem contribuiu significativamente para sua crescente popularidade nas redes sociais, evidenciando a importância da construção de uma identidade pública carismática e acessível na política. Além disso, a transformação na imagem pública de Campos, marcada pelo surgimento de uma base de eleitores-fãs, levanta questões pertinentes sobre os limites entre liderança política e culto à personalidade.

## REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal. Communicative Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. **A Journal of Gender, New Media, & Technology**, College Park, v. 8, nov. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3vqwU5B>. Acesso: 02 mar. 2024.

ALBUQUERQUE, Marcílio. No mundo virtual, João Campos é o maior prefeito do Nordeste. **Diário de Pernambuco**, Recife, 15 fev. 2024. Disponível em: <https://bit.ly/43zxn2f>. Acesso: 17 fev. 2024.

FRANÇA, Vera Veiga. SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista Famecos**, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, 2014.

LANA, Lígia. As contradições da fama da periferia: a celebração da Tati Quebra-Barraco. In: FRANÇA, Vera *et al.* (org.). **Celebidades no Século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 181-205.

MELO, Jamildo. João Campos é o 2º prefeito com maior popularidade digital. **Jornal do Comércio**, Recife, 07 de out de 2023. Disponível em: <https://bit.ly/3TQzGut>. Acesso: 05 dez. 2023.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Emanuel Freitas. A problemática sociológica do carisma: a definição weberiana, apropriações socioantropológicas e um estudo de caso a partir da noção conceitual. **Inter-Legere**, Natal, v. 2, n. 24, 2019.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **MATRIZES**, São Paulo, v. 1, n. 2, 2008.