



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
BACHARELADO EM CIÊNCIAS DO CONSUMO

KETLEY MARIA DE SOUZA

#VolteiRecife: Estratégia e Protagonismo no primeiro Carnaval pós-pandemia

RECIFE
2025

KETLEY MARIA DE SOUZA

#VolteiRecife: Estratégia e Protagonismo no primeiro Carnaval pós-pandemia

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Ciências do Consumo da Universidade
Federal de Rural de Pernambuco, como
requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel no Curso de Ciências do
Consumo.

Orientadora: Prof^a. Dr(a). Carolina
Cavalcanti Falcão

RECIFE
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Bibliotecário(a): Auxiliadora Cunha – CRB-4 1134

S719# Souza, Ketley Maria de.
#VolteiRecife: estratégia e protagonismo no primeiro carnaval pós-pandemia / Ketley Maria de Souza. – Recife, 2025.
63 f.; il.

Orientador(a): Carolina Cavalcanti Falcão.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) –
Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado
em Ciências do Consumo, Recife, BR-PE, 2025.

Inclui referências.

1. Carnaval (Recife, PE). 2. Comunicação digital. 3.
Recife (PE) - Prefeitura. 4. Instagram (Rede social on-line)
5. **Pandemia**. I. Falcão, Carolina Cavalcanti, orient. II.

Título

CDD 640

Ketley Maria de Souza

#VolteiRecife: Estratégia e Protagonismo no primeiro Carnaval pós-pandemia

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Ciências do Consumo, como requisito para obtenção do grau de Bacharel no Curso de Ciências do Consumo – Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Orientadora: Prof^a. Dr(a). Carolina Cavalcanti Falcão

Aprovado em: 12/03/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr(a). Carolina Cavalcanti Falcão (DCC/UFRPE)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Prof. Dr. Éder Lira de Souza Leão (DCC/UFRPE)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Prof. Dr(a). Soraya Maria Bernardino Barreto Januário (PPGCOM/UFPE)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho é mais uma prova de que o conhecimento é construído coletivamente. Inicialmente, gostaria de agradecer a pessoa que foi a primeira a incentivar a minha educação: meu pai, Valdeci Ferreira de Souza. Embora não esteja mais fisicamente entre nós, sua presença, mesmo na ausência, continua a me inspirar e fortalecer todos os dias da minha vida. Também agradeço aos professores e estudantes de Ciências do Consumo que, de alguma forma, se encontraram comigo ao longo da minha jornada acadêmica na graduação. Em especial, deixo meu agradecimento para a professora Carolina Cavalcanti Falcão, que foi quem me orientou e acompanhou durante esse trabalho. Sua energia positiva me inspirou e ajudou a manter o foco mesmo nos momentos mais difíceis. Por fim, agradeço a todos os amigos de fora do *campus* pelo apoio, conselhos e sorrisos.

*“E se aqui estamos, cantando esta canção
Viemos defender a nossa tradição
E dizer bem alto que a injustiça dói
Nós somos madeira de lei que cupim não róí”
Capiba, 1963*

RESUMO

Desde suas origens no Brasil, o Carnaval incorpora elementos que, em diálogo com diferentes manifestações culturais, expressam de forma singular a complexidade da identidade brasileira. Na cidade do Recife, essa manifestação possui um forte valor cultural e econômico, além de particularidades e contradições próprias. Com a chegada da pandemia do Covid-19, o evento passou por uma pausa em sua realização tradicional. Após dois anos, o Carnaval de 2023 marcou o retorno da festa, e coube à Prefeitura do Recife realizar essa comunicação. Esse estudo propõe uma análise sobre como ocorreu a abordagem dessa retomada na estratégia de comunicação digital da Prefeitura. Para essa finalidade, refletimos sobre o impacto que o Carnaval possui para o Recife, analisando como a pandemia afetou a sua realização. Dentro desse contexto, observamos como a comunicação digital dos órgãos públicos se articulou, analisando os principais formatos e elementos utilizados nas publicações do Instagram da Prefeitura do Recife sobre o Carnaval de 2023. A relevância do estudo é apresentada uma vez que ele pode servir para revelar o Carnaval como manifestação cultural, identificar as consequências da sua suspensão, assimilar os desafios e expectativas envolvidas no processo de retomada, compreender as possibilidades que o digital traz para a comunicação pública, trazer melhorias para futuras campanhas de divulgação de eventos culturais e evidenciar o Carnaval como estratégia política. Selecionamos para a análise os conteúdos publicados entre os dias 27 de janeiro de 2023 e 25 de fevereiro de 2023, realizando a leitura flutuante, exploração do material e o tratamento dos resultados. Os achados indicam que a Prefeitura do Recife esteve em constante tentativa de aproximação com o público, e para isso, buscou internalizar o Carnaval, institucionalizando a festa e fazendo com que a divulgação da retomada tomasse um forte aspecto político de validação do órgão público. Ao concluir esse trabalho, percebemos que o Carnaval simboliza muito mais do que uma celebração da identidade popular. Ele também se configura como um espaço onde o poder público busca afirmar sua presença e seu papel diante da sociedade.

Palavras-chave: *Carnaval do Recife; Comunicação digital; Prefeitura do Recife; Instagram; Pandemia.*

ABSTRACT

Since its origins in Brazil, Carnival has incorporated elements that, in dialogue with different cultural manifestations, uniquely express the complexity of Brazilian identity. In the city of Recife, this celebration holds strong cultural and economic value, along with its own particularities and contradictions. With the arrival of the Covid-19 pandemic, the event experienced a pause in its traditional format. After two years, the 2023 Carnival marked the return of the festivities, and it was up to the Recife City Hall to communicate this comeback. This study proposes an analysis of how this return was addressed in the municipality's digital communication strategy. To this end, we reflect on the impact of Carnival for Recife, analyzing how the pandemic affected its realization. Within this context, we observed how public institutions structured their digital communication, analyzing the main formats and elements used in the Recife City Hall's Instagram posts about the 2023 Carnival. The relevance of this study lies in its potential to highlight Carnival as a cultural manifestation, identify the consequences of its suspension, understand the challenges and expectations of the resumption process, explore the possibilities that digital media offer for public communication, suggest improvements for future event promotion campaigns, and reveal Carnival as a political strategy. For the analysis, we selected content published between January 27, 2023 and February 25, 2023, and applied exploratory reading, material exploration, and data interpretation. The findings indicate that Recife City Hall made consistent efforts to connect with the public and, in doing so, sought to internalize and institutionalize Carnival, turning the communication around its return into a political strategy that reaffirmed the institution's legitimacy. In conclusion, this study reveals that Carnival symbolizes more than just a celebration of popular identity. It also represents a space where public authorities seek to affirm their presence and role in society.

Keywords: *Recife Carnival; Digital Communication; Recife City Hall; Instagram; Pandemic.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Publicação no Instagram da Prefeitura de Curitiba	24
Figura 2 - Legenda de publicação no Instagram da Prefeitura do Recife	30
Figura 3 - Trecho de vídeo divulgado no Instagram da Prefeitura do Recife	31
Figura 4 - Última publicação sobre o Carnaval de 2023	32
Quadro 1 - Índices e indicadores	35
Quadro 2 - Dados coletados	36
Figura 5 - Publicação com fantasias de Carnaval	45
Figura 6 - Apresentação Neiffs	47
Figura 7 - Imagem do prefeito João Campos	48
Figura 8 - Apresentação Emicida	50
Figura 9 - Apresentação Pabllo Vittar	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 JUSTIFICATIVA.....	11
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.3 OBJETIVOS.....	12
1.3.1 Objetivo Geral.....	12
1.3.2 Objetivos Específicos.....	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 FOLIA, IDENTIDADE E CONTRADIÇÕES.....	13
2.1.1 Carnaval no Recife.....	15
2.1.2 Pandemia e Carnaval.....	19
2.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	20
2.2.1 Funcionamento do Instagram.....	22
2.2.2 Estratégias de comunicação utilizadas pela Prefeitura do Recife.....	24
2.2.3 A identidade da Prefeitura do Recife no Instagram.....	26
2.2.4 Carnaval do Recife de 2023.....	27
3 METODOLOGIA.....	33
3.1 ANÁLISE DO CONTEÚDO.....	33
3.1.1 Pré-análise.....	33
3.1.2 Interpretação dos dados.....	43
3.1.2.1 Sobre a Temática.....	43
3.1.2.2 Sobre o Tom.....	44
3.1.2.3 Sobre os Formatos.....	46
3.1.2.4 Sobre o Engajamento.....	46
3.1.3 Conexão com o referencial teórico.....	52
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
5 REFERÊNCIAS.....	58

1 INTRODUÇÃO

O palco das mais vibrantes expressões da identidade nacional também é um espaço de contradições, onde são tensionadas diferentes dimensões da realidade social brasileira. No Carnaval, fantasia e realidade se misturam, assim como o poder e a subordinação, o certo e o errado, a alegria e a violência. Ele reflete a forma como a sociedade lida com suas incoerências a partir de uma desordem permitida, reforçando a própria ordem social. Afinal, quando chega ao fim, e a ordem social tradicional retoma o seu lugar, as energias contestadoras já foram canalizadas para um contexto permitido (DaMatta, 1997).

Desde o seu nascimento, a manifestação passou por diversas influências em sua constituição, resultando em uma diversidade de formas de expressão nos diferentes cenários sociais e geográficos brasileiros (Lapicciarella, 1996). Na cidade do Recife, é possível observar como o seu surgimento expôs contrastes que se estabelecem até os dias de hoje e que geram um fluxo particular nas relações sociais.

Em 2020, o mundo observou a chegada da pandemia do Covid-19, o que pausou a realização de diversas celebrações da cultura popular (Cavalcanti e Gonçalves, 2021, p. 8). A suspensão das atividades carnavalescas afetou inúmeras esferas da sociedade, incluindo os setores da economia que são intensamente movimentados nesse período, como por exemplo o turismo, que apresentou uma queda de 72% durante o contexto pandêmico (EMPETUR, 2023).

A festa só ressurgiu no ano de 2023, passados dois anos de suspensão. Sua realização foi cercada de expectativas e, claro, a saudade do povo em novamente preencher as ruas. Tudo isso fez com que a celebração adquirisse um significado que foi além do festivo, que a permitiu ser assimilada como símbolo da recuperação da alegria e da identidade recifense, tão presentes no Carnaval. Em 2023, como ocorre habitualmente, a Prefeitura do Recife teve o importante papel de realizar a divulgação desse retorno e, para essa finalidade, utilizou, entre diversas outras ferramentas, sua conta institucional no Instagram. De acordo com a Prefeitura, a escolha da plataforma foi uma maneira de democratizar e ampliar a eficiência da sua comunicação (Prefeitura do Recife, 2023).

De modo geral, buscamos compreender como as publicações no Instagram da Prefeitura do Recife retrataram e comunicaram o Carnaval de 2023. Para a

análise do conteúdo, realizamos uma pré-análise, interpretação dos dados e conexão com o referencial teórico trazido ao longo deste trabalho. Em relação à estruturação, após a introdução, trouxemos o capítulo do referencial teórico apresentando parte do surgimento do Carnaval no Brasil, para melhor entendermos as influências que culminaram na festa dos dias atuais. Passamos também por algumas atuações da Prefeitura do Recife na gestão de 2001, com a proposta do Carnaval Multicultural. Por fim, ainda no capítulo citado, contextualizamos o período inicial da pandemia. Após isso, analisamos a comunicação pública e suas possibilidades dentro da plataforma Instagram, destacando a atuação da Prefeitura do Recife em seu perfil institucional. No capítulo seguinte, encontra-se a metodologia utilizada. Em seguida, apresentamos a análise do conteúdo, contando com a leitura flutuante, a interpretação dos dados e a assimilação com o referencial teórico. Por fim, no último capítulo, encontram-se as considerações finais.

1.1 JUSTIFICATIVA

Inicialmente, o interesse pelo tema desse trabalho surgiu a partir da afinidade da autora por conteúdos relacionados à comunicação digital e cultura popular, e também a partir da leitura do livro *Carnaval do Recife*, do autor Leonardo Dantas Silva, que relata acontecimentos históricos relacionados à festividade. A partir disso e com o entendimento da relevância do Carnaval, foi possível perceber que a suspensão da sua realização produziu complicações na cidade do Recife. Quando o ressurgimento da festa passou a ser uma realidade, o cenário observado foi de muita expectativa e animação, e é fundamental compreender de que maneira a comunicação pública contribuiu para esse processo, visto que a divulgação é realizada pela Prefeitura do Recife.

O estudo está inserido em debates sobre as possibilidades trazidas pelo digital para a comunicação pública, considerando o acentuado avanço do uso das mídias sociais. A escolha do Instagram se deu devido ao seu crescimento, sua popularidade e também às muitas possibilidades de interação dentro da plataforma. Ao longo do trabalho, identificou-se que ainda há um número reduzido de pesquisas que analisam especificamente como a Prefeitura do Recife utiliza esse meio para divulgar eventos culturais.

Em relação ao impacto prático, a partir de análises como essa acreditamos que seja possível aprimorar futuras campanhas de divulgação de eventos culturais em geral, permitindo o desenvolvimento de abordagens mais estratégicas e eficientes, pois, além do foco no engajamento é preciso entender qual é o verdadeiro significado da festividade para a sociedade. Também é possível que os resultados obtidos possam servir como referência para outras administrações públicas que buscam otimizar sua presença digital e fortalecer a interação com os cidadãos por meio das mídias sociais.

De igual modo, o estudo pode contribuir para compreensão do Carnaval como ferramenta política, já que deixa em evidência como a festividade é utilizada pela gestão municipal para projetar sua imagem, construir narrativas institucionais e estabelecer proximidade com a população. Ao demonstrar o papel da Prefeitura nessa conjuntura, a pesquisa estimula um debate sobre os limites entre a valorização cultural e a instrumentalização política da festa.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Como o Instagram da Prefeitura do Recife abordou o primeiro Carnaval pós-pandemia?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Compreender como o primeiro Carnaval pós-pandemia foi abordado na estratégia de comunicação digital da Prefeitura do Recife.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Situar o Carnaval como uma festa popular de impacto significativo para o Recife;
- Discutir como a pandemia afetou o calendário de eventos do Recife, interrompendo durante dois anos a realização da festa;
- Discutir a importância da comunicação digital dos órgãos públicos;
- Identificar os principais formatos e elementos das publicações no Instagram da Prefeitura do Recife sobre o Carnaval de 2023.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 FOLIA, IDENTIDADE E CONTRADIÇÕES

Repleto de sons, cores, sabores e sensações próprias, o Carnaval é, sem dúvidas, uma das maiores e mais populares manifestações culturais do Brasil, que se desdobra como o mais colorido e animado retrato da nossa sociedade. Como cita DaMatta (1997), o Carnaval é um momento que marca a individualidade brasileira e funciona como um símbolo da continuidade histórica e cultural do Brasil, conectando diferentes gerações e reforçando valores, identidades e tradições.

Lopes Junior (2019, p. 182) diz que, embora seja considerada a essência do Brasil, a origem da festa não é brasileira. Para Silva (2019), o Carnaval que conhecemos hoje teve seu nascimento em celebrações romanas da antiguidade. No contexto do cristianismo medieval, ele correspondia às festas profanas que começavam nas celebrações dos Reis Magos e se estendiam até a Quarta-feira de Cinzas, marco do início da Quaresma. O autor aponta que essa foi a origem de diversos carnavais europeus, incluindo o entrudo de Portugal, que, posteriormente, fez parte da constituição do Carnaval brasileiro. Flores contextualiza esse momento histórico ao afirmar que:

Durante o período da quaresma, na Idade Média, guardava-se religiosamente os dias de jejum e de abstinência. Na véspera do início da quaresma, chamada de *intróito*, realizava-se uma grande festa, com danças e brincadeiras burlescas, algumas grosseiras e brutais, oportunizando a liberação da sensualidade, pois era o último dia que se podia comer carne, beber à vontade e ter relações sexuais [...] Com o decorrer do tempo a palavra *intróito*, na linguagem dos povos, passou a ser pronunciada entrudo (Flores, 1996, p. 149).

Em relação a Pernambuco, Silva (2019) aponta que o entrudo emergiu logo nos primeiros anos após a colonização. Nele, os foliões se divertiam pelas ruas enquanto tentavam molhar e sujar uns aos outros. Assim, a expressão passou a ser vista por muitos como um ato de selvageria. Tinhorão (1998, apud Lopes Junior, 2019, p. 185), ao tratar sobre a origem do Carnaval carioca, muito semelhante a do Carnaval recifense, afirma que esse Carnaval, brincado na rua, contava com participação majoritária de pessoas escravizadas e indivíduos das camadas economicamente menos favorecidas.

Um paralelo importante a se fazer é que em sua análise sobre a concepção do jornalista e pesquisador brasileiro Luiz Beltrão, pioneiro na análise da comunicação popular no Brasil, Lapicciarella (1996, p. 9 apud Lopes Junior, 2019, p.

190) aponta que, devido a grande extensão territorial brasileira, o Carnaval teve desdobramentos distintos em diferentes regiões do país. Como exemplos temos o frevo e o maracatu, ritmos populares nos carnavais pernambucanos, que nasceram de homenagens feitas por pessoas escravizadas para reais africanos. Em comparação, em Salvador, cidade que fica a cerca de 800 km do Recife, é apontada a festa da Conceição da Praia, padroeira do estado da Bahia, que acontece no dia 8 de dezembro e é considerada uma das festas religiosas mais antigas do Brasil, como marco da abertura do Carnaval na região.

Embora o início da festividade refira-se muito à Europa, e isso revele a dinâmica entre colonizado e colonizador, o Carnaval só passou a ser sentido como uma manifestação brasileira a partir da incorporação de referências do continente africano, que mescladas, proporcionaram singularidade, tornando a festa um componente do Brasil (Lopes Junior, 2019, p. 187).

Voltando ao Carnaval do Recife, Silva (2019, p. 81) também afirma que os passeios de mascarados que aconteciam pelas ruas do centro da cidade deram origem aos primeiros clubes carnavalescos, apontados por Lopes Junior (2019, p. 186) como “porta de entrada da classe média” para o Carnaval. Demonstrando um processo cultural associado à mentalidade de subalternidade, também foram trazidos da Europa os bailes de máscaras, destacados por Tinhorão (1998, p. 148, apud Lopes Junior, 2019, p. 185) como uma forma de entretenimento das camadas elitizadas. De acordo com o autor, os bailes foram introduzidos com a justificativa de que eram uma tentativa de moderar as brincadeiras do entrudo, e deram início ao Carnaval de salão.

Ao olharmos para a festa dos dias atuais, é possível identificar os ecos das dinâmicas históricas entre o entrudo, os clubes carnavalescos e os bailes de máscaras, agora reinterpretadas em um cenário que combina festas populares nas ruas com eventos privados, ou como cita DaMatta (1997), o Carnaval de rua e o Carnaval de clube. Essa lógica de funcionamento, como veremos a seguir, foi uma das bases do caráter diversificado que a festa carrega até dias de hoje, acontecendo em vários espaços, sendo permeada por vários agentes e podendo ser interpretada de múltiplas formas.

A partir do século XIX surgiram iniciativas de combate ao entrudo, agora permeado pela cultura brasileira. Tais esforços aconteceram a partir da vontade da elite de trazer um carnaval cada vez mais europeu para os espaços públicos (Araújo,

1997, p. 204 apud Andrade, 2016, p. 5). Entretanto, tal interesse se afastava da proposta democrática proporcionada pelo Carnaval de rua.

2.1.1 Carnaval no Recife

Na obra *Carnavais, malandros e herois*, o antropólogo Roberto DaMatta (1997) apresenta o Carnaval brasileiro como um rito sem dono e como um espetáculo de transgressão social e cultural, onde as normas que regem o cotidiano são desafiadas, as hierarquias são invertidas, e a sociedade encontra um espaço para expor suas contradições. Tais características se traduzem na necessidade da criação de um ambiente que acolha a espontaneidade e a diversidade da festa, enquanto serve como estrutura dessa nova ordem temporária.

Conforme Andrade (2016, p. 6), foi somente no final da década de 1980 que a Prefeitura da cidade do Recife passou a organizar mais sistematicamente o Carnaval, tratando a festa como um produto estratégico para fomentar o turismo local, embora as ações ainda não pudessem ser consideradas políticas culturais. O autor cita que:

Ainda que apropriando-se da festa como discurso de uma política para o turismo, a gestão pública municipal ainda não desenvolvia, entre os anos 1970 e 1990, um conjunto de planejamentos e ações que pudessem ser descritas como, de fato, uma política cultural. Eram apenas ações pontuais as quais não abrangiam a totalidade da festa que acontecia na capital pernambucana (Andrade, 2016, p. 7).

Foi somente a partir do mandato do prefeito João Paulo da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), em 2001, que o Recife viu emergir uma política cultural que tentava abraçar as nuances do Carnaval recifense. Foi a partir de gestos como a criação da Secretaria de Cultura (SECULT) que João Paulo deu início ao Carnaval Multicultural do Recife (Andrade, 2016, p. 8).

Gaião, Leão e Mello (2014, p. 152) sinalizam que essa nova lógica trouxe a ideia de uma festa acessível e aberta à participação popular, tornando-se também um importante espaço para a economia, pela diversidade de atividades desenvolvidas, especialmente aquelas referentes à prestação de serviços para a diversão do público, entrelaçando entretenimento e trabalho. É nesse cenário que podemos observar a quantidade de diferentes agentes que permeiam a festa, como

foliões, comerciantes, artistas, empresas e o próprio Estado, cada um com diferentes aspirações.

Embora a proposta do Carnaval Multicultural fosse a democratização, Silva (2019, p. 575–576) afirma que, à primeira vista, a nova programação não mergulhou totalmente na cultura pernambucana e trouxe ritmos, revelação e nomes de regiões como Rio de Janeiro e São Paulo, o que causou certo afastamento da população. O autor descreve as apresentações como “passageiras, com hora para acabar, frias, requentadas, embaladas por ritmos [...] sem nenhum compromisso com a cultura local”. No entanto, também foi nesse panorama que surgiram alguns grupos independentes, como as orquestras de ritmos carnavalescos dirigidas pelos maestros Forró e Spok, e também a instalação de polos espalhados pela cidade, configuração que se mantém até os dias de hoje. No livro “*Carnaval... Carnavais: Múltiplos Olhares Sobre o Fenômeno*”, Guimarães, Santos e Almeida Júnior (2022, p. 94) argumentam que foi durante esse período que os foliões puderam acessar os shows de artistas locais e nacionais de forma gratuita, além de ser perceptível a valorização de expressões culturais que, em outros períodos históricos, eram subestimadas.

Em relação ao surgimento dos polos, Andrade (2016, p. 29-31) pontua que, inicialmente, eles foram divididos em centrais, descentralizados e comunitários, cada um com finalidades específicas. Dos centrais, faziam parte os polos: Das Fantasias, que trazia a saudade dos carnavais antigos; Mangue, direcionado para o Movimento Manguebeat; De Todos os Frevos, que enaltecia o ritmo do frevo e suas manifestações; Afro, focado na cultura de matriz africana; Das Tradições e Das Agremiações, voltados para as agremiações carnavalescas; Multicultural, que passou a ser o polo principal, reunindo expressões diversas. Os descentralizados eram mais afastados do centro do Recife, localizados em bairros da periferia da cidade. Os comunitários, ou Polinhos, ficavam em áreas ainda mais afastadas e contavam com uma estrutura perceptivelmente inferior aos polos centrais. No início dos Polinhos, a Prefeitura entregava o dinheiro diretamente aos moradores, confiando a eles a organização da festa. Porém, com o passar do tempo, a dinâmica foi alterada. Essa lógica operacional fez surgir algumas críticas, que apontavam para a possível promoção de segregação socioeconômica, já que o modelo de separação do polos acabou isolando populações de baixa renda nos bairros periféricos e

reservando o centro da cidade para as classes médias e altas (Andrade, 2016, p. 46-47).

É visível que a análise do Carnaval Multicultural do Recife suscita debates importantes sobre representatividade, inclusão e gestão pública, além de trazer a tona o caráter comercial da festa, visto que ela é um dos motores da economia brasileira, já que possibilita o comércio de diversos produtos e serviços, atrai turistas e gera empregos em múltiplos setores (Viscardi; Sottani; Silva, 2013). Diversas modalidades artísticas também são evidenciadas durante o período carnavalesco, como a música, as artes plásticas e as danças, sejam mais tradicionais, como é o caso do frevo e do maracatu, ou recentemente integrados ao contexto cultural do Carnaval, como o brega funk.

Aqui, torna-se pertinente destacar o movimento do brega funk já que o ritmo está profundamente enraizado no imaginário popular pernambucano. Azevedo (2022) aponta que a partir do surgimento do brega como gênero musical, entre as décadas de 1970 e 1980, emergiram também problemáticas acerca da sua validade dentro do cenário musical brasileiro, de modo que o ritmo, a princípio, passou por um período de consolidação até a década de 1990. Posteriormente, foi observado o surgimento de outros gêneros provenientes do brega tradicional, como o Bregacalypso e o Tecnobrega, ambos profundamente permeados pela influência marcante da música paraense. Mais recentemente, nos anos 2000, houve o surgimento de mais uma vertente do gênero, o brega funk, influenciado pelo funk carioca e fortemente ligado às vivências da periferia. Atualmente, o brega funk vem fazendo parte de contextos diversos, como é o caso do Carnaval.

[...] Até meados de 2015, o Bregafunk não existia oficialmente na programação do carnaval de Pernambuco, embora para o público geral já fosse uma realidade. No ano de 2017, o primeiro passo para a mudança desse panorama ocorreu através da inclusão do Brega na lista de expressões culturais de Pernambuco, através da lei 16.044/2017, baseada no projeto do então deputado Edilson Silva (PSOL) [...] (Azevedo, 2022 p. 20)

Foi a partir de uma proposta do vereador Marco Aurélio Filho (PRTB) que o brega recebeu o título de Patrimônio Imaterial do Recife no ano de 2021. Sobre isso, Azevedo (2022) traz o contexto das eleições de 2020, onde o atual prefeito, João Campos, disputou com a candidata Marília Arraes. Sob essa perspectiva, a aproximação com o brega funk foi uma estratégia essencial, visto que ambos os candidatos incluíram representantes do Movimento Brega em suas campanhas.

João Campos chegou a encontrar mais de 10 personalidades que representam o gênero musical. Tal feito se mostrou bem sucedido, já que o candidato obteve a vitória nas eleições. Embora o reconhecimento do brega como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado se refira à sua vertente tradicional, observamos que o brega funk, enquanto linguagem musical contemporânea das periferias do Recife, vem ganhando cada vez mais espaço e visibilidade, especialmente quando inserido na comunicação da Prefeitura.

Esse é apenas um dos vários pontos que revelam o Carnaval como um espaço multifacetado, marcado pela coexistência de diferentes tradições, gêneros musicais e formas de participação popular. Esse é o diversificado cenário de “umas das maiores festas de carnaval do mundo”, celebrada entre as cidades de Recife e Olinda (Guimarães; Santos; Almeida Júnior, 2022, p. 94). Um dos reflexos dessa pluralidade é como o Carnaval se consolida como um negócio de grande impacto econômico para o Recife e para o Brasil, movimentando intensamente diferentes setores. Dados do Ministério do Turismo apontam que durante o Carnaval de 2023, Recife, um dos destinos mais tradicionais, registrou recordes de público e de movimentação econômica, contando com R\$ 2 bilhões na economia. Somente no setor hoteleiro, a média de ocupação da capital foi igual ou superior a 95%. Assim, é possível perceber a festa tanto como uma expressão cultural rica em criatividade e liberdade, quanto como produto a ser vendido (Brasil, 2023).

Carvalho (2022, p. 160) vê o Carnaval como “um terreno fértil para a Economia da Cultura e Criativa”. O autor aponta que dentro do “Complexo Industrial do Carnaval”, conjunto de cadeias produtivas e industriais interligadas que operam em torno da organização e execução do Carnaval, existem múltiplas possibilidades produtivas que ocorrem em múltiplos cenários, como os camarotes, bailes, blocos de rua, desfiles, trios elétricos, festas privadas, entre outros. Nesses espaços, os produtos apresentam um valor cultural que vai além da dimensão econômica. Essas diferentes atividades envolvem agentes públicos e privados, demandando investimentos financeiros de ambas as partes, além de uma gestão tecnicamente qualificada e uma abordagem profissional nas operações. Uma crítica trazida pelo autor é que essa tentativa de adaptar a festividade ao mercado de consumo pode resultar em uma “experiência antropofágica”, onde são exigidos planejamentos, organizações e operações acontecendo de forma metódica e rigorosa, de modo que

é gerado um conflito com o ideal romântico do Carnaval como uma festa de liberdade. Carvalho conclui que, dessa forma:

[...] a construção de um Carnaval como um megaevento, acaba por impor um rigor no planejamento, na organização e na operação, que inevitavelmente reflete naquele que está na ponta, ou seja, o demandante (folião/ componente/ espectador), muitas vezes impondo compromissos e comprometimentos (prazos, recursos, tempo, periodicidade) para quem foi atraído por um ideal de alegria, festividade, descompromisso e liberdade. A cultura, criatividade e liberdade, fundamentos essenciais na elaboração e vivência do Carnaval, cede espaço para o padrão, a disciplina e a submissão. É a arte e a cultura, passando pela metamorfose do “show business”, ou, o Carnaval como Mercadoria. (Carvalho, 2022 p. 162)

2.1.2 Pandemia e Carnaval

Desde o anúncio oficial da pandemia, realizado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no dia 11 de março de 2020, o mundo inteiro passou por uma série de mudanças relacionadas ao afastamento físico e isolamento como meio de controlar a propagação da doença, devido ao seu caráter altamente contagioso.

Segundo Cavalcanti e Gonçalves:

A declaração oficial da pandemia da covid-19 pela Organização Mundial de Saúde ocorreu na quarta-feira 11 de março de 2020, duas semanas depois da Quarta-feira de Cinzas, que encerrou a celebração ainda expansiva e presencial do carnaval daquele ano. Todas as demais celebrações de 2020 se viram englobadas pelos impedimentos e limitações dos cuidados sanitários exigidos pela pandemia, que perdurou num segundo ciclo festivo, abraçando o carnaval de 2021 e festas subsequentes (Cavalcanti e Gonçalves, 2021, p. 8-9).

A partir do anúncio da pandemia, a incerteza da realização tomou conta das celebrações da cultura popular, que se apresentam como cíclicas, sendo revividas e renovando a vivência coletiva anualmente (Cavalcanti e Gonçalves, 2021 p. 9). No Recife, a pandemia do Covid-19 alterou o formato de diversas festas populares, restringindo sua realização de maneira habitual. Entre elas estão as comemorações do ciclo junino, as tradicionais festas de Nossa Senhora do Carmo e Nossa Senhora da Conceição, o ciclo natalino, o Réveillon e o Carnaval.

Celebrações da magnitude do Carnaval, que são aguardadas pela população durante o ano inteiro, marcam e dão ritmo às relações sociais. Não apenas para a cultura e para as relações sociais, o impacto da interrupção da sua realização trouxe repercussões econômicas significativas. No setor do turismo, por exemplo, a chegada de visitantes ao Brasil teve uma queda de 72% entre 2019 e 2022, indo de

1,5 bilhão para 400 milhões. Dados da Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco (Condepe/Fidem) apontam que o setor representa cerca de 3,9% do Produto Interno Bruto (PIB) do Estado. Essa esfera atua unindo diversos serviços, como transporte, hospedagem, alimentos e bebidas, entretenimento, aeroportos, comércio, economia criativa, entre outros (EMPETUR, 2023).

Informações do Observatório do Turismo, ferramenta da Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur) que coleta, analisa e divulga dados sobre o turismo em Pernambuco, evidenciaram que a volta do Carnaval, em 2023, foi responsável por um fluxo recorde, com R\$ 2,78 bilhões em circulação, apontando um crescimento de 41% em comparação ao Carnaval de 2019 e 19% em comparação ao de 2020. A receita nominal, diferença entre receitas e despesas totais, “apresentou um aumento de 12,2% de janeiro a outubro de 2023, em relação ao mesmo período de 2022, e crescimento de 27,4% se comparado ao mesmo período de 2019” (EMPETUR, 2023).

Uma das formas de amenizar as consequências para o setor cultural na cidade do Recife foi a criação do Auxílio Municipal Emergencial (AME) - Carnaval do Recife, projeto de lei proposto pela Prefeitura do Recife com o intuito de amparar o segmento. A medida destinou cerca de R\$ 4 milhões para atrações artísticas e agremiações que fizeram parte da programação do Carnaval de 2020 e foram impactadas pela suspensão das atividades em 2021. Diante da inviabilidade da realização do Carnaval de 2022, o AME foi ampliado para apoiar também os comerciantes informais e catadores de materiais recicláveis que tiveram participação no Carnaval do Recife de 2020 (Prefeitura do Recife, 2021).

Outra iniciativa importante sancionada posteriormente foi o Projeto de Lei nº 48/2023, que concedeu incentivos fiscais para “estabelecimentos hoteleiros, pousadas e hospedagens licenciados e em funcionamento no município”, pretendendo uma redução de até 60% na alíquota do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN). A iniciativa também requer que os valores poupados sejam aplicados em melhorias para os próprios estabelecimentos. Para a Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDEC), a providência visa oxigenar um setor muito afetado pela pandemia.

2.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

No Brasil, a comunicação pública tem suas raízes nas transformações sociais ocorridas a partir da década de 1980, e está totalmente ligada à noção de comunicação governamental. Foi a partir dos anos 80 que ela se consolidou como um meio de democratização, e assim, passou a funcionar como um elo entre os governantes e os cidadãos (Duarte, 2010). Seu conceito excede a simples disseminação de informações, pois envolve a capacidade de garantir que o cidadão tenha acesso à informação, possa participar ativamente de diálogos e mantenha sua presença ativa na construção do interesse coletivo. Segundo o autor:

Existem múltiplas formas de fortalecer a interlocução. Quanto maior a variedade, a especificidade e a facilidade de acesso e uso dos instrumentos de CP pelos diferentes interessados, mais fortalecida a cidadania. Para garantir o sucesso do empreendimento, a comunicação deve, necessariamente, ser assumida com visão global, papel estratégico, planejamento, ação integrada, e visão de longo prazo (Duarte, 2010 p. 5)

Mais recentemente, os órgãos públicos passaram a incorporar ferramentas tecnológicas às suas estratégias de comunicação. Santos e Harmata (2013, p. 5) trazem a perspectiva de que, para essa finalidade, a tecnologia é uma forma de desburocratizar a “cidade real”, permitindo ampliar o debate sobre políticas públicas, e ao mesmo tempo, diminuindo a sensação de ineficiência dos órgãos públicos aos olhos da população. Esses novos canais também permitem a organização popular e possibilitam a exigência de demandas e direitos. O caráter dinâmico e a presença ativa na sociedade que tais plataformas possuem também são características vistas de maneira positiva pelo autor, pois viabilizam a construção de confiança no poder público ao promover um governo mais próximo da população.

Como um exemplo consolidado da desburocratização promovida pelas tecnologias públicas temos o E-gov (governo eletrônico), uma das ferramentas digitais cuja proposta é aprimorar a relação entre governo e sociedade. Essa é uma aplicação prática da modernização que torna os serviços públicos mais acessíveis, além de permitir a conexão entre os poderes e esferas governamentais no ambiente digital. Para Furtado e Jacinto (2010), tal recurso é um caminho seguro e eficiente para agilizar serviços, ampliar o acesso à informação e promover mais transparência. Dele, fazem parte uma ampla gama de iniciativas, como *sites*, aplicativos móveis, fóruns e também as mídias sociais institucionais. Essa última, focada em ampliar a comunicação pública para estreitar laços com os cidadãos por meio da divulgação de serviços, eventos e outras iniciativas.

O ambiente virtual das mídias sociais abre espaço para engajar os cidadãos de forma criativa e acessível. Lima (2023) observa o uso do entretenimento como ferramenta da comunicação pública no digital. A autora destaca a estratégia como um meio eficiente de reduzir barreiras relacionadas à aceitação dessas instituições e também como forma de abordar temas complexos de forma acessível. A aversão e o desconhecimento dos processos públicos por parte da sociedade também são vistos como obstáculos que podem ser vencidos por meio da atuação digital do poder público. Com a popularização das mídias sociais no Brasil, temos o exemplo do Instagram, que se tornou um espaço relevante de comunicação digital para pessoas, marcas e organizações como os órgãos públicos.

2.2.1 Funcionamento do Instagram

O Instagram é uma plataforma projetada para permitir a captura, o processamento e o compartilhamento instantâneo de fotos e vídeos. O conteúdo produzido é distribuído para a lista de seguidores de um perfil. Por isso, o número de seguidores é um indicador direto do alcance potencial e da popularidade do perfil, refletindo seu poder de comunicação e influência (Bessa, 2018, p. 2).

Alguns termos trazidos por Bessa (2018) são fundamentais para entender a lógica de funcionamento do Instagram. Os usuários, por exemplo, são as pessoas que participam da rede, construindo relacionamentos com fins diversos. Eles fazem isso a partir de seus perfis, que, por sua vez, podem ser definidos como espaços digitais interativos. São nesses espaços que os usuários, sejam indivíduos, marcas, instituições ou organizações compartilham conteúdos em formato visual.

Na própria plataforma o usuário consegue definir seu perfil de acordo com a finalidade desejada. Bessa detalha esse sistema ao dizer que:

Há dois tipos de contas no Instagram, perfis pessoais e comerciais, recomendados respectivamente para pessoas físicas e jurídicas. A principal diferença entre eles está no acesso às ferramentas de controle e gerenciamento de publicações disponíveis para os perfis comerciais (Bessa, 2018, p. 14).

Já as publicações se referem aos conteúdos visuais que são compartilhados pelos usuários em seus perfis.

Bessa (2018) também aponta que, entre os vários componentes sociais do Instagram, ou seja, componentes capazes de gerar ações interativas entre os

usuários, existem algumas importantes funções como as hashtags, as curtidas e os comentários, todos amplamente utilizados.

Ainda segundo o autor, as hashtags foram introduzidas no Instagram próximo ao lançamento da plataforma, que ocorreu em 2010. Elas acompanham o símbolo “#” na frente de palavras ou grupo de palavras (desde que todas estejam todas juntas, sem espaços), e dão acesso à publicações relacionadas. As hashtags podem ser inseridas no título descritivo da publicação, também conhecido como legenda, e nos comentários da publicação. Sua principal funcionalidade é fazer com que os usuários encontrem publicações ligadas a um mesmo assunto. Já a ação de curtir, uma das funcionalidades mais populares, é um gesto rápido que remete a uma ligação afetiva positiva vinda do usuário que curtiu, e que notifica o criador da publicação ou do comentário. Por fim, os comentários são formas de diálogo que envolvem diferentes participantes, sejam ou não seguidores do perfil. Assim como as curtidas, eles ampliam a interação ao gerar notificações ao criador do conteúdo.

As formas de interação são métricas que fazem parte do que é chamado de engajamento, que pode ser percebido como o envolvimento de usuários com as publicações (Avelino; Silva; Leal, 2020). Dessa forma, podemos perceber a importância da análise desses dados, principalmente em relação à divulgação de um evento de grande importância cultural, política e econômica como é o Carnaval, para que seja percebido como acontece essa resposta da população.

Dentre os exemplos mais notáveis de instituições públicas que se destacaram por sua atuação digital está o caso da Prefeitura de Curitiba - PR, cuja abordagem tem sido reconhecida como o primeiro modelo de sucesso de comunicação digital em plataformas, sobretudo nas gestões de 2013 a 2016 e de 2017 a 2021. Barbosa e Castro (2022) trazem à tona que a primeira gestão, liderada pelo ex-prefeito Gustavo Bonato Fruet (PDT), foi precursora da propagação de conteúdos relacionados à gestão pública municipal da região de forma cômica. Os autores destacam que essa nova abordagem trouxe algumas mudanças, como por exemplo a instituição ficar conhecida como “Prefs” e a adoção da capivara como um mascote local. Tais ações foram preservadas até os dias de hoje (Figura 1).

Figura 1 - Publicação no Instagram da Prefeitura de Curitiba



Fonte: Instagram da Prefeitura de Curitiba (@curitiba_pmc), 2024.

Santo e Harmata (2013, p.1) complementam que a partir dessa gestão, a equipe de comunicação da Prefeitura apostou em uma linguagem acessível, permeada pelo humor, e que inicialmente foram utilizadas as plataformas Facebook e Twitter.

Durante a segunda gestão, chefiada pelo ex-prefeito Rafael Valdomiro Greca de Macedo (DEM), Barbosa e Castro (2022) observam que, apesar de administrada por um grupo político adversário da primeira, a divulgação dos conteúdos de forma divertida foi mantida. Foi essa a gestão que estava em atividade durante a pandemia do Covid-19, e, portanto, precisou planejar seus conteúdos de forma estratégica, de modo a atuar no combate às fake news em um panorama de hostilidade às instituições democráticas. Os autores afirmam:

A prefeitura de Curitiba mostrou que é possível transmitir as informações e atender às demandas da sociedade de maneira simples e descontraída, respeitando as leis da administração pública, bem como a prestação de serviços ao cidadão (Barbosa e Castro, 2022, p. 61).

2.2.2 Estratégias de comunicação utilizadas pela Prefeitura do Recife

Com início em 2021 e fim em 2024, a gestão da Prefeitura do Recife de 2023 foi liderada pelo prefeito João Campos, filiado ao Partido Socialista Brasileiro (PSB).

A estrutura administrativa do governo local é composta por diversas secretarias, cada uma responsável por áreas específicas da gestão municipal, sendo a Secretaria Executiva de Comunicação a responsável por desenvolver estratégias criativas e inovadoras que visam ampliar a eficácia da comunicação online. O objetivo do órgão é garantir uma abordagem cada vez mais abrangente, democrática e representativa (Prefeitura do Recife, 2023).

Esse uso de tecnologias digitais é apontado pela Prefeitura como uma forma essencial de alcançar de maneira horizontal toda a população recifense, ao mesmo tempo que promove interações de maneira mais ágil, eficaz e transparente com os cidadãos. Por isso, surge o interesse do órgão em um aprimoramento contínuo da sua presença institucional nas mídias sociais, com o objetivo de melhorar a prestação de serviços públicos em diferentes áreas da gestão.

A partir dessa perspectiva, a Prefeitura do Recife tem utilizado o Instagram como uma de suas principais ferramentas de comunicação digital, por meio do seu perfil institucional @prefeiturarecife. Já conhecido por parte da população como uma forma simples de se informar sobre diversas ações, o perfil se tornou um espaço estratégico e interativo, onde são compartilhadas informações, promovidos diálogos e fortalecidas as relações entre a gestão pública e os recifenses. O perfil da Prefeitura do Recife foi criado em novembro de 2013 e, de acordo com dados da própria plataforma, atualmente possui cerca de 582 mil seguidores¹. Esse número demonstra a capacidade da Prefeitura de utilizar o Instagram como uma ferramenta estratégica para ampliar a comunicação com os cidadãos, visto que seu uso possibilita a criação de uma rede de interação com os usuários.

A escolha do Instagram como canal de comunicação é reforçada por diversos dados que demonstram a capacidade da plataforma, como os da CNN Brasil, que apontam que a rede social alcançou 1,47 bilhão de usuários ativos mensais, ou seja, pessoas que acessaram a plataforma pelo menos uma vez no período de um mês, no mundo inteiro até o último trimestre de 2023 (CNN Brasil, 2024). Informações disponibilizadas pela ferramenta DataReportal revelaram que no início de 2023 o Instagram contava com 113,5 milhões de usuários no Brasil, já no primeiro mês de 2024, esse número subiu para 134,6 milhões de usuários. Além disso, em 2023, o Brasil foi o terceiro país com mais usuários ativos, ficando atrás apenas da Índia e dos EUA (DataReportal, 2023, 2024).

¹ Dado coletado em 23 de fevereiro de 2025.

2.2.3 A identidade da Prefeitura do Recife no Instagram

Atualmente, o perfil da Prefeitura do Recife no Instagram apresenta a descrição “Perfil oficial da Prefeitura do Recife. Uma cidade de vida e histórias para se orgulhar.”, seguida de links que dão acesso aos serviços oferecidos, como o portal oficial do Conecta Recife, “um hub digital de prestação de serviços à população” e diversas outras ações divulgadas pela Prefeitura (Prefeitura do Recife, 2024). Dentre os assuntos em destaque no perfil, podemos visualizar informativos que vão desde temas como a vacinação, coleta seletiva, alertas de chuvas, SUS, portal da transparência, entre outros, até aqueles que conversam diretamente com a cultura local, como a história da bandeira da cidade. Essa lógica de divulgação de temas necessários para o bom funcionamento da cidade e bem-estar dos cidadãos mesclados com temáticas que conversam com a identidade recifense e com a valorização da cultura local se repete nas publicações, que apresentam, geralmente, um tom informal, com gírias e expressões populares. Também é possível perceber o uso constante de “memes”, descritos por Torres (2016) como sendo uma mensagem, frequentemente cômica ou irônica, que pode ou não estar associada a uma imagem ou vídeo, que se dissemina amplamente entre os usuários nas mídias sociais e apresenta facilidade em seu entendimento.

Ao realizar a análise desse perfil, acredito que um prisma interessante para realizar essas observações é levando em consideração o conceito de folkcomunicação, teoria criada por Luiz Beltrão, pesquisador citado anteriormente nesse trabalho. Essa forma de interação se baseia no folclore como um meio de comunicação alternativo que possibilita a manifestação e o intercâmbio de ideias e comportamentos coletivos através de múltiplos canais e intermediários (Beltrão, p. 47, 2004 apud Souza e Lucena, 2021, p. 119). Em sua análise sobre esse fenômeno, Souza e Lucena (2021), apresentaram a folkcomunicação como estratégia política. O estudo visou entender como a Prefeitura do Recife utilizou suas mídias sociais para dialogar com os cidadãos recifenses sobre a vacinação contra a Covid-19. Os autores citam que esse tipo de comunicação faz uso de formas de expressão como os ritos, costumes e crenças populares e das populações marginalizadas, além de utilizar seus meios de expressão.

O foco do estudo foi a folkcomunicação política, ou seja, foi analisado como agentes políticos utilizam mecanismos para divulgar suas mensagens (Souza e Lucena, 2021). Um exemplo prático dessa dinâmica que podemos facilmente observar são o uso de expressões culturais e a adoção de linguagem popular com o objetivo de se aproximar do eleitorado. O sistema é caracterizado tanto pela proximidade entre o comunicador e os segmentos socialmente marginalizados, seja ela linguística ou simbólica, quanto pelo acesso que essa parcela deve ter ao meio de comunicação utilizado pelo comunicador (Souza e Lucena, 2021). Como podemos notar, a utilização do Instagram como plataforma de comunicação corrobora com essa ideia, se mostrando um eficiente componente folkcomunicacional.

Também de acordo com os autores, Luiz Beltrão afirma que nesse tipo de sistema é frequente o surgimento de líderes carismáticos, que possuem a habilidade de cativar seus seguidores. A partir desse entendimento, é possível fazer um paralelo com a atuação do prefeito João Campos (PSB), que segundo dados divulgados pelo G1, “foi reeleito com a maior votação da história do Recife”. João, que comanda a Prefeitura da cidade desde 2021, é filho de Eduardo Campos, que governou Pernambuco, e neto de Miguel Arraes, uma referência histórica na política estadual e brasileira. Conhecido por seu carisma e popularidade, em seu perfil do Instagram o político conta com cerca de 2,9 milhões de seguidores², número que supera a quantidade de habitantes do Recife, que de acordo com o IBGE era de 1.488.920 pessoas em 2022 (G1, 2024; IBGE, 2022).

A partir desse entendimento, é possível perceber que a pauta carnavalesca é uma temática estratégica para a comunicação digital da Prefeitura. Ao explorarmos o sentido de retorno do Carnaval, nosso trabalho se propõe a compreender como a festa foi produzida na campanha digital da Prefeitura.

2.2.4 Carnaval do Recife de 2023

Como citado anteriormente, o Carnaval de 2023 na cidade do Recife foi um evento marcante por sua grandiosidade, e também por representar a volta dessa festa tradicional após os desafios impostos pela pandemia do Covid-19. Após dois anos de pausa, a maior manifestação cultural recifense retorna com a temática

² Dado coletado em 27 de fevereiro de 2025.

#VolteiRecife Com Todos os Carnavais. Após a festividade, a prefeitura da cidade, responsável pela organização do evento, divulgou alguns dados que refletem seu impacto e magnitude.

Segundo a Prefeitura, o evento reuniu um público expressivo, alcançando a marca de 2,7 milhões de foliões, com uma média diária de 300 mil pessoas no Marco Zero. Ao longo da cidade, 44 polos festivos foram distribuídos estrategicamente, oferecendo uma ampla variedade de experiências musicais, culturais e gastronômicas. A programação contou com 2,8 mil atrações, sendo 98% composta por artistas locais. Foram investidos R\$ 2 bilhões na economia e houve a criação de 50 mil postos de trabalho temporários. O fluxo de passageiros no Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes – Gilberto Freyre atingiu 420 mil pessoas ao longo de fevereiro, enquanto a ocupação hoteleira chegou a 96,12%. A Central do Carnaval, espaço formado pela Arena Gastronômica, Arena de Serviço e Arena de Artesanato, recebeu 611 mil visitantes, o que resultou em um faturamento de R\$ 2,8 milhões. Para realizar o evento, foram arrecadados R\$ 8 milhões pela Prefeitura do Recife em conjunto com a iniciativa privada³.

O tão esperado retorno dessa festividade se deu a partir das prévias, que ocorreram entre os dias 23 de janeiro e 16 de fevereiro. Após isso, no *site* oficial da Prefeitura foi divulgada a programação completa de todos os polos, comunicando as atrações realizadas de 16 de fevereiro até 22 de fevereiro, este último sendo a Quarta-feira de Cinzas, data que tradicionalmente marca o fim dos festejos carnavalescos (Prefeitura do Recife, 2023).

No *site* da Prefeitura do Recife é possível encontrar a lista das diversas mídias sociais utilizadas como meio digital de disseminação de informações sobre a festa. Por meio delas, foi possível acessar fotos, vídeos, programação e outros dados relevantes. Entre elas, estão os seguintes perfis: Do Carnaval do Recife: Twitter (@carnavalrecife), Instagram (@carnavalrecife) e Facebook (@carnavalorecifeoficial); Da Prefeitura do Recife: Tik Tok (@prefeitadorecife), Kwai (@prefeiturarecife); Twitter (@prefrecife), Instagram (@prefeiturarecife) e Facebook (@prefeitadorecife); Do portal Visit Recife: *Site* (visit.recife.br) e Instagram (@visitrecife); Da Secretaria de Cultura do Recife: Instagram (@culturadorecife). Para informações específicas sobre trânsito e mobilidade, também foi utilizado o perfil do Twitter (@cttu_recife) da Autarquia de Trânsito e

³ Dados divulgados no *site* oficial da Prefeitura do Recife.

Transporte Urbano (CTTU). Também foi possível encontrar dados específicos sobre a programação no *site* www.carnavaldorecife.com e registros fotográficos no *site* www.flickr.com/photos/prefeituradorecife.

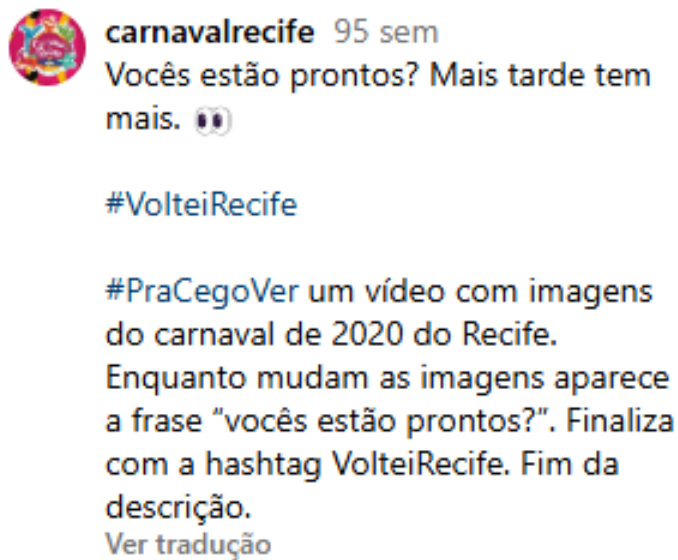
Para essa pesquisa, foram selecionadas apenas as publicações do perfil oficial da Prefeitura do Recife no Instagram (@prefeiturarecife) realizadas entre 27 de janeiro, dia que marca o início das divulgações carnavalescas no perfil citado, e 25 de fevereiro de 2023, dia que marca o fim desses informes. Durante esse intervalo, foram identificados diferentes tipos de publicações, incluindo vídeos e imagens estáticas, apresentadas isoladamente ou no formato carrossel. Segundo Oliveira (2022, p. 5), este último formato permite a inclusão de mais de uma mídia em uma única publicação.

Todas as publicações analisadas foram compartilhadas simultaneamente com o perfil @carnavalrecife, criado em 2012 e divulgado pela Prefeitura como uma página de conteúdos relacionados exclusivamente ao evento. Essa prática contribuiu para aumentar a visibilidade das postagens, já que os seguidores de ambos os perfis puderam interagir com o mesmo conteúdo.

As legendas das publicações frequentemente utilizavam gírias regionais, conforme observado na análise realizada, reforçando a conexão cultural entre o público e o Carnaval do Recife. Utilizado em diversas publicações, um elemento de destaque foi a hashtag #VolteiRecife, derivada do tema oficial da festa, que, de acordo com a Prefeitura do Recife foi “#VolteiRecife com Todos os Carnavais”. Além da conexão direta com o tema oficial, a hashtag #VolteiRecife foi uma referência à retomada das festividades após a pausa causada pela pandemia do Covid-19. É de conhecimento geral que a expressão dá nome a um dos frevos mais populares da região, criado pelo cantor e compositor recifense Luiz Bandeira e eternizado na voz do cantor pernambucano Alceu Valença. A canção expõe um sentimento de nostalgia e saudade de quem, após um tempo distante, anseia pelo retorno à folia. A letra evoca a sensação de reencontro com a cidade e suas tradições, como os desfiles e blocos carnavalescos.

A seguir podemos observar a legenda da primeira publicação sobre o Carnaval de 2023, que foi divulgada no dia 27 de janeiro de 2023. Ao final do texto encontramos a hashtag #PraCegoVer cujo objetivo é incluir pessoas com deficiência visual nas mídias sociais digitais. Essa também foi uma hashtag amplamente utilizada, presente na maior parte das publicações.

Figura 2 - Legenda de publicação no Instagram da Prefeitura do Recife



Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

A postagem apresentou um vídeo com imagens das festividades ao som do frevo tocado pela Orquestra Popular da Bomba do Hemetério. Essa publicação alcançou 1.226 curtidas e 66 comentários (Figura 3). No vídeo, é possível observar diversas representações que fazem parte do carnaval pernambucano, como a sombrinha de frevo, passistas e também a fantasia de La Ursa, muito comum nos períodos pré-carnavalesco e durante o Carnaval. Nos comentários, é possível perceber a animação do público, que foi refletida em um alto engajamento.

Figura 3 - Trecho de vídeo divulgado no Instagram da Prefeitura do Recife



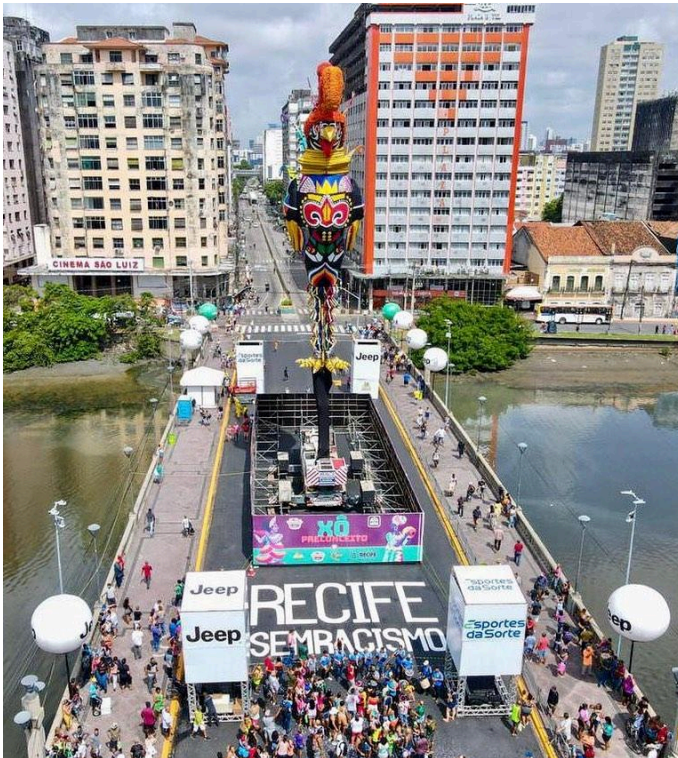
Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

A postagem com maior engajamento durante o período analisado teve o formato carrossel, e divulgou a programação do palco principal do evento, localizado no Marco Zero. Também publicado no dia 27 de janeiro, o carrossel apresentou os nomes das bandas e artistas que se apresentariam entre os dias 17 e 20 daquele mês. Essa publicação obteve 46.445 curtidas e 2.573 comentários, se destacando como o conteúdo com mais interações do período, e teve como legenda: “🕶️ Não era programação que vocês queriam? Vamos começar com o maior palco da cidade: o Marco Zero. 🎉 Tem atrações para todos os gostos, é o maior carnaval que o recifense já viu! Pronto para saciar a vontade e a saudade que a gente tava da folia! 😄👉 Marca todo mundo que vai contigo curtir o maior e melhor carnaval de rua do mundo! 📌 #VolteiRecife #PraCegoVer um carrossel com fundo amarelo e o seguinte texto na primeira imagem “foi aqui que pediram programação do Marco Zero? Arrasta para o lado para conferir”. Na segunda imagem o texto “Sexta (17) - Geraldo Azevedo e Convidados - Alceu Valença, Elba Ramalho, Fafá de Belém e Chico César; Maestro Forró e Duda Beat”. “Sábado (18) - Orquestra Maestro Duda; Almir Rouche; Pablo Vittar (participações Uana e Romero Ferro); Recife Capital do Brega”. Na 3ª: “Domingo (19) Gerlane Lops e Orquestra de Bamba; Maria Rita;

Sorriso Maroto; Fundo de Quintal”. “Segunda (20) - Frevo de Bloco, O Grande Encontro (Coral Edgar Moraes, O Bonde, Getúlio Cavalcanti e Dalva Torres); Melim; Nando Reis; Emicida”. Na 4ª: “André Rio; Alceu Valença; João Gomes; Lenine e Spok; Elba Ramalho; Orquestrão”. Fim da descrição”.

Por fim, a última publicação analisada, feita em 25 de fevereiro de 2023, apresentou o emblemático Galo da Madrugada acompanhado da frase “Recife sem racismo”. Essa postagem, cuja legenda foi “Um Galo e uma mensagem pra não se esquecer jamais. #RecifeseMracismo.”, alcançou 2.941 curtidas e 26 comentários, encerrando a cobertura do Carnaval de 2023 (Figura 4).

Figura 4 - Última publicação sobre o Carnaval de 2023



Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

3 METODOLOGIA

A finalidade dessa pesquisa é compreender de que maneira as publicações no Instagram institucional da Prefeitura do Recife abordaram o Carnaval de 2023, um evento de grande impacto no cenário pós-pandemia. Esse propósito demonstra o caráter exploratório do estudo. Foram analisadas as postagens realizadas entre 27 de janeiro e 25 de fevereiro de 2023, selecionadas com base em sua relação direta com a divulgação do evento. É possível notar um viés descritivo na medida em que são apresentados os principais formatos e temas recorrentes nas postagens. No entanto, como o objetivo central é explorar e interpretar as postagens, a abordagem exploratória tem destaque.

A análise de conteúdo foi aplicada de modo a identificar, categorizar e interpretar os materiais publicados, permitindo investigar como as estratégias se estruturam. A nossa análise foi realizada a partir das três etapas definidas por Bardin (1977, p. 95) como as fases da análise de conteúdo: Pré-análise; Exploração do material; Tratamento dos resultados, inferências e interpretações. Na primeira delas, foi realizada a leitura flutuante, cujo objetivo principal é a familiarização com os conteúdos. Segundo Bardin (1977, p. 96), esse tipo de observação “consiste em estabelecer contato com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões orientações”. Nesse sentido, ela foi escolhida para investigar as 54 publicações desta pesquisa. Realizamos uma categorização das postagens de acordo com seus temas, tons, formatos e engajamentos, tendo o objetivo de facilitar uma análise mais aprofundada. Para isso, delimitamos as seguintes categorias: temática da publicação, tonalidade da mensagem, formato da publicação e o engajamento do público. Por último, foi feita a interpretação dos dados. Para sistematizar a análise, os dados obtidos foram organizados em uma planilha, permitindo uma melhor visualização das publicações, suas categorias e padrões.

3.1 ANÁLISE DO CONTEÚDO

3.1.1 Pré-análise

Para a pré-análise e seguindo a metodologia estabelecida por Bardin (1977), realizamos a escolha dos documentos, constituindo um *corpus* homogêneo a ser

analisado de modo a revelar como a estratégia de comunicação digital da Prefeitura do Recife no período delimitado tratou da retomada do carnaval 2023. Durante a leitura flutuante realizada foi possível perceber alguns padrões. A partir deles, delimitamos categorias e subcategorias, ou como define Bardin (1977), os índices e os indicadores, respectivamente (Quadro 1).

Em relação aos formatos, encontramos publicações estáticas, vídeos, carrosséis de vídeos, carrosséis de publicações estáticas e também carrosséis de vídeos e publicação estáticas. Em relação à linguagem escolhida, foi possível perceber uma comunicação informal e animada, com gírias e expressões regionais, como “maior carnaval em linha reta”, “pala”, “gerando”, “painhos e mainhas”, “amostrado”, “visse” e “gostasse”. A inclinação revela uma escolha discursiva profundamente recifense, já que todos esses exemplos são formas de comunicação muito comuns na região.

Acompanhando a parte textual das legendas, notamos o uso de emojis e também das hashtags. Os Emojis, definidos por Bessa (2018) como ideogramas, ou símbolos gráficos, que se popularizaram inicialmente nos dispositivos móveis, foram utilizados como forma de gerar mais informalidade nos textos das legendas. As hashtags, como mencionado anteriormente, são palavras ou grupo de palavras que possuem o símbolo “#” no início e conectam publicações de diferentes autores, podendo ser utilizadas nas legendas e nos comentários (Bessa, 2018). Ambos não são novidades na comunicação digital, e podem ser observados como estratégias: Os emojis, proporcionando uma linguagem mais chamativa, acessível e descontraída. Já as hashtags, auxiliando a aumentar o alcance das publicaçãoe, criar senso de comunidade, monitorar o engajamento e até mesmo fortalecer a identidade do evento, sendo um exemplo o uso da #VolteiRecife. Além desse exemplo, outras amplamente utilizadas foram: #carnavaldorecife, #carnaval2023, #pracegover e #packfolião.

A partir da observação do tom das publicações, conseguimos separá-las em quatro grupos principais. As que carregavam o tom informativo tinham como foco a transmissão de dados essenciais sobre o evento. Já o tom humorístico foi utilizado para humanizar a comunicação com o público, recorrendo a memes, expressões populares e elementos da cultura digital, que tornaram as postagens mais atrativas e compartilháveis. As postagens com tom festivo, por sua vez, enfatizavam a

celebração do Carnaval, transmitindo entusiasmo. Por fim, as publicações engajadoras buscavam incentivar a interação do público.

Os temas recorrentes envolveram publicações interativas, divulgação da programação e serviços e divulgação dos eventos que ocorreram, este último servindo como registro da folia. A partir dessa observação, foram escolhidas quatro subcategorias de análise relacionados à temática: publicação interativa, divulgação de programação, divulgação de serviços e relatos de eventos.

Para a categoria de engajamento do público, foram observadas as quantidades de curtidas e comentários. A verificação desses dados foi realizada em novembro de 2024, podendo haver variações com o passar do tempo até a publicação desse trabalho. Vale ressaltar que, por se tratar de um estudo baseado em fontes públicas, não há acesso a métricas detalhadas de engajamento. Embora isso limite a compreensão da efetividade das publicações, a observação qualitativa dos conteúdos permite identificar padrões e estratégias utilizadas pelo poder público para divulgar a festividade.

Quadro 1 - Índices e indicadores

Índices	Indicadores
Temática da publicação	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicação Interativa ● Divulgação de Programação ● Divulgação de serviços ● Relatos de Eventos
Tonalidade da mensagem	<ul style="list-style-type: none"> ● Informativo ● Humorístico ● Festivo ● Engajador
Formato da publicação	<ul style="list-style-type: none"> ● Vídeo ● Publicação estática ● Carrossel de vídeos ● Carrossel de publicações estáticas ● Carrossel de publicações estáticas e vídeos

Engajamento do público	<ul style="list-style-type: none"> • Número de curtidas • Número de comentários
------------------------	---

Fonte: Autora (2025).

Após essa fase, preparamos o material em um quadro seguindo as categorias e subcategorias definidas (Quadro 2).

Quadro 2 - Dados coletados

Data	Tema	Tom	Formato	Engajamento
27/01/2023	Publicação Interativa	Festivo: Faz referência ao entusiasmo e à expectativa da festa.	Vídeo	1226 curtidas e 66 comentários
27/01/2023	Publicação Interativa	Informativo: Apresenta a oficialização da programação e o anúncio das atrações.	Vídeo	6669 curtidas e 181 comentários
27/01/2023	Divulgação de Programação	Engajador: Incentiva a marcação de amigos e interações. Informativo: Divulga a programação do palco Marco Zero.	Carrossel de publicações estáticas	46445 curtidas e 2573 comentários
30/01/2023	Divulgação de Programação	Informativo: Fornece datas e locais das prévias.	Carrossel de publicações estáticas	3339 curtidas e 42 comentários
30/01/2023	Divulgação de Programação	Humorístico: Brinca com a rima "ETA, ETA, ETA..." para criar uma interação leve. Informativo: Confirma a presença de Caetano Veloso e outros artistas. Engajador: Incentiva que os seguidores marquem outras	Publicação estática	11091 curtidas e 481 comentários

		peçoas.		
31/01/2023	Divulgaçaõ de Programaçaõ	Informativo: Apresenta números concretos sobre polos, apresentaçaões, homenageados e estrutura da festa.	Carrossel de publicaçaões estáticas	4401 curtidas e 114 comentários
31/01/2023	Publicaçaõ Interativa	Humorístico: Baseado em memes, utiliza tom descontraído e linguagem informal.	Carrossel de publicaçaões estáticas e vídeos	10566 curtidas e 258 comentários
01/02/2023	Divulgaçaõ de Programaçaõ	Informativo: Destaca a presença de Gaby Amarantos e outros artistas. Humorístico: Apresenta linguagem descontraída do vídeo.	Vídeo	2212 curtidas e 111 comentários
07/02/2023	Publicaçaõ Interativa	Humorístico: Brinca com tendências atuais, misturando personagens populares à tradição do Carnaval, além de utilizar memes na publicaçaõ.	Carrossel de publicaçaões estáticas e vídeos	15449 curtidas e 309 comentários
10/02/2023	Publicaçaõ Interativa	Engajador: Incentiva a participaçaõ do público nos comentários. Humorístico: Usa uma linguagem divertida e expressões típicas para deixar a interaçaõ mais leve.	Carrossel de vídeos	893 curtidas e 41 comentários
16/02/2023	Publicaçaõ Interativa	Engajador: Incentiva a participaçaõ do público nos comentários.	Carrossel de vídeos	1087 curtidas e 22 comentários

		Humorístico: Traz histórias engraçadas sobre o Carnaval.		
17/02/2023	Publicação Interativa	Humorístico: Usa memes e contraste divertido entre os amigos que vão ou não curtir o Carnaval.	Carrossel de publicações estáticas e vídeos	4489 curtidas e 50 comentários
17/02/2023	Publicação Interativa	Festivo: Celebra a volta do Carnaval com entusiasmo e linguagem vibrante.	Vídeo	1947 curtidas e 38 comentários
18/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Exalta o início da festa com show de Geraldo Azevedo e Elba Ramalho.	Vídeo	8435 curtidas e 105 comentários
18/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Expressa emoção e empolgação pelo show de Caetano Veloso.	Vídeo	13432 curtidas e 376 comentários
18/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Destaca a energia do show e o encerramento da programação do dia no Marco Zero.	Vídeo	9800 curtidas e 162 comentários
18/02/2023	Publicação Interativa	Informativo: Destaca o tema do Galo da Madrugada.	Vídeo	7176 curtidas e 92 comentários
18/02/2023	Divulgação de Programação	Informativo: Fala sobre a programação do evento. Humorístico: Usa expressões populares e memes para estimular a interação.	Vídeo	2574 curtidas e 105 comentários
18/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Destaca a emoção e o simbolismo do Galo da Madrugada.	Carrossel de publicações estáticas	1565 curtidas e 10 comentários

18/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra o início do Carnaval com grandes artistas.	Vídeo	1573 curtidas e 15 comentários
18/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Expressa a energia do show e o impacto da apresentação.	Vídeo	2084 curtidas e 34 comentários
19/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Destaca o show de Pablo Vittar. Informativo: Informa sobre as transmissões ao vivo no canal do Youtube.	Vídeo	11673 curtidas e 573 comentários
19/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra a força do brega funk como gênero musical e sua presença no Carnaval.	Vídeo	33443 curtidas e 964 comentários
19/02/2023	Divulgação de Programação e Divulgação de serviços	Informativo: Direciona o público para o aplicativo e <i>site</i> do Carnaval.	Publicação estática	314 curtidas e 10 comentários
19/02/2023	Divulgação de Programação	Humorístico: Brinca com o contexto do "ovni abatido", conectando com as fantasias de Carnaval. Informativo: Sinaliza os shows do dia no Marco Zero. Engajador: Incentiva a marcação de amigos.	Vídeo	866 curtidas e 28 comentários
19/02/2023	Divulgação de Programação	Festivo: Destaca a animação das crianças no Carnaval com imagens.	Carrossel de publicações estáticas	3323 curtidas e 69 comentários

		Informativo: Lista os polos infantis e suas atrações, e divulga o <i>site</i> que dá acesso a programação completa.		
19/02/2023	Publicação Interativa	Humorístico: Traz diversos memes relacionados a festa.	Carrossel de publicações estáticas e vídeos	6308 curtidas e 73 comentários
19/02/2023	Relatos de Eventos	Informativo: Apresenta a Orquestra Recife de Bambas como atração.	Vídeo	1083 curtidas e 20 comentários
20/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra o show e a homenagem de Maria Rita a Elis Regina.	Vídeo	8104 curtidas e 192 comentários
20/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Exalta a energia do show de Sorriso Maroto.	Vídeo	16662 curtidas e 309 comentários
20/02/2023	Divulgação de Programação	Informativo: Explica a diversidade dos polos descentralizados e que a programação completa pode ser acessada pelo <i>site</i> carnavaldorecife.com	Publicação estática	1214 curtidas e 26 comentários
20/02/2023	Relatos de Eventos e Divulgação de Programação	Informativo: Indica os locais dos polos infantis e direciona para a programação completa.	Vídeo	729 curtidas e 20 comentários
20/02/2023	Publicação Interativa	Humorístico: Mostra memes e brinca com a experiência comum de se perder no Carnaval.	Carrossel de vídeos	7172 curtidas e 86 comentários

20/02/2023	Divulgação de Programação	Humorístico: Usa a ideia do biscoito da sorte de forma descontraída. Informativo: Divulga os shows do dia.	Vídeo	633 curtidas e 14 comentários
20/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra a noite de samba e pagode com um tom entusiasmado.	Vídeo	768 curtidas e 20 comentários
20/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Exalta a tradição dos blocos carnavalescos do Recife.	Vídeo	836 curtidas e 19 comentários
20/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Destaca a relevância do coral no Carnaval.	Vídeo	1008 curtidas e 16 comentários
21/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Exalta a apresentação da banda Melim no Carnaval. Informativo: Divulga as transmissões ao vivo pelo canal do Youtube da Prefeitura.	Vídeo	15153 curtidas e 388 comentários
21/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Destaca a empolgação do show e o envolvimento do público.	Vídeo	7019 curtidas e 152 comentários
21/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Mostra como foi o show de Emicida.	Vídeo	19799 curtidas e 376 comentários
21/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra a volta do Carnaval e a apresentação de Emicida com grande entusiasmo.	Vídeo	5101 curtidas e 126 comentários
21/02/2023	Divulgação de	Humorístico: Usa expressões populares e memes para	Vídeo	3128 curtidas e 60 comentários

	Programação	reforçar a identidade carnavalesca. Informativo: Mostra a programação do dia.		
21/02/2023	Publicação Interativa	Humorístico: Mostra memes ligados ao Carnaval.	Carrossel de publicações estáticas e vídeos	5286 curtidas e 135 comentários
21/02/2023	Publicação Interativa	Informativo: Reforça a existência dos polos descentralizados da cidade.	Vídeo	299 curtidas e 5 comentários
21/02/2023	Publicação Interativa	Festivo: Enfatiza a grandiosidade do público e do evento.	Vídeo	3407 curtidas e 28 comentários
21/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Enaltece o show de Lenine, Maestro Spok e a identidade pernambucana.	Vídeo	3451 curtidas e 71 comentários
22/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Exalta o retorno do cantor João Gomes ao palco do Marco Zero.	Vídeo	12384 curtidas e 202 comentários
22/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra a grandiosidade do show de Alceu Valença e o encerramento do Carnaval.	Vídeo	6133 curtidas e 83 comentários
22/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Destaca a importância do show de Elba Ramalho no encerramento do evento.	Vídeo	2813 curtidas e 93 comentários
22/02/2023	Relatos de Eventos	Festivo: Celebra o encerramento do Carnaval com o tradicional Orquestrão	Vídeo	1064 curtidas e 18 comentários

		do Frevo.		
22/02/2023	Publicação Interativa	Festivo: Exalta o sucesso do evento e a felicidade do público.	Carrossel de publicações estáticas	2334 curtidas e 60 comentários
22/02/2023	Publicação Interativa	Humorístico: Brinca com a ansiedade dos foliões para o próximo Carnaval.	Publicação estática	19014 curtidas e 421 comentários
22/02/2023	Publicação Interativa	Humorístico: Expressa a saudade do Carnaval com memes.	Carrossel de publicações estáticas e vídeos	9265 curtidas e 121 comentários
25/02/2023	Publicação Interativa	Informativo: Reforça a mensagem política da campanha "Recife Sem Racismo" e destaca a importância do tema, incentivando a reflexão.	Publicação estática	2941 curtidas e 26 comentários

Fonte: Autora (2025).

3.1.2 Interpretação dos dados

3.1.2.1 Sobre a Temática

Verificamos que 23 das 54 publicações objetivaram relatar como foram os eventos, 11 publicações divulgaram a programação do Carnaval, 1 apresentava tanto a programação quanto serviços oferecidos para os foliões, 1 relatava eventos e ao mesmo tempo focava na programação. As outras 18 publicações foram catalogadas como Publicação Interativa, já que tinham como principal objetivo a conexão com o público. Como podemos perceber, o foco maior esteve em exibir as apresentações que aconteceram no evento.

A escolha por essa temática é estratégica, pois a prática pode fortalecer o discurso institucional de eficiência da organização, sendo de grande interesse para a instituição, como gestora do evento. Isso reforça inclusive como o carnaval é enquadrado como um evento que ultrapassa o sentido de festa popular, sendo

muitas vezes construído como um negócio, que precisa ser bem-sucedido. Essa escolha de comunicação auxilia na construção de uma narrativa positiva sobre a gestão pública, focada no sucesso do evento, ajudando na redução de possíveis críticas e desviando o foco para o clima de celebração.

A estratégia também faz com que o público que segue o perfil esteja em contato com momentos marcantes da festa. Isso contribui para estender a experiência ao permitir que os foliões revivam o Carnaval e interajam com o conteúdo, seja comentando sobre sua vivência ou compartilhando o material. Nesse ponto de vista, a interação com o conteúdo é igualmente positiva para o perfil, já que aumenta os níveis de engajamento da página. Retomando o que foi dito anteriormente, o engajamento nas mídias sociais é um parâmetro que reflete o nível de participação dos usuários, manifestado por meio de ações como curtidas, comentários e outros elementos (Avelino; Silva; Leal, 2020).

Conseqüentemente, a escolha de exibir os eventos já realizados também pode ser vista como um mecanismo de engajamento para edições futuras. Ao evidenciar o sucesso da programação, a Prefeitura incentiva que aqueles que participaram se sintam motivados a voltar no próximo ano, enquanto aqueles que não puderam comparecer fiquem com uma percepção positiva da festa e tenham maior interesse em participar nas próximas edições.

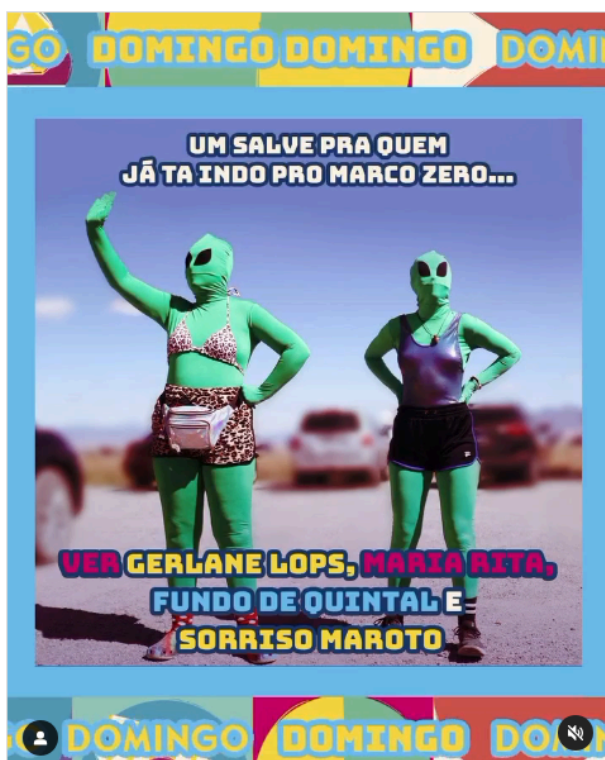
3.1.2.2 Sobre o Tom

Todas as publicações analisadas apresentaram o tom festivo, diretamente ligado ao espírito do Carnaval. Por isso, para a análise, as que não apresentaram os tons humorístico, informativo e engajador, foram catalogadas apenas como sendo de tom festivo. Os tons humorístico e engajador também foram amplamente utilizados. Sobre esses tons, como grande parte das publicações apresentaram humor e buscaram conexão com o público, para a análise, categorizamos apenas as que tinham chamadas mais diretas. Já o tom informativo foi aplicado principalmente nas publicações que tinham como um dos objetivos instruir o público sobre a festa, oferecendo orientações.

A análise foi realizada considerando que uma mesma publicação pode carregar mais de um tom simultaneamente, como é o caso de uma das publicações do dia 19 de fevereiro (Figura 5), apresentada a seguir, que combina os tons

humorístico, informativo e engajador ao mesmo tempo: "Quem disse que domingo ela não vai? 🙄 O suposto ovni foi abatido mas a turma não dá viagem perdida não. 🧠 Geral no Marco Zero que hoje vai dar samba. 🎵 Marca teu bonde aqui 👁️ #PraCegoVer Foto de duas pessoas vestidas de extraterrestres com roupa de carnaval. Em cima, o texto: Um salve pra quem já tá indo pro Marco Zero ver Gerlane Lops, Maria Rita, Fundo de Quintal e Sorriso Maroto. Nas extremidades da imagem, a palavra domingo está em movimento."

Figura 5 - Publicação com fantasias de Carnaval



Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

Ao averiguar com mais detalhes, podemos verificar o tom humorístico pela brincadeira com as pessoas fantasiadas que aparecem na imagem, o tom informativo, já que sinaliza os show do dia, e o tom engajador, pois incentiva a marcação de outras pessoas na publicação. Em conclusão, com a predominância do tom festivo, percebemos a intenção da comunicação digital da Prefeitura em transmitir a alegria e o entusiasmo característicos do Carnaval. Essa escolha favorece a participação popular e, por consequência, aumenta a adesão presencial e

digital. No Instagram, ela é ideal para amplificar interações, como curtidas e comentários, o que aumenta o engajamento das publicações.

3.1.2.3 Sobre os Formatos

Em relação aos tipos de formatos, foram divulgados 34 vídeos, 6 carrosséis de publicações estáticas, 6 carrosséis de publicações estáticas e vídeos, 5 publicações estáticas e 3 carrosséis de vídeos. A predominância de vídeos entre os conteúdos publicados indica uma estratégia consciente de engajamento por parte da Prefeitura do Recife. Esse formato, no Instagram, tende a gerar maior interação e alcance em comparação com imagens estáticas. Isso ocorre porque conteúdos em vídeo são mais dinâmicos e capazes de reter a atenção dos usuários por períodos mais longos, uma vez que promovem uma conexão mais profunda e duradoura com o público.

3.1.2.4 Sobre o Engajamento

Para a análise sobre o engajamento, levamos em consideração o volume de curtidas e comentários, considerando esses indicadores como formas de interação do público com o conteúdo. Essa escolha se fundamenta na concepção de interatividade apresentada por Bessa (2018, p. 53), que a define como o “fim do fluxo unidirecional de transmissão de mensagens”. Segundo o autor, a interatividade possibilita uma avaliação da recepção do conteúdo tanto de forma qualitativa, por meio dos comentários, quanto de forma quantitativa, pelo número total de curtidas e comentários. Selecionamos os três conteúdos com mais curtidas e os três conteúdos com mais comentários, além das duas publicações com menos curtidas e os dois conteúdos com menos comentários, para assim identificar padrões na recepção do público.

Os dois conteúdos com o maior número de curtidas também obtiveram maior número de comentários, liderando em popularidade. O primeiro, como exibido no Quadro 2, obteve 46.445 curtidas e 2.573 comentários. No quadro, também é possível observar que se tratou de um carrossel de publicações estáticas publicado no dia 27 de janeiro de 2023, que apresentava um tom informativo e divulgava a programação do Carnaval. A divulgação da programação, por meio dessa

publicação, foi uma das formas pelas quais a Prefeitura do Recife confirmou oficialmente a volta do Carnaval pós-pandemia. Isso aponta aspectos importantes sobre a expectativa e o envolvimento do público com o evento visto que, do ponto de vista emocional, o Carnaval de 2023 marcou a retomada de uma tradição interrompida pela pandemia. Essa alta interação, sugere que os foliões aguardavam ansiosamente a confirmação do retorno de uma festa que possui significado social e cultural profundo para a cidade.

Com 33443 curtidas e 964 comentários, o segundo conteúdo, publicado no dia 19 de fevereiro de 2023, trata-se de um vídeo de relato de um dos eventos (Figura 6). Com tom festivo, a publicação trouxe a seguinte legenda: “O brega venceu! 🎵🏆 Os Neiffs abriram a noite de shows do Recife Capital do Brega, junto com outros artistas do ritmo. Tem que respeitar! 😊 A última atração deste sábado, começou emocionando geral. E o recado foi dado: o passinho salva vidas. 🎉 #VolteiRecife”.

Figura 6 - Apresentação Neiffs



Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

Como podemos perceber, o vídeo destaca o show dos Neiffs, grupo de brega funk amplamente popular nas periferias do Recife. A partir disso, vemos a força desse gênero musical na cena cultural local, e também a estratégia da Prefeitura de se aproximar da população periférica. Esse movimento não se restringe ao Carnaval, já que pode ser observado de forma recorrente nas redes sociais institucionais, onde elementos como a música, a linguagem e as referências culturais da periferia são incorporados para estabelecer um diálogo mais próximo com o público. A administração municipal, sob a liderança do prefeito João Campos, tem adotado uma comunicação que se alinha a esses códigos culturais. Um exemplo marcante dessa aproximação são as escolhas estéticas e comportamentais do próprio prefeito, que já apareceu de óculos espelhados, cabelos platinados e dançando o brega funk, símbolos fortemente presentes na cultura da periferia recifense.

Figura 7 - Imagem do prefeito João Campos



Fonte: Instagram do Prefeito João Campos (@joaocampos), 2024.

Essas ações podem ser interpretadas como um posicionamento político e estratégico, onde o gestor busca legitimidade e identificação com um segmento expressivo da população. Aqui, faz-se importante retomar a ideia da

folkcomunicação política, conceito que explica como símbolos e elementos da cultura popular são apropriados para a construção de discursos institucionais e políticos (Souza e Lucena, 2021). Essas escolhas demonstram um processo mais amplo de inserção de elementos culturais antes marginalizados em espaços institucionalizados de visibilidade. É dessa forma que a gestão municipal cria canais de identificação direta com públicos historicamente invisibilizados nos circuitos culturais oficiais. A cultura periférica, nesse sentido, passa a ser instrumento de governabilidade já que essas manifestações ocorrem dentro de um projeto político-comunicacional que associa escuta popular à performance institucional.

A associação entre as administrações públicas e as festas populares não é algo novo, mas se antes o prestígio vinha pela realização e apoio institucional à festa, hoje ele se renova buscando também uma performance digital. Ou seja, isso não representa uma ruptura com as tradições políticas do estado. A família da qual o atual prefeito faz parte possui longa trajetória de protagonismo político em Pernambuco. Tanto Miguel Arraes quanto Eduardo Campos foram figuras de grande relevância na construção de políticas públicas que buscavam diálogo com as camadas populares. João Campos herda esse capital político e rearticula seu uso através das mídias digitais, adaptando os modos de visibilidade ao universo da cultura digital. A “velha política”, centrada na promoção da imagem do gestor em grandes eventos, ganha contornos de novidade apenas na forma, enquanto a substância continua: o Carnaval serve como palco de legitimação política e o êxito da festa reforça a imagem de eficiência da gestão. Em conclusão, o engajamento elevado na publicação sobre os Neiffs indica que essa estratégia digital de aproximação tem gerado respostas positivas.

Em alguns conteúdos analisados, a relação entre curtidas e comentários não seguiu um padrão fixo. Podemos constatar que algumas publicações obtiveram alto volume de curtidas, mas sem um aumento proporcional nos comentários, como é o caso da terceira publicação com mais curtidas, que também se tratou de um relato de um dos eventos. Com um tom festivo, essa publicação em vídeo obteve 19799 curtidas e 376 comentários, e foi divulgada no dia 21 de fevereiro de 2023. Sua legenda foi: “Estamos emocionados, @emicida ❤️ 🧑: Dondinho #VolteiRecife Patrocinadores: Ambev e Esporte da Sorte #PraCegoVer Vídeo de Emicida sentado nos degraus do palco do Marco Zero. Fim da descrição.” O alto engajamento da publicação mostra a força do artista, que já possui um nome consolidado dentro do

cenário cultural brasileiro. Sua presença atraiu tanto o público que já acompanha seu trabalho quanto aqueles que se identificam com as mensagens que ele transmite em suas músicas.

Figura 8 - Apresentação Emicida



Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

Outras, geraram maior participação nos comentários mesmo sem estarem entre as mais curtidas, como a terceira publicação com mais comentários, divulgada no dia 19 de fevereiro de 2023. Mais uma vez carregando o tom festivo, tratou-se de um relato de eventos. O vídeo, que obteve 11673 curtidas e 573 comentários, apresentou a legenda: “@pablovittar botou pocando na noite deste sábado. 🌟 Uma das artistas mais aguardadas da noite levou o Marco Zero à loucura junto com seu corpo de baile. Os bailarinos deram um show à parte. 🦄 Ainda rolaram participações especialíssimas de Uana Mahin e Romero Ferro. Uma apoteose! 🙌 Quem viu, viu! Acompanha a transmissão ao vivo dos shows do Marco Zero pelo [youtube.com/prefrecife](https://www.youtube.com/prefrecife). #CarnavalDoRecife #MarcoZero #VolteiRecife #PabloVittar”. Pablo é uma das maiores referências da música pop e LGBTQIAP+ no Brasil, e carrega consigo um forte simbolismo de representatividade dentro do cenário

cultural. Sua presença no evento reforçou a abertura do Carnaval para diferentes públicos e expressões artísticas, o que dialoga diretamente com a proposta do Carnaval Multicultural do Recife, que busca valorizar a pluralidade de ritmos, identidades e manifestações culturais na festa.

Figura 9 - Apresentação Pablllo Vittar



Fonte: Instagram da Prefeitura do Recife (@prefeiturarecife) em colaboração com @carnavalrecife, 2023.

Os dois conteúdos com o menor número de curtidas também apresentaram os menores volumes de comentários. Em penúltimo lugar, com 314 curtidas e 10 comentários e contendo um tom informativo, a publicação estática referiu-se a uma divulgação de programação e também de serviços. Sendo publicada no dia 19 de fevereiro de 2023, o conteúdo apresentou a seguinte legenda: “Deixasse pra decidir teu destino de última hora? Ou tás no meio da folia e quer saber sobre algum serviço? 🙄 ➡️📱 Não tem desespero não, baixa o app Carnaval Recife 2023 na tua loja de aplicativos (Play Store ou Google Play) e tenha na mão todas as informações que você precisa. Não tem mais memória no celular pra baixar app? 🙌 Calma que tem jeito, acessa carnavaldorecife.com que lá também tem toda as informações, desde programação ao expresso folia. 🚐 Patrocínio: Ambev e Esportes da Sorte.

#PraCegoVer Arte gráfica colorida, com a tela de um celular e, na tela, a tela inicial do aplicativo do Carnaval do Recife, com o texto: “É programação e serviço que você quer? Então toma: Baixa o app Carnaval Recife 2023 ou acessa carnavaldorecife.com”. Nessa publicação, percebemos o patrocínio da Ambev e Esportes da Sorte, como mencionado na legenda. Essa questão pode ter refletido no afastamento do público que busca mais conteúdos orgânicos e autênticos, ou seja, que são gerados de forma natural e não estão ligados à publicidade.

Em último lugar, como a publicação com menor engajamento em relação a curtidas e comentários, tivemos um vídeo publicado no dia 21 de fevereiro de 2023, cujo conteúdo festivo e informativo divulgava os polos espalhados pela cidade. O vídeo obteve apenas 299 curtidas e 5 comentários e foi publicado com a legenda: “Nem só de Marco Zero vive o carnaval do Recife, visse? Tem polo espalhado pela cidade inteira pra todo mundo curtir o carnaval dos carnavais! 🎉🎊 #PraCegoVer imagens de vários polos da cidade do Recife com foliões brincando o carnaval. Fim da descrição. #CarnavalDoRecife #Carnaval2023 #VolteiRecife”.

3.1.3 Conexão com o referencial teórico

A comunicação pública digital tem se tornado um elemento central na relação entre governos e cidadãos, especialmente em momentos de grande impacto social, como o Carnaval. Como apontado por Duarte (2010), podemos reconhecer nessa modalidade de comunicação um grande ponto de vínculo entre esses agentes. Ao escolher utilizar o Instagram como ferramenta de divulgação, a Prefeitura do Recife estabeleceu conexões com a população, promovendo engajamento e reforçando sua atuação institucional.

Sobre a retomada do Carnaval, foi possível observar que a Prefeitura atuou de modo a resgatar a forte relação afetiva dos foliões com a festa. Como exemplo, temos a escolha do uso da hashtag #VolteiRecife nas publicações e no tema oficial do Carnaval, fazendo referência ao frevo de 1958 de Luiz Bandeira e ao mesmo tempo ao retorno da festividade. Uma das repercussões dessas estratégias foi identificada no alto engajamento do público na primeira divulgação da programação oficial do evento, o que deixa em evidência a expectativa acumulada durante o tempo de suspensão. Dessa forma, temos a confirmação do apontamento feito por

Cavalcanti e Gonçalves (2021) relacionado às celebrações populares, que ocorrendo de forma cíclica e dando ritmo às vivências coletivas, foram diretamente afetadas pela pandemia.

O uso do entretenimento como instrumento estratégico utilizado pela comunicação pública, perspectiva trazida por Lima (2023, p. 36), corrobora com a percepção de que a Prefeitura se posiciona na plataforma manifestando um tom festivo, componente intrínseco ao Carnaval, onde a diversão é elemento central. Esse aspecto revela como a Prefeitura se situa de modo a ser tanto organizadora como protagonista da festa, internalizando elementos inerentes ao Carnaval, como a diversidade, a linguagem popular, a informalidade, a multiculturalidade envolvida e uma aproximação com a periferia.

Com esse protagonismo, a festa ganha uma moldura institucional. Afinal, é a Prefeitura quem define a programação, gerencia a infraestrutura, assegura os serviços essenciais e, no Carnaval de 2023, anuncia a volta da festa após a pandemia. Por um lado, essa centralização garante organização e visibilidade, por outro, molda a narrativa da folia, conferindo à gestão pública o papel de grande anfitriã do espetáculo. Ou seja, além de um evento cultural de forte impacto econômico, para a Prefeitura do Recife, o Carnaval também é uma plataforma política que se tornou reflexo direto da gestão pública. Se bem-sucedida, fortalece a imagem da administração, mas se for mal organizada, pode gerar desgastes que ressoam até chegar nas urnas. Tanto a comunicação digital quanto as ações presenciais reforçam essa estratégia de aproximação desenvolvida.

João Campos, atual prefeito, parece compreender esse jogo simbólico. Sua gestão tem adotado cada vez mais estratégias de conexão com o povo, especialmente com as periferias. Dessa forma, ele se posiciona como um líder carismático alinhado às dinâmicas da folkcomunicação, buscando transitar entre diferentes grupos e dialogar diretamente com os seguidores que, nessa interação, podem ser lidos tanto como foliões quanto como eleitores. Desde as primeiras iniciativas de combate ao entrudo no século XIX, o Carnaval já enfrentava tentativas de controle. De uma manifestação vista como desordeira a um dos maiores espetáculos culturais e econômicos do país, sua trajetória mostra como a festa passou a ser reconhecida como ferramenta de projeção política, e começou a ser estruturada como uma vitrine da gestão pública.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das conclusões deste estudo, pode-se observar que estamos diante de uma expressão cultural que combina festa, tradição e reflete a identidade brasileira, e que supera o conceito de entretenimento e se torna um fenômeno social e de consumo. Vimos, ao decorrer dessa pesquisa, a relevância dessa manifestação para a cidade do Recife, bem como algumas das contradições que permearam seu início na região, e que são mantidas até os dias de hoje.

Devido à sua magnitude e à forma como está intrinsecamente ligada à identidade do Recife, essa festividade, essencialmente vivida na coletividade, inevitavelmente sofreu os impactos da pandemia de Covid-19, que tirou das ruas foliões, vendedores, artistas, organizadores, turistas e outros agentes que costumam estar presentes nos momentos carnavalescos. A interrupção teve diversos desdobramentos, entre um deles está o impacto econômico, que foi traduzido em um desafio para setores como o comércio, o turismo, a empregabilidade, entre outros. Após dois anos de suspensão e incertezas, o Carnaval de 2023 marcou o tão aguardado retorno da festividade. Como era de se esperar, a volta do evento gerou grande expectativa entre os foliões, e a comunicação da Prefeitura, responsável pela organização da festa, teve a função de comunicar esse reencontro com a tradição carnavalesca.

Também é importante considerar como o Carnaval está inserido no contexto do consumo, e se associa ao fenômeno de diversas formas, tanto no âmbito material quanto no simbólico. A festa é conhecida por estimular o consumo de bens e serviços, e incentivar setores como o turismo, a moda, a alimentação, o entretenimento, entre outros. A oferta de serviços como hospedagens temporárias, day use em áreas privadas, vendas de abadás e experiências musicais exemplificam como o espaço é rico em possibilidades para a movimentação econômica, seja relacionada à informalidade ou às grandes produções privadas. Mas o sentido do consumo nesse horizonte vai muito além, pois a festividade também é um produto cultural, onde os foliões consomem narrativas, identidades e pertencimento social. Durante os dias de festejo, até mesmo a cidade vira um produto, se transformando em um grande palco de experiências que é vendido como destino turístico e cultural. Assim, o Carnaval é revelado como espaço de consumo de experiências, onde as emoções e vivências são atrativos comercializados e explorados tanto pelo setor

público quanto pelo setor privado. As marcas se apropriam dessa lógica, e associam sua imagem à festividade, como é o caso dos patrocinadores das publicações da Prefeitura do Recife e até do próprio órgão público, que utiliza a identidade do Carnaval para fortalecer sua comunicação.

Ao longo desse estudo vimos a importância da comunicação digital dos órgãos públicos, que visa democratizar o acesso às informações, aos diálogos e facilitar a participação dos cidadãos. Nesse contexto, percebemos o uso do entretenimento como ferramenta de aproximação e conexão, como foi o caso citado da comunicação digital da Prefeitura de Curitiba em suas mídias sociais, que a transformou em uma referência para outras prefeituras e órgãos públicos.

Assim, compreendemos que a Prefeitura do Recife, a partir da Secretaria Executiva de Comunicação Digital, desenvolveu estratégias de comunicação para fortalecer a identidade do Carnaval de 2023, engajar o público e reforçar o simbolismo do retorno da festividade. Isso ocorreu principalmente no Instagram da instituição, plataforma amplamente utilizada.

Para entender como foi a abordagem desse evento, escolhemos analisar as publicações do Instagram da Prefeitura entre 27 de janeiro e 25 de fevereiro de 2023, período dedicado à comunicação exclusiva sobre o Carnaval. Dessa forma, delimitamos quatro categorias de análise: a temática da publicação, a tonalidade da mensagem, o formato da publicação e o engajamento do público, que foram subdivididas em outras categorias, formando os índices e indicadores definidos por Bardin (1977).

Como já mencionado, 23 das 54 publicações analisadas se enquadraram no indicador Relato de Eventos, demonstrando o interesse da prefeitura por essa temática. A escolha é uma interessante forma de reviver os momentos da festa e garantir um bom engajamento, pois mostra o sucesso do evento e é um incentivo para que as pessoas interajam com o conteúdo. Já o tom predominante nas publicações foi o Tom Festivo, que transmite a alegria e a diversão, características do Carnaval. Para isso, foi utilizado o humor como ferramenta de conexão com o público, também buscando gerar bons índices de engajamento. Em relação ao formato, a Prefeitura optou por divulgar 34 vídeos, 6 carrosséis de publicações estáticas, 6 carrosséis de publicações estáticas e vídeos, 5 publicações estáticas e 3 carrosséis de vídeos, somando o total de 43 publicações que tinham o formato de vídeo. Do ponto de vista do engajamento, a escolha também visou a conexão com o

público, já que essa configuração de publicação é capaz de reter a atenção dos usuários por maiores períodos de tempo. Entretanto, sobre o engajamento, a publicação com o maior número de interações foi um carrossel de publicações estáticas que apresentou 46.445 curtidas e 2.573 comentários e divulgava o retorno da festa a partir da programação do Carnaval.

Dentro da pesquisa, foi identificado uma tendência da Prefeitura em se aproximar da população periférica do Recife, seja por uso de expressões de linguagem e da escolha da programação do Carnaval, ou até mesmo por ações do prefeito João Campos, que podem ser interpretadas como um posicionamento político e estratégico.

De modo geral, todos os elementos aqui analisados indicaram a tentativa da Prefeitura em se conectar com a população, e em relação ao Carnaval, a instituição fez isso de modo a internalizar os elementos simbólicos pertencentes à festa. Além de ser responsável pela programação e organização do evento, a gestão municipal também se posiciona como a principal referência na busca de informações sobre a festividade. Dessa forma, a Prefeitura se apresentou como protagonista do Carnaval, assumindo um papel central na construção da experiência coletiva. Conectar-se com o público e garantir que o evento seja percebido como um sucesso é fundamental, pois essa avaliação impacta a satisfação de foliões, comerciantes, turistas e demais envolvidos, e também reflete diretamente na imagem da gestão pública e, conseqüentemente, em seu capital político. A partir disso, percebemos que o retorno teve menos relação com a possibilidade das pessoas voltarem às ruas, e foi muito mais relacionado com destacar esse agente.

Os impactos práticos desta pesquisa são refletidos em diferentes áreas. Uma delas, é a possibilidade de servir como aprimoramento de outras campanhas de divulgação de eventos culturais, ressaltando a importância de que as gestões públicas compreendam as especificidades simbólicas e sociais que envolvem essa manifestação. Outra, é a capacidade de revelar como o Carnaval é utilizado como ferramenta política, visto que isso contribui para o debate sobre como a festa pode ser politicamente instrumentalizada e até que ponto isso afeta sua valorização cultural.

Apesar das colaborações sociais desta pesquisa, alguns fatores limitantes devem ser considerados, como a falta de contato com outras métricas além do número de curtidas e comentários e o fato da pesquisa ter se concentrado na

estratégia digital da Prefeitura no Instagram, deixando de lado outras plataformas e canais de comunicação que poderiam complementar a análise. Também vale ressaltar que o foco não foi a análise aprofundada dos elementos gráficos, componentes relevantes para a comunicação digital. Todas essas questões apontam caminhos para estudos futuros, que podem ajudar a expandir a análise, especialmente a escolha de outras categorias que podem ser analisadas.

Refletindo sobre o processo de pesquisa, percebo essa jornada como enriquecedora, pois ampliou minha visão sobre o tema, em especial, sobre perceber o Carnaval além da festa, como plataforma política. Os desafios que encontrei ao longo do percurso só revelaram como o Carnaval é uma manifestação diversa, que possui variadas perspectivas a serem consideradas e debatidas. Espero que esse estudo inspire outras pessoas a contribuir para um futuro mais informado, que valorize a nossa cultura e as várias expressões que ela manifesta.

5 REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Rafael Moura de. **A política multicultural no carnaval do Recife: democratização, diversidade e descentralização**. 2016. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/20049>. Acesso em: 1 abr. 2025
- AVELINO, Maria Raquel Melo de Miranda; SILVA, Adrielly Souza; LEAL, Sérgio Rodrigues. DEIXE SEU LIKE! O engajamento nas publicações com digital influencers no Instagram das DMOs brasileiras. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. l.], v. 14, n. 3, p. 50–67, 2020. DOI: 10.7784/rbtur.v14i3.1889. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/1889>. Acesso em: 10 fev. 2025
- AZEVEDO, João Victor de Souza. **O Movimento Brega na Região Metropolitana do Recife: perspectivas entre patrimonialização, produção periférica e sonoridades**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Museologia) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/52146>. Acesso em: 17 abr. 2025
- BARBOSA, Lourenço da Fonseca (Capiba). **Madeira que cupim não rói**. Recife, 1963. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=luUUYEWprCI>. Acesso em: 17 fev. 2025
- BARBOSA, Maria Eduarda Miranda; CASTRO, André Luís de. A ascensão da capivara: o uso das redes sociais pela prefeitura municipal de Curitiba - PR. **Práticas de Administração Pública**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 47-64, 2023. DOI: 10.5902/2526629273361. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/pap/article/view/73361>. Acesso em: 29 dez. 2024
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. Acesso em: 9 fev. 2025
- BESSA, Alexandre Regattieri. **Influenciadores em redes sociais digitais: uma análise aplicada ao Instagram: o processo de desenvolvimento do ambiente e das possibilidades interativas em comunicação**. 2018. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. DOI:10.11606/D.27.2019.tde-22022019-144714. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-22022019-144714/publico/AlexandreRegattieriBessaVC.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2024
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Carnaval 2023 bate recorde e aquece turismo do país**. 28 fev. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/carnaval-2023-bate-recorde-e-aquece-turismo-do-pais>. Acesso em: 25 jan. 2025
- CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Carrossel publicado em 27 de janeiro de 2023]**. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cn7HAm0Olp7/>. Acesso em: 23 nov. 2024.

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Imagem publicada em 19 de fevereiro de 2023]**. 1 fotografia. Disponível em:
https://www.instagram.com/p/Co1v4p_u0XY/. Acesso em: 23 nov. 2024.

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Imagem publicada em 25 de fevereiro de 2023]**. 1 fotografia. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/CpF0F62Lo3W/>. Acesso em: 23 nov. 2024

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Vídeo publicado em 19 de fevereiro de 2023]**. 1 vídeo. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/Co15VuyjOf8/>. Acesso em: 21 fev. 2025

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Vídeo publicado em 19 de fevereiro de 2023]**. 1 vídeo. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/Co1JM2kxv5/>. Acesso em: 21 fev. 2025

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Vídeo publicado em 19 de fevereiro de 2023]**. 1 vídeo. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/Co1Tt74DIRR/>. Acesso em: 21 fev. 2025

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Vídeo publicado em 21 de fevereiro de 2023]**. 1 fotografia. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/Co8a1RfDhtR/>. Acesso em: 23 nov. 2024.

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Vídeo publicado em 21 de fevereiro de 2023]**. 1 vídeo. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/Co6ZYkADlwx/>. Acesso em: 21 fev. 2025

CARNAVALRECIFE; PREFEITURARECIFE. 2023. **[Vídeo publicado em 27 de janeiro de 2023]**. 1 vídeo. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/Cn5yP-VDSX0/>. Acesso em: 5 fev. 2025

CARVALHO, Roberto Brito de . CARNAVAL – DA FOLIA À ECONOMIA: DINÂMICA, 2IMPACTOS E DESAFIOS SOCIOECONÔMICOS DAS ESCOLAS DE SAMBA DE SÃO PAULO. In: Roberta Gaio; Denis Terezani. (Org.). **Carnaval... Carnavais: múltiplos olhares sobre o fenômeno**. 1. ed. Curitiba: Editora Bagai, 2022. v. 1, p. 160-163. Disponível em:
<https://editorabagai.com.br/product/carnaval-carnavais-multiplos-olhares-sobre-o-fenomeno/> Acesso em: 25 jan. 2025

CAVALCANTI, Maria Laura; GONÇALVES, Renata de Sá (Org.). A falta que a festa faz: celebrações populares e antropologia na pandemia. 1. ed. Rio de Janeiro: Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021. v. 1. p. 8-21. (Série Livros Digital, n. 23). Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/15837>. Acesso em: 22 dez. 2024

CNN BRASIL. **Instagram ultrapassa TikTok e se torna o aplicativo mais baixado do mundo**. 7 fev. 2024. Disponível em:
<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/instagram-ultrapassa-tiktok-e-se-torna-o-aplicativo-mais-baixado-do-mundo-2/#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20total%20de%2>

0usu%C3%A1rios,1%2C12%20bilh%C3%A3o%20no%20total. Acesso em: 25 nov. 2024

CURITIBA_PMC. 2024. **[Fotografia publicada em 31 de dezembro de 2024]**. 1 fotografia. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DEQc3tGvUkN/>. Acesso em: 30 jan. 2025

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. Disponível em: <https://www.leme.uerj.br/wp-content/uploads/2010/10/28211389-roberto-damatta-carnavais-malandros-e-herois.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2025

DATAREPORTAL. **Digital 2023: Brazil**. 12 fev. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 26 dez. 2024

DATAREPORTAL. **Digital 2024: Brazil**. 23 fev. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 26 dez. 2024

DATAREPORTAL. **Instagram Users, Stats, Data & Trends**. Página atualizada: 11 mai. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>. Acesso em: 26 dez. 2024

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. JForni, Brasília, 2010. Disponível em: http://www.comunicacaoecrise.com/pdf/ComP%FAblicaJDuartevf_0.pdf. Acesso em: 23 nov. 2024.

EMPETUR. **Observatório do Turismo 2023**. Disponível em: <https://www.empetur.pe.gov.br/images/observatorio/Observatorio-do-Turismo-2023-v2.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2025

EMPETUR. **Observatório do Turismo**. Disponível em: <https://empetur.pe.gov.br/institucional/observatorio-do-turismo>. Acesso em: 29 jan. 2025

FLORES, Moacyr. Do entrudo ao carnaval. **Estudos Ibero-Americanos**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 149-162, 1996. DOI: 10.15448/1980-864X.1996.1.28783. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/iberoamericana/article/view/28783>. Acesso em: 12 jan. 2025

FURTADO, Ulisses de Melo; JACINTO, Kleber. E-GOV E SUA IMPORTÂNCIA NA DESBUROCRATIZAÇÃO ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. **HOLOS**, [S. l.], v. 5, p. 56-73, 2011. DOI: 10.15628/holos.2010.555. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/555>. Acesso em: 30 dez. 2024

G1. **'João Campos orgulhosamente se tornou meme', diz cientista político sobre estratégia do prefeito reeleito**. 8 out. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/eleicoes/2024/noticia/2024/10/08/joao-campos-orgulhosamente-se-tornou-meme-diz-cientista-politico-sobre-estrategia-do-prefeito-re-eleito.ghtml>. Acesso em: 5 fev. 2025

GAIÃO, Brunno Fernandes da Silva; LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza; MELLO, Sérgio Carvalho Benício de. A teoria do discurso do carnaval multicultural do Recife: uma análise da festa carnavalesca de Recife à luz da teoria de Laclau e Mouffe.

Revista de Administração da Mackenzie, São Paulo, v. 15, n. 6, ed. esp., p. 149-171, 2014. Disponível em:

<https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/7303>. Acesso em: 22 jan. 2025

GUIMARÃES, Gina da Silva; SANTOS, Palmira Lira; ALMEIDA JÚNIOR, José Carlos de. CARNAVAL MULTICULTURAL DE PERNAMBUCO: EXPRESSÃO DE LUTA, RESISTÊNCIA E RENOVAÇÃO CONSTANTE. In: Roberta Gaio; Denis Terezani. (Org.). **Carnaval... Carnavais: múltiplos olhares sobre o fenômeno**. 1. ed. Curitiba: Editora Bagai, 2022. v. 1, p. 91-95. Disponível em:

<https://editorabagai.com.br/product/carnaval-carnavais-multiplos-olhares-sobre-o-phenomeno/> Acesso em: 25 jan. 2025

IBGE. **Recife – Panorama**. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/recife/panorama>. Acesso em: 5 fev. 2025

JOÃO CAMPOS. 2024. **[Carrossel de fotos publicado em 11 de fevereiro de 2024]**. 1 carrossel. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C3NL-eJu2XV/>. Acesso em: 27 fev. 2025

LIMA, Ana Marusia Pinheiro. #CâmaraNoTikTok: Política, Educação e Entretenimento na Comunicação Pública. **Compólitica**, [S. l.], v. 12, n. 2, p. 33-58, 2023. DOI: 10.21878/compolitica.2022.12.2.566. Disponível em:

<https://www.proquest.com/openview/4ffb634ebfe4b73f7733ace41d3aa5f7/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026684>. Acesso em: 29 dez. 2024

LOPES JUNIOR, Rubens. O carnaval como manifestação popular: Um paralelo entre a concepção beltraniana de carnaval em Recife e Olinda e o surgimento do carnaval carioca. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 17, n. 39, p. 181-196, 2019. DOI: 10.5212/RIF.v.17.i39.0011. Disponível em:

<https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19192>. Acesso em: 01 abr. 2025

NASCIMENTO, Lebna Landgraf do. Setor Público nas Redes Sociais Digitais: um estudo com comunicadores. In: **ABRAPCORP 2013 - Teorias e Métodos de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas: entre a tradição e a inovação**, 2013, Brasília. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013. p. 949-968. Disponível em:

<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/990431/1/Setorpubliconasredessociaisdigitaisumestudocomcomunicadores.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2024

OLIVEIRA, Jancen Sérgio Lima de. “Nunca faça isso no Instagram”: a construção retórica de posts de conteúdo em carrossel no Instagram. **Diálogo das Letras**, [S. l.], v. 11, p. e02215, 2022. DOI: 10.22297/2316-17952022v11e02215. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/4042>. Acesso em: 23 nov. 2024.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia.** 11 mar. 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic#:~:text=11%20de%20mar%C3%A7o%20de%202020,agora%20caracterizada%20como%20uma%20pandemia. Acesso em: 25 fev. 2025>

PREFEITURA DO RECIFE. **#VolteiRecife: com todos os carnavais, movimentamos mais de R\$ 2 bilhões, atraindo 2,7 milhões de pessoas.** Recife, 22 fev. 2023. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/22/02/2023/volteirecife-com-todos-os-carnavais-movimentamos-mais-de-r-2-bilhoes-atraindo-27. Acesso em: 24 nov. 2024>

PREFEITURA DO RECIFE. **Central do Carnaval começou a funcionar nesta quarta-feira (15) no bairro do Recife.** Prefeitura do Recife, 16 fev. 2023. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/16/02/2023/central-do-carnaval-comecou-funcionar-nesta-quarta-feira-15-no-bairro-do-recife. Acesso em: 10 fev. 2025>

PREFEITURA DO RECIFE. **Gabinete de Comunicação.** Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/pagina/gabinete-de-comunicacao. Acesso em: 24 nov. 2024>

PREFEITURA DO RECIFE. **Inscrições para o Auxílio Municipal Emergencial (AME) - Carnaval do Recife iniciam nesta segunda-feira.** Recife, 20 fev. 2021. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/20/02/2021/inscricoes-para-o-auxilio-municipal-emergencial-ame-carnaval-do-recife-iniciam. Acesso em: 22 dez. 2024>

PREFEITURA DO RECIFE. **Listão Carnaval do Recife 2023 – todos os polos.** Recife, 2023. Disponível em: https://www2.recife.pe.gov.br/sites/default/files/listao_carnaval_do_recife_2023_-_todos_os_polos_tratado_v0313.pdf. Acesso em: 22 dez. 2024

PREFEITURA DO RECIFE. **Perfil oficial no Instagram.** Disponível em: <https://www.instagram.com/prefeiturarecife/?hl=pt-br. Acesso em: 23 fev. 2025>

PREFEITURA DO RECIFE. **Portal Conecta Recife começa a disponibilizar serviços do Governo Federal.** 22 mar. 2024. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/22/03/2024/portal-conecta-recife-comeca-disponibilizar-servicos-do-governo-federal. Acesso em: 4 fev. 2025>

PREFEITURA DO RECIFE. **Prefeitura do Recife anuncia volta do maior Carnaval de rua do Brasil.** Recife, 27 jan. 2023. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/27/01/2023/prefeitura-do-recife-anuncia-volta-do-maior-carnaval-de-rua-do-brasil-0. Acesso em: 23 nov. 2024.>

PREFEITURA DO RECIFE. **Prévias gratuitas do Recife começam na próxima segunda (23).** Recife, 21 jan. 2023. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/21/01/2023/previas-gratuitas-do-recife-comeca-m-na-proxima-segunda-23. Acesso em: 22 dez. 2024>

RECIFE. **LEI MUNICIPAL Nº 18.902, DE 29 DE MARÇO DE 2022**. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pe/r/recife/lei-ordinaria/2022/1891/18902/lei-ordinaria-n-18902-2022-dispoe-sobre-o-auxilio-municipal-emergencial-ame-carnaval-do-recife-2022-destinado-a-concessao-de-beneficio-financeiro-aos-comerciantes-informais-e-c atadores-de-materiais-reciclaveis-que-atuaram-nos-polos-centralizado-e-descentraliz ados-do-carnaval-do-recife-em-2020-e-preenchem-os-demais-requisitos-previstos-ne sta-lei-diante-da-impossibilidade-de-realizacao-de-eventos-carnavalescos-em-2022-por-forca-da-permanencia-da-pandemia-de-covid-19>. Acesso em: 22 dez. 2024

RECIFE. **LEI Nº 18.784/2021**. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pe/r/recife/lei-ordinaria/2021/1879/18784/lei-ordinaria-n-18784-2021-institui-o-auxilio-municipal-emergencial-ame-carnaval-do-recife-destin ado-a-concessao-de-beneficio-financeiro-a-agremiacoes-e-demais-atraco-es-artistica s-que-atuaram-no-carnaval-do-recife-em-2020-e-preenchem-os-demais-requisitos-pr evistos-nesta-lei-diante-da-impossibilidade-de-realizacao-de-eventos-carnavalescos-em-2021-por-forca-da-permanencia-da-pandemia-de-covid-19>. Acesso em: 22 dez. 2024

SANTOS, Janaína; HARMATA, Felipe. Análise de Caso da Prefeitura de Curitiba - A relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Bauru - São Paulo, 2013. Disponível em: <https://wegov.com.br/wp-content/uploads/2015/03/Artigo-An%C3%A1lise-de-Caso-da -Prefs-1.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2024

SDEC. **Prefeitura do Recife**. Disponível em: <https://desenvolvimentoeconomico.recife.pe.gov.br/prefeitura-do-recife-46>. Acesso em: 23 fev. 2025

SILVA, Leonardo Dantas. **Carnaval do Recife**. Apresentação de José Ramos Tinhorão. 2. ed. revista e ampliada. Recife: Cepe, 2019. Acesso em: 12 jan 2025

SOUZA, Giselle Gomes; LUCENA, Severino Alves. E a gente ama esses bracinhos oferecidos: Folkcomunicação política na Campanha de vacinação contra a COVID-19 em Recife- PE. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 19, n. 42, p. 114–130, 2021. DOI: 10.5212/RIF.v.19.i42.0006. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19295>. Acesso em: 4 fev. 2025

TORRES, Ton. O fenômeno dos memes. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 68, n. 6, p. 60-61, 2016. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000300018. Acesso em: 5 fev. 2025

VISCARDI, Adriana Woichineyski; SOTTANI, Silvânia M. Ribeiro; SILVA, Éder José da. Carnaval: entre a contradição de classes e o produto midiático espetacular. **Estação Científica**, [S. l.], v. 7, n. JUL./DEZ., 2023. Disponível em: <https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/estacaocientifica/article/view/2345>. Acesso em: 28 jan. 2025