

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Mirella Elise Mendes de Souza

**FORMAÇÃO DA IMAGEM DO DESTINO JUIZ DE FORA NO INSTAGRAM: ANÁLISE DO
PERFIL @JFDEPRESSAO**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientador: Mariana Pereira Chaves Pimentel

Juiz de Fora
2025

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, Mirella Elise Mendes de Souza, acadêmica do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculada sob o número 202272082A, declaro que sou autora do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “**FORMAÇÃO DA IMAGEM DO DESTINO JUIZ DE FORA NO INSTAGRAM: ANÁLISE DO PERFIL @JFDEPRESSAO**”, desenvolvido durante o período de **22 de abril de 2025 a 17 de julho de 2025**, sob a orientação de Mariana Pereira Chaves Pimentel, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, ____ de _____ de _____.

Mirella Elise Mendes de Souza

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou () 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

OBSERVAÇÃO: esta declaração deve ser preenchida, impressa e **assinada** pelo aluno autor do TCC e inserido após a capa da versão final impressa do TCC a ser entregue na Coordenação do Bacharelado Interdisciplinar de Ciências Humanas.

FORMAÇÃO DA IMAGEM DO DESTINO JUIZ DE FORA NO INSTAGRAM: ANÁLISE DO PERFIL @JFDEPRESSAO

Mirella Elise Mendes de Souza¹

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo “analisar, sob a perspectiva da semiótica, como o destino Juiz de Fora é representado visualmente nas postagens do perfil @jfdpressao no Instagram”. A pesquisa busca entender os significados transmitidos por essas imagens e como eles são coletivizados entre os moradores da cidade, influenciando a construção de um imaginário urbano. Atribuindo a uma abordagem qualitativa de caráter descritivo, utilizou-se a análise semiótica, analisando publicações feitas entre abril e maio de 2025, organizadas em quatro categorias: falta de infraestrutura urbana, acidentes, insatisfações dos moradores com a rede de saúde e ações sociais. Os resultados demonstram que as imagens analisadas, em sua maioria, expressam críticas a administração pública, aumentando a percepção negativista sobre a cidade. Entretanto, as postagens sobre as ações sociais revelam gestos de solidariedade e resistência comunitária. Conclui-se que o perfil @jfdpressao funciona como um espaço de crítica e denúncia, influenciando diretamente a visão dos moradores sobre Juiz de Fora e contrastando com a experiência dos turistas, que geralmente visitam áreas mais valorizadas. O estudo mostra o papel das redes sociais na formação de discursos urbanos e na construção da imagem de destinos turísticos.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais. Turismo. Análise Semiótica. Imaginário Coletivo. Representações Visuais.

1. INTRODUÇÃO

A imagem sobre um destino turístico desempenha um papel fundamental na decisão de visita por parte dos turistas, influenciando também a percepção dos moradores sobre a própria cidade. No contexto contemporâneo, marcado pelo avanço da internet e pela grande influência das redes sociais na vida cotidiana, os meios de comunicação passaram a ter grande importância no turismo e na construção dessas imagens, em especial, o Instagram. Por meio do compartilhamento de fotos, vídeos e comentários, essas plataformas se tornaram influentes para a promoção ou desvalorização de determinados locais, contribuindo para a formação das percepções do público sobre os destinos.

Diante disso, a cidade Juiz de Fora, localizada na Zona da Mata mineira, tem sido bastante retratada nas redes sociais por diferentes perspectivas, às vezes exaltando suas qualidades ou denunciando algum problema. Dentre os perfis que postam sobre o cotidiano urbano do município, destaca-se o @jfdpressao, uma página conhecida por postar conteúdos visuais que retratam de forma crítica o dia a dia da cidade. Apesar de muitas vezes possuir um tom descontraído, o perfil funciona como um espaço para a expressão social, no qual os moradores podem compartilhar experiências, relatos, críticas e identificações, influenciando a construção da imagem de Juiz de Fora.

A motivação desta pesquisa surgiu da minha vivência como moradora da cidade, o que despertou meu interesse em compreender mais profundamente a forma como a cidade é representada e percebida visualmente nas redes sociais, particularmente no perfil @jfdpressao. Estar inserida nesse espaço urbano me permitiu observar mais detalhadamente, as diversas formas pela qual Juiz de Fora é percebida, comentada ou compartilhada pelos próprios moradores. Nesse sentido, busquei analisar, sob a perspectiva da semiótica, como essas imagens influenciam na construção de sentidos e como isso pode afetar positivamente ou negativamente a percepção dos moradores e turistas sobre a cidade. Dessa forma, resolvi utilizar a abordagem qualitativa com viés descritivo e a utilização da análise semiótica, devido à complexidade dos sentidos envolvidos nas representações visuais. Ao interpretar os elementos culturais e visuais presentes nas postagens, busca-se

¹ Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: mirellaelise.mendes@estudante.ufjf.br. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador: Mariana Pereira Chaves Pimentel

contribuir para o entendimento da formação de identidades locais e percepção social dos destinos turísticos, pelas quais os conteúdos digitais colaboram.

A importância desta pesquisa está relacionada a compreensão de como as redes sociais, principalmente o Instagram, participam da construção simbólica de um destino turístico a partir da perspectiva dos moradores. A escolha do perfil @jfdpressao se deve a sua popularidade na cidade, com mais de 371 mil seguidores e ao fato de que, frequentemente, questões sociais, culturais, estruturais e afetivas são expostas e debatidas. Dessa forma, analisar essas publicações sob a ótica semiótica, permite acessar os significados implícitos nas imagens, contribuindo para um entendimento mais aprofundado sobre a identidade da cidade construída e disseminada na internet. Diante disso, ao exaltar o olhar cotidiano sobre o espaço urbano, esta pesquisa contribui para amplificar o debate sobre os processos simbólicos envolvidos na imagem e na percepção social dos destinos.

Desse modo, com o objetivo geral desta pesquisa, propõe-se “analisar, sob a perspectiva da semiótica, como o destino Juiz de Fora é representado visualmente nas postagens do perfil @jfdpressao no Instagram”. Para isso, procura-se identificar e categorizar os principais temas contidos nas imagens publicadas, investigar como os moradores se apropriam dessas representações visuais nas redes sociais, compreender o papel das redes sociais na formação da imagem da cidade.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Imagem de Destinos Turísticos

A imagem de um destino turístico é amplamente discutida por diversos autores, tendo em vista sua influência direta na escolha do local a ser visitado pelos turistas. Embora, em grande parte dos estudos, a imagem dos destinos seja analisada sob a ótica dos visitantes (Santana e Gosling, 2018). Gallarza, Saura e Garcia (2002) ressaltam que os residentes locais também desempenham um papel relevante na formação e percepção dessa imagem, uma vez que fazem parte do imaginário construído sobre o destino. Nesse sentido, Phelps (1986) observa que a imagem de um lugar pode variar significativamente entre turistas e moradores, pois os primeiros tendem a ter uma visão mais limitada, restrita aos atrativos turísticos. Em contrapartida, os residentes possuem uma percepção mais ampla, complexa e relacionada ao cotidiano do local. Dessa forma, evidencia-se a diferença entre as perspectivas de turistas e moradores, bem como sua contribuição para a construção da imagem dos destinos turísticos. Essa construção da imagem está diretamente relacionada à forma como o indivíduo se conecta com o que é representado, como argumentado por Paulino (2007), em que uma imagem somente adquire sentido quando há algum tipo de envolvimento ou afeto por parte do observador. De maneira semelhante, Santaella e Nöth (1998) afirmam que a imagem, seja ela real ou imaginária, não possui um significado fixo, mas passa a ter sentido a partir do olhar e da interpretação individual. Essa compreensão é relevante para refletir sobre como as pessoas constroem suas percepções acerca da imagem de destinos turísticos, uma vez que cada sujeito enxerga e interpreta esses lugares de maneiras distintas, de acordo com suas experiências e vivências (Chagas, 2009; Santana e Gosling, 2018).

O conceito de “imagem de destinos turísticos” refere-se às percepções, impressões, conhecimentos e pensamentos que um indivíduo possui sobre determinado local. Essa imagem pode ser influenciada por diversas fontes, como fotografias, vídeos, reportagens, depoimentos, entre outros meios de comunicação (Scalabrini, Remoaldo e Lourenço, 2018). Dessa forma, a imagem de um destino turístico desempenha um papel fundamental tanto na decisão de visita quanto na recomendação do local a terceiros. Cada destino possui características próprias, e, a partir das percepções dos turistas, sejam baseadas em informações prévias ou na experiência direta, é possível avaliar o grau de atratividade do local (Agapito, 2010; Scalabrini, Remoaldo e Lourenço, 2018).

A construção da imagem de um destino turístico pode ser compreendida a partir do modelo proposto por Baloglu e McClary (1999), Gutiérrez (2005) e Tasci, Gartner e Cavusgil (2007), que delineiam esse processo com base em duas dimensões fundamentais: a cognitiva e a afetiva. A dimensão cognitiva refere-se aos elementos objetivos e observáveis do destino, como sua infraestrutura, opções de lazer, oferta gastronômica, acessibilidade, entre outros atributos concretos. Em contrapartida, a dimensão afetiva está associada às respostas emocionais provocadas no visitante, como sentimentos de prazer, entusiasmo ou bem-estar. A articulação entre esses dois aspectos dá origem à dimensão conativa, a qual expressa as atitudes e intenções comportamentais dos turistas, indicando de que forma a imagem percebida influencia suas escolhas, como a decisão de visitar o destino ou de retornar a ele futuramente (Chaves et al., 2021).

Embora a imagem apresentada corresponda àquilo que é oferecido, o que realmente influencia o turista é a representação do destino que se forma em sua mente. Essa percepção é construída a partir de informações, conteúdos veiculados na internet, influências de familiares, amigos, entre outros fatores. Assim, mesmo que um destino possua diversos pontos positivos, a maneira como ele é percebido e interpretado pelo turista pode ser determinante para avaliar o seu potencial. Nesse contexto, é possível compreender como as redes sociais exercem uma influência significativa sobre os turistas e como contribuem para a construção da imagem de um destino (Gândara, 2008).

A construção da imagem de destinos turísticos é um processo complexo que exige planejamento estratégico e criterioso. Segundo Gândara (2008), essa imagem pode ser dividida em dois aspectos: a imagem orgânica e a imagem induzida. A primeira se forma de maneira espontânea, a partir das experiências pessoais dos turistas, da comunicação informal e das interações nas redes sociais, refletindo percepções que não são diretamente controladas. Já a imagem induzida resulta de esforços deliberados, como campanhas promocionais, estratégias de marketing e ações institucionais organizadas por entidades públicas ou privadas. A distinção entre essas duas formas é essencial, pois enquanto a imagem orgânica está fortemente relacionada a fatores culturais e sociais, sendo menos previsível, a imagem induzida pode ser planejada e gerenciada com maior precisão. Compreender essa diferenciação é fundamental para a formulação de estratégias de marketing turísticos mais eficazes (Gândara, 2008).

O turismo vem ganhando crescente visibilidade ao longo dos anos, especialmente no contexto brasileiro. Ao contabilizar o ano completo de 2023, o Brasil recebeu 5,9 milhões de turistas estrangeiros, o que representa um aumento de 62,7% em relação a 2022 (Lohmann et al., 2022). Segundo dados da Embratur (2025), apenas no mês de fevereiro foram registradas 1.326.884 entradas em destinos brasileiros, o país tem atraído maior atenção internacional, impulsionado por fatores como o futebol, o carnaval, as celebrações de réveillon e a música, despertando a curiosidade de estrangeiros pela cultura brasileira. Esses dados evidenciam a crescente importância da imagem do Brasil como destino turístico, especialmente considerando que o turismo de lazer continua representando uma parcela significativa, com destaque para regiões como o Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina e os estados do Nordeste (Lohmann et al., 2022).

Enquanto turistas que ainda não visitaram determinado destino baseiam-se em informações secundárias, aqueles que já o vivenciaram armazenam suas impressões na memória. Assim, antes do contato real com o destino, os visitantes formam expectativas, que, por vezes, podem ser frustradas, especialmente quando são elevadas em demasia. Esse fenômeno é intensificado pelo crescimento do turismo e pela facilidade de acesso às informações nas redes sociais, as quais, em alguns casos, podem propagar notícias falsas sobre determinados lugares. O marketing excessivo também contribui para a construção de imagens distorcidas dos destinos, buscando torná-los mais atrativos e, conseqüentemente, captar a atenção dos turistas. No entanto, durante a estadia no local, o visitante tende a realizar uma observação mais detalhada e crítica, avaliando se o destino efetivamente corresponde ou não às expectativas previamente formadas (Santana e Gosling, 2018).

Apesar da relevância do tema "imagem de destinos turísticos" no cenário internacional, observa-se que, no Brasil, ainda há uma carência significativa de estudos voltados para essa temática. Essa lacuna está relacionada à escassez de conhecimento sistematizado sobre como a imagem de cidades ou atrativos turísticos influencia o interesse das pessoas em visitá-los, bem como a recomendação desses destinos a terceiros. A ausência de pesquisas aprofundadas sobre o assunto compromete a formulação de estratégias eficazes de promoção turística. Com frequência, os investimentos no setor concentram-se prioritariamente na melhoria da infraestrutura, sem considerar de forma adequada a percepção dos visitantes e a importância da opinião dos turistas na consolidação da imagem dos destinos (Chagas, 2009).

2.2. Redes Sociais e a Construção da Imagem de Destinos

Compreender o marketing é essencial para analisar as transformações ocorridas no ambiente digital contemporâneo. Segundo a American Marketing Association (2013), o marketing pode ser entendido como um conjunto de práticas voltadas à oferta, disseminação e entrega de propostas que sejam relevantes para os consumidores. Essa definição evidencia o papel estratégico do marketing como ponte entre as demandas do mercado e as expectativas do público. Nessa perspectiva, o principal propósito do marketing é conhecer profundamente o comportamento do consumidor, de modo que os produtos ou serviços ofertados correspondam com precisão às suas necessidades, a ponto de gerarem interesse de forma espontânea. Assim, percebe-se que a venda não constitui o objetivo central do marketing, mas sim uma consequência natural do alinhamento eficaz entre oferta e demanda (Câmara e Maracajá, 2020).

A partir disso, torna-se possível compreender o funcionamento do marketing digital, que teve origem por volta da década de 1960, com os primeiros avanços da internet e o surgimento de uma nova comunidade de usuários conectados. Com esse novo modelo de marketing, as empresas passaram a adaptar suas estratégias ao ambiente digital, a fim de manterem-se próximas de seus clientes e oferecerem produtos e serviços de forma mais direcionada. Uma de suas principais vantagens é o baixo custo de divulgação em comparação com os meios tradicionais, como televisão e rádio. Além disso, com o advento das mídias sociais, a disseminação das campanhas se tornou ainda mais ampla, uma vez que o conteúdo pode ser facilmente compartilhado, ampliando o alcance das mensagens de forma exponencial (Câmara e Maracajá, 2020).

As mídias sociais representam espaços digitais abertos à participação ativa dos usuários, permitindo tanto a produção quanto o consumo de variados tipos de conteúdo. Ao contrário dos meios tradicionais de comunicação, nos quais a informação era concentrada em veículos especializados, nas plataformas digitais os próprios indivíduos atuam como disseminadores de experiências, opiniões e informações relacionadas aos destinos turísticos. A possibilidade de consultar conteúdos visuais, comentários e relatos pessoais oferece maior segurança na escolha de um local a ser visitado, reduzindo dúvidas e receios comuns ao processo de decisão. Por esse motivo, as redes sociais exercem um papel essencial na divulgação de destinos, influenciando diretamente o comportamento dos viajantes. Nesse contexto, a imagem desempenha um papel fundamental na divulgação de destinos turísticos, uma vez que, em grande parte dos casos, o interesse do público é despertado por representações visuais que evocam expectativas e desejos em relação à experiência de viagem (Câmara e Maracajá, 2020).

O marketing turístico desempenha um papel fundamental na promoção da imagem de destinos turísticos, com o objetivo de evidenciar as qualidades e atrativos de uma localidade, criando uma identidade capaz de atrair visitantes e gerar impactos positivos na economia, além de promover benefícios sociais e culturais (Andrade et al., 2018). Segundo Kotler et al. (2009), o marketing moderno vai além das estratégias tradicionais de divulgação, envolvendo também a construção de experiências compartilhadas, especialmente através das mídias sociais. A internet, ao longo dos anos, tem reformulado a maneira como as informações sobre turismo são acessadas e consumidas. Antes da popularização das plataformas digitais, as fontes de informações eram majoritariamente instituições tradicionais, como agências de viagens. No cenário atual, a busca por informações sobre destinos turísticos tornou-se mais acessível, pois a maior parte do conteúdo está disponível na internet e em redes sociais como Facebook, Instagram e TikTok, permitindo aos usuários obterem dados em tempo real e compartilhar suas próprias experiências, influenciando diretamente a percepção de outros turistas (Andrade et al., 2018). Diante disso, órgãos oficiais, como o Ministério do Turismo, começaram a utilizar as redes sociais como um meio de marketing institucional, em que com essas plataformas a comunicação turística se amplia e se propagam ações promocionais (Zucco, Anjos e Bertoli, 2016; Andrade et al., 2018).

Dessa forma, as mídias sociais não apenas facilitam o acesso rápido às informações, mas também transformam a maneira como os turistas planejam suas viagens. Atualmente, os viajantes podem pesquisar imagens, acessar comentários de outros turistas que já visitaram o destino e visualizar vídeos postados sobre suas experiências (Zucco, Anjos e Bertoli, 2016). As redes sociais proporcionam um espaço para que tanto turistas quanto moradores compartilhem suas experiências e perspectivas, o que pode exercer uma influência significativa na escolha do destino, afetando a decisão de outros potenciais visitantes. Conforme afirmam Tasci e Gartner (2007), apesar da existência de inúmeras investigações acadêmicas sobre o tema, ainda não se estabeleceu um alinhamento teórico entre os estudiosos da área, no entanto, é possível identificar um elemento comum entre essas pesquisas, qual seja, a expressiva influência da imagem turística na forma como os destinos são divulgados e interpretados, tanto por moradores, como por visitantes potenciais quanto por aqueles que já os experienciaram. Nessa perspectiva, Manosso, Bizinelli e Gândara (2013) enfatizam que compreender a imagem projetada pelos destinos é fundamental para analisar os modos pelos quais esses locais são concebidos, percebidos e consumidos no imaginário turístico (Zucco, Anjos e Bertoli, 2016).

As mídias sociais, em especial o Instagram, têm adquirido crescente relevância nesse contexto, não apenas como ferramentas de comunicação, mas também como instrumentos de marketing e promoção do consumo de destinos turísticos. No Brasil, a plataforma conta com mais de 50 milhões de usuários mensais, destacando-se entre as mais utilizadas no país e conforme apontam Fotis, Buhalis e Rossides (2012), essas plataformas facilitam o acesso a referências, atrações locais, opções de hospedagem, restaurantes, entre outros serviços. Em escala global, observa-se o contínuo surgimento de perfis empresariais, acompanhado por elevadas taxas de engajamento (Câmara e Maracajá, 2020).

O Instagram consolidou-se como uma das principais plataformas digitais voltadas ao compartilhamento de imagens, especialmente no que se refere à divulgação de experiências turísticas (Andrade et al., 2018). Nesse

ambiente virtual, em que os influenciadores digitais ganham destaque ao publicar conteúdos visualmente atrativos, frequentemente relacionados ao estilo de vida e ao turismo, sua atuação tem se mostrado altamente eficaz nas estratégias de marketing contemporâneo, sobretudo por sua habilidade de disseminar informações de forma ampla, segmentada e com alto poder de engajamento, o que os torna figuras de grande impacto sobre o comportamento de seus seguidores, especialmente no setor do turismo (Silva e Mendes-Filho, 2023). Nesse sentido, Cerutti (2016) ressalta que a credibilidade constitui a principal qualidade desses agentes, uma vez que é ela que os qualifica como representantes legítimos de marcas, produtos, estilos de vida ou destinos turísticos. Dessa forma, o papel dos influenciadores vai além do mero entretenimento, consolidando-se como uma ferramenta estratégica dentro do marketing digital (Andrade et al., 2018; Silva e Mendes-Filho, 2023).

Embora o marketing digital represente uma estratégia relevante na promoção de produtos, marcas e serviços, é essencial que sua aplicação esteja alinhada a princípios éticos e normativos, de modo que a divulgação de informações por influenciadores ou consumidores ocorra com responsabilidade, assegurando o respeito aos direitos dos usuários. Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990) cumpre um papel fundamental ao estabelecer diretrizes que garantem a clareza, a veracidade e a integridade das mensagens publicitárias. Assim, a proteção ao consumidor configura-se como um aspecto indispensável nas práticas de marketing, exigindo condutas pautadas na transparência e no compromisso ético por parte de todos os agentes envolvidos na promoção de bens e serviços (Andrade et al., 2018).

A construção da imagem turística de um destino está diretamente associada a estratégias capazes de despertar o desejo de consumo do público. No ambiente digital, essa lógica torna-se ainda mais relevante, considerando a atuação de empresas e influenciadores, cuja produção de conteúdo molda a experiência turística com base nas motivações, desejos e necessidades despertados por meio das buscas online. Nesse contexto, as redes sociais exercem papel significativo na decisão de seus usuários, especialmente quando as imagens e relatos estão associados a experiências positivas. (Andrade et al., 2018).

3. METODOLOGIA

Primeiramente, o objetivo desta pesquisa é “analisar, sob a perspectiva da semiótica, como o destino Juiz de Fora é representado visualmente em imagens publicadas no perfil do Instagram @jfdpressao”. Para isso, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa com enfoque descritivo. Essa abordagem é adequada para investigações que buscam compreender fenômenos sociais e culturais em profundidade, especialmente aqueles relacionados à construção de sentidos e representações simbólicas. A escolha pela abordagem qualitativa justifica-se pela necessidade de interpretar não apenas o conteúdo explícito das postagens, mas também os significados implícitos, as emoções e as percepções transmitidas por meio das imagens e textos veiculados nas redes sociais. Por sua vez, o caráter descritivo permite que o estudo detalhe cuidadosamente as características das imagens analisadas, suas nuances visuais e o contexto em que são produzidas e recebidas, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada do imaginário social relacionado ao destino turístico Juiz de Fora.

Como procedimento metodológico, foi utilizada a análise semiótica, voltada à interpretação das imagens publicadas no perfil selecionado. A análise incidirá sobre as postagens feitas em um recorte temporal de dois meses, compreendido entre abril e maio de 2025, com o objetivo de identificar padrões visuais e simbólicos recorrentes sobre a cidade de Juiz de Fora. As imagens foram organizadas em categorias temáticas, com base na recorrência de conteúdos e na natureza das publicações observadas. As categorias definidas para a análise foram: falta de infraestrutura urbana, acidentes, insatisfações dos moradores com a rede de saúde e ações sociais. Essa categorização visa estruturar o material coletado, facilitando a identificação de padrões visuais e simbólicos, bem como a aplicação da análise semiótica nas diferentes representações do destino.

A análise semiótica seguirá os seguintes passos metodológicos:

- **Identificação das imagens:** inclui a definição da imagem, sua autoria e o contexto histórico, cultural e social em que foi criada ou publicada.
- **Análise dos elementos visuais:** foram identificados aspectos como cores, formas, personagens, objetos, espaços e a composição geral da imagem.
- **Análise dos elementos textuais:** inclui o exame das legendas das postagens e de alguns comentários de usuários. Foi interpretado tanto o conteúdo literal quanto simbólico do texto, verificando também a presença de trocadilhos, duplo sentido, ironias ou ambiguidade. Essa etapa também identificou a função comunicativa do texto, se era informativa, reflexiva, persuasiva ou crítica.

- **Análise do significado denotativo:** foi realizada a descrição objetiva e literal do que a imagem representa, sem interpretações subjetivas.
- **Análise do significado conotativo:** exploração dos sentidos simbólicos e implícitos das imagens, considerando o contexto e os valores do público que a consome.
- **Interpretação crítica:** reflexão pessoal e contextualizada sobre a mensagem que a imagem transmite, com base nos diferentes níveis de análise e nas experiências prévias.

A análise semiótica será utilizada como instrumento interpretativo para compreender os signos e os significados transmitidos pelas imagens analisadas. Essa abordagem baseia-se nos princípios apresentados por Lucia Santaella e Winfried Nöth (2017), que compreendem o signo como parte de um processo de significação que envolve a relação entre um objeto, sua representação e o intérprete. Por meio dessa análise, pretende-se interpretar como os elementos visuais presentes nas postagens contribuem para a construção de uma imagem coletiva sobre Juiz de Fora entre os moradores da cidade.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este estudo conduziu uma investigação semiótica das fotografias divulgadas na conta do Instagram @jfdepressao e durante um período de dois meses foram postadas aproximadamente 1560 publicações no perfil. Foram escolhidas duas imagens representativas das quatro categorias temáticas principais: falta de infraestrutura urbana, acidentes, insatisfações dos moradores com a rede de saúde e ações sociais, para ilustrar as análises. A seguir, é apresentada uma análise minuciosa e interpretativa de cada uma das categorias.

4.1. Falta de Infraestrutura Urbana

(Figura 1): Publicação do perfil @jfdepressao junto com @jfdepressao02 sobre os buracos no chão na rua Irmão Martinho, no bairro Bairu em Juiz de Fora.



Fonte: @jfdepressao, 2025.

A Figura 1 é uma fotografia publicada nos perfis @jfdepressao e @jfdepressao02, enviada por uma seguidora no dia 05 de abril de 2025. A imagem configura-se como uma denúncia social, expondo um dos problemas urbanos da cidade de Juiz de Fora, mais especificamente na Rua Irmão Martinho, localizada no bairro Bairu. O contexto da imagem é contemporâneo e evidencia um problema recorrente em muitas cidades

brasileiras: a falta de infraestrutura urbana. Na publicação, observa-se uma rua repleta de buracos, os quais dificultam o tráfego na região e, conseqüentemente, aumentam o risco de acidentes. A fotografia foi compartilhada com o intuito de chamar a atenção das autoridades competentes para que providenciem uma solução para a situação.

A paleta de cores na imagem é composta por tons cinza do asfalto, que se misturam com os tons de verde das árvores. As casas dos dois lados apresentam cores neutras, como bege, branco e cinza, criando um cenário urbano comum em cidades. Na fotografia os objetos principais são os buracos no asfalto, em diferentes profundidades e tamanhos, também possui algumas árvores, casas ao redor e um carro branco estacionado mais ao fundo. A imagem foi tirada de uma perspectiva central, o que direciona o olhar diretamente para os buracos no chão.

A legenda da imagem, que expõe a situação precária das ruas do bairro Bairu, possui um caráter informativo e crítico. O texto é direto e objetivo, mostrando o local do problema e a indignação diante da negligência pública. A linguagem utilizada possui uma função de denúncia social, com o objetivo de atrair a atenção dos seguidores para a condição da cidade. Um comentário enviado por um seguidor reforça essa crítica a frase “a cidade quase toda está assim, quem anda por JF, sabe que a cidade está largada” amplia essa percepção do problema para além do bairro em questão. Diante disso, o conteúdo tem um sentido literal, mas também carrega um significado simbólico, pois transmite uma sensação de abandono e a falta de cuidado por parte das autoridades públicas, gerando um apelo emocional de revolta e descontentamento. O texto cumpre a função de reflexão e crítica, incentivando o público a refletir sobre a má gestão da infraestrutura urbana e a negligência com os bairros.

De forma denotativa, a imagem retrata uma rua localizada no bairro Bairu em Juiz de Fora, apresentando diversos buracos ao longo de sua extensão, sem sinais ou qualquer indícios de reparo recente. O registro foi realizado durante o dia, em um ambiente urbano residencial e não há pessoas visíveis na imagem. No aspecto conotativo a fotografia carrega um forte símbolo relacionado ao abandono urbano e a negligência do poder público, os buracos no chão não representam apenas um problema de infraestrutura, mas também uma percepção de uma cidade mal gerida e esquecida em determinados pontos. Diante disso, a imagem transmite uma crítica social e política, incentivando a refletir sobre a qualidade de vida de alguns bairros e a responsabilidade da gestão municipal.

A imagem transmite uma mensagem de descaso e abandono por parte das autoridades em relação à infraestrutura urbana de Juiz de Fora. Em um nível mais profundo, ela revela como questões que parecem simples, como buracos nas ruas, podem conter significados simbólicos significativos, representando a fragilidade dos serviços públicos e a sensação de invisibilidade sentida por muitos moradores. É possível notar um sentimento coletivo de descontentamento que vai além de uma reclamação isolada: trata-se de uma crítica contínua à ausência de manutenção, planejamento e investimento. Como moradora de Juiz de Fora e observadora da realidade urbana, percebo que esse tipo de imagem expõe não apenas um problema físico, mas uma falha na administração da cidade. Ela nos leva a refletir sobre como o espaço urbano afeta diretamente a vida cotidiana das pessoas e como a falta de ações concretas provoca indignação, frustração e desânimo. Ao tornar esse tipo de conteúdo visível nas redes sociais, é criado também um espaço para resistência e demanda pública.

(Figura 2): Publicação do perfil @jfdepressao junto com @jfdepressao02 sobre uma obra abandonada no bairro Carlos Chagas, em Juiz de Fora.



Fonte: @jfdepressao, 2025.

A figura 2 é uma fotografia publicada pelos perfis @jfdepressao e @jfdepressao02 no dia 06 de abril de 2025, a imagem foi enviada por um seguidor do perfil que estava no local. O contexto da publicação é social e urbano, dentro da realidade da cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. O conteúdo da imagem mostra uma obra inacabada na entrada do bairro Carlos Chagas, onde contém um grande buraco no chão, protegida apenas por uma barreira metálica. O cenário expõe um problema de infraestrutura e abandono por parte do poder público e culturalmente e socialmente, a publicação dialoga com a realidade de muitas cidades brasileiras que enfrentam essas dificuldades na manutenção urbana.

A imagem apresenta cores predominantemente neutras e terrosas, como o marrom do buraco exposto, o cinza do asfalto e o verde da pequena vegetação ao redor. O elemento visual mais marcante está no centro da imagem, o grande buraco aberto no chão, resultado de uma obra paralisada. Como forma de contenção, há uma barreira metálica com faixas amarelas, posicionada para impedir o acesso de veículos ou pedestres no local de risco. Ao fundo, observam-se algumas casas, também com cores neutras e um carro branco passando pela lateral da rua, o que mostra que se trata de uma área urbana e residencial com um fluxo de veículos e pessoas. A composição da foto destaca o problema central em primeiro plano, enquanto no fundo mostra o cotidiano do bairro, criando um contraste entre a obra inacabada e a vida comum que continua ao redor.

A legenda da imagem tem um tom irônico e de crítica social, ele também é direto e informativo, com foco na situação de emergência que o local enfrenta, comunicando claramente o fato ao público. O texto começa informando o fato de forma direta, destacando que a obra está parada há mais de um mês. Em seguida, usa de ironia e sarcasmo ao questionar a promessa da prefeitura. A frase "Mas qual março? 2026?" representa um tom de indignação e ironia, colocando em dúvida o comprometimento e a seriedade do poder público com os prazos. Os comentários da publicação, algumas pessoas demonstram preocupação, enquanto outras usam um humor ácido, que é bastante comum nas redes sociais. Exemplos de comentários encontrados são: "Daqui a pouco não tem como mais entrar no Carlos Chagas", "Daqui a pouco a cidade tá toda interditada" e "É obra pra no mínimo dois anos". Esses comentários revelam uma insatisfação recorrente da população com a infraestrutura urbana e a demora em resolver problemas públicos.

A imagem de forma denotativa representa uma rua interditada em Juiz de Fora, no bairro Carlos Chagas, onde uma obra está abandonada e um grande buraco está no asfalto. Na foto é possível observar barreiras que bloqueiam a passagem de veículos e pedestres, para que não ocorra nenhum acidente. Agora de forma conotativa, a imagem transmite uma mensagem de descaso com a infraestrutura pública e de preocupação

coletiva com a segurança urbana. O buraco se torna símbolo de diversos problemas estruturais que afetam Juiz de Fora, como a má conservação das ruas, a falta de manutenção preventiva e demora de ações por parte do poder público. Visualmente, a rua isolada remete a um ambiente de abandono e risco, gerando frustração entre os moradores.

A imagem transmite uma mensagem clara de abandono e negligência por parte do poder público em relação a manutenção da infraestrutura de Juiz de Fora. Como moradora da cidade, percebo que casos como esse não são difíceis de acontecer e infelizmente, acaba se tornando recorrente, afetando diretamente a qualidade de vida da população. O buraco no asfalto não é só um problema físico, mas também representa as frustrações dos moradores que convivem diariamente com essa situação. Visualmente e simbolicamente, a imagem é um aviso sobre a necessidade urgente de ações preventivas e de investimentos em obras que garantam a segurança dos moradores.

4.2. Acidentes

(Figura 1): Publicação do perfil @jfdepressao junto com @jfdepressao02 sobre o acidente de ônibus no Rio Paraibuna em Juiz de Fora.



Fonte: @jfdepressao, 2025.

Na Figura 1, observa-se um acidente envolvendo o ônibus da linha 705, que caiu no Rio Paraibuna, em Juiz de Fora, na noite do dia 14 de maio de 2025. Houve registro de feridos, que aguardavam a chegada do SAMU. A imagem possui um forte contexto social, sendo utilizada com o objetivo de alertar os demais moradores sobre o ocorrido. Trata-se de um conteúdo jornalístico de denuncia e alerta, inserido no contexto social e urbano da cidade. Ela foi enviada por uma pessoa que estava no local e posteriormente publicada pelos perfis @jfdepressao e @jfdepressao02.

Ao analisar os elementos visuais da imagem, é possível observar que a fotografia foi registrada durante a noite, sendo a iluminação provavelmente proveniente dos faróis de veículos presentes no local ou de luzes externas usadas na cobertura do ocorrido. O ônibus já se encontrava dentro do rio no momento do registro, ainda com os faróis acesos e cercado por vegetação densa. A imagem possui tons mais escuros, marcada pela escuridão da noite, com destaque para as luzes vermelhas intensas que refletem na vegetação e na água, criando um ambiente mais tenso, urgente e dramático. Não é possível identificar a presença de pessoas na imagem.

A legenda da publicação diz: "ônibus 705 caiu no rio Paraibuna em frente ao Atacadão, há feridos no ônibus aguardando a chegada do SAMU." Em seu sentido literal, a legenda mostra de uma forma objetiva e direta, a ocorrência do acidente envolvendo o ônibus de Juiz de Fora, junto com a localização e a informação de

que havia vítimas no local esperando o atendimento médico. A legenda possui uma comunicação direta e funcional, cujo foco está na transmissão rápida da notícia. Já no sentido simbólico, a legenda aponta para falhas no serviço de transporte e no atendimento emergencial da cidade, a menção de que “há feridos no ônibus aguardando o SAMU” denuncia implicitamente a morosidade do socorro público, o que pode ser interpretado como uma crítica ao sistema de saúde pública.

Os comentários dos usuários dividiam-se entre comentários de preocupação, curiosidade sobre o ocorrido e com o uso de humor inadequado diante de uma situação séria. Frases como “Não sabia que a linha 705 fazia sentido rio também” evidenciam o uso de trocadilhos que, apesar de serem comuns em redes sociais, podem ser consideradas desrespeitosas. Contudo também havia comentários como “Meu Deus do céu” demonstrando preocupação com o ocorrido. Diante disso, a legenda é informativa com elementos de apelo emocional, pois a menção de feridos aguardando resgate mobiliza a empatia do público, enquanto os comentários variavam entre ambiguidade, trocadilhos e ironia.

Do ponto de vista denotativo, observa-se o ônibus parcialmente submerso, cercado por vegetação, com pouca iluminação esperando o resgate. Já do ponto de vista conotativo, o ônibus parcialmente submerso pode ser interpretado como um símbolo do desamparo dos serviços públicos, especialmente o transporte coletivo que é essencial no cotidiano dos habitantes. A vegetação alta reforça a ideia de negligência do poder público e o descaso com as estruturas urbanas. Conotativamente, a imagem sugere uma crítica silenciosa: aquilo que deveria seguir um trajeto seguro está fora de rota, à deriva, refletindo a percepção de muitos moradores sobre o abandono das estruturas urbanas.

A imagem do ônibus 705 no Rio Paraibuna representa mais do que um acidente, simbolicamente mostra a fragilidade da infraestrutura urbana em Juiz de Fora. Como moradora da cidade, é impossível não perceber nessa cena um reflexo da negligência com a mobilidade urbana, com a infraestrutura viária e com a própria segurança dos usuários do transporte coletivo. Criticamente, essa imagem deve ser vista como um chamado à reflexão sobre o estado da cidade, o comportamento coletivo e o papel do poder público. Ela comunica mais do que o acidente em si: transmite um sentimento de abandono e exige um olhar mais atento para a realidade urbana de Juiz de Fora.

(Figura 2): Publicação do perfil @jfdpressao, juntamente com @matheusbrumjornalista e @jfdpressao02 sobre o incêndio na Av. Sete que atingiu quatro lojas.



Fonte: @jfdpressao, 2025.

Na Figura 2, registra-se um incêndio que atingiu quatro lojas localizadas na Avenida Sete, nas proximidades do bairro Costa Carvalho, em Juiz de Fora, na noite do dia 13 de abril de 2025. O Corpo de Bombeiros atuou no combate às chamas e encontrou uma vítima não identificada, que dormia em uma loja de calçados e faleceu carbonizada. O prédio foi interditado pela Defesa Civil, e os proprietários foram orientados a não se aproximarem do local, devido ao risco de desabamento do telhado. A imagem possui um forte contexto social, com o intuito de alertar a população sobre o ocorrido. A imagem foi publicada pelos perfis @jfdepressao, @jfdepressao02 e @matheusbrumjornalista.

A imagem apresenta um cenário urbano noturno, com a iluminação artificial mostrando as consequências do incêndio. A imagem possui um carro preto estacionado em frente a um prédio comercial, parcialmente destruído pelo fogo e no fundo, as fachadas das lojas estão queimadas e com fuligem, com uma entrada escura indicando o local atingido pelo incêndio. A esquerda há uma loja fechada com o portão de ferro, enquanto a direita possui bombeiros com trajes de segurança averiguando o local, no chão contém mangueiras utilizadas no combate ao incêndio. As cores predominantes são escuras, com tons de preto, marrons e o vermelho das mangueiras, criando um visual mais intenso e chocante.

A legenda da imagem informa de maneira direta e objetiva: “Homem morre carbonizado em incêndio na Av. Sete”. Enquanto no texto da publicação há um detalhamento dos fatos, com informações do Corpo de Bombeiros indicando que a vítima estava dormindo dentro da loja de concerto de sapatos e que o incêndio atingiu quatro estabelecimentos comerciais. De forma literal a legenda relata de forma clara e objetiva o acontecimento real e trágico. Já no seu sentido simbólico, a tragédia pode ser interpretada como uma representação das condições de vida de algumas pessoas que acabam dormindo no próprio local de trabalho devido à carga excessiva de horas. O texto possui a função de informar, adotando uma escrita mais séria e direta.

Os comentários dos seguidores reforçam o caráter trágico do caso. Frases como “Que tristeza, meu Deus” e “Misericórdia, ele não tinha familiares? Que tragédia, meu Deus” expressam comoção, empatia e espanto diante do ocorrido. Eles refletem a sensibilidade do público e revelam uma reação coletiva de luto e reflexão. Não há elementos de humor, trocadilhos ou ambiguidade nos comentários analisados, o que indica uma postura respeitosa dos usuários, contrastando com outras postagens do mesmo perfil em que a ironia é recorrente. Aqui, o conteúdo textual está claramente orientado para a comunicação de uma tragédia, com impacto emocional e social evidente.

O aspecto denotativo seria a fachada queimada de um prédio comercial após um incêndio, a legenda da publicação informa que um homem morreu carbonizado dentro de uma das lojas atingidas, esse cenário já transmite, em uma forma direta, a gravidade do ocorrido. Conotativamente, a imagem carrega uma forte carga emocional, o cenário destruído remete a um sentimento de abandono e exclusão social. O fato de uma pessoa estar dormindo no local de trabalho sugere uma possível situação de vulnerabilidade, como a alta carga horária de trabalho. O espaço destruído reflete não apenas a tragédia individual, mas também uma crítica velada às estruturas sociais e políticas que permitem que vidas humanas sejam colocadas em risco. A imagem, assim, passa do nível informativo para o reflexivo, convidando o espectador a pensar sobre as desigualdades e omissões presentes no cotidiano da cidade.

A imagem transmite uma mensagem forte e dolorosa sobre o abandono social e a desigualdade urbana. Mais do que registrar um incêndio, ela expõe uma tragédia humana invisibilizada: a morte de um homem carbonizado dentro de uma loja. A composição da fotografia, somada aos comentários que a acompanham, reforça a percepção de que este episódio não se trata apenas de uma notícia isolada, mas de um reflexo de problemas sociais mais profundos. Como observadora, percebo que a imagem evidencia, de forma implícita, a ausência de políticas públicas eficazes, o descaso com as populações mais vulneráveis e a naturalização de tragédias urbanas. Diante disso, a publicação vai além do registro jornalístico: ela provoca desconforto, desperta empatia e carrega uma crítica silenciosa, porém extremamente necessária.

4.3. Insatisfações dos Moradores com a Rede de Saúde

(Figura 1): Publicação do perfil @jfdepressao junto com @jfdepressao02 sobre uma reclamação do Hospital Albert Sabin, em Juiz de Fora, Minas Gerais.



Fonte: @jfdepresso, 2025.

A figura 1 é uma fotografia enviada por uma seguidora e publicada nos perfis @jfdepresso e @jfdepresso02. A imagem mostra a fachada do Hospital Albert Sabin e tem como contexto uma reclamação relacionada à ausência de médicos disponíveis, especialmente pediatras. A postagem foi realizada no dia 31 de maio de 2025, período em que os casos de síndromes respiratórias infantis costumam aumentar, resultando em uma maior demanda por atendimentos pediátricos. A publicação expressa a frustração de muitos moradores diante da falta de estrutura, mesmo em hospitais particulares.

A imagem apresenta a fachada do Hospital Albert Sabin, com destaque a iluminação noturna. As cores predominantes são o verde e o vermelho, que chamam bastante atenção por causa do letreiro luminoso do hospital, principalmente pela foto ter sido tirada a noite. Elementos como a vegetação decorativa e os carros estacionados também compõem a cena, reforçando o contexto urbano. A composição geral cria um contraste visual entre o tamanho do hospital e a denúncia feita na legenda, aumentando o impacto da crítica ao serviço prestado.

A legenda da publicação traz um relato direto de uma mãe que levou seu filho ao hospital Albert Sabin e se deparou com a ausência de pediatras, mesmo durante um período onde muitas crianças apresentam crises respiratórias. O texto da legenda mistura relato pessoal com um tom de indignação e revolta, questionando o motivo de pagar um plano de saúde que não consegue oferecer um atendimento médico básico. O sentido literal da legenda demonstra a falta de médicos pediatras em um hospital de grande porte da cidade, algo que pode colocar em risco a saúde de várias crianças. Já o sentido simbólico, representa a crise da saúde de Juiz de Fora como um todo, tanto na rede de saúde pública, quanto na rede de saúde particular. Nos comentários, outras pessoas compartilham experiências semelhantes, o que reforça a gravidade da situação. Comentários como "já tem tempo que não tem pediatra no Sabin", "outro dia fiquei 3 horas na emergência... tive que brigar pra ser atendida" e "esse hospital já foi bom... tive que ir pra Clínica da Criança" mostra que o problema é recorrente e coletivo. A combinação da legenda com os comentários cria um clima de revolta generalizada e perda de confiança no hospital. O texto da legenda, juntamente com os comentários, funciona como uma denúncia pública, com um claro apelo emocional e além de informar, possui um tom de crítica social, expondo a precariedade do sistema de saúde local.

De forma denotativa, a imagem representa a fachada do Hospital Albert Sabin, localizado em Juiz de Fora, Minas Gerais. A foto foi tirada durante a noite, o que é perceptível graças a iluminação artificial nas áreas externas do hospital e a ausência de luz natural. Já no plano conotativo, a imagem, acompanhada pela legenda e comentários, transmite uma sensação de desespero, descaso e crise na saúde local. Mesmo sendo um hospital "famoso" da cidade, o Sabin é apresentado como um local que não possui o mínimo de suporte médico, gerando frustração e medo entre os moradores.

A imagem, acompanhada dos relatos nas redes sociais, transmite uma mensagem de alerta e preocupação em relação a saúde pública de Juiz de Fora, mas especificamente no Hospital Albert Sabin. Percebo que isso é a realidade de muitas cidades brasileiras e esse tipo de postagem reflete um sentimento coletivo de indignação e desamparo. A ausência de médicos e os longos tempos de espera mostram o quanto os moradores estão cansados e frustrados com a falta de um bom atendimento e a falta de pediatras torna a situação ainda mais grave, pois envolve o cuidado com crianças, um público que necessita de atendimento rápido e especializado. Criticamente, a publicação serve como uma forma de denúncia, usando as redes sociais como forma de espalhar a notícia e chegar a mais pessoas o mais rápido possível.

(Figura 2): Publicação do perfil @jfdepressao junto com @jfdepressao02 sobre uma reclamação do Hospital de Pronto Socorro (HPS) de Juiz de Fora, Minas Gerais.



Fonte: @jfdepressao, 2025.

A figura 2 foi enviada por uma seguidora e publicada nos perfis @jfdepressao e @jfdepressao02 no Instagram, no dia 26 de maio de 2025. A publicação mostra uma sala de espera do Hospital de Pronto Socorro (HPS) de Juiz de Fora, praticamente vazia, com poucas pessoas sentadas nas cadeiras. O contexto da imagem é uma denúncia pública, pois a usuária expõe sua experiência negativa ao buscar atendimento no HPS, sendo recusada mesmo com fortes queixas de dores e segundo o relato da mesma, o hospital argumentou que só poderia atender pacientes acima dos 60 anos. A publicação utiliza um tom de indignação, com o objetivo de expor a situação, cobrar posicionamento das autoridades e alertar a população sobre o ocorrido.

A imagem retrata uma sala de espera de um hospital, caracterizada por um ambiente com poucas pessoas presentes. O espaço conta com cadeiras de metal organizadas em fileiras, um piso claro com faixas pretas e paredes em tonalidades neutras. Ao fundo, é possível visualizar um bebedouro disponível para os pacientes. A iluminação da cena é fornecida pelas luzes do próprio ambiente, e não há qualquer tipo de decoração ou elemento visual que suavize o clima impessoal do local.

Nos comentários da postagem, é possível notar a reação de indignação e revolta dos seguidores. Expressões como "lamentável, falta de respeito", "triste realidade" e "isso quando você não passa 5 horas na fila" demonstram que o relato não é um evento isolado, mas sim um reflexo de um problema frequente enfrentado por muitos cidadãos da região. O conteúdo da postagem carrega um significado literal, que é a denúncia da recusa de atendimento em uma emergência, além de um sentido simbólico, criticando o sistema de saúde pública de Juiz de Fora. A imagem da sala de espera quase vazia destaca o contraste entre a

infraestrutura disponível e a falta de acolhimento ao público. Ademais, o tom da postagem provoca um apelo emocional, gerando indignação e simpatia entre os seguidores que já vivenciaram experiências semelhantes. O objetivo principal do texto é ser uma denúncia social e promover reflexão, colocando em evidência um problema público e buscando fomentar debate e conscientização sobre as falhas no atendimento à saúde na cidade.

Em seu significado denotativo, a imagem mostra o interior de uma unidade hospitalar, com poucas pessoas sentadas em cadeiras de espera. O ambiente é simples, com iluminação artificial e estrutura básica, evidenciando um cenário comum em locais públicos de saúde. Já na forma conotativa, a fotografia reforça a sensação de abandono e negligência, especialmente ao ver o local com poucos pacientes com o relato de recusa de atendimento. Culturalmente, essa cena dialoga com a insatisfação frequente da população brasileira em relação ao sistema público de saúde, aumentando os sentimentos de revolta, indignação e impotência.

A imagem transmite uma crítica à ineficiência e à desorganização no sistema de saúde pública. Embora a sala de espera tenha poucos pacientes, relatos de atendimento negado revelam uma contradição que causa indignação. A publicação não apenas ilustra um incidente isolado, mas destaca uma questão estrutural que afeta diversos cidadãos que dependem unicamente do SUS. A situação apresentada reforça uma impressão de abandono e desrespeito à população, evidenciando que, muitas vezes, o problema vai além da superlotação, incluindo também a má administração dos recursos e do atendimento. Como cidadã e ciente da realidade em diversas cidades brasileiras, essa imagem me leva a pensar sobre como a desvalorização da saúde pública afeta diretamente a dignidade e o bem-estar das pessoas. Além de fazer denúncias, a postagem serve para dar voz aos usuários, aumentando a visibilidade de problemas que frequentemente são desconsiderados pelas autoridades.

4.4. Ações Sociais

(Figura 1): Publicação do perfil @jfdepressao junto com @jfdepressao02 sobre uma ação social do projeto Fazendo o Bem.



Fonte: @jfdepressao, 2025.

A figura 1 é uma captura de tela de um vídeo publicado no Instagram do @jfdepressao e @jfdepressao02 em 25 de abril de 2025, que retrata uma ação social voltada para a melhoria de uma casa em Juiz de Fora. Na imagem, aparece uma casa mais simples, pintada de verde claro, com portas e janelas de metal e o chão de terra. Dois homens estão na frente da casa, um deles segurando um instrumento utilizado para trabalhos manuais, como uma construção ou jardinagem. O vídeo faz parte de um projeto social Fazendo o Bem, coordenado por Marcus Alcântara, que além da reforma da casa, promove a doação de cestas básicas, materiais de higiene e produtos para a construção. O contexto social da imagem está inserido em ações comunitárias que buscam melhoria da qualidade de vida das populações em situação de vulnerabilidade, destacando a

solidariedade e o engajamento social. Culturalmente, reflete uma prática recorrente em muitas regiões brasileiras, onde grupos ou pessoas engajadas se organizam para ajudar famílias que enfrentam dificuldades.

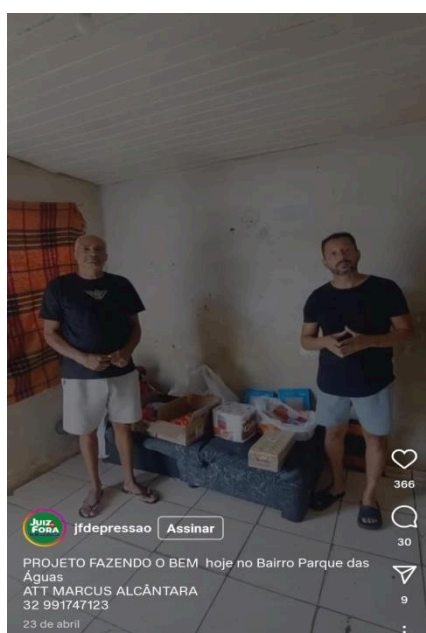
A imagem apresenta uma casa de aparência simples, com paredes em um tom de verde claro. As portas e janelas são de metal e o chão em frente à residência é de terra, o que reforça a ideia de um ambiente com recursos limitados. No centro aparecem dois homens, um deles segurando uma ferramenta de construção ou jardinagem e a cena é iluminada pela luz natural, indicando que a foto foi tirada durante o dia. As cores predominantes são o verde da casa, o marrom da terra e o azul do céu.

A legenda da publicação apresenta um tom informativo e de apelo social, ela também pede ajuda para o público, como cestas básicas, caixas de leite, materiais de higiene e itens de construção civil, a legenda também oferece um número de contato de Marcus Alcântara, responsável pelo projeto. O sentido literal da legenda é apresentar as formas de doação e convidar os seguidores a contribuir com o projeto. Enquanto o sentido simbólico reforça a ideia de solidariedade e empatia, mostrando que pequenas ações ajudam muito. Não há presença de duplo sentido, ambiguidade ou trocadilho no texto, a linguagem é direta e objetiva, com foco em mobilizar a comunidade a ajudar.

De forma denotativa, a imagem retrata um projeto social voltado para a reforma de uma residência. Nela, aparecem dois homens posicionados em frente a uma casa. Um deles segura uma ferramenta de construção, o que indica que alguma atividade manual está sendo realizada no local. Já no sentido conotativo, a imagem transmite uma mensagem de solidariedade, transformação e esperança, o cenário de uma casa humilde em processo de reforma, dentro de um projeto social, simboliza o cuidado com o próximo e a busca por oferecer melhorias nas condições de vida de famílias em situação de vulnerabilidade. Culturalmente, a cena remete a realidade de muitas famílias brasileiras que enfrentam dificuldades socioeconômicas, mas que, por meio da união e do esforço coletivo, conseguem melhorias em seu ambiente. A imagem, portanto, busca sensibilizar o público e despertar um sentimento de empatia e colaboração.

Diante disso, a imagem transmite uma forte mensagem de transformação social e solidariedade. Ao mostrar a casa sendo reformada por meio de um projeto social, ela destaca a importância da ajuda comunitária em situações de vulnerabilidade. Mais do que a melhoria física do ambiente, a cena representa esperança e a valorização da dignidade das pessoas envolvidas. A publicação, ao divulgar as formas de doação, também chama a atenção para a responsabilidade social de quem pode ajudar. De forma geral, a imagem nos faz refletir sobre o impacto que pequenos gestos podem fazer a diferença na vida das pessoas e como a mobilização comunitária pode gerar significativas mudanças.

(Figura 2): Publicação do perfil @jfdpressao sobre o projeto social Fazendo o Bem no bairro Parque das Águas, em Juiz de Fora.



Fonte: @jfdpressao, 2025.

Assim como a figura 1, a figura 2 também aborda o mesmo projeto social e corresponde a uma captura de tela de um vídeo publicado no perfil @jfdpressao no Instagram. O vídeo foi postado em 23 de abril de 2025 e mostra uma ação social do Projeto Fazendo o Bem, realizada no bairro Parque das Águas e a autoria da ação é feita por Marcus Alcântara, cujo número de contato também aparece na legenda. O contexto histórico, cultural e social dessa imagem é a vulnerabilidade social que muitas comunidades enfrentam em Juiz de Fora, a publicação retrata um momento de solidariedade, onde doações de alimentos e itens básicos são entregues aos moradores que necessitam. Esse tipo de projeto vem ganhando cada vez mais visibilidade nas redes sociais e atraindo novos apoiadores para essas causas.

A publicação apresenta um ambiente interno simples e com poucos recursos. As cores predominantes são tons neutros, como o branco, preto e cinza, com alguns tons coloridos, como o laranja que aparece pendurado na parede esquerda. A iluminação da publicação é natural e no centro da imagem há dois homens em pé, ambos estão posicionados próximos a um colchão, sobre o qual estão algumas caixas e sacolas com itens de doações.

A legenda possui um texto direto e informativo, apresentando o nome da ação social, o local onde está acontecendo e um contato de telefone para quem quiser ajudar. Não há presença de ironias, trocadilhos ou ambiguidade, o texto possui um tom de prestação de serviço, com o objetivo de divulgar a ação. O conteúdo literal da legenda é a divulgação de uma ação de solidariedade, já o conteúdo simbólico representa uma tentativa de mobilização da comunidade, promovendo a solidariedade, empatia e o incentivo a novas doações. Nos comentários, as pessoas demonstram apoio, admiração e gratidão pelo projeto, com mensagens como “Deus de abençoe”, “É no pouco que fazemos a diferença” e “Que trabalho bonito”. Esses comentários reforçam o tom de reconhecimento, empatia, e valorização da iniciativa. A função geral do texto é informar, mas também persuadir, ao estimular outras pessoas a contribuírem ou a se inspirarem com a ação, além de provocar uma reflexão sobre a desigualdade social e a importância de ajudar o próximo.

De forma denotativa, a imagem mostra dois homens em pé dentro de um cômodo com teto e paredes claras e piso de cerâmica. No canto esquerdo há uma coberta laranja pendurada, no colchão possui caixas e sacolas contendo alimentos e outros itens de doações, a iluminação é natural e a cena foi registrada durante o dia. Já no conotativo, a imagem representa um ato de solidariedade e cuidado com a comunidade. As doações representam esperança para as famílias em situação de vulnerabilidade social e o ambiente simples e a postura acolhedora dos homens remetem a um cenário de empatia e união.

A publicação transmite uma mensagem forte de empatia e responsabilidade social. Em um lugar onde muitas famílias enfrentam dificuldades econômicas e sociais, o projeto mostrado demonstra como pequenas ações podem fazer a diferença na vida de quem mais precisa. Além disso, a publicação também serve como um exemplo positivo dentro de uma página que na maioria das vezes, só costuma denunciar problemas na cidade. A imagem, junto com os comentários, reforça a importância de reconhecer e valorizar iniciativas como essa, que inspiram outras pessoas a fazerem o bem, independente da dimensão da ajuda.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através de uma abordagem qualitativa, com a análise semiótica, foi possível entender como as imagens postadas no perfil @jfdpressao funcionam não apenas como registros informativos, mas também como veículos simbólicos que constroem e reforçam uma imagem coletiva da cidade. As imagens analisadas retratam um cenário urbano marcado por diversos problemas, como a precariedade da infraestrutura, acidentes urbanos e problemas com a rede de saúde, casos como esses que são vistos em todas as cidades urbanas. As imagens relacionadas às ações sociais revelam que nem todas as postagens são voltadas para tragédias ou reclamações; algumas destacam gestos de solidariedade e atitudes gentis. Cada categoria analisada contribuiu para evidenciar os diversos aspectos do cotidiano das pessoas e expor as fragilidades da gestão pública local, além de expressar as tensões e os afetos vivenciados nas ruas, hospitais, bairros e espaços públicos na cidade.

Ao considerar os sentidos conotativos, denotativos e interpretativos das imagens, observa-se que o perfil funciona como uma porta para a expressão popular, crítica e as vezes, de denúncia. Cada imagem analisada traz as dimensões subjetivas e simbólicas que colaboram para a construção da imagem da cidade. A rua com buracos não representa apenas uma falha no asfalto, mas o abandono institucional; o ônibus no rio não simboliza só um acidente, mas o colapso de uma mobilidade negligenciada; o hospital sem médicos não é apenas uma ocorrência pontual, mas o sintoma de um sistema falho. Todavia, as ações sociais garantem a esperança e o papel da coletividade diante das lacunas na atuação do poder público. O perfil não apenas documenta a cidade, mas também influencia e molda a visão dos moradores sobre o lugar que vivem, essa

representação marcada pela ironia, humor, mas também empatia e solidariedade ajudam a moldar o imaginário coletivo de Juiz de Fora, mostrando tanto seus desafios quanto suas potências.

Além disso, os resultados obtidos durante a pesquisa indicam a construção de um imaginário predominantemente negativista por parte dos moradores em relação a cidade de Juiz de Fora. As constantes críticas, denúncias e relatos negativos presentes nas imagens estudadas contribuem para reforçar uma percepção cotidiana de precariedade e descuido. Esse imaginário urbano, marcado por sentimentos de frustração e desilusão, muitas vezes contrasta com a visão dos turistas, que tendem a visitar por espaços mais ordenados e valorizados das cidades, como as áreas centrais, parques, museus e shoppings, por exemplo. Diante disso, essa pesquisa adverte sobre a possibilidade de uma dicotomia entre o cotidiano vivido pelos moradores e a experiência turística dos visitantes, que precisará ser confirmada em pesquisas posteriores, que poderão revelar como diferentes públicos constroem umas visões diferentes sobre o mesmo lugar, demonstrando a importância de entender e equilibrar essas diversas narrativas no planejamento urbano e turístico.

Dessa forma, esse estudo busca contribuir para o campo do turismo ao evidenciar a importância de compreender os discursos visuais que passeiam nas redes sociais. Muito mais que um simples entretenimento, essas plataformas possuem espaços de produção e circulação de significados que moldam as identidades das cidades e influenciam nas visões coletivas. Espera-se que esta pesquisa possa incentivar novos estudos que explorem as interações das imagens, representações simbólicas, redes sociais e turismo, principalmente em contextos poucos estudados. Compreender como os moradores se expressam digitalmente é um grande passo para pensar em políticas públicas mais conectadas a realidade da cidade e para promover um turismo mais consciente, sensível e alinhado as demandas da cidade.

6. REFERÊNCIAS

AGAPITO, Dora Lúcia Miguel. A imagem de Lagos enquanto destino turístico: perspectiva dos turistas versus perspectiva dos residentes. Universidade do Algarve, 15 jul. 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259829096_A_Imagem_de_Lagos_enquanto_Destino_Turistico_Perspectiva_dos_Turistas_versus_Perspetiva_dos_Residentes. Acesso em: 13 maio 2025.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA). Definition of marketing. Disponível em: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>. Acesso em: 13 maio 2025.

ANDRADE, B. L. S. et al. As Mídias Sociais e os Influenciadores Digitais na Promoção de Destinos Turísticos. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, p. 32-42, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufrj.br/index.php/abet/article/download/3213/1187/19884>. Acesso em: 13 maio 2025.

BALOGLU, S. E.; MCCLEARY, K. A model of destination image formation. **Annals of Tourism Research**, v. 26, n. 4, p. 868-897, 1999.

BRASIL, Código de Defesa do Consumidor - Lei 8078/90 | Lei nº 8.078, Brasília-BR, de 11 de setembro de 1990.

CÂMARA, Anna Luisa da Motta Silveira; MARACAJÁ, Kettrin Farias Bem. A influência do Instagram no comportamento do consumidor de viagens: uma análise da Voyage Turismo. **Turismo: Estudos & Práticas (UERN)**, v. 9, n. 1, p. 1-16, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/353583506_A_INFLUENCIA_DO_INSTAGRAM_NO_COMPORTEAMENTO_DO_CONSUMIDOR_DE_VIAGENS_UMA_ANALISE_DA_VOYAGE_TURISMO. Acesso em: 13 maio 2025.

CERUTTI, E. A vez dos digital influencers. 2016. Disponível em: <http://crismoraes.com.br/a-vez-dos-digital-influencers/>. Acesso em: 13 maio 2025.

CHAGAS, Márcio Marreiro das. Formação da imagem de destinos turísticos: uma discussão dos principais modelos internacionais. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 117-127, 2009. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/333>. Acesso em: 13 maio 2025.

CHAVES, P. C. P. R. et al. Imagem de destino turístico: um estudo sobre as publicações científicas internacionais. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 13, n. 4, p. 1-22, 2021. Disponível em: https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/8995/pdf_1. Acesso em: 13 maio 2025.

FOTIS, J. N.; BUHALIS, D.; ROSSIDES, N. Social media use and impact during the holiday travel planning process. In: **Springer Verlag** (Ed.). Information and Communication Technologies in Tourism 2012. Vienna: Springer, 2012.

GALLARZA, M. G.; GARCIA, H. C.; SAURA, I. G. Destination image: towards a conceptual framework. **Annals of Tourism Research**, v. 29, n. 1, p. 56-78, 2002.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. A imagem dos destinos turísticos urbanos. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, Número Especial, 2008. Disponível em: <https://turismocultural.eca.usp.br/aimagem.pdf>. Acesso em: 13 maio 2025.

GUTIÉRREZ, H. S. Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador. 2005. Tese (Doutorado em Administración de Empresas) – Universidad de Cantabria, Espanha.

JF DEPRESSÃO. Perfil no Instagram: @jfdepressao. Disponível em: <https://www.instagram.com/jfdepressao/>. Acesso em: 23 jun. 2025.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; ESETIWAN, I. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LOHMANN, G. et al. O Futuro do turismo no Brasil a partir da análise crítica do período 2000-2019. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. 2456, 2022. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2456/1524>. Acesso em: 13 maio 2025.

MANOSSO, Franciele Cristina; BIZINELLI, Camila; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. A Imagem da Cidade em Fotografias Online: Estudo de Caso do Site Flickr sobre Curitiba (Paraná, Brasil). **Turismo e Sociedade**, [S. l.], v. 6, n. 4, 2013. DOI: 10.5380/tes.v6i4.31747. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/31747>. Acesso em: 13 maio. 2025.

PAULINO, F. F. Imagem. Disponível em: <https://www.impressoesexpressoes.blogspot.com/>. Acesso em: 13 maio. 2025.

PHELPS, A. Holiday destination image – The problem of assessment: an example developed in Menorca. **Tourism Management**, v. 7, n. 3, p. 168-180, 1986.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. Introdução à semiótica: passo a passo para compreender os signos e a significação. São Paulo: Paulus, 2017.

SANTANA, L. D.; GOSLING, M. S. Imagem de destino turístico: Ilhéus/BA na perspectiva de visitantes e moradores. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 63-84, ago. 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/56113/2/Imagem%20de%20destino%20tur%C3%ADstico.pdf>. Acesso em: 13 maio 2025.

SCALABRINI, Elaine Cristina Borges; REMOALDO, Paula Cristina; LOURENÇO, Júlia Maria. Imagem turística sob o ponto de vista dos residentes: o caso de Joinville-SC, Brasil. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 10, n. 2, p. 301-312, 2018. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/58691>. Acesso em: 13 maio 2025.

SILVA, A.; MENDES-FILHO, L. Credibilidade do travel influencer no Instagram afetando a intenção do viajante na escolha de destinos. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 17, p. 2669, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/ljrbtur/a/Qy5qYL9SyfCPDYt4mKggL7d/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 13 maio 2025.

TASCI, A. D.; GARTNER, W. C.; CAVUSGIL, S. T. Measurement of destination brand bias using a quasi-experimental design. **Tourism Management**, v. 28, n. 6, p. 1529-1540, 2007.

TASCI, A. D.; GARTNER, W. C. Destination image and its functional relationships. **Journal of Travel Research**, v. 45, n. 4, p. 413–425, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0047287507299569>. Acesso em: 13 maio 2025.

ZUCCO, Fabricia Durieux; ANJOS, Sara Joana Gadotti dos; BERTOLI, Bruno. O #riodejaneiro pelo Instagram. **Anais do Seminário da ANPTUR**, 2016. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/405.pdf>. Acesso em: 13 maio 2025.