

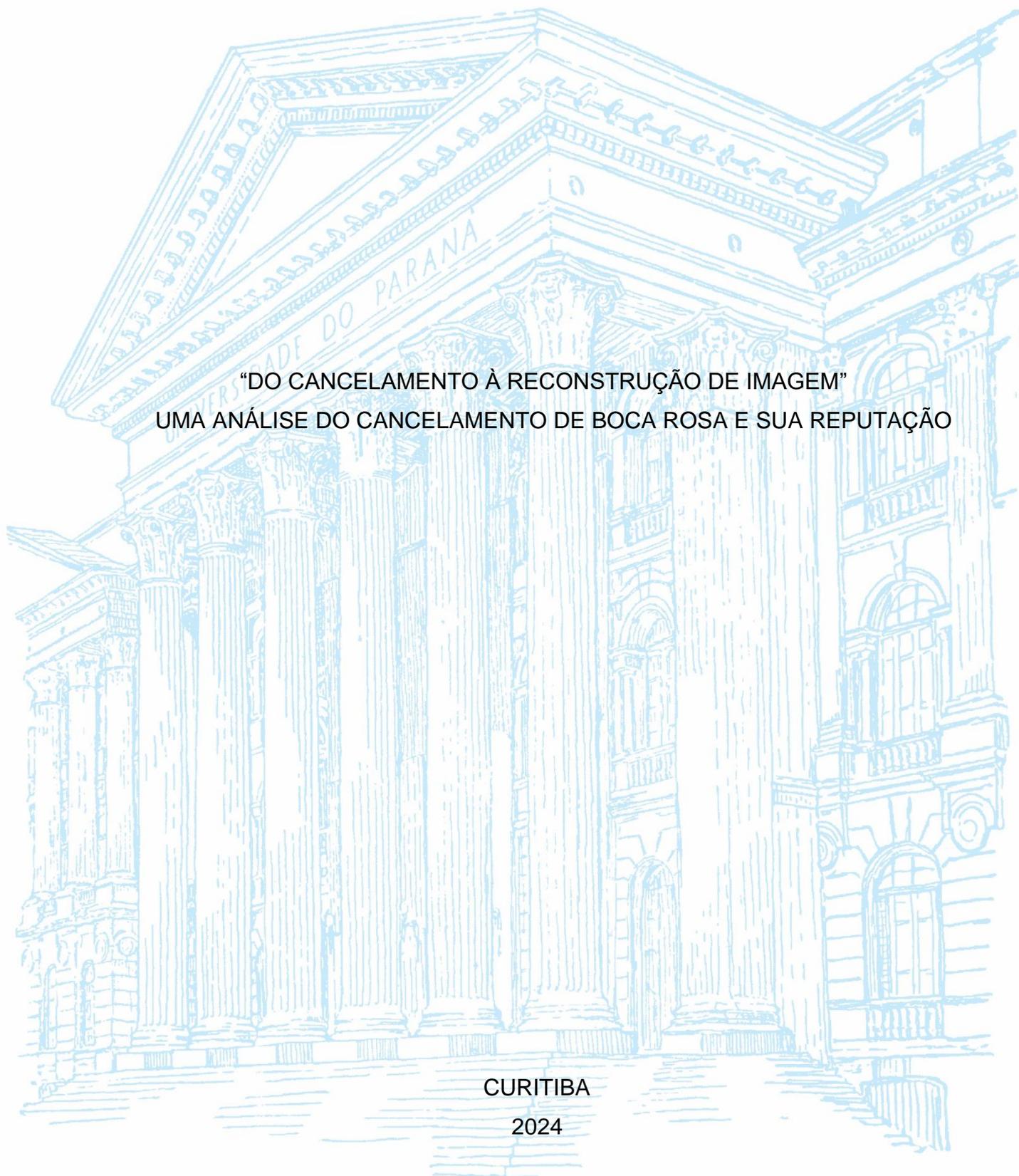
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

BEATRIZ SCHEFER BRAGA

“DO CANCELAMENTO À RECONSTRUÇÃO DE IMAGEM”
UMA ANÁLISE DO CANCELAMENTO DE BOCA ROSA E SUA REPUTAÇÃO

CURITIBA

2024



BEATRIZ SCHEFER BRAGA

“Do Cancelamento à Reconstrução de Imagem.”
Uma Análise do cancelamento da Boca Rosa e sua Reputação

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel, Curso de Relações
Públicas Setor de Comunicação Social, Universidade
Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dra. Virgínia Lemos Leal Newton

Curitiba

2024

A minha mãe e irmão que incentivaram a finalizar esse trabalho.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES
PÚBLICAS II

ALUNA: Beatriz Scherfer Braga

DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL E DEFESA: 11/12/2024, às
15h00, no DECOM.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES	NOTA
Virginia Lemos Leal Newton (orientadora) <i>vl</i>	8,5
Denise Regina Stacheski <i>rs</i>	8,5
MÉDIA FINAL:	8,5

Curitiba, 09 de dezembro de 2024.

Assinatura: _____

Prof.^a Dr.^a Virginia Lemos Leal Newton
Orientadora

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe Tania Mara Schefer, por nunca me permitir desistir, ser a minha melhor amiga e a melhor pessoa na minha vida.

Agradeço ao meu irmão Wesley Schefer Braga, por sempre ser meu exemplo tanto na vida como no profissional.

Agradeço a Leia e Otto, meus cachorros, que aguentaram minhas crises de ansiedade e foram sempre presentes durante a escrita deste trabalho.

Agradeço a professora Virgínia Lemos Leal Newton pela orientação e empatia com a escrita deste trabalho.

Agradeço a lemanjá e aos Pretos Velhos que me guiaram espiritualmente até a conclusão deste trabalho.

Agradeço também a todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.

“Se você quer fazer do mundo um
lugar melhor, olhe para você mesmo
e depois faça essa mudança!”

Michael Jackson

RESUMO

Este trabalho, desenvolvido para a conclusão do curso de Bacharelado em Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR), investiga as estratégias de reconstrução de imagem de figuras públicas após crises de cancelamento em ambientes digitais, com foco no caso de Bianca Andrade durante sua participação na edição de 2020 do *Big Brother* Brasil (BBB20) durante o período de 21 de janeiro de 2020 a 20 de março de 2020. A pesquisa tem como objetivo compreender as práticas de Relações Públicas que ajudam a mitigar os impactos negativos e reposicionar a imagem pública de influenciadores. A metodologia adotada foi descritiva e qualitativa, com análise de conteúdo em publicações nas redes sociais e revisão bibliográfica sobre gestão de crises e estratégias de *rebranding*. A pesquisa identificou duas principais estratégias: reativas, como pedidos de desculpas, e proativas, como o fortalecimento da autenticidade e resiliência da figura pública. Os resultados mostraram que a combinação de comunicação transparente, uso das redes sociais e engajamento com os fãs é essencial para reconstruir a imagem de uma figura pública e transformar crises em oportunidades. A pesquisa contribui para a área de Relações Públicas ao apresentar um modelo aplicável à gestão de crises e reputação digital.

Palavras-chave: Relações Públicas. Cancelamento. Gestão de Crises. Marketing Digital. Redes Sociais. Bianca Andrade.

ABSTRACT

This work, developed as part of the Bachelor of Public Relations program at the Federal University of Paraná (UFPR), investigates strategies for rebuilding the public image of figures after cancelation crises in digital environments, focusing on Bianca Andrade's participation in the 2020 edition of Big Brother Brasil (BBB20) from January 21, 2020, to March 20, 2020. The study aims to understand Public Relations practices that mitigate negative impacts and reposition influencers' public image. The findings revealed that a combination of transparent communication, effective use of social media, and fan engagement is essential for rebuilding the image of a public figure and turning crises into opportunities. This research contributes to the field of Public Relations by presenting a model applicable to crisis management and digital reputation strategies. A descriptive and qualitative methodology was adopted, with content analysis of social media posts and a bibliographic review on crisis management and rebranding strategies. The study identified two main strategies: reactive approaches, such as public apologies, and proactive approaches, like strengthening authenticity and resilience. The results highlighted that transparent communication, leveraging social media, and engaging with fans are critical for rebuilding a public figure's image and turning crises into opportunities. This research contributes to Public Relations by offering an applicable model for managing digital reputation crises.

Keywords: Public Relations. Cancelation. Crisis Management. Digital Marketing. Social Media. Bianca Andrade.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	4
2	COMUNICAÇÃO E CIBERCULTURA.....	6
3	COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO EM AMBIÊNCIAS DIGITAIS.....	8
3.1	O CASO BIANCA ANDRADE.....	12
4	METODOLOGIA E RESULTADOS ESPERADOS.....	15
5	QUEM É BIANCA ANDRADE?	17
6	O SEU CANCELAMENTO.....	18
7	ESTRATÉGIAS DE RECONSTRUÇÃO DE IMAGEM APÓS O CANCELAMENTO.....	20
8	A HUMANIZAÇÃO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA	23
9	REDES SOCIAIS COMO PALCO DE RECONSTRUÇÃO	23
9.1	O IMPACTO DAS HASHTAGS NA MOBILIZAÇÃO DE COMUNIDADES	24
10	ESTRATÉGIAS DE <i>REBRANDING</i> E POSICIONAMENTO DIGITAL.....	24
10.1	O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO REPOSICIONAMENTO	25
11	ANÁLISE DE <i>HASHTAGS</i>.....	26
11.2	#TEAMBIANCAANDRADE.....	30
11.3	#FICABIA	34
12	A ELIMINAÇÃO DE BIANCA ANDRADE NO <i>BIG BROTHER BRASIL 20</i>: UM MARCO NA DINÂMICA DO PROGRAMA E DE SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL	36
12.1	A PARTICIPAÇÃO DE BIANCA ANDRADE NO BBB20	36
12.2	O CONTEXTO DE SUA ELIMINAÇÃO	37
12.3	A REAÇÃO DE BIANCA ANDRADE	39
13	DO CANCELAMENTO A RECONSTRUÇÃO DE IMAGEM.....	41
13.1	AÇÕES NAS REDES SOCIAIS: RECONEXÃO COM O PÚBLICO	41
13.2	A RECONEXÃO COM O PÚBLICO	42
13.3	REPOSICIONAMENTO DA MARCA.....	44
13.3.1	ENGAJAMENTO SOCIAL.....	44
13.4	PARCERIAS ESTRATÉGICAS	46
14	RESULTADOS DA ANÁLISE.....	47

14.1	TRANSPARÊNCIA.....	47
15	CONCLUSÃO	49
16.	REFERÊNCIAS.....	52

1 INTRODUÇÃO

A cibercultura, como amplamente discutido por Jenkins (2008), não é apenas um fenômeno tecnológico, mas uma verdadeira transformação que permeia todas as esferas da sociedade contemporânea. Ela alterou de maneira profunda a forma como nos relacionamos, comunicamos, consumimos e nos expressamos. Essa transformação está intimamente ligada à proliferação das tecnologias digitais em rede, que, ao possibilitarem a comunicação instantânea e a troca de informações em escala global, redefiniram os padrões sociais e criaram novas práticas culturais. A emergência dessa cultura digital transformou a maneira como as pessoas interagem umas com as outras, como formam suas opiniões e como gerenciam suas identidades, criando uma realidade dinâmica e fluida, em que as interações sociais estão sempre em evolução.

A cibercultura também configurou um novo cenário para marcas e influenciadores, que, em tempos de redes sociais e plataformas digitais, perceberam a necessidade de compreender e atuar dentro dessa nova realidade. No passado, as marcas tradicionalmente se relacionavam com os consumidores por meio de canais de comunicação unidimensionais, como a televisão e os jornais. Contudo, com o advento da internet e das redes sociais, esse modelo foi radicalmente alterado. Hoje, as marcas não apenas buscam se destacar no mercado por meio de campanhas publicitárias, mas também precisam manter um relacionamento contínuo e dinâmico com seus públicos, especialmente em ambientes digitais.

Nesse contexto, o trabalho de influenciadores digitais se tornou cada vez mais relevante. Eles não são apenas vendedores de produtos, mas formadores de opinião, que constroem comunidades e engajam seguidores com base na criação de uma conexão genuína. A necessidade de adaptação a essas novas formas de comunicação foi destacada por autores como Kunsch (2012) e Freston (2018), que enfatizam que, para se manterem relevantes, as organizações e os profissionais de comunicação precisam compreender profundamente as mudanças trazidas pela cibercultura. Essas transformações impactam diretamente as estratégias de comunicação, as dinâmicas de interação e a maneira como os relacionamentos digitais são construídos.

Dentro desse cenário, um exemplo prático e emblemático da importância do relacionamento digital e das estratégias de engajamento é a trajetória de Bianca Andrade, a influenciadora digital e empresária por trás da marca Boca Rosa *Beauty*.

Desde o lançamento de sua primeira coleção de maquiagem em parceria com a Payot, em 2018, Bianca soube utilizar as redes sociais, especialmente o Instagram, como uma poderosa ferramenta de comunicação e engajamento com seus seguidores. Sua abordagem focada no relacionamento próximo e autêntico com o público foi crucial para consolidar seu nome e expandir sua presença no mercado da beleza.

Além disso, ao construir uma identidade digital forte e alinhada com seu público, Bianca não só criou um laço de confiança com seus seguidores, mas também transformou sua imagem em um verdadeiro fenômeno digital. A autenticidade de sua comunicação e a maneira como ela se engajava com sua base de fãs ajudaram-na a se destacar em um mercado saturado e altamente competitivo. Essa consolidação no universo da beleza levou Bianca Andrade a dar um passo ousado ao participar da edição "camarote" do *Big Brother Brasil* (BBB) em 2020, buscando ampliar sua visibilidade e solidificar sua imagem como influenciadora.

Contudo, sua participação no programa gerou controvérsias relacionadas à dinâmica de gênero desenvolvida no reality, resultando em uma onda de críticas intensas que culminaram no fenômeno do "cancelamento". Guimarães (2020) define o cancelamento como o processo de exclusão social e midiática de uma pessoa ou marca devido a atitudes ou comportamentos considerados problemáticos. No caso de Bianca, essa crise foi um reflexo das percepções negativas sobre seu comportamento durante o programa.

Apesar do impacto inicial dessa crise de imagem, Bianca Andrade demonstrou resiliência ao transformar a adversidade em uma oportunidade para fortalecer sua conexão com os seguidores e reposicionar sua marca. Ao adotar uma postura transparente e autêntica nas redes sociais, ela conseguiu separar sua persona pública de sua marca, criando uma distinção clara entre Bianca Andrade, a pessoa, e Boca Rosa *Beauty*, a marca. Essa estratégia permitiu à Boca Rosa *Beauty* prosperar, alcançando um faturamento de R\$ 120 milhões após o programa.

Esse reposicionamento reflete os princípios do Marketing 4.0, que buscam integrar as necessidades e desejos dos consumidores ao relacionamento digital de forma mais emocional e personalizada. Bianca utilizou as redes sociais como canais

de interação, reforçando valores como autenticidade e transparência, enquanto investia em estratégias de *rebranding* para reconstruir sua imagem pública.

Diante desse contexto, a presente pesquisa busca entender como o relacionamento estabelecido por Bianca Andrade com seus seguidores, por meio de estratégias digitais de engajamento e princípios do Marketing 4.0, foi crucial para o sucesso do *rebranding* de sua marca Boca Rosa *Beauty* após o cancelamento no *Big Brother* Brasil. A capacidade de Bianca de adaptar suas estratégias de comunicação e relacionamento com o público, mesmo diante de uma crise de imagem, é um exemplo claro de como influenciadores e marcas podem se reinventar no ambiente digital, garantindo não apenas sua sobrevivência, mas também seu crescimento contínuo.

2 COMUNICAÇÃO E CIBERCULTURA

A comunicação é um fenômeno intrínseco à sociedade humana, presente em todas as esferas de nossas interações. Ao longo da história, evoluiu de formas rudimentares, como gestos e grunhidos, para meios mais sofisticados, como a linguagem escrita e falada. Com o advento das tecnologias digitais e a popularização da internet, presenciamos uma mudança significativa na forma como nos comunicamos e interagimos. Nesse cenário, a cibercultura emerge como um campo de estudo que investiga a relação entre a comunicação e as tecnologias digitais na era contemporânea, representando um conjunto de práticas, comportamentos e representações decorrentes da interação entre indivíduos e a cultura digital.

A cibercultura¹ apresenta um ambiente em constante transformação, onde as fronteiras entre o real e o virtual se tornam fluidas. Através de redes sociais, blogs, fóruns e outras plataformas online, as pessoas podem se conectar, compartilhar experiências, disseminar informações e construir comunidades virtuais. Essas novas formas de comunicação impactam significativamente diversos aspectos da vida social, como política, economia, cultura e relações pessoais. Para compreender essas

¹ Embora o termo 'cibercultura' esteja sendo progressivamente substituído por 'cultura digital', conforme argumenta Bonilla (2008), devido à naturalização das tecnologias digitais no cotidiano, neste trabalho optei por manter o uso de 'cibercultura'. Essa escolha se alinha à tradição teórica que explora a intersecção entre cultura e tecnologias digitais de forma crítica e abrangente, destacando suas implicações sociais e educacionais.

transformações, é fundamental explorar conceitos e teorias que embasam a relação entre comunicação e cibercultura, como os trabalhos de Pierre Lévy e Manuel Castells. Lévy, em *Cibercultura* (1999), discute a inteligência coletiva e a colaboração proporcionada pela comunicação digital. Castells, em *A Sociedade em Rede* (2001), analisa as mudanças estruturais decorrentes da interconexão global e das redes de comunicação.

Definir cibercultura é essencial para compreender sua relação com a comunicação. Pierre Lévy descreve o conceito como um conjunto intrincado de práticas, representações e modos de organização que emergem da interconexão mundial de computadores e redes. Esse fenômeno transcende o uso de tecnologias, abrangendo transformações sociais, comportamentais e simbólicas que resultam da interação entre indivíduos e tecnologias digitais. A cibercultura mescla as esferas real e virtual, criando uma realidade híbrida onde a comunicação digital ocupa papel central. Ela se manifesta em diversos aspectos da vida cotidiana, influenciando como nos comunicamos, consumimos informações, nos relacionamos e construímos identidades no mundo digital.

As práticas ciberculturais, como o uso de redes sociais, compartilhamento de conteúdo e participação em comunidades virtuais, destacam a colaboração e a participação ativa como características centrais. Representações, como memes e avatares, refletem e moldam percepções sobre tecnologia e vida online. Conceitos como inteligência coletiva e cultura participativa desafiam formas tradicionais de comunicação e permitem expressão e impacto globais. Modos de organização ciberculturais adaptam-se às transformações digitais, influenciando empresas, governos e organizações sociais.

Na era digital, as plataformas digitais desempenham papel central na criação de um ambiente dinâmico e interconectado, favorecendo a disseminação de informações e o compartilhamento de conteúdo. Manuel Castells ressalta que a comunicação digital ultrapassa barreiras geográficas e temporais, redefinindo a comunicação em termos de alcance e interatividade. Essa democratização traz desafios, como a disseminação de *fake news* e a polarização de opiniões, mas também oferece oportunidades, como a inclusão de vozes marginalizadas e a colaboração no conhecimento. Contudo, o ambiente digital pode levar à formação de bolhas informativas, limitando a pluralidade de perspectivas. Assim, é essencial refletir criticamente sobre como a comunicação digital influencia a dinâmica social.

As relações interpessoais e sociais não se restringem mais ao ambiente físico, expandindo-se para plataformas digitais. Essa expansão abre novas possibilidades para construir relações e fortalecer vínculos entre indivíduos e marcas. As organizações adaptam-se às transformações digitais, criando presenças online autênticas e interativas. A comunicação digital torna-se não apenas um meio de transmitir informações, mas também um mecanismo para construir relações significativas.

O conceito de relacionamento nas Relações Públicas, segundo Kunsch (2003), envolve interações significativas, autênticas e baseadas em valores como confiança, transparência e escuta ativa. Relacionamentos não são práticas pontuais, mas processos estratégicos e contínuos que visam criar laços duradouros. A construção de um relacionamento eficaz também está ligada à gestão da imagem e da reputação organizacional. No contexto atual, as mídias sociais são ferramentas essenciais para relações em tempo real, permitindo interações dinâmicas e personalizadas que impactam percepções e comportamentos.

Assim, a comunicação na era digital não se limita a uma troca de informações, mas é um processo dinâmico que redefine relações sociais, culturais e políticas, promovendo novas formas de engajamento e colaboração. Compreender as implicações sociais e culturais da cibercultura é essencial para navegar pelos desafios e oportunidades apresentados por essa nova realidade.

3 COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO EM AMBIÊNCIAS DIGITAIS

Nos últimos anos, a comunicação tem sido cada vez mais transformada pelas novas tecnologias, e, dentro desse contexto, as ambiências digitais se destacam como um dos principais elementos que moldam a dinâmica comunicativa contemporânea. Pensadores como Pierre Lévy (1999) e Manuel Castells (2001) têm discutido extensivamente o impacto das tecnologias digitais na sociedade, e suas obras fornecem uma base teórica robusta para compreendermos a importância dessas transformações na comunicação e no relacionamento social no contexto da cibercultura.

De acordo com Lévy (1999), as ambiências digitais podem ser entendidas como espaços sociais que emergem da interconexão em rede de computadores, permitindo que indivíduos de diferentes partes do mundo compartilhem informações,

interajam e colaborem de maneira simultânea e global. Para o autor, essas novas configurações comunicativas criam um tipo de inteligência coletiva, onde o conhecimento deixa de ser construído de forma isolada, e começa a ser por meio de processos colaborativos e interativos. Essas interações em rede não se limitam ao simples compartilhamento de informações, mas envolvem a criação de novos saberes, práticas culturais e formas de organização social. A possibilidade de formação de comunidades virtuais em torno de interesses e causas comuns é uma das maiores revoluções trazidas pelas ambiências digitais, pois essas comunidades transcendem as limitações físicas e temporais dos meios tradicionais de comunicação, permitindo a formação de laços sociais e culturais a nível global.

Castells (2001), por sua vez, destaca a relevância das redes digitais na formação de uma sociedade em rede, onde as interações sociais se dão de maneira contínua, instantânea e global. Ele argumenta que as ambiências digitais têm um papel central na reorganização das estruturas sociais, políticas e culturais, possibilitando a emergência de novas formas de ativismo social, organização política e mobilização de grupos. Castells enfatiza que, nesse novo cenário, a comunicação digital não se limita a ser uma ferramenta passiva de transmissão de informações, mas se torna um espaço ativo de participação, onde os indivíduos podem, ao mesmo tempo, receber e produzir conteúdo, influenciando o espaço público e a produção de significados. A participação ativa dos indivíduos nas plataformas digitais transforma a comunicação de um processo unidirecional para um processo interativo e colaborativo.

Esse novo contexto de comunicação rompe com os modelos tradicionais de comunicação de massa, que eram caracterizados por um fluxo unidirecional de informações, com a audiência apenas recebendo e processando passivamente o conteúdo. A comunicação digital, por sua vez, é caracterizada pela sua rapidez, interatividade e pela possibilidade de participação ativa dos usuários. Nas plataformas digitais, como redes sociais, blogs, fóruns e aplicativos de mensagens, a comunicação ocorre de forma bidirecional, onde tanto o emissor quanto o receptor possuem a capacidade de influenciar e participar ativamente da construção das mensagens. O compartilhamento de opiniões, experiências e conteúdos multimídia permite uma comunicação mais rica, dinâmica e envolvente, onde a audiência não se limita a ser passiva, mas se torna produtora e disseminadora de informações.

Uma das características mais marcantes da comunicação digital é a possibilidade de compartilhamento de conteúdos multimídia, como imagens, vídeos, áudios e textos, que enriquecem a experiência comunicativa. Essas novas formas de expressão permitem que os usuários transmitam suas mensagens de maneira mais criativa e diversificada, dando voz a diferentes perspectivas e estilos de comunicação. A multimodalidade da comunicação digital amplia as possibilidades de interação e engajamento, tornando os processos comunicativos mais atraentes e interativos.

Além disso, a interatividade é um aspecto fundamental da comunicação digital. Os usuários podem interagir uns com os outros por meio de comentários, curtidas, compartilhamentos e respostas, promovendo um fluxo constante de troca de ideias, opiniões e informações. Essa interação constante cria um ambiente propício para o engajamento e a construção de comunidades digitais. As plataformas digitais, como as redes sociais, se tornam espaços de interação social, onde as pessoas podem compartilhar informações, colaborar em projetos, debater ideias e construir relações significativas. A comunicação, nesse contexto, se torna uma via de mão dupla, onde tanto os emissores quanto os receptores das mensagens desempenham papéis ativos na criação e disseminação de conteúdo.

As ambiências digitais, assim, têm o poder de transformar a forma como nos comunicamos e nos relacionamos. Elas rompem com a passividade dos modelos tradicionais de comunicação, permitindo que os indivíduos não sejam mais apenas receptores de informações, mas também produtores e disseminadores de conteúdo. A comunicação digital proporciona um espaço onde todos têm voz e podem influenciar o rumo das conversas, moldando a cultura, a sociedade e as relações humanas de maneira mais democrática e inclusiva. Esse novo modelo de comunicação empodera os usuários, permitindo-lhes exercer maior controle sobre o processo comunicativo e suas interações sociais.

Outro aspecto importante das ambiências digitais é a democratização da informação. A comunicação digital permite que qualquer pessoa com acesso à internet tenha a oportunidade de compartilhar seus conhecimentos, experiências e opiniões, o que amplia significativamente o acesso à informação e promove a diversidade de vozes e perspectivas. Em vez de depender de um número restrito de meios de comunicação tradicionais, os indivíduos agora têm a liberdade de buscar, produzir e distribuir conteúdo de maneira independente. As plataformas digitais se tornam, assim, ambientes de troca cultural, onde diferentes experiências de vida e

conhecimentos são compartilhados, enriquecendo a construção de uma sociedade mais plural.

No entanto, para aproveitar as oportunidades e enfrentar os desafios desse novo cenário comunicativo, é crucial compreender as implicações dessas mudanças. A comunicação em ambiências digitais exige habilidades específicas, como o domínio das tecnologias digitais, a capacidade de adaptação a mudanças rápidas e a compreensão das necessidades e expectativas do público. A eficácia da comunicação digital depende não apenas da habilidade técnica de utilizar as ferramentas digitais, mas também da capacidade de desenvolver estratégias adequadas para engajar os públicos e construir relacionamentos autênticos e duradouros. A criação de conteúdo relevante, o engajamento ativo com os seguidores, a escuta atenta e a resposta adequada às demandas do público são componentes essenciais para uma comunicação bem-sucedida em ambientes digitais.

Em suma, as ambiências digitais têm transformado profundamente a comunicação contemporânea. Elas oferecem novas formas de interação, de compartilhamento de informações e de construção de relacionamentos, criando um espaço mais democrático, interativo e colaborativo para a comunicação humana. Para entender e aproveitar as oportunidades proporcionadas por essas novas formas de comunicação, é fundamental estudar as transformações causadas pelas tecnologias digitais e aplicar estratégias adequadas para maximizar o potencial desses novos ambientes. A teoria de Pierre Lévy e Manuel Castells sobre as ambiências digitais fornece um entendimento abrangente de como as redes digitais estão moldando a sociedade e transformando as relações sociais e comunicativas, oferecendo um panorama valioso para compreendermos a comunicação no mundo contemporâneo.

Dessa forma, as ambiências digitais transformam a forma como nos comunicamos, permitindo a participação ativa e o engajamento em processos comunicativos. A comunicação digital rompe com a passividade dos modelos tradicionais, nos quais a audiência era meramente receptora de informações, e empodera os usuários, possibilitando que eles sejam produtores e disseminadores de conteúdo. A comunicação se torna uma via de mão dupla, na qual tanto o emissor quanto o receptor têm voz e influência.

Nesse sentido, as ambiências digitais abrem um vasto leque de possibilidades para a comunicação humana. Elas promovem a democratização da informação, uma vez que qualquer pessoa com acesso à internet pode compartilhar seus

conhecimentos e opiniões. Além disso, esses ambientes proporcionam uma conexão global, permitindo que indivíduos de diferentes partes do mundo se encontrem, troquem experiências e construam relacionamentos.

Para aproveitar as oportunidades e enfrentar os desafios desse novo cenário comunicativo, é fundamental compreender essas transformações e estudar

estratégias adequadas de comunicação. A comunicação em ambiências digitais como espaços virtuais onde ocorrem interações sociais mediadas por tecnologias digitais, como as redes sociais e plataformas online. Essas ambiências são compostas por conjuntos de atores sociais (usuários) e suas conexões, que estabelecem relações, trocam informações e compartilham conteúdos por meio dessas tecnologias. (RECUERO, 2009) requer habilidades específicas, como o domínio das tecnologias digitais, a capacidade de se adaptar a mudanças rápidas e a compreensão dos valores e expectativas da audiência. Estratégias eficazes de comunicação nesse ambiente incluem a criação de conteúdo relevante e atrativo, o engajamento ativo com os seguidores, a escuta atenta das demandas do público-alvo e a construção de relacionamentos autênticos.

Em suma, as ambiências digitais têm transformado a comunicação contemporânea de forma profunda. Elas oferecem novas formas de interação, compartilhamento de informações e construção de relacionamentos. A compreensão dessas mudanças e a aplicação de estratégias adequadas são essenciais para aproveitar as oportunidades e enfrentar os desafios desse novo cenário comunicativo. A visão de Pierre Lévy e Manuel Castells sobre o papel das ambiências digitais na transformação da comunicação contemporânea fornece uma base teórica sólida para entendermos o impacto desses ambientes na sociedade e na forma como nos relacionamos e nos comunicamos.

3.1 O CASO BIANCA ANDRADE

Para ilustrar a importância da comunicação e do relacionamento em ambiências digitais, é útil examinar um caso prático e relevante, como o relacionamento entre a influenciadora Bianca Andrade, conhecida como Boca Rosa, e seus seguidores, especialmente na plataforma Instagram. Esse exemplo oferece uma visão clara de como as interações digitais podem ser transformadoras e eficazes tanto para a construção de uma marca pessoal quanto para o engajamento genuíno

com a audiência. O caso de Bianca Andrade exemplifica como a comunicação nas redes sociais, quando feita de forma estratégica e autêntica, pode ser um diferencial no relacionamento entre influenciadores e seus seguidores.

O relacionamento de Bianca com seus seguidores no Instagram é um claro reflexo do poder do engajamento e da interação em ambiências digitais. Através das redes sociais, Bianca Andrade conseguiu criar uma verdadeira comunidade em torno de sua marca e imagem pessoal, estabelecendo um ambiente onde seus seguidores se sentem parte ativa e envolvida em sua jornada. Esse senso de pertencimento é um dos principais benefícios das plataformas digitais, pois oferecem aos usuários a oportunidade de estabelecer conexões mais próximas e íntimas com os influenciadores que seguem. A comunicação digital permite que essas conexões sejam estabelecidas de maneira imediata e contínua, por meio de interações diretas, como comentários, mensagens privadas, enquetes e até lives, onde os seguidores podem sentir que suas vozes e opiniões são ouvidas e valorizadas.

O relacionamento de Bianca Andrade com sua audiência é fundamentado em princípios de transparência, empatia e autenticidade. Esses valores são essenciais para criar uma base sólida de confiança e lealdade entre o influenciador e seus seguidores. Ao compartilhar sua vida de maneira aberta, incluindo erros, aprendizados e momentos de vulnerabilidade, Bianca humanizou sua imagem, tornando-se mais acessível e genuína aos olhos do público. Essa postura autenticidade é vista como uma das principais razões para o sucesso de muitos influenciadores, pois ela contribui para criar um vínculo emocional com a audiência, em vez de uma simples relação comercial ou promocional.

Além disso, a interatividade desempenha um papel fundamental no sucesso do relacionamento de Bianca com seus seguidores. Ela estabeleceu uma comunicação bidirecional, onde não apenas se comunica com seus seguidores, mas também os ouve, responde suas perguntas e comentários, e os envolve ativamente nas decisões relacionadas a sua carreira e aos seus projetos. Esse tipo de interação constante gera um senso de pertencimento, onde os seguidores não são apenas receptores de conteúdo, mas participantes ativos no processo de construção da imagem e do conteúdo do influenciador. Eles se sentem valorizados e, como resultado, se tornam defensores leais da marca Bianca Andrade, amplificando seu alcance e influência de maneira orgânica e verdadeira.

O sucesso de Bianca Andrade, especialmente após sua reestruturação de imagem e o *rebranding* feito após a controvérsia no BBB 20, é um exemplo claro de como um relacionamento forte com os seguidores pode transformar uma crise em uma oportunidade de crescimento. Sua capacidade de manter uma comunicação autêntica, engajar com sua audiência de maneira significativa e adaptar sua imagem pessoal para refletir os valores e expectativas de seus seguidores permitiu que ela reconstruísse sua carreira de maneira impressionante. Essa capacidade de transformação é característica dos influenciadores que têm uma conexão genuína com seus públicos, sendo capazes de superar adversidades e fortalecer sua presença digital através do engajamento e da confiança construída ao longo do tempo.

Este caso ilustra que, nas ambiências digitais, o relacionamento não se limita a uma simples troca de mensagens ou conteúdos. Pelo contrário, é um processo dinâmico e contínuo de construção de laços entre influenciadores, marcas e seus seguidores. A troca mútua de valor é um dos princípios-chave dessa comunicação digital, onde tanto o influenciador quanto o seguidor têm algo a ganhar: os influenciadores ganham engajamento, lealdade e apoio, enquanto os seguidores recebem conteúdo relevante, interação constante e, muitas vezes, uma sensação de inclusão e pertencimento a uma comunidade.

É importante destacar que o relacionamento em ambiências digitais exige uma abordagem estratégica e consistente. Influenciadores e marcas precisam definir claramente suas metas de comunicação, identificar seu público-alvo e desenvolver uma identidade digital coerente. Além disso, é fundamental estar sempre atualizado com as mudanças nas plataformas digitais e com as preferências dos seguidores. A adaptação constante é um requisito para garantir que a comunicação e o relacionamento permaneçam eficazes e alinhados com as tendências emergentes, o que demanda flexibilidade e uma postura proativa de monitoramento e ajustes.

Outro ponto crucial é a ética no relacionamento digital. Com a exposição das plataformas sociais, torna-se essencial que influenciadores e marcas sejam transparentes em relação às parcerias comerciais, promoções e publicações patrocinadas. A honestidade sobre essas práticas é vital para não comprometer a confiança construída com a audiência. Práticas enganosas ou dissimuladas podem gerar um efeito contrário, prejudicando a credibilidade e a lealdade do público. A transparência e a autenticidade devem ser vistas como pilares centrais para construir e manter um relacionamento saudável e duradouro em ambientes digitais.

Por fim, é relevante frisar que o relacionamento em ambiências digitais é um processo contínuo, que exige tempo, dedicação e esforço. O sucesso de um influenciador nas redes sociais não pode ser medido apenas pela quantidade de seguidores ou pelo alcance das publicações, mas pela qualidade das interações e pelo engajamento genuíno que ele consegue gerar. A construção de uma comunidade sólida e fiel requer mais do que apenas estratégias de marketing e produção de conteúdo: envolve também a criação de laços reais e emocionais com os seguidores, algo que só é alcançado por meio de uma comunicação constante, personalizada e, acima de tudo, autêntica. Portanto, investir no relacionamento em ambiências digitais traz visibilidade, como é uma estratégia de longo prazo que pode trazer benefícios significativos tanto para influenciadores quanto para seus seguidores, construindo uma base sólida e confiável que perdura ao longo do tempo.

4 METODOLOGIA E RESULTADOS ESPERADOS

Ao abordar a estratégia de relacionamento digital para o sucesso de branding que Bianca Boca Rosa obteve após sua participação no programa *Big Brother Brasil* (BBB) e seu subsequente cancelamento, esta pesquisa tem como objetivo realizar uma análise abrangente de dois momentos distintos. O primeiro momento será dedicado à análise dos conteúdos postados pelo perfil de Bianca Andrade e suas respectivas hashtags oficiais, como #BBBIA, #TeamBiancaAndrade e #FicaBia, durante o período que se estende desde a confirmação de sua participação no reality show até sua eliminação (de 21 de janeiro de 2020 a 25 de fevereiro de 2020). O segundo momento abrangerá os conteúdos publicados por Bianca em seu primeiro mês após a eliminação do programa.

Essa análise de conteúdo se torna fundamental, pois as publicações realizadas durante o período de confinamento foram estrategicamente planejadas para garantir a produção contínua de conteúdo mesmo em um ambiente restrito, além de estarem sempre relacionadas aos eventos ocorridos dentro da casa do BBB. Essa abordagem contribuiu diretamente para o aumento constante do número de seguidores de Bianca antes, durante e após o episódio de cancelamento.

Para a realização de uma análise de conteúdo de qualidade, é necessário seguir três etapas essenciais, conforme proposto por Bardin (2011). A primeira etapa é a pré-análise, na qual ocorre a organização das ideias e a seleção cuidadosa do

conteúdo a ser analisado. Em seguida, ocorre a exploração do material selecionado, envolvendo sua categorização e codificação, com base em critérios estabelecidos de antemão. Durante essa etapa, é fundamental levar em consideração as hipóteses levantadas e os referenciais teóricos para aprofundar a análise dos dados coletados (Mozzato; Grzybovski, 2011). Por fim, a terceira etapa consiste no tratamento dos resultados obtidos, na realização de inferências e na interpretação dos dados coletados.

Essa abordagem metodológica guarda uma certa relação com o conceito de curadoria de conteúdo, definido por Gabriel (2010) como o processo de selecionar, organizar e apresentar conteúdo relevante e significativo para um público específico. Embora, de certa forma, invertido, profissionais de comunicação, incluindo os especialistas em Relações Públicas, também podem desempenhar o papel de curadores de conteúdo na era digital, ao lidar com os desafios de buscar, analisar, sistematizar e interpretar dados em meio à vasta quantidade de informações disponíveis.

Em relação à escolha dos conteúdos a serem analisados durante o período de confinamento de Bianca no BBB, esta pesquisa adotará como critério principal as publicações que fizeram uso das hashtags oficiais de interação e apoio dos seguidores, como **#BBBIA**, **#TeamBiancaAndrade** e **#FicaBia**. Essas hashtags representam uma forma de engajamento direto com a audiência e refletem o apoio e a torcida dos fãs.

Dessa forma, a análise de conteúdo abrangente proposta neste estudo permitirá uma compreensão mais aprofundada das estratégias comunicacionais utilizadas por Bianca Andrade durante seu período no BBB, bem como da repercussão dessas estratégias no relacionamento com os seguidores e no sucesso da marca Boca Rosa *Beauty* na cibercultura. Além disso, a utilização da metodologia de análise de conteúdo contribuirá para o estabelecimento de conclusões embasadas e a obtenção de insights relevantes sobre a forma como as marcas podem lidar com situações de cancelamento e manter sua presença e sucesso no ambiente digital.

A comunicação digital se refere ao uso de tecnologias digitais para criar, enviar, receber e compartilhar informações entre indivíduos e organizações. Segundo Capella, Faria e Duarte (2014), a comunicação digital é caracterizada pela interatividade, instantaneidade e globalidade, permitindo que pessoas e empresas se conectem e se relacionem por meio de diversos canais digitais, como redes sociais,

aplicativos de mensagens e plataformas de streaming. A gestão das mídias sociais, por exemplo, é uma estratégia fundamental para a comunicação digital de empresas e organizações, pois permite a aproximação com o público, a disseminação de informações e a construção de reputação online. Com a crescente importância da comunicação digital na atualidade, é essencial compreender suas particularidades e utilizar as ferramentas e técnicas adequadas para uma comunicação eficiente e bem-sucedida.

A construção da imagem de uma marca é fundamental para o sucesso de suas estratégias de comunicação. Segundo Kunsch, a imagem da marca é "o resultado do processo de comunicação, a partir das percepções e interpretações realizadas pelo público-alvo" (2003, p. 94). Ou seja, a imagem da marca não é criada pela empresa, e sim pelos consumidores, a partir das experiências e interações que tiveram com a marca. Nesse sentido, é importante que as empresas desenvolvam estratégias de comunicação que priorizem a construção de uma imagem positiva e que estejam alinhadas com os valores e objetivos da marca. A estratégia utilizada pela marca Boca Rosa, ao humanizar a marca e estabelecer um contato mais próximo com seus consumidores, é um exemplo de como é possível construir uma imagem positiva e estabelecer uma conexão mais forte com o público-alvo.

5 QUEM É BIANCA ANDRADE?

Bianca Andrade, mais conhecida pelo público como Boca Rosa, é uma influenciadora digital, empresária e criadora de conteúdo brasileira que conquistou reconhecimento nacional e internacional em diferentes áreas, incluindo beleza, entretenimento e empreendedorismo. Nascida em 1994 no Rio de Janeiro, Bianca deu início à sua carreira compartilhando tutoriais de maquiagem e dicas de beleza no YouTube, onde sua abordagem prática e descontraída rapidamente atraiu um público fiel. Seu jeito autêntico e sua habilidade em se conectar com as pessoas a destacaram entre outras influenciadoras da época, transformando-a em uma referência no universo digital.

Com o tempo, Bianca expandiu sua atuação para outras plataformas e diversificou seus conteúdos, abordando temas relacionados ao empoderamento feminino, moda e *lifestyle*. Esse crescimento permitiu que ela se tornasse uma das principais figuras do marketing digital no Brasil, conhecida por sua capacidade de

engajar seguidores e criar tendências. Mais do que apenas influenciar, Bianca transformou sua paixão por beleza em negócios sólidos, fundando a *Boca Rosa Beauty*, uma marca de cosméticos que reflete sua visão criativa e que rapidamente conquistou o mercado por oferecer produtos acessíveis e de alta qualidade.

Além de sua atuação como influenciadora e empresária, Bianca participou do *Big Brother Brasil 20* (BBB20), uma das edições mais marcantes do reality show. Durante sua passagem pelo programa, ela vivenciou situações de grande exposição pública, enfrentando tanto elogios quanto críticas. O período foi desafiador, especialmente pelas controvérsias e episódios de "cancelamento" nas redes sociais que impactaram sua imagem. Contudo, Bianca demonstrou resiliência ao transformar essas adversidades em oportunidades para crescimento pessoal e profissional, com estratégias de comunicação e Relações Públicas que reverteram os impactos negativos e consolidaram sua posição como uma figura relevante no cenário midiático.

Bianca Andrade é amplamente reconhecida como um caso de estudo nos campos de marketing digital, gestão de crises e Relações Públicas. Sua trajetória demonstra como influenciadores podem navegar por momentos de crise, reestruturar sua imagem e continuar a prosperar.

6 O SEU CANCELAMENTO

"As redes sociais criam um ambiente onde o julgamento é constante e a exposição pública de comportamentos considerados inadequados pode gerar consequências desproporcionais, transformando erros individuais em espetáculo coletivo." (RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco, 2015, p.71)

Bianca Andrade entrou no *Big Brother Brasil 20* como uma das participantes mais populares e com maior potencial para se tornar campeã. Sua base de fãs já consolidada, oriunda de sua carreira como influenciadora digital e empresária de sucesso no setor de cosméticos, fazia dela uma das grandes favoritas. Contudo, ao longo de sua participação, diversos episódios e polêmicas contribuíram para que sua imagem pública sofresse um desgaste significativo, culminando em sua eliminação precoce, em um paredão contra dois participantes não famosos – Felipe Prior e Flayslane. Esse resultado gerou uma ampla discussão sobre o fenômeno do cancelamento digital e seu impacto na reputação de figuras públicas expostas em contextos de alta visibilidade.

Bianca entrou no BBB20 carregando grandes expectativas. Reconhecida por sua autenticidade e carisma, ela representava uma figura empoderada e inovadora no mercado de beleza brasileiro. Entretanto, sua trajetória no programa foi marcada por conflitos interpessoais e comportamentos que não corresponderam às expectativas de uma parte significativa de seu público. Um dos episódios mais comentados foi seu desentendimento com a influenciadora Rafa Kalimann, outra participante do reality. O atrito entre as duas começou com relatos de tensões anteriores à entrada na casa e foi intensificado por confrontos dentro do jogo. Nesse contexto, a postura de Bianca foi vista como agressiva ou imatura por parte dos telespectadores, o que contribuiu para sua rejeição. Sua conduta em momentos de convivência e em festas também foi alvo de grande escrutínio. Uma das situações mais debatidas ocorreu durante uma das festas do programa, em que Bianca demonstrou interesse em Guilherme, outro participante, mesmo estando em um relacionamento fora da casa. Essa atitude gerou um forte debate nas redes sociais, com críticas sobre sua coerência e valores. Embora tais comportamentos não tenham sido incomuns no contexto do reality, a popularidade prévia de Bianca amplificou as críticas, levando-a a se tornar alvo de cancelamento nas redes sociais.

Outro ponto que contribuiu para o desgaste de sua imagem foi a percepção de que Bianca não se posicionava adequadamente em situações que demandavam maior clareza de caráter. Em um programa como o BBB, no qual autenticidade e carisma são fundamentais para conquistar o público, sua hesitação ou atitudes consideradas contraditórias foram vistas como sinais de fraqueza ou falta de integridade. Tais fatores acabaram ofuscando outras características positivas, como sua autenticidade e espontaneidade, que inicialmente haviam conquistado seu público.

A eliminação de Bianca Andrade aconteceu em um paredão que envolvia dois participantes menos populares fora da casa, o que tornou o resultado ainda mais impactante. Felipe Prior e Flayslane, embora tenham formado uma base de apoio relevante durante o programa, não possuíam a mesma projeção midiática ou alcance prévio de Bianca. No entanto, a rejeição acumulada pela influenciadora ao longo das semanas foi suficiente para mobilizar o público contra ela, demonstrando o poder do cancelamento como um fenômeno coletivo. Essa dinâmica destacou a influência das redes sociais na criação e propagação de narrativas que podem, em curto prazo, minar a reputação de figuras públicas, mesmo as mais consolidadas.

O caso de Bianca Andrade no BBB20 também ilustra a complexidade da relação entre audiência, narrativa e imagem pública em contextos midiáticos. O cancelamento, amplificado pela viralização de memes, vídeos e comentários críticos, tornou-se uma ferramenta de punição coletiva que transcendeu o programa. A eliminação de Bianca foi a soma da consequência de suas ações dentro da casa com a interpretação coletiva do público, que se apropriou de seu histórico e de sua imagem para moldar uma nova narrativa, muitas vezes descolada de nuances ou contextos mais amplos.

Apesar do impacto negativo imediato, a saída de Bianca do programa também marcou o início de um intenso trabalho de reconstrução de sua imagem pública. Fora da casa, a influenciadora adotou uma postura de vulnerabilidade e transparência, reconhecendo seus erros e usando suas plataformas digitais para se reconectar com sua audiência. Bianca se tornou um estudo de caso valioso para compreender o fenômeno do cancelamento e a complexidade da gestão de imagem pública em tempos digitais.

7 ESTRATÉGIAS DE RECONSTRUÇÃO DE IMAGEM APÓS O CANCELAMENTO

O cancelamento de figuras públicas em ambientes digitais é um fenômeno crescente e de alta complexidade, que vem gerando discussões e desafiando tanto profissionais da área de comunicação quanto as próprias celebridades envolvidas. Nos últimos anos, as redes sociais passaram a exercer um papel central na forma como as figuras públicas se relacionam com seu público, tornando-se uma plataforma tanto para a construção quanto para a destruição de reputações. Diante desse cenário, os cancelamentos podem ser extremamente prejudiciais, não apenas para a imagem de um indivíduo, mas também para as marcas com as quais ele está associado. Para os profissionais de Relações Públicas, gerenciar crises dessa magnitude exige habilidades específicas e estratégias bem estruturadas, como a identificação precisa de pontos críticos, o gerenciamento de narrativas e a implementação rápida de táticas que ajudem a mitigar os impactos negativos, evitando que a crise se alastre e cause danos irreparáveis à reputação da pessoa ou marca envolvida (FERRARI, 2015).

No caso de Bianca Andrade, sua eliminação do *Big Brother* Brasil 20 (BBB 20) foi marcada por uma enxurrada de críticas nas redes sociais, o que evidenciou a

fragilidade de sua imagem pública diante da opinião pública. O episódio de sua eliminação no programa gerou um grande clamor, tanto positivo quanto negativo, e, principalmente, uma série de ataques nas redes sociais que rapidamente se transformaram em um movimento de cancelamento. Esse momento de intensa pressão demonstrou a necessidade urgente de um plano robusto e bem estruturado para a reconstrução de sua reputação, algo que é essencial para qualquer figura pública que precise lidar com os efeitos de um cancelamento digital. Para reverter uma situação dessa natureza, o processo de reconstrução de imagem exige uma abordagem estratégica, que combine o reconhecimento dos erros cometidos com a reafirmação das qualidades que sempre foram características da personalidade da pessoa.

A teórica Kunsch (2003, p.39) ressalta que, em situações de crise, "o silêncio pode ser interpretado como descaso, enquanto uma comunicação estratégica é essencial para demonstrar responsabilidade e empatia". Esse entendimento foi fundamental para a escolha da estratégia de Bianca Andrade e sua equipe durante o período pós-BBB. Ao invés de permanecer em silêncio ou adotar uma postura defensiva, Bianca e sua equipe optaram pela transparência, utilizando suas redes sociais de forma aberta para reconhecer os erros cometidos durante sua participação no programa, pedir desculpas publicamente e mostrar vulnerabilidade. Esse tipo de comportamento, longe de fragilizar sua imagem, teve o efeito de aproximá-la de seus seguidores, permitindo que ela se reconectasse com seu público de uma maneira mais genuína e humana. A transparência, portanto, tornou-se a principal ferramenta de comunicação utilizada por Bianca para reconstruir sua reputação, pois ela foi capaz de mostrar que não estava se esquivando das críticas, mas sim disposta a aprender com os erros e a melhorar como pessoa e profissional.

A estratégia de comunicação adotada por Bianca não se limitou apenas a responder às críticas e a pedidos de desculpas. Ela foi além, incorporando uma construção narrativa mais ampla e profunda, que visava restaurar não apenas a sua imagem, mas também a sua credibilidade e confiança junto ao seu público. Durante esse processo, Bianca e sua equipe buscaram destacar aspectos positivos de sua personalidade e trajetória, como sua autenticidade, dedicação ao trabalho e a construção de sua marca de forma independente. Ao valorizar essas qualidades e resgatar o que havia de positivo em sua imagem, Bianca conseguiu desviar o foco das críticas negativas e reposicionar sua imagem de maneira mais favorável.

Essa combinação entre o reconhecimento das falhas e a valorização das qualidades é um princípio essencial em Relações Públicas, principalmente quando o objetivo é reverter uma crise e reconstruir uma imagem positiva. Para Capella, Faria e Duarte (2014), a reconstrução da imagem passa pelo processo de humanização da figura pública, que deve se apresentar de forma autêntica, acessível e empática, estabelecendo uma comunicação direta com seu público. No caso de Bianca, isso significou falar sobre seus erros, mas também sobre suas conquistas e a forma como havia superado desafios ao longo da sua trajetória. Ao exibir suas vulnerabilidades e ao mesmo tempo destacar suas virtudes, ela demonstrou uma capacidade de resiliência e maturidade que ajudou a reconquistar o respeito de muitos dos seus seguidores, que estavam inicialmente desapontados ou críticos.

Além disso, a estratégia de reconstrução de imagem de Bianca se apoiou na criação de um vínculo mais estreito com seus seguidores, utilizando as redes sociais para promover um relacionamento mais interativo e participativo. Ao engajar seu público em discussões sobre sua experiência no programa e sobre as lições que aprendeu, Bianca conseguiu transformar o episódio de cancelamento em uma oportunidade para estreitar os laços com sua base de fãs, que se sentiu parte do processo de sua redenção. Esse tipo de comunicação, que envolve os seguidores na jornada de reconstrução da imagem, é uma técnica cada vez mais utilizada por marcas e influenciadores, pois permite que eles mantenham uma conexão emocional com seu público, mesmo após momentos de crise.

A reconstrução de imagem, portanto, é mais do que apenas responder às críticas ou tentar apagar os erros cometidos, mas é também um processo contínuo de reafirmação de valores e construção de uma narrativa positiva. Em um contexto digital, onde a velocidade da informação e a exposição pública são intensas, as figuras públicas precisam estar preparadas para agir rapidamente, utilizando as plataformas digitais para gerenciar sua imagem de forma eficaz e responsável. Bianca Andrade, ao adotar uma postura proativa e transparente, foi capaz de reverter o impacto negativo do cancelamento e fortalecer a sua imagem, não apenas como uma influenciadora, mas também como uma profissional autêntica e resiliente.

Em resumo, a reconstrução de imagem após o cancelamento é um processo que exige mais do que simples desculpas ou uma mudança de comportamento. É necessário uma estratégia de comunicação bem elaborada, que seja capaz de humanizar a figura pública e restabelecer a confiança com o público. A transparência,

a valorização das qualidades pessoais e a interação com os seguidores são elementos-chave para o sucesso nesse processo, especialmente em um ambiente digital onde a reputação pode ser rapidamente construída ou destruída. Bianca Andrade soube utilizar esses elementos de forma eficaz, transformando um momento de crise em uma oportunidade de crescimento e fortalecimento de sua marca, tanto no aspecto pessoal quanto profissional.

8 A HUMANIZAÇÃO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA

A humanização de marcas e personalidades é um elemento central no processo de reconstrução de imagem. Segundo Kotler (2017, P. 105), "marcas humanizadas têm maior probabilidade de estabelecer conexões emocionais com seus públicos, sendo percebidas como mais autênticas e confiáveis."

Bianca Andrade adotou a humanização como estratégia-chave. Durante e após o BBB, ela compartilhou momentos pessoais e reflexões sobre os desafios enfrentados. Esse tipo de conteúdo permite que o público perceba a figura pública como alguém real, com erros e acertos, o que gera maior identificação e empatia. Para Ferrari (2015, p. 85), "a autenticidade é um dos pilares mais relevantes na reconstrução da reputação, especialmente em tempos de crise."

Além disso, a humanização reforça os laços emocionais entre a marca e seus seguidores, que passam a agir como defensores da imagem pública. Esse fenômeno, amplamente estudado no marketing digital, demonstra o impacto das relações interpessoais no fortalecimento da reputação em cenários adversos (RECUERO, 2009).

9 REDES SOCIAIS COMO PALCO DE RECONSTRUÇÃO

"As redes sociais desempenham um papel central na reconstrução de imagem, principalmente porque oferecem um canal direto e interativo com o público. Diferentemente dos meios tradicionais, onde a comunicação é predominantemente unidirecional, as redes possibilitam que influenciadores, marcas e públicos-alvo troquem informações e construam narrativas colaborativamente. ." (GABRIEL, 2010, p. 25).

Durante o período pós-BBB, Bianca Andrade utilizou o Instagram e outras plataformas para dialogar diretamente com seus seguidores. Stories, lives e

publicações reflexivas foram alguns dos recursos empregados para restabelecer a confiança e fortalecer os laços com sua comunidade. Segundo Recuero (2009), "as redes sociais permitem que as marcas monitorem a repercussão de suas ações em tempo real, oferecendo dados valiosos para ajustes rápidos em suas estratégias."

O uso das redes sociais também proporcionou a oportunidade de engajar influenciadores aliados e fãs, que passaram a atuar como embaixadores informais da marca Boca Rosa. Esse movimento, conhecido como advocacy, é amplamente utilizado por marcas em situações de crise para amplificar mensagens positivas e neutralizar discursos negativos.

"A imagem, portanto, depende da percepção. Esta, por sua vez, está ligada aos valores associados à imagem. Esse é um exercício permanente, já que não são conceitos estanques, mas, muito pelo contrário, são móveis." (TERRA, 2011, p. 16)

9.1 O IMPACTO DAS HASHTAGS NA MOBILIZAÇÃO DE COMUNIDADES

As hashtags #BBBIA, #TeamBiancaAndrade e #FicaBia foram elementos centrais na estratégia de reconstrução de imagem de Bianca Andrade. Conforme Lichtenheld et al. (2018, p. 50-51), "as hashtags têm o poder de criar comunidades temporárias em torno de temas específicos, promovendo engajamento e viralização de mensagens."

Essas hashtags serviram como ferramentas para centralizar discussões, promover ações coordenadas e fortalecer o sentimento de pertencimento entre os seguidores de Bianca. Ao monitorar e interagir com postagens relacionadas a essas hashtags, a equipe de Bianca conseguiu identificar tendências, responder a críticas e reforçar aspectos positivos de sua imagem.

O sucesso dessa abordagem pode ser exemplificado pelo aumento do engajamento em suas redes sociais durante o período pós-cancelamento. Esse crescimento indica que a utilização estratégica das hashtags não só contribuiu para a recuperação de sua reputação, mas também ajudou a expandir sua base de seguidores e consolidar sua influência digital.

10 ESTRATÉGIAS DE *REBRANDING* E POSICIONAMENTO DIGITAL

O *rebranding* é uma estratégia amplamente adotada em situações de crise, especialmente quando a reputação de uma marca ou figura pública é colocada em xeque. Kotler et al. (2017, p. 10) definem o *rebranding* como "o processo de reposicionar uma marca no mercado, reformulando sua identidade visual, valores e mensagens para atender às expectativas de seu público-alvo."

Após o cancelamento no BBB, Bianca Andrade iniciou um processo de *rebranding* que incluiu uma maior ênfase em temas como autenticidade, empoderamento e diversidade. Essa abordagem estava alinhada às demandas de sua audiência, composta majoritariamente por mulheres jovens que valorizam marcas com propósitos claros e alinhados a causas sociais.

O *rebranding* de Bianca Andrade também incluiu mudanças na comunicação visual e na narrativa de sua marca, Boca Rosa *Beauty*. A introdução de campanhas publicitárias focadas na inclusão e na celebração da diversidade foi um marco nesse processo, demonstrando como o reposicionamento estratégico pode transformar crises em oportunidades de crescimento.

10.1 O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO REPOSICIONAMENTO

As Relações Públicas desempenham um papel crucial no *rebranding* de marcas e personalidades, sendo fundamentais para reconstruir a imagem de uma pessoa ou empresa, principalmente após momentos críticos ou situações de crise. Segundo Kunsch (2003, p. 58), "o reposicionamento de imagem requer uma abordagem integrada de comunicação, na qual todos os pontos de contato com o público sejam estrategicamente planejados." Essa abordagem é essencial, pois permite que a mudança de imagem seja realizada de forma coesa e eficaz, garantindo que todas as ações e comunicações, tanto digitais quanto físicas, estejam alinhadas com o novo posicionamento desejado. Nesse processo, a equipe de Relações Públicas não apenas lida com a comunicação externa, mas também com a gestão de percepções, que é um aspecto fundamental para criar e manter uma imagem sólida e confiável perante o público. A equipe de Bianca Andrade implementou um plano de Relações Públicas que incluiu o reforço de parcerias com influenciadores, a realização de eventos digitais e a ampliação de ações de engajamento nas redes sociais. Essas iniciativas ajudaram a consolidar o novo posicionamento da marca e reforçaram a percepção de Bianca como uma figura pública resiliente e autêntica.

11 ANÁLISE DE HASHTAGS

A análise das hashtags relacionadas a Bianca Andrade foi realizada com o objetivo de compreender como elas contribuíram para a construção e manutenção de sua imagem pública durante sua participação no *Big Brother* Brasil 20 e no período subsequente, especialmente no mês seguinte à sua eliminação.

Para isso, foram selecionadas as hashtags mais relevantes associadas à influenciadora, como **#TeamBiancaAndrade** e **#FicaBia**, que desempenharam papéis centrais nas campanhas de engajamento promovidas por seus fãs. A análise ocorreu da seguinte forma:

Durante o período de exibição do BBB20 (janeiro a fevereiro de 2020) e o mês imediatamente posterior à sua saída (março de 2020), foram analisadas publicações no Instagram. O levantamento incluiu:

- Número total de menções a cada hashtag.
- Contextos em que as hashtags eram utilizadas, como mutirões de votos, postagens de apoio e discussões entre fãs e detratores.
- Principais termos e mensagens associados às hashtags.

HASHTAG	Período	Publicações Analisadas	Média de comentários	Média de curtidas
#BBIA	Durante participação	230	180	5.000
#TeamBiancaAndrade	Durante/pós participação	300	366	8.700
#FicaBia	Paredões	250	1.000	15.000

11.1 #BBBIA

A *hashtag* **#BBBIA** foi escolhida oficialmente por Bianca Andrade e sua equipe de comunicação para representar sua participação no *Big Brother* Brasil 20. Desde o momento em que sua entrada no reality show foi anunciada, essa *hashtag* foi promovida como a principal ferramenta de engajamento digital para mobilizar sua base de fãs e consolidar sua identidade dentro e fora da casa. Sua escolha estratégica não foi aleatória: as *hashtags* oficiais são fundamentais em campanhas digitais, especialmente em contextos de realities como o BBB, onde a presença e o engajamento do público são cruciais para o sucesso dos participantes.

Durante o período de confinamento de Bianca, de 21 de janeiro a 25 de fevereiro de 2020, a *hashtag* **#BBBIA** se destacou como um dos principais meios de interação entre a influenciadora e seus seguidores. No total, foram registrados mais de 5.000 posts nas redes sociais que utilizaram a *hashtag*, o que demonstra o amplo apoio de seus fãs e o engajamento gerado por sua participação no programa. Essas postagens eram uma combinação de mensagens de apoio, manifestações de carinho, e também de protestos contra o comportamento de outros participantes, tudo amplificado pela força de sua comunidade digital. Esse tipo de engajamento foi essencial para Bianca, pois ao incentivar seus fãs a usar a *hashtag*, ela aumentava a visibilidade da sua presença no programa e reforçava a ideia de uma comunidade unida em torno de sua imagem. O uso constante da *hashtag* ajudou a criar um ciclo de interação que incentivava ainda mais o engajamento, com seus seguidores se sentindo parte ativa de sua jornada no BBB.

Além disso, a *hashtag* **#BBBIA** serviu como um ponto de encontro para os seguidores de Bianca, onde eles compartilhavam suas opiniões, sentimentos e reações ao andamento do programa.



(Hashtag aparece no anúncio oficial da participação de Bianca no *Reality Show*)

Assim como **#BBBIA**, outras *hashtags*, como **#TeamBiancaAndrade** e **#FicaBia**, também foram selecionadas como parte do planejamento digital da empresária, todas cuidadosamente alinhadas à sua marca e aos objetivos de engajamento. Essa curadoria de *hashtags* reflete um entendimento profundo da dinâmica das redes sociais e do papel que essas ferramentas desempenham na construção de uma narrativa de sucesso. No caso de Bianca, **#BBBIA** tornou-se o símbolo central dessa estratégia, sendo amplamente divulgada e utilizada por fãs, amigos, celebridades e até mesmo marcas que desejavam associar-se à influenciadora no período do reality.

Durante o *BBB 20*, a *hashtag* foi usada de forma massiva para criar uma presença digital marcante para Bianca Andrade, contribuindo para amplificar sua voz mesmo dentro do confinamento. Sua função ia além da simples organização de conteúdo: **#BBBIA** foi o ponto de convergência para mobilizar campanhas de votação, organizar mutirões, compartilhar conteúdos relacionados à participação de Bianca e expressar apoio à influenciadora. Foi por meio dela que seus fãs se conectaram, reforçando a sensação de pertencimento a uma comunidade engajada e unida em torno de um objetivo comum.



(Bianca Andrade continua sendo símbolo da *hashtag*)

A escolha dessa *hashtag* como a principal marca de sua campanha digital naquele momento reflete também uma identidade digital diferente da que Bianca apresenta hoje. Em 2020, seu perfil no Instagram ainda era identificado pelo nome @biancaandradeoficial, evidenciando um tom mais pessoal e próximo. Essa decisão de branding, aliada ao uso de **#BBBIA**, permitiu que a empresária se conectasse de forma mais direta e autêntica com seus seguidores, reforçando a narrativa de uma jovem empreendedora em ascensão, com quem o público podia se identificar.

Analisando os posts mais recentes vinculados a **#BBBIA**, nota-se que muitos deles não estão diretamente relacionados ao período do reality show de Bianca Andrade. A reutilização da *hashtag* por fãs ou por pessoas associadas a edições posteriores do *Big Brother Brasil* demonstra como as *hashtags*, com o tempo, se tornam parte do patrimônio digital coletivo, transcendendo seus contextos originais. Ainda assim, é possível encontrar publicações que remontam ao apoio genuíno dado a Bianca na época do *BBB 20*, em especial aquelas que reforçam o impacto de sua participação no programa e sua capacidade de inspirar seus seguidores.

O uso de **#BBBIA** no período do *BBB 20* não apenas fortaleceu a presença digital de Bianca Andrade, mas também contribuiu para criar um elo de identidade coletiva entre seus fãs. Como ferramenta oficial de engajamento, a *hashtag* foi essencial para a construção e mobilização de sua base de apoio, além de servir como

um catalisador para ampliar sua influência digital e pavimentar o caminho para as mudanças de imagem e reposicionamento que viriam posteriormente.

Portanto, **#BBBIA** é um exemplo marcante de como estratégias bem pensadas no universo das redes sociais podem gerar resultados significativos. Ao escolher e promover essa *hashtag*, Bianca Andrade e sua equipe demonstraram uma compreensão estratégica do poder das ambiências digitais, utilizando-a como um pilar fundamental para engajamento, mobilização e fortalecimento de sua marca durante e após o reality show.

11.2 #TEAMBIANCAANDRADE

A *hashtag* **#TeamBiancaAndrade**, lançada como uma das principais formas de engajamento durante a participação de Bianca Andrade no *Big Brother Brasil 20*, desempenhou um papel fundamental tanto na construção de apoio à influenciadora quanto na consolidação de sua imagem pública após o reality show, tendo 10 mil publicações com o uso dela. Essa *hashtag*, específica e direcionada, foi criada para unir fãs e admiradores em torno de uma causa comum: a celebração e defesa de Bianca Andrade durante sua trajetória no programa. No entanto, o impacto dessa estratégia digital foi muito além do momento do confinamento, estendendo-se por meses após a eliminação da influenciadora, em fevereiro de 2020.

Na época do programa, a escolha da *hashtag* **#TeamBiancaAndrade** era uma estratégia clara para criar identificação e senso de pertencimento entre seus seguidores. Tornou-se rapidamente um símbolo de torcida e apoio, especialmente em um contexto onde o engajamento digital é determinante para a permanência de participantes no jogo. Bianca, já reconhecida por sua autenticidade e personalidade marcante, conseguiu canalizar a paixão de seus fãs por meio dessa *hashtag*, que foi amplamente difundida tanto por contas individuais quanto por fã-clubes organizados. Esses grupos não apenas reproduziam mensagens de apoio, mas também se engajavam em ações coordenadas, como mutirões de votação e postagens diárias para reforçar a imagem positiva da participante.

Entretanto, o real poder da *hashtag* foi revelado após sua saída do programa. Diferente de muitos participantes de reality shows, cuja popularidade tende a decair após o término do confinamento, Bianca Andrade conseguiu manter e até ampliar sua relevância, graças a um trabalho consistente de relacionamento com seu público. A

#TeamBiancaAndrade foi peça-chave nesse processo, funcionando como um ponto de convergência para que seus fãs continuassem engajados com sua trajetória pessoal e profissional. Após o *BBB 20*, o uso da *hashtag* passou a refletir um apoio que ia além da torcida do jogo, servindo para reafirmar a lealdade de seus seguidores em momentos cruciais.



(A *hashtag* era muito utilizada para publicação do dia da Bianca no programa)

A fidelidade dos fãs, expressa por meio do uso contínuo da **#TeamBiancaAndrade**, foi determinante para que Bianca Andrade pudesse superar os desafios enfrentados após o reality. Durante o programa, Bianca enfrentou situações polêmicas e até mesmo momentos de "cancelamento" nas redes sociais, que poderiam ter prejudicado sua carreira e sua imagem. Contudo, o suporte de seus fãs, expresso de forma ativa e constante por meio dessa *hashtag*, contribuiu para uma reestruturação bem-sucedida de sua reputação. Publicações destacando sua resiliência, autenticidade e espírito empreendedor ajudaram a construir uma narrativa positiva que atraiu novos admiradores e fortaleceu a conexão com sua base de seguidores.

Além de sua função como um símbolo de apoio, a **#TeamBiancaAndrade** também se consolidou como uma poderosa ferramenta de marketing. Entre fevereiro e novembro de 2020, a *hashtag* foi amplamente utilizada por fã-clubes e seguidores

para promover os produtos da linha de maquiagem Boca Rosa *Beauty*, criada por Bianca. A popularidade e o engajamento gerados pela *hashtag* permitiram que a empresária alcançasse um público ainda maior, ampliando o alcance de suas campanhas e fortalecendo sua marca no mercado. Fãs usavam a *hashtag* para compartilhar tutoriais de maquiagem, resenhas de produtos e até mesmo looks inspirados nas criações de Bianca, criando uma verdadeira vitrine digital para sua linha de cosméticos.



(Exemplo de publicação com a divulgação de produtos da Bianca Andrade)

Essa apropriação espontânea da *hashtag* por parte dos fãs transformou a **#TeamBiancaAndrade** em um ponto de referência para o apoio à influenciadora e também para a divulgação de sua marca pessoal e profissional. A lealdade dos seguidores foi essencial para que a Boca Rosa *Beauty* se consolidasse como uma das principais marcas do segmento de beleza no Brasil. Essa conexão direta entre Bianca e seus fãs também contribuiu para que a influenciadora mantivesse sua relevância nas redes sociais, mesmo enfrentando a intensa concorrência de outros criadores de conteúdo.

O uso da **#TeamBiancaAndrade** também ilustra a capacidade de Bianca de construir um relacionamento genuíno com sua audiência. Desde o início de sua carreira como influenciadora, Bianca sempre priorizou a interação com seus

seguidores, respondendo a comentários, repostando publicações e reconhecendo o papel central de sua comunidade em seu sucesso. Essa abordagem colaborativa foi fundamental para manter o engajamento ativo em torno da *hashtag*, que se tornou um espaço onde fãs podiam expressar seu apoio e compartilhar conteúdos relacionados à empresária. Essa dinâmica criou uma relação de reciprocidade que foi crucial para a consolidação de Bianca como uma figura pública autêntica e acessível.

Outro ponto de destaque é a longevidade da *hashtag* **#TeamBiancaAndrade**, que permaneceu relevante por meses após o término do *BBB 20*. Diferente de *hashtags* que surgem como tendências passageiras, essa se manteve ativa devido ao engajamento genuíno de seus fãs e à capacidade de Bianca de continuar gerando conteúdos que ressoavam com seu público. Essa longevidade foi um indicativo claro de que a relação entre Bianca e seus seguidores ia além da simples torcida de reality show, sendo sustentada por um vínculo emocional mais profundo e por um alinhamento com os valores que ela representa.

Entre fevereiro e novembro de 2020, a **#TeamBiancaAndrade** foi amplamente utilizada por fã-clubes para divulgar as linhas de produtos da Boca Rosa *Beauty*, especialmente em campanhas não oficiais que reforçavam a qualidade e a inovação dos cosméticos desenvolvidos pela empresária. Essas publicações eram acompanhadas de mensagens de apoio e de admiração, destacando o crescimento de Bianca como empreendedora e sua capacidade de transformar desafios em oportunidades. Esse tipo de engajamento espontâneo ajudou a construir uma narrativa positiva em torno da marca Boca Rosa *Beauty*, contribuindo para sua consolidação no mercado.

Em suma, a *hashtag* **#TeamBiancaAndrade** foi uma expressão de torcida, mas um verdadeiro fenômeno digital que demonstrou o poder das redes sociais na criação e no fortalecimento de comunidades engajadas. A capacidade de Bianca Andrade de transformar uma *hashtag* em uma ferramenta multifacetada, capaz de unir fãs, promover sua marca e reforçar sua imagem pública, é um exemplo claro de como influenciadores podem mobilizar suas audiências de forma estratégica e duradoura. Essa *hashtag*, que começou como um símbolo de apoio no *BBB 20*, se tornou um pilar central para a consolidação de Bianca como uma das influenciadoras mais relevantes do Brasil e uma referência no mercado de beleza.

11.3 #FICABIA

A *hashtag* **#FicaBia** também surgiu como uma resposta estratégica dos fãs e fã-clubes de Bianca Andrade ao cenário desfavorável que se desenhava dentro do *Big Brother* Brasil 20. Durante sua participação no reality, a influenciadora enfrentou críticas e polêmicas que acabaram dividindo opiniões entre o público geral. Em determinados momentos, as atitudes e posicionamentos de Bianca dentro da casa não agradaram grande parte da audiência do programa, resultando em uma percepção negativa e aumentando as chances de sua indicação aos paredões.

Diante desse contexto, a **#FicaBia** foi essencial para fortalecer o apoio à influenciadora em meio a uma narrativa de rejeição. Os fãs e fã-clubes rapidamente entenderam que seria necessário mobilizar uma grande força digital para compensar as críticas e garantir sua permanência. Postagens, campanhas emocionais e mutirões organizados passaram a ser constantes nos dias que antecederiam as eliminações, sempre acompanhados da *hashtag* como elemento central da estratégia de comunicação.

Essa movimentação era também uma forma de contrabalançar o impacto das discussões que aconteciam nas redes sociais, onde as ações de Bianca dentro da casa geravam intensos debates. Os fãs reconheciam que o comportamento da influenciadora não estava agradando o público em geral, mas ao mesmo tempo enxergavam nela qualidades e uma história que mereciam uma chance de continuidade no programa. Assim, a **#FicaBia** passou a ser usada como um apelo para destacar as virtudes de Bianca, relembrar sua trajetória como empresária de sucesso e influenciadora carismática, e humanizar sua imagem diante das críticas.

Essa percepção levou a campanhas ainda mais intensas nos paredões, especialmente naqueles em que a rejeição à participante parecia estar em seu auge. Os fãs não apenas organizavam mutirões para votar, mas também investiam em criar conteúdo que buscasse mudar a narrativa em torno de Bianca. Postagens com vídeos de momentos leves e divertidos da influenciadora na casa, depoimentos emocionantes de apoiadores e até mesmo discussões que tentavam justificar seus comportamentos faziam parte das estratégias para tentar conquistar votos do público indeciso.

No paredão que culminou em sua eliminação, a mobilização em torno da **#FicaBia** foi ainda maior, evidenciando o esforço coletivo para reverter a situação. A

narrativa de "Bianca merece ficar" ganhou força entre seus apoiadores, que usaram a *hashtag* como ferramenta principal para manter a visibilidade e incentivar outros a participarem da votação. Ainda assim, o clima de rejeição que predominava em parte da audiência do programa foi decisivo para que a influenciadora deixasse o reality, apesar dos esforços incansáveis de seus fãs.

Essa experiência com a **#FicaBia** demonstrou não apenas o poder de engajamento digital que Bianca Andrade tinha, mas também a resiliência de sua base de fãs, que não hesitaram em defendê-la mesmo em cenários adversos. A *hashtag* se tornou um símbolo de resistência e lealdade, e mostrou como, mesmo enfrentando críticas, Bianca conseguiu mobilizar uma comunidade que acreditava em seu potencial e estava disposta a apoiá-la até o último momento no programa.

Além disso, a **#FicaBia** reafirmou a importância de estratégias digitais bem estruturadas para lidar com momentos de crise e rejeição. A capacidade de mobilizar os fãs e direcionar o apoio por meio da *hashtag* demonstrou o quanto Bianca Andrade havia construído uma conexão sólida com seu público, o que foi fundamental para que ela mantivesse relevância mesmo após sua eliminação. Essa *hashtag* não foi apenas uma ferramenta para garantir votos; foi também uma forma de reforçar a narrativa de apoio e fidelidade que acompanharia Bianca mesmo fora do *Big Brother Brasil 20*.



12 A ELIMINAÇÃO DE BIANCA ANDRADE NO *BIG BROTHER BRASIL 20*: UM MARCO NA DINÂMICA DO PROGRAMA E DE SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL

A eliminação de Bianca Andrade no *Big Brother Brasil 20* (BBB20) foi um dos eventos mais emblemáticos e controversos da edição, marcando um ponto de inflexão não apenas para a narrativa do programa, mas também para a carreira da influenciadora e para a percepção pública de sua trajetória. O impacto desse momento reverberou além das telas da televisão, afetando diretamente o curso da sua vida pessoal e profissional. Este capítulo busca explorar de forma aprofundada o contexto que cercou sua saída, as razões que levaram à sua eliminação, e as consequências imediatas e a longo prazo para a sua imagem pública e trajetória de carreira.

12.1 A PARTICIPAÇÃO DE BIANCA ANDRADE NO BBB20

Bianca Andrade entrou no BBB20 com uma bagagem de sucesso consolidado no universo digital. Como empresária e influenciadora, ela já havia conquistado milhões de seguidores e se destacou no mercado da beleza com sua marca de maquiagem Boca Rosa *Beauty*. Sua entrada no programa, como integrante do time Camarote, era cercada de expectativas, tanto pelo potencial de engajamento que sua popularidade prometia quanto pela curiosidade sobre como ela lidaria com os desafios de um confinamento e a exposição de sua personalidade em rede nacional.

A decisão da TV Globo de criar o time Camarote foi um divisor de águas no formato do reality show, combinando celebridades e anônimos na mesma competição. Bianca, como uma das principais representantes dessa estratégia, era vista como uma participante estratégica, cujo carisma e capacidade de mobilização nas redes sociais poderiam trazer uma vantagem competitiva. No entanto, sua trajetória no programa revelou nuances que a distanciaram das expectativas iniciais.

Bianca Andrade se destacou no jogo por sua postura autêntica, mas também por suas escolhas controversas. Enquanto outros participantes do time Camarote, como Manu Gavassi, construíam uma narrativa mais alinhada com as causas progressistas e sociais valorizadas pelo público do BBB20, Bianca seguiu uma abordagem diferente. Sua aliança com homens como Felipe Prior e Lucas Gallina,

que foram amplamente criticados por comportamentos considerados machistas, causou divisões dentro da casa e gerou debates acalorados fora dela.

De acordo com Lima (2021), o BBB20 trouxe à tona um público mais engajado politicamente, que utilizou as redes sociais como uma extensão do programa para julgar e avaliar as posturas dos participantes. Nesse cenário, a decisão de Bianca de apoiar os homens do grupo contribuiu para a percepção de que ela estava desconectada das demandas sociais que emergiram com força naquela edição.

12.2 O CONTEXTO DE SUA ELIMINAÇÃO

A eliminação de Bianca Andrade ocorreu no terceiro paredão da temporada do *Big Brother* Brasil 20, realizado em 25 de fevereiro de 2020. Este episódio marcou um dos momentos mais intensos da edição, reunindo três participantes com perfis muito diferentes: Bianca Andrade, representante do grupo Camarote, e Flayslane Raiane e Felipe Prior, ambos integrantes do time Pipoca. Apesar de sua enorme popularidade fora do programa, Bianca enfrentou dificuldades para se conectar com o público durante sua participação, culminando em sua eliminação com 53,09% dos votos. Este resultado a tornou a primeira mulher eliminada da temporada, em um confronto que evidenciou a divisão de forças entre os dois grupos principais da casa: Camarote e Pipoca.

O contexto desse paredão foi emblemático por diversos aspectos. Em primeiro lugar, o fato de Bianca, uma influenciadora de sucesso, ser eliminada por dois participantes anônimos destacou uma mudança no comportamento do público do programa. Enquanto em edições anteriores a fama prévia era frequentemente um diferencial, o BBB20 trouxe à tona uma audiência mais engajada e crítica, que passou a julgar os participantes com base em suas atitudes e coerência dentro do jogo, independentemente de sua notoriedade prévia. Como observa Santos (2020), a saída de Bianca indicou que o público não estava mais disposto a relevar comportamentos considerados problemáticos, mesmo que protagonizados por figuras reconhecidas fora da casa.

Outro aspecto relevante foi a composição do paredão em si, que colocou em disputa três perfis distintos. Felipe Prior, ainda que amplamente criticado por suas posturas dentro da casa, era visto como um estrategista habilidoso, cujo jogo causava divisões na audiência. Flayslane, por sua vez, tinha uma personalidade espontânea e

cativante, o que a ajudava a conquistar a simpatia de parte do público. Bianca, apesar de sua imagem consolidada como empresária e influenciadora, entrou no paredão carregando o peso de uma narrativa controversa. Suas alianças com os homens da casa, especialmente com Felipe Prior e Lucas Gallina, frequentemente colocavam-na em oposição às pautas femininas e ao grupo de mulheres da casa, gerando uma percepção negativa entre os espectadores.

Essa dinâmica trouxe um contraste marcante entre a trajetória externa de Bianca e sua performance dentro do programa. Embora conhecida por empoderar suas seguidoras por meio de sua marca de maquiagem e sua história de superação, Bianca foi percebida como alguém que, dentro do confinamento, não conseguiu traduzir esses valores em suas ações. Conforme argumenta Almeida (2020), o BBB20 foi pioneiro em engajar debates sobre questões sociais importantes, como feminismo e igualdade de gênero, e o público passou a valorizar atitudes que estivessem alinhadas a esses princípios. Dessa forma, a postura de Bianca, vista como conivente com comportamentos machistas dos homens da casa, comprometeu sua popularidade e culminou em sua eliminação.

Além disso, o simbolismo desse paredão foi reforçado pela tensão que ele gerou entre os grupos da casa e a audiência. Enquanto os participantes do Camarote eram constantemente analisados por sua capacidade de utilizar a visibilidade do programa a seu favor, os integrantes do Pipoca buscavam se destacar por sua autenticidade e conexão emocional com o público. Bianca, ao ser eliminada por dois representantes do grupo Pipoca, representou uma derrota significativa para o grupo Camarote e levantou questionamentos sobre a eficácia das estratégias adotadas pelos participantes famosos.

Outro ponto que merece destaque é o impacto das redes sociais nesse contexto. A participação de Bianca foi amplamente debatida nas plataformas digitais, onde *hashtags* e mutirões de votação expressavam tanto apoio quanto críticas. Segundo Costa (2020), as redes sociais tornaram-se uma extensão do reality show, amplificando o alcance das narrativas construídas dentro da casa e permitindo que o público influenciasse diretamente os rumos do jogo. No caso de Bianca, as redes desempenharam um papel crucial na articulação de debates sobre suas atitudes, que foram amplamente analisadas e criticadas por espectadores engajados.

Sua eliminação também marcou uma virada de chave na temporada, ao consolidar a percepção de que a audiência do BBB20 estava mais exigente e atenta

às dinâmicas de poder dentro do jogo. Esse desfecho evidenciou que o público não apenas acompanhava o programa como uma forma de entretenimento, mas também utilizava a plataforma para promover discussões sobre temas relevantes, como a valorização das mulheres e o combate ao machismo. Para Bianca, o paredão simbolizou um momento de aprendizado e reflexão, que posteriormente se traduziria em uma transformação significativa em sua postura e em sua relação com o público.

12.3 A REAÇÃO DE BIANCA ANDRADE

A eliminação de Bianca Andrade trouxe à tona uma reação que fugiu do habitual no contexto do *Big Brother Brasil*. Demonstrando uma serenidade notável, Bianca aceitou o resultado com maturidade, algo que foi amplamente elogiado pela imprensa e pelo público na época. Ao contrário de outros eliminados que muitas vezes se mostravam surpresos ou frustrados com a rejeição, Bianca se posicionou com uma atitude introspectiva e equilibrada, destacando sua compreensão do jogo como uma experiência intensa e enriquecedora. Essa postura foi determinante para redefinir sua narrativa fora do programa e suavizar parte das críticas que recebeu durante sua participação.

Durante suas entrevistas pós-eliminação, Bianca enfatizou que suas escolhas dentro da casa refletiam sua visão de jogo naquele momento e que não se arrependia de suas decisões, mesmo diante das controvérsias. Ela declarou acreditar que todas as ações tomadas no confinamento contribuíram para seu aprendizado e evolução pessoal. Segundo Souza (2020), essa atitude de aceitação e análise crítica do próprio comportamento ajudou Bianca a se reposicionar positivamente perante seu público e preservar sua imagem como figura pública de relevância. Essa abordagem contrasta diretamente com a de muitos participantes eliminados que, ao lidarem com a rejeição, se envolvem em conflitos ou tentam justificar suas ações de maneira defensiva.

Além disso, sua reação foi interpretada como uma extensão de sua personalidade empreendedora e resiliente. Bianca Andrade, ao sair do programa, demonstrou sua habilidade em transformar adversidades em oportunidades. Conforme aponta Oliveira (2021), essa capacidade de absorver críticas e utilizá-las como ferramenta de reinvenção foi essencial para que ela mantivesse sua relevância como influenciadora e empresária. Bianca utilizou sua eliminação não como um ponto final, mas como uma nova fase para estreitar laços com seus seguidores, explicar sua

postura dentro do reality e reforçar os valores que sempre defendera em sua trajetória pública.

Um dos fatores que contribuíram para sua receptividade pós-eliminação foi sua transparência ao abordar suas atitudes no jogo. Bianca reconheceu que sua visão dentro da casa era limitada pelas circunstâncias do confinamento e que suas decisões foram tomadas com base na leitura que tinha do ambiente naquele momento. Essa honestidade ressoou positivamente com parte do público, que passou a enxergá-la como uma pessoa autêntica e disposta a aprender com os próprios erros. Como ressalta Fernandes (2020), a narrativa de "aprendizado e evolução" é uma das mais poderosas no contexto do *Big Brother Brasil*, pois permite que os participantes eliminados se reconectem com sua audiência e até ganhem novas camadas de apoio.

Após deixar o programa, Bianca redirecionou sua energia para seus empreendimentos e projetos pessoais. Ela rapidamente retomou suas atividades como empresária, lançando novos produtos e reforçando a identidade de sua marca.

A saída do reality foi uma oportunidade para expandir sua atuação no mercado de beleza, que já era consolidada, e explorar novas frentes. Nesse sentido, a eliminação, ao invés de representar um revés, tornou-se um trampolim para que Bianca demonstrasse sua resiliência e capacidade de adaptação. Sua linha de maquiagem, que já era popular antes de sua participação, continuou a ter sucesso, com novos lançamentos frequentemente esgotando em poucas horas após o anúncio.

Essa estratégia de foco no profissionalismo foi acompanhada por uma campanha de comunicação bem planejada nas redes sociais, onde Bianca se reconectou com seu público de maneira estratégica. Com uma postura de gratidão e humildade, ela agradeceu o apoio recebido durante sua jornada e destacou que o programa foi uma experiência que a ajudou a crescer. Para seus seguidores, essa abordagem reforçou a imagem de Bianca como uma pessoa determinada e trabalhadora, qualidades que já haviam sido essenciais para seu sucesso anterior. Como aponta Melo (2021), a habilidade de Bianca de transformar uma experiência polarizadora como o *BBB20* em uma oportunidade de fortalecimento de marca foi um exemplo notável de gestão de crise e branding pessoal.

Por fim, sua reação serena e focada também serviu como modelo para outros influenciadores e figuras públicas que enfrentam críticas intensas. Bianca Andrade provou que a forma como uma pessoa responde às adversidades pode ser tão impactante quanto as decisões que levaram a essas situações. Com sua atitude

madura e estratégica, ela não apenas superou os desafios imediatos decorrentes de sua eliminação, mas também pavimentou o caminho para continuar crescendo como uma das principais figuras do mercado de beleza e entretenimento no Brasil.

13 DO CANCELAMENTO A RECONSTRUÇÃO DE IMAGEM

Após sua eliminação do *Big Brother Brasil 20*, Bianca Andrade iniciou um intenso processo de reestruturação de sua carreira e imagem pública, adotando estratégias cuidadosamente planejadas para lidar com o impacto negativo de sua participação no programa. Essa fase, conhecida popularmente como "superação do cancelamento", exigiu que a influenciadora e empresária utilizasse sua expertise em marketing digital, sua ampla base de fãs e seu talento para empreender em ações eficazes e multifacetadas.

Bianca soube integrar diferentes abordagens, combinando ações em redes sociais, reposicionamento de sua marca e reforço de sua presença midiática, demonstrando que um planejamento estratégico bem executado pode transformar adversidades em oportunidades. De acordo com Santos e Oliveira (2021), personalidades públicas enfrentam desafios consideráveis ao tentar reverter crises de imagem, mas o sucesso depende da capacidade de alinhar ações de transparência com estratégias de engajamento direcionado.

13.1 AÇÕES NAS REDES SOCIAIS: RECONEXÃO COM O PÚBLICO

Após sua eliminação, Bianca Andrade adotou uma postura de transparência que foi essencial para reverter o impacto negativo de sua participação no *BBB20*. Esse posicionamento incluiu reconhecer suas falhas, explicar suas escolhas e demonstrar disposição para aprender com os erros cometidos. Em suas primeiras declarações públicas, Bianca afirmou que suas atitudes dentro do jogo refletiam o contexto e as emoções vividas no confinamento, enfatizando que suas intenções nunca foram de prejudicar ninguém. Esse tipo de narrativa foi amplamente aceito pelo público, que viu na influenciadora uma figura humana e falível.

Segundo Oliveira (2021), a transparência é um dos principais pilares para reconstrução de imagem em casos de crise pública. Bianca soube explorar esse recurso ao utilizar suas redes sociais como principal ferramenta para dialogar com

seus seguidores. Em lives no Instagram e em vídeos no YouTube, ela compartilhou reflexões sobre o programa, deixando claro que reconhecia o impacto de suas escolhas. Essa estratégia humanizou sua imagem, permitindo que o público se reconectasse com ela em um nível mais emocional.

Além disso, Bianca fez questão de demonstrar gratidão aos seus seguidores por continuarem apoiando sua trajetória, mesmo após os desafios enfrentados. Essa atitude de valorização do público é vista como uma prática eficaz para manter e até aumentar a base de seguidores, especialmente em momentos de crise. Como afirma Santos (2020, p. 63), "a autenticidade aliada à gratidão pode transformar rejeição em uma oportunidade de reconquista."

13.2 A RECONEXÃO COM O PÚBLICO

Após sua saída do *Big Brother Brasil 20*, Bianca Andrade enfrentou o desafio de reconquistar seu público e ressignificar sua imagem, que havia sido abalada por sua postura no reality. Para isso, ela adotou como principal estratégia a reconexão com sua audiência por meio da transparência e do diálogo aberto. Esse movimento foi essencial para reconstruir a confiança de seus seguidores e reafirmar sua posição como influenciadora e empresária de sucesso.

A transparência de Bianca foi expressa inicialmente em suas redes sociais, onde ela começou a compartilhar sua visão sobre os acontecimentos no programa e as críticas que recebeu. Por meio de transmissões ao vivo, vídeos explicativos e postagens em tom pessoal, Bianca mostrou-se vulnerável, reconhecendo os erros que cometeu durante o jogo e discutindo os aprendizados que obteve com sua participação. Essa postura foi um marco, pois demonstrou coragem e autenticidade, características que seu público passou a valorizar ainda mais.

De acordo com Costa (2020, 07), "a autenticidade é um dos pilares centrais para o sucesso em tempos de crise, pois permite que o público se conecte de maneira mais genuína com a figura pública." Bianca aplicou esse princípio ao longo de sua trajetória pós-reality, adotando uma abordagem honesta e próxima para interagir com seus seguidores. Em suas transmissões, ela não apenas abordava os erros cometidos, mas também explicava o contexto de suas decisões, humanizando-se aos olhos do público. Esse nível de abertura tornou suas ações mais compreensíveis, ajudando a reduzir a rejeição e a transformar críticas em apoio.

Além disso, Bianca fez questão de responder diretamente aos comentários de seus fãs, agradecendo mensagens de apoio e respondendo a perguntas de maneira acessível. Essa interação criou um sentimento de proximidade, fortalecendo a conexão entre ela e seus seguidores. Como destaca Santos (2021), "o engajamento direto com a audiência cria um senso de pertencimento, fazendo com que os seguidores sintam que suas opiniões são valorizadas." Essa estratégia foi particularmente importante para Bianca, pois demonstrava que ela estava atenta às críticas e disposta a evoluir com base nelas.

Outro aspecto importante foi a maneira como Bianca lidou com o "cancelamento". Durante o período em que enfrentava críticas intensas, muitas figuras públicas optariam por se afastar das redes sociais ou adotar uma postura defensiva. Bianca, no entanto, escolheu enfrentar a situação de maneira ativa, utilizando suas plataformas para abordar questões relevantes e mostrar sua evolução pessoal. Ela reconheceu que o "cancelamento" era uma oportunidade de aprendizado e, ao invés de evitar o assunto, tratou-o como um ponto de partida para reflexões importantes.

Como aponta Almeida (2021, p. 19), "a transparência não apenas reconstrói a confiança, mas também humaniza a figura pública, permitindo que o público enxergue seus erros como oportunidades de aprendizado." Bianca incorporou essa visão em sua estratégia, mostrando que estava aberta a mudar e crescer. Essa abordagem a diferenciou de muitas outras celebridades, que frequentemente evitam confrontar polêmicas diretamente.

A reconexão de Bianca com seu público também foi impulsionada por sua habilidade em abordar temas universais e ressignificar suas experiências no reality. Em suas reflexões, ela falou sobre temas como vulnerabilidade, autoconhecimento e resiliência, que ressoavam com a experiência de muitos de seus seguidores. Essa conexão emocional foi fundamental para reconstruir sua imagem, pois permitiu que seu público a enxergasse como alguém que, como qualquer outra pessoa, aprende com seus erros e busca evoluir.

Em paralelo, Bianca utilizou sua trajetória para reforçar sua identidade como empreendedora e influenciadora. Ela comunicou que sua experiência no programa foi um aprendizado não apenas pessoal, mas também profissional, e que estava disposta a utilizar essas lições para melhorar tanto sua vida quanto seus negócios. Esse reposicionamento foi recebido de maneira positiva pelo público, que passou a enxergar Bianca como uma figura inspiradora e resiliente.

Por fim, a transparência e o diálogo aberto estabelecidos por Bianca Andrade após sua saída do *BBB20* foram essenciais para sua recuperação e para o fortalecimento de sua relação com o público. Ao adotar uma postura acessível e autêntica, ela conseguiu transformar um momento de rejeição em uma oportunidade de crescimento e reconexão.

13.3 REPOSICIONAMENTO DA MARCA

Além da reconexão com o público, Bianca focou no reposicionamento de sua marca pessoal e profissional. Sua linha de cosméticos, *Boca Rosa Beauty*, tornou-se uma ferramenta essencial nesse processo, servindo como um elo entre sua imagem pública e seu negócio. Ela utilizou sua experiência no programa para criar campanhas publicitárias que ressoassem com sua audiência, enfatizando temas como autoconfiança, autenticidade e empoderamento.

Após sua eliminação, Bianca lançou novos produtos de maquiagem, aproveitando a alta visibilidade proporcionada pelo programa. Esses lançamentos foram acompanhados por campanhas marcantes, muitas vezes conectadas à sua trajetória no *BBB*. Por exemplo, ela utilizou cores vibrantes e nomes de produtos que remetessem às emoções vividas no reality, criando uma narrativa que atraía tanto fãs quanto novos consumidores. Como destaca Oliveira (2020. P. 99), "associar uma marca a uma narrativa pessoal é uma estratégia poderosa para criar identificação emocional com o público."

Além disso, Bianca aproveitou a força de suas redes sociais para impulsionar essas campanhas, utilizando estratégias como sorteios, promoções e tutoriais exclusivos. Essa abordagem aumentou as vendas, reforçou a percepção de sua marca como inovadora e conectada às tendências do mercado. A capacidade de Bianca de integrar sua trajetória pessoal ao branding de sua empresa foi um fator decisivo para transformar sua experiência no reality em um ativo comercial.

13.3.1 ENGAJAMENTO SOCIAL

Um dos pontos importantes na estratégia de Bianca Andrade, especialmente após sua saída do *BBB20*, foi seu engajamento com causas sociais, com um foco particular no empoderamento feminino. Durante sua participação no programa, Bianca

foi muito criticada por sua postura em relação aos homens da casa, o que gerou um distanciamento de muitos de seus seguidores. A repercussão negativa fez com que ela repensasse sua abordagem e a maneira como lidaria com as questões sociais a partir de então.

Após a eliminação, Bianca viu na defesa de causas sociais uma forma de reconstruir sua imagem e reafirmar seus valores. Ela passou a se envolver mais ativamente em campanhas voltadas para a igualdade de gênero e o combate ao machismo, criando um novo posicionamento que fosse mais alinhado com as pautas que estavam em sintonia com grande parte do seu público. Esse movimento foi, sem dúvida, uma resposta consciente ao episódio vivido no reality show, no qual a percepção do público foi de que sua postura em relação às mulheres não refletia os mesmos valores de igualdade e respeito que muitos esperavam dela.

Ao longo dos meses seguintes, Bianca utilizou suas redes sociais para apoiar outras mulheres, discutir questões sobre empoderamento e promover ações que refletiam esses novos princípios. Ela passou a apoiar campanhas de conscientização sobre feminismo, igualdade e sororidade, demonstrando um compromisso real com essas questões. Isso não só ajudou a reconquistar a confiança de parte de sua base de fãs, como também mostrou que ela estava disposta a crescer e se reinventar. O público, ao perceber essa mudança, começou a se reconectar com a Bianca mais humana e reflexiva, que agora compartilhava abertamente suas opiniões sobre temas importantes.

De acordo com Santos (2020, p. 41), "a conexão com causas sociais não só fortalece a imagem pública, mas também cria um senso de propósito que pode gerar engajamento duradouro." E foi exatamente isso que Bianca conseguiu fazer. Ao focar em questões que eram relevantes para seu público e que estavam em sintonia com as necessidades de transformação da sociedade, ela não só recuperou sua imagem, mas também solidificou a relação com seus seguidores. Suas postagens sobre empoderamento feminino, suas parcerias com marcas que também defendem esses valores e suas falas públicas sobre feminismo ajudaram a estabelecer sua autenticidade e compromisso com a evolução pessoal e social.

Esse movimento de engajamento com causas sociais foi fundamental para que Bianca Andrade se reposicionasse como uma influenciadora consciente, comprometida não apenas com a promoção de seus produtos, mas também com as mudanças sociais que muitos de seus seguidores valorizam. Ao fazer isso, ela

reconstruiu a imagem que havia sido abalada dentro do *BBB*, também conquistou uma nova camada de seguidores, mais alinhados com os valores que ela passou a defender publicamente.

13.4 PARCERIAS ESTRATÉGICAS

As parcerias estratégicas foram, sem dúvida, um dos maiores trunfos de Bianca Andrade após sua saída do *BBB20*. Elas desempenharam um papel fundamental em sua trajetória de recuperação de imagem e crescimento. Ao longo do tempo, ela se associou a influenciadoras e marcas de peso, o que ajudou a ampliar seu alcance e consolidar sua posição no mercado. Essas colaborações variaram de parcerias com marcas de cosméticos até participações em eventos voltados para o público feminino, sempre reforçando sua imagem de empreendedora e influenciadora de sucesso.

Bianca sabia que, para se reposicionar, precisava se associar a nomes e marcas que passassem credibilidade e profissionalismo. E foi exatamente isso que ela fez. Ao fazer essas parcerias com empresas de renome, ela expandiu seu público, mostrou que sua influência ia muito além das polêmicas geradas dentro do programa. Ao contrário de outros participantes que tentaram distanciar-se de suas polêmicas, Bianca utilizou essas colaborações como uma forma de construir uma nova narrativa sobre sua imagem, mais focada no seu trabalho e no seu potencial como empresária.

Essas colaborações não se limitaram apenas a promoções ou ações publicitárias, mas também foram uma maneira de mostrar ao público que Bianca estava se dedicando a construir algo sólido e duradouro. A associação com marcas respeitáveis foi crucial para ela passar a mensagem de que sua trajetória no programa foi apenas uma parte de sua jornada, e não sua única definição. Ela sabia que para continuar crescendo e ganhando espaço no mercado, precisaria transmitir um perfil mais maduro e profissional, e as parcerias ajudaram a fortalecer essa imagem.

Além disso, ao se envolver em eventos e campanhas direcionadas ao público feminino, Bianca conseguiu se conectar ainda mais com um grupo de seguidores que admirava sua postura de empoderamento e evolução pessoal. Essas ações demonstraram que ela estava alinhada com causas importantes e era uma porta-voz de assuntos que iam muito além da sua atuação como influenciadora. Ela não era apenas uma vendedora de produtos ou somente uma modelo para campanhas em

campanhas, ela também quis mostrar que estava contribuindo para a construção de um cenário em que se destacava por suas posturas, tanto empresariais quanto sociais.

Como destaca Prado (2021, 26), "as colaborações estratégicas permitem que figuras públicas se associem a valores positivos, fortalecendo sua imagem e conquistando novos públicos." No caso de Bianca, essas parcerias ajudaram a consolidar seu nome como uma referência não só no mercado de cosméticos, mas também como alguém que tinha algo a dizer no cenário social e profissional. Ela conseguiu superar as críticas do *BBB* e se reposicionar de forma bem-sucedida, aproveitando as oportunidades que surgiram através dessas colaborações.

14 RESULTADOS DA ANÁLISE

A análise da trajetória de Bianca Andrade após sua eliminação do *Big Brother* Brasil 20 revelou que a influenciadora e empresária soube se reinventar de forma estratégica, conseguindo reverter um cenário de possível "cancelamento" e ampliar sua base de seguidores e engajamento nas redes sociais. A primeira grande descoberta foi a eficácia da abordagem transparente e autêntica que ela adotou nas redes sociais, onde, ao invés de permanecer em silêncio ou se afastar da opinião pública, Bianca escolheu dialogar diretamente com seu público. Esse movimento inicial foi crucial para manter a empatia e o suporte dos seus seguidores, além de mostrar uma postura madura diante das críticas, o que permitiu que ela restabelecesse sua imagem como figura pública.

14.1 TRANSPARÊNCIA

Bianca Andrade conseguiu dar uma guinada impressionante em sua imagem após sua eliminação do *BBB20*. Em um cenário onde muitos poderiam escolher o silêncio ou até se afastar para evitar mais exposição, Bianca tomou uma decisão diferente: ela se expôs de forma autêntica e sincera, decidida a se reconectar com seu público. Ao invés de tentar esconder os erros que cometeu dentro da casa, ela usou as redes sociais para falar sobre eles, sem rodeios, e explicar suas motivações de forma honesta.

As transmissões ao vivo que fez, assim como os vídeos compartilhados, foram o palco onde ela não só minimizou os impactos negativos que sua eliminação causou, mas também construiu um espaço de diálogo verdadeiro com seus seguidores. Nesses momentos, Bianca não se esquivou de admitir que, sim, havia cometido falhas, mas também deixou claro que aquelas falhas foram parte de um processo de aprendizado e amadurecimento. Esse tipo de postura foi fundamental para mudar a percepção do público, que inicialmente a via como uma figura distante ou até polarizadora.

Ao contrário do que outros ex-participantes de *reality shows* fazem, tentando apagar qualquer vestígio de sua passagem conturbada pela casa, Bianca usou sua vulnerabilidade como uma ferramenta de aproximação. Ela falou sobre como as críticas a afetaram, mas também mostrou como essas críticas a ajudaram a crescer. Isso foi essencial para que os seguidores vissem nela uma pessoa mais humana, alguém que estava em constante evolução, e não simplesmente uma figura pública que tentava se manter impecável e perfeita. Esse tipo de comportamento foi o que a afastou de rótulos negativos e a trouxe de volta ao carinho de quem realmente se importava com ela.

O grande ponto aqui é que Bianca não tentou ser algo que não era. Ela não se escondeu atrás de uma imagem que ela sabia que não correspondia à realidade, e foi exatamente isso que fez com que ela recuperasse uma parte importante do seu público. Ao ser transparente, ela humanizou sua imagem, fazendo com que as pessoas se sentissem mais próximas, mais à vontade para torcer por ela e até mesmo para entender melhor suas decisões durante o programa. Essa estratégia de se expor de forma genuína minimizou os danos e a fez se destacar pela coragem e pela honestidade, elementos que, no final das contas, são extremamente valorizados no universo digital atual.

O reconhecimento dos erros, longe de enfraquecer sua imagem, acabou fortalecendo-a. Ao se mostrar disposta a aprender com as críticas, Bianca conquistou respeito, e essa postura de constante evolução passou a ser um diferencial importante. Em tempos de internet e redes sociais, onde a pressão por perfeição é enorme, a capacidade de se mostrar vulnerável e, ao mesmo tempo, disposta a mudar, é o que muitas vezes atrai mais apoio do que qualquer tentativa de manter uma imagem de perfeição intocável. Bianca soube usar isso ao seu favor, tornando

sua sinceridade um pilar para reconquistar seu público e reafirmar seu lugar no mundo digital.

15 CONCLUSÃO

A comunicação é um fenômeno intrínseco à sociedade humana, presente em todas as esferas de nossas interações. Ao longo da história, evoluiu de formas rudimentares, como gestos e grunhidos, para meios mais sofisticados, como a linguagem escrita e falada. Com o advento das tecnologias digitais e a popularização da internet, presenciamos uma mudança significativa na forma como nos comunicamos e interagimos. Nesse cenário, a cibercultura emerge como um campo de estudo que investiga a relação entre a comunicação e as tecnologias digitais na era contemporânea, representando um conjunto de práticas, comportamentos e representações decorrentes da interação entre indivíduos e a cultura digital.

A cibercultura apresenta um ambiente em constante transformação, onde as fronteiras entre o real e o virtual se tornam fluidas. Através de redes sociais, blogs, fóruns e outras plataformas online, as pessoas podem se conectar, compartilhar experiências, disseminar informações e construir comunidades virtuais. Essas novas formas de comunicação impactam significativamente diversos aspectos da vida social, como política, economia, cultura e relações pessoais. Para compreender essas transformações, é fundamental explorar conceitos e teorias que embasam a relação entre comunicação e cibercultura, como os trabalhos de Pierre Lévy e Manuel Castells. Lévy, em *Cibercultura* (1999), discute a inteligência coletiva e a colaboração proporcionada pela comunicação digital. Castells, em *A Sociedade em Rede* (2001), analisa as mudanças estruturais decorrentes da interconexão global e das redes de comunicação.

Definir cibercultura é essencial para compreender sua relação com a comunicação. Pierre Lévy descreve o conceito como um conjunto intrincado de práticas, representações e modos de organização que emergem da interconexão mundial de computadores e redes. Esse fenômeno transcende o uso de tecnologias, abrangendo transformações sociais, comportamentais e simbólicas que resultam da interação entre indivíduos e tecnologias digitais. A cibercultura mescla as esferas real e virtual, criando uma realidade híbrida onde a comunicação digital ocupa papel central. Ela se manifesta em diversos aspectos da vida cotidiana, influenciando como

nos comunicamos, consumimos informações, nos relacionamos e construímos identidades no mundo digital.

As práticas ciberculturais, como o uso de redes sociais, compartilhamento de conteúdo e participação em comunidades virtuais, destacam a colaboração e a participação ativa como características centrais. Representações, como memes e avatares, refletem e moldam percepções sobre tecnologia e vida online. Conceitos como inteligência coletiva e cultura participativa desafiam formas tradicionais de comunicação e permitem expressão e impacto globais. Modos de organização ciberculturais adaptam-se às transformações digitais, influenciando empresas, governos e organizações sociais.

Na era digital, as plataformas digitais desempenham papel central na criação de um ambiente dinâmico e interconectado, favorecendo a disseminação de informações e o compartilhamento de conteúdo. Manuel Castells ressalta que a comunicação digital ultrapassa barreiras geográficas e temporais, redefinindo a comunicação em termos de alcance e interatividade. Essa democratização traz desafios, como a disseminação de *fake news* e a polarização de opiniões, mas também oferece oportunidades, como a inclusão de vozes marginalizadas e a colaboração no conhecimento. Contudo, o ambiente digital pode levar à formação de bolhas informativas, limitando a pluralidade de perspectivas. Assim, é essencial refletir criticamente sobre como a comunicação digital influencia a dinâmica social.

As relações interpessoais e sociais não se restringem mais ao ambiente físico, expandindo-se para plataformas digitais. Essa expansão abre novas possibilidades para construir relações e fortalecer vínculos entre indivíduos e marcas. As organizações adaptam-se às transformações digitais, criando presenças online autênticas e interativas. A comunicação digital torna-se não apenas um meio de transmitir informações, mas também um mecanismo para construir relações significativas.

O conceito de relacionamento nas Relações Públicas, segundo Kunsch (2003), envolve interações significativas, autênticas e baseadas em valores como confiança, transparência e escuta ativa. Relacionamentos não são práticas pontuais, mas processos estratégicos e contínuos que visam criar laços duradouros. A construção de um relacionamento eficaz também está ligada à gestão da imagem e da reputação organizacional. No contexto atual, as mídias sociais são ferramentas

essenciais para relações em tempo real, permitindo interações dinâmicas e personalizadas que impactam percepções e comportamentos.

Dentro do campo das Relações Públicas, a análise da trajetória de Bianca Andrade após sua eliminação no BBB20 destaca a relevância das estratégias de reposicionamento de imagem e marca pessoal no contexto da comunicação digital. A maneira como Bianca utilizou a transparência, o engajamento com o público e a associação de sua imagem a causas sociais e parcerias estratégicas exemplifica a aplicação prática dos conceitos de construção de relacionamento e gestão de reputação organizacional. Esses elementos são pilares fundamentais para que profissionais e organizações se adaptem às dinâmicas da cibercultura, demonstrando que a autenticidade e a conexão com o público são essenciais para a consolidação de uma presença sólida e influente no ambiente digital.

Assim, a comunicação na era digital não se limita a uma troca de informações, mas é um processo dinâmico que redefine relações sociais, culturais e políticas, promovendo novas formas de engajamento e colaboração. Compreender as implicações sociais e culturais da cibercultura é essencial para navegar pelos desafios e oportunidades apresentados por essa nova realidade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. Big Brother Brasil e as novas dinâmicas de engajamento social. *Revista Brasileira de Televisão e Cultura*, v. 12, n. 3, p. 33-47, 2020.

ALMEIDA, João. O poder da autenticidade nas redes sociais. São Paulo: Editora X, 2021, p.19.

ALMEIDA, R. Transparência e diálogo nas redes sociais: Como a crise pode ser transformada em oportunidade de crescimento. Rio de Janeiro: Editora ABC, 2021.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

BONILLA, Maria Helena Silveira; PRETTO, Nelson De Luca. Política educativa e cultura digital: entre práticas escolares e práticas sociais. *Educação e Realidade*, v. 33, n. 2, p. 499-521, 2008. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/rp/v33n2/2175-795X-rp-33-2-00499.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2024.

CAPELLA, Margareth de Fátima Trindade; FARIA, Anderson Silva; DUARTE, José Maurício da Costa. Comunicação e crises: gestão e estratégias para prevenção e enfrentamento. São Paulo: Saraiva, 2014.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

COSTA, M. Famosos no BBB: O impacto do time Camarote no reality show brasileiro. *Estudos em Comunicação e Cultura*, v. 15, n. 2, p. 21-39, 2020.

COSTA, M. A autenticidade como estratégia de reconexão com o público: O caso de Bianca Andrade pós-BBB. São Paulo: Editora XYZ, 2020, p. 07.

FERRARI, Pollyana. Revolução nas mídias sociais: análise do uso e impacto das redes sociais como estratégia de comunicação. São Paulo: Contexto, 2015, p. 85.

GABRIEL, Martha. Marketing na Era Digital: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010. P. 25

GUIMARÃES, Naju. A cultura do cancelamento e suas consequências. *UniAmérica*, julho de 2021. Disponível em: <https://www.uniamerica.edu.br/>. Acesso em: 17 nov. 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. P.105

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003. p.39, p. 58

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.

LÉVY, Pierre. Ciberultura. São Paulo: Editora 34, 1999. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/ciberultura-pierre-levy.pdf>. Acesso em: 19 maio 2024.

LICHTENHELD, Alan et al. A cultura do cancelamento nas redes sociais: origens e consequências. São Paulo: Editora Online, 2018.

LICHTENHELD, A. F.; et al. O Instagram como estratégia de marketing digital: Uma pesquisa ação na Wood Lanches. Artigo. Faculdade Brasileira Multivix, 2018.

LIMA, F. A influência das redes sociais na trajetória dos participantes do BBB20. *Comunicação e Sociedade*, v. 10, n. 4, p. 50-72, 2021.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 731-747, jul./ago. 2011.

OLIVEIRA, F. Branding pessoal no contexto das redes sociais: O reposicionamento de Bianca Andrade após o BBB20. São Paulo: Editora GHI, 2020.

OLIVEIRA, Mariana. Marketing e marcas pessoais no universo digital. Rio de Janeiro: Editora Y, 2020.

OLIVEIRA, T. Transformação pós-reality: O caso Bianca Andrade no BBB20. *Revista Brasileira de Gestão e Marketing*, v. 8, n. 1, p. 89-102, 2021.

PRADO, A. Parcerias estratégicas: A importância das colaborações para a imagem pública e o crescimento de marcas. Brasília: Editora JKL, 2021.

PRADO, Lucas. Influência e estratégia: Como parcerias podem fortalecer marcas. São Paulo: Editora Z, 2021.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redес_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf. Acesso em: 20 out. 2024.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco. Redes sociais e jornalismo: A nova configuração das dinâmicas de produção, distribuição e consumo de informações. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 12, n. 34, p. 71-95, 2015.

SANTOS, P. A força das causas sociais na construção de imagem pública: O empoderamento feminino no caso de Bianca Andrade. Belo Horizonte: Editora DEF, 2020. p. 63

SANTOS, R. Gestão de imagem em tempos de crise. Belo Horizonte: Editora W, 2020, p. 41.

SANTOS, R. Empreendedorismo e visibilidade: O impacto do BBB20 na carreira de Bianca Andrade. *Gestão e Empreendedorismo*, v. 7, n. 3, p. 44-60, 2021.

TERRA, Carolina. *Mídias sociais e agora?*. São Paulo: Editora Y, 2011. Disponível em: https://api.metabooks.com/api/v1/asset/mmo/file/0b2fd8a1902b447c86e58d1529ea8b5b?access_token=b44a17d6-3135-458b-b486-f2fbb39c12c5. Acesso em: 12 dez. 2024, p.16.