

Influenciadores em crise: uma análise semiótica da construção da imagem

MATHEUS RIAN SOARES GUERRA¹, ALEXANDRE COSTA¹
FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF¹.

Introdução: A ascensão das mídias digitais transformou a forma como o público avalia a reputação de figuras públicas. Diante de crises de imagem, influenciadores recorrem a pronunciamentos estratégicos para recuperar credibilidade e criar identificação emocional com seus seguidores. O estudo investiga como signos visuais, corporais e simbólicos são usados para transmitir vulnerabilidade, arrependimento e autenticidade, elementos centrais para restabelecer confiança. Dada a influência da imagem digital sobre engajamento e percepção pública, o objetivo é analisar como influenciadores em crise empregam esses recursos semióticos para reconstruir sua imagem e reforçar credibilidade.

Método: A pesquisa, qualitativa e descritiva, baseia-se na semiótica de Peirce (1996) para analisar como signos visuais, corporais e simbólicos constroem sentido em pronunciamentos de crise. Também se apoia na teoria de Coombs (2004), que destaca a resposta estratégica como fator central na proteção da credibilidade de figuras públicas (Gabriela Pugliesi e Kamylnha Santos). A análise considerou escolhas estéticas, postura, ambiente e discursividade presentes nos vídeos.

Resultados: Os resultados revelam que vídeos de crise não são espontâneos, mas cuidadosamente planejados para transmitir naturalidade. A estética do arrependimento, marcada por simplicidade, ambiente doméstico, ausência de produção e forte carga emocional, configura uma narrativa destinada a gerar empatia e reduzir impactos negativos. A vulnerabilidade emerge como recurso simbólico central. Esses elementos reforçam a estratégia de reconstrução da imagem, mostrando que a escolha dos signos é parte decisiva no reposicionamento do influenciador.

Discussão: Os dados confirmam que a encenação da vulnerabilidade não se limita ao conteúdo verbal, mas se materializa por meio de signos que reforçam sinceridade e identificação. O uso de elementos corporais, expressões emocionais e cenários intimistas amplia o efeito discursivo e contribui para a legitimação do pedido de desculpas. A comunicação de crise, portanto, envolve um equilíbrio entre espontaneidade controlada e apelo simbólico, sendo a semiótica essencial para compreender como tais recursos moldam a percepção pública e influenciam a manutenção da reputação digital.

Conclusão: Influenciadores utilizam recursos semióticos para reconstruir a imagem durante crises, recorrendo à vulnerabilidade e à simplicidade como estratégias para recuperar a confiança do público. A análise demonstra que pronunciamentos de crise são construções comunicativas planejadas, e que sua eficácia depende do alinhamento entre discurso, signos visuais e expectativas do público. O estudo reforça a importância da semiótica na compreensão dos processos de gestão de reputação no ambiente digital.

Palavras-chave: semiótica, crise de imagem, influenciadores digitais, reputação.

E-mail: matheusriansg@gmail.com