

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

KAMILLE VICTÓRIA RIBEIRO DE CRISTO

**RELAÇÕES PÚBLICAS E A MANUTENÇÃO DO CAPITAL SOCIAL NA ERA DO
CANCELAMENTO**

CURITIBA

2024

KAMILLE VICTÓRIA RIBEIRO DE CRISTO

**RELAÇÕES PÚBLICAS E A MANUTENÇÃO DO CAPITAL SOCIAL NA ERA DO
CANCELAMENTO**

Artigo científico apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I, Curso de Relações Públicas, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná

Orientador: Profa. Dra. Denise Stacheski

CURITIBA

2024



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: Kamille Victória Ribeiro de Cristo

DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL E DEFESA: 03/12/2024, às
10h00, no DECOM.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES	NOTA
Denise Regina Stacheski (orientadora) <i>Denise Stacheski</i>	<i>100</i>
Claudia Irene de Quadros <i>Claudia Quadros</i>	<i>100</i>
MÉDIA FINAL:	<i>100</i>

Curitiba, 03 de dezembro de 2024.

Assinatura: *Denise Stacheski*
Prof.^a Dr.^a Denise Regina Stacheski
Orientadora

Dedico este artigo à minha família, em especial à minha mãe, Eliane da Silva, que esteve ao meu lado durante toda a minha formação e não mediu esforços para que hoje eu estivesse aqui. A ela, dedico não somente este trabalho, mas tudo o que eu vier a produzir nesta vida.

RESUMO

Este estudo aborda o fenômeno do cancelamento nas redes sociais, analisando seu impacto sobre figuras públicas, com foco no caso da rapper Karol Conká, após sua participação no Big Brother Brasil 21. O objetivo é compreender como o cancelamento, enquanto dinâmica de poder social, interfere no capital social e na reputação, além de examinar as estratégias de gerenciamento de crise empregadas para sua recuperação. A metodologia utilizada combina análise de caso e revisão bibliográfica, considerando conceitos de opinião pública, relações públicas digitais e cultura do cancelamento. Os resultados mostram que a rapper enfrentou severas consequências em sua imagem pública, agravadas pela disseminação massiva de críticas nas redes sociais. A gestão de crise da equipe de Karol incluiu ações como afastamento temporário das redes, lançamento de um documentário e mudanças em sua imagem, o que possibilitou uma reconstrução parcial de sua reputação. Conclui-se que, apesar da cultura do cancelamento ser extremamente prejudicial, a reabilitação da imagem é viável por meio de estratégias comunicacionais baseadas em transparência, diálogo e reaproximação com o público. O caso de Karol Conká ilustra os desafios e oportunidades do gerenciamento de reputação em contextos de alta exposição digital.

Palavras-chave: cultura do cancelamento; redes sociais; gerenciamento de crise; relações públicas; Karol Conká.

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of cancel culture on social media, focusing on its impact on public figures, specifically rapper Karol Conká, following her participation in Big Brother Brasil 21. The objective is to understand how cancel culture, as a social power dynamic, affects social capital and reputation, while also analyzing crisis management strategies employed for recovery. The methodology combines case study and literature review, addressing concepts such as public opinion, digital public relations, and cancel culture. Results reveal that the rapper faced severe public image consequences, amplified by widespread online criticism. Karol's crisis management strategy included temporary withdrawal from social media, releasing a documentary, and adopting a rebranded image, enabling partial reputation recovery. The study concludes that while cancel culture can be highly damaging, image rehabilitation is achievable through communication strategies grounded in transparency, dialogue, and public engagement. Karol Conká's case highlights the challenges and opportunities of reputation management in highly digitalized contexts.

Keywords: cancel culture; social media; crisis management; public relations; Karol Conká.

INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e o surgimento das redes sociais, cresceu a comercialização do “eu”, através dos chamados “digital influencers” que, segundo Martins (2022), são as novas

celebridades do mundo contemporâneo. São sujeitos que consolidam sua carreira nas redes sociais e ganham relevância da mesma forma, ou até de forma mais potente, do que celebridades já consolidadas nos meios de comunicação de massa tradicionais. Essa mudança de paradigma nos processos comunicacionais é significativa, especialmente quando comparada à época dos anos 1990, onde entre as formas de mídias tradicionais (jornais impressos, TV, rádio e revistas), reinava o fenômeno do envio de cartas para famosos, como atores de novelas da Globo¹. Nesse contexto, o contato entre pessoas anônimas e famosas era mais complexo e demorado.

A proposta dos influenciadores digitais torna-se ainda mais interessante nos dias atuais, pois diferente das celebridades de outras épocas, o acesso às novas figuras públicas tornou-se muito mais fácil. A vida pessoal é mostrada com maior frequência e de forma natural, gerando a sensação de proximidade entre os famosos e “pessoas comuns”. No entanto, não somente o acesso aos famosos aumentou, mas também as páginas e sites institucionais. Em meio a essas mudanças tecnológicas, surge a cultura do cancelamento, amplamente disseminada nas redes sociais. Esse fenômeno se tornou uma força poderosa, onde figuras públicas, empresas e organizações podem enfrentar repercussões severas devido a declarações ou comportamentos controversos.

Segundo English (2021), o processo de cancelamento ocorre nas plataformas de mídias sociais, como as mais conhecidas mundialmente: X (antigo Twitter), TikTok, Facebook e Instagram. As redes sociais digitais são serviços online que possibilitam aos usuários construir perfis públicos ou semi-públicos, conectar-se com outros usuários e visualizar as conexões estabelecidas dentro do sistema (RECUERO, 2012). Recuero ainda afirma que essas plataformas digitais não apenas representam as redes sociais existentes, mas também interferem nelas, gerando percepções distintas de valores para os atores e motivando ações de apropriação das ferramentas disponíveis. A natureza das conexões nas redes sociais online é associativa, permitindo acesso a interações e valores construídos na rede com investimentos variados por parte dos usuários. Dentro dessas redes, podem ocorrer críticas ou execrações públicas de pessoas, visando cancelar a celebridade, empresa ou sujeito (RECUERO, 2012).

¹ UOL. Destaca-se o fenômeno dos atores “campeões de cartas” da rede Globo de televisão na década de 1990. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/celebridades/galas-do-passado-por-onde-andam-atores-que-fo-ram-campeoes-de-cartas-na-globo-38577?cpid=txt>. Acesso em 24 de setembro de 2023.

Cancelar, dentro das redes, pode ser representado por parar de seguir uma pessoa ou empresa; recusar-se a participar em atividades que geram retorno financeiro para a pessoa ou organização, como consumir seu conteúdo ou comprar seus produtos; ou criticar as ideias do sujeito cancelado ao comentar diretamente na sua página ou posts. Essa ação envolve, na maioria das vezes, um esforço coletivo entre aqueles que se sentiram ofendidos (ENGLISH, 2021). Martins (2023) argumenta que o cancelamento é responsável por reduzir o capital simbólico daquele que é cancelado, trazendo consequências econômicas e profissionais, funcionando como uma forma de “lição” para mudar sua forma de pensar que infringe as normas éticas e morais.

Nesse contexto, à medida que aumentaram as interações entre público e celebridade, cresceram também as chances de cancelamentos, e as relações públicas desempenham um papel crítico na preservação da reputação, na reconstrução da imagem pública e na minimização dos danos sofridos por aqueles que infringem as regras morais estabelecidas de maneira simbólica pela maioria. O profissional de relações públicas é capaz de mitigar danos do processo do cancelamento por meio de estratégias que, segundo Kunsch (2003), precisam demonstrar sua contribuição para as organizações ou indivíduos, ajudando-os a atingir seus objetivos, cumprir sua missão, desenvolver sua visão e cultivar seus valores.

Contudo, é fundamental que as estratégias sejam reconhecidas pelo público, pois a transparência e autenticidade nas comunicações são aspectos-chave para as relações públicas no ambiente digital, onde a disseminação rápida de informações exige uma postura genuína por parte das organizações. A adaptação às novas tecnologias se torna essencial para compreender o público-alvo, personalizar as estratégias de comunicação e antecipar possíveis crises (TERRA, 2015). Terra (2015) ainda explica que as relações públicas enfrentam o desafio de atuar de forma proativa, transparente e ágil diante dos cancelamentos nas redes sociais, priorizando o engajamento, a autenticidade e a adaptação às mudanças tecnológicas para preservar a reputação das organizações no ambiente digital em constante evolução.

Este estudo, a partir da contextualização inicial, busca entender como o capital social se comporta dentro de uma crise de imagem nas redes sociais quando um indivíduo sofre um cancelamento virtual. Como abordagem metodológica, foi feita uma pesquisa qualitativa para analisar o processo da diminuição e da tentativa de reconstruir o capital social da cantora Karol Conka (reprodução: X, @karolconka), considerando 25 imagens de postagens e comentários de páginas de notícias e internautas no X acerca de sua polêmica participação no Big Brother Brasil

(BBB), no período de 19 de janeiro a 10 de julho de 2024. A captação de imagens e a seleção das postagens foi feita entre os dias 27 e 28 de agosto de 2024. No dia 31 de agosto de 2024, três dias após a última coleta de postagens do X ser feita, a rede social encerrou suas atividades no Brasil² após decisão do ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, STF, de suspender a rede social no país, impossibilitando que mais postagens fossem encontradas (PRADO, 2024). Com isso, é possível uma amostra de publicações para observar as diferentes fases da opinião pública acerca dos fatos dos eventos durante e após o cancelamento da cantora Karol Conka.

O CAPITAL SOCIAL NA ERA DO CANCELAMENTO: REPUTAÇÃO E INFLUÊNCIA NAS PLATAFORMAS ONLINE

De acordo com Bourdieu (1986), capital é um conceito que se refere a recursos valiosos em determinado contexto social, usados para gerar poder e vantagem. Dentre as diferentes formas de capital, está o capital social, definido pelo autor como a quantidade total de recursos disponíveis na rede, associados às conexões que os indivíduos possuem. No entanto, esses recursos não estão necessariamente nas conexões em si, ou seja, não se referem apenas ao que está presente nas relações sociais propriamente ditas, como conexões e relacionamentos, mas também aos benefícios que os indivíduos conseguem acessar através dessas relações, como associações profissionais. O capital social, portanto, engloba tanto os recursos disponíveis na rede (amizades, relações familiares, amorosas etc.) quanto os ganhos que os atores conseguem alcançar por pertencerem a essa rede.

O capital social que um indivíduo acumula em uma rede social está intrinsecamente ligado à densidade desse ambiente digital: quanto mais densa a rede, ou seja, quanto mais interações e conexões existem entre os participantes, maior a quantidade de capital gerado pelas relações estabelecidas (RECUERO, 2005). Este conceito se fundamenta em dois elementos para Bourdieu: recursos conquistados através do pertencimento a grupos sociais e relações entre os participantes de conhecimento e reconhecimento mútuo. O conhecimento é peça-chave para transformar o capital social em algo que traz significado às práticas e falas das pessoas. Quando pensado como recurso, o acúmulo de capital social também pode transformar-se em capital

² PRADO, P. Twiter já não funciona no Brasil. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/twitter-ja-nao-funciona-no-brasil,cc993c8948e86138b12272f1b3422e097q2d5aky.html>. Acesso em 04 de setembro de 2024.

econômico, uma das três formas principais de capital (BORDIEU, 1986). Dessa forma, para aqueles cujo capital social gera também patrimônio econômico – a ponto de se tornar sua fonte de renda exclusiva –, o capital social torna-se ainda mais vulnerável à opinião pública.

Recuero (2012) reflete sobre como sites de redes sociais online (Instagram, X, Facebook etc.) permitem que conexões sociais sejam criadas a partir de simples vínculos – como solicitar uma nova conexão ou clicar em determinado botão – para estabelecer relações artificiais. Já Blumer (1969) destaca como os indivíduos são sensíveis aos julgamentos e estigmas sociais. Na era do cancelamento, as interações sociais podem ser voláteis e efêmeras, com indivíduos sendo rapidamente excluídos ou rejeitados com base em julgamentos públicos. A dinâmica de poder nas plataformas digitais é complexa, pois tanto as organizações quanto os influenciadores e usuários têm o poder de influenciar e serem influenciados. O conteúdo gerado pelos internautas pode criar tendências, viralizar informações e até desencadear movimentos sociais (TERRA e SOUSA, 2019).

Esse mecanismo, como delineado por Martins e Cordeiro (2022), é identificado como um instrumento punitivo da sociedade civil, que opera em lugar da esfera judicial. Ele surge como uma alternativa à desconfiança dos cidadãos em relação ao papel desempenhado pelas instituições encarregadas de prover justiça. No geral, essa é a forma pela qual as pessoas buscam fazer justiça por conta própria ao presenciarem injustiças online, quando os meios institucionais de proteção da sociedade tornam-se ineficazes (MARTINS; CORDEIRO, 2022).

Ao se pensar nas relações públicas no contexto do cancelamento e manutenção de capital social, elas podem ser muito eficazes na preservação desse capital, pois, quando em risco – seja de um indivíduo ou organização, é necessário considerar que a cultura do cancelamento impacta profundamente a reputação. Simões (2001) afirma que o profissional de relações públicas ganha evidência nesse momento, já que suas atividades se destacam em cenários de crise. O princípio da atuação localiza-se na relação de poder entre organizações e seus públicos, assim como na possibilidade iminente de conflito.

Para Kunsch (2003), as relações públicas são componentes essenciais nos processos de gestão comunicativa e relacionamentos. Tais funções não devem ser vistas isoladamente, pois são parte integrante do sistema organizacional. Assim, as relações públicas precisam usar técnicas, ferramentas e estratégias de comunicação para desempenhar seu papel. No entanto, é necessário um investimento significativo de tempo e a realização de diversas atividades que visam melhorar

e avaliar a qualidade desses processos comunicacionais na gestão de reputação e capital social (KUNSCH, 2003, p.97 apud BRIZOLA, 2023, p.42).

A FORMAÇÃO DE OPINIÃO PÚBLICA NAS REDES SOCIAIS E RELAÇÕES PÚBLICAS

O fenômeno do cancelamento tornou-se cada vez mais comum no ambiente das mídias digitais, espaços definidos por Bradley e McDonald (2013) como locais de colaboração em massa, envolvendo a criação e manutenção de redes de relacionamentos. Segundo Bourdieu (1982), essas redes resultam de estratégias de investimento com o objetivo de estabelecer ou reproduzir relações sociais a curto ou longo prazo, podendo ser utilizadas para exercer poder e influência sobre outras pessoas.

Nesse contexto, as mídias digitais constituem um dos grupos funcionais. Blumer (1982, apud PRUDENCIO, 2010) define esses grupos como entidades com interesses particulares, os quais variam conforme sua posição estratégica, prestígio e influência na sociedade. A partir das interações entre esses grupos funcionais, a opinião pública emerge, resultante do choque entre diferentes pontos de vista (PRUDENCIO, 2010). A opinião pública pode cancelar um indivíduo por meio do fenômeno conhecido como "cancelamento social", que envolve a rejeição pública de uma pessoa devido a ações, declarações ou comportamentos considerados inaceitáveis pela sociedade. O cancelamento pode ocorrer nas redes sociais, na mídia tradicional e em diversos espaços públicos, acarretando a perda de reputação, oportunidades profissionais e até mesmo de apoio social (RONSON, 2015). Ronson complementa que o cancelamento social reflete o poder da opinião pública em influenciar percepções e atitudes em relação a um indivíduo, e quando uma pessoa é cancelada, enfrenta críticas intensas, boicotes, ostracismo e outras formas de represália pela sociedade.

Segundo Sousa e Terra (2020), a opinião pública, especialmente influenciada pelas mídias sociais, possui o poder de cancelar indivíduos por meio da formação de bolhas informativas, constituídas a partir da opinião de um público que se organiza em torno de interesses e ideias convergentes. A disseminação dessas opiniões nas plataformas digitais desempenha um papel crucial nesse processo. A segmentação de grupos e a polarização de ideias nas redes sociais criam ambientes em que opiniões convergentes são reforçadas, enquanto visões discordantes

frequentemente são rejeitadas ou silenciadas. Nesse cenário, indivíduos que se tornam alvo de críticas intensas ou de uma onda de desaprovação por parte desses grupos podem enfrentar o cancelamento social, resultando em consequências negativas para sua reputação e interações sociais.

Com a mudança dos meios de comunicação, a sociedade passou a ser midiaticizada a níveis extremos, levando a uma reconfiguração da opinião pública, na qual as redes sociais desempenham um papel fundamental na construção que define as figuras amadas ou odiadas do momento. Esse processo resultou no que Terra e Sousa (2020) denominam desintermediação na comunicação, onde organizações e indivíduos podem se comunicar diretamente com suas audiências nas mídias sociais. Essa rápida propagação de informações e mobilização de grupos online aumenta a exposição e a vulnerabilidade a possíveis cancelamentos, trazendo repercussões significativas na vida pessoal e profissional daqueles que são alvos da desaprovação pública.

As redes formadas a partir das plataformas de mídias sociais são parte essencial na formação da opinião das pessoas no ambiente digital, o ciberespaço, um meio de comunicação que surge da interconexão global de computadores (LÉVY, 1999). Nesse contexto, a cibercultura — conceito definido por Pierre Lévy (1999), filósofo e sociólogo francês — representa um conjunto de valores, técnicas, práticas, atividades e formas de pensar que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. Esse fenômeno modificou as estratégias de relações públicas. Para alcançar práticas de sucesso nessa área, não basta apenas a compreensão e habilidade com as ferramentas tecnológicas disponíveis; é necessário entender os comportamentos, mudanças e avanços dos públicos, resultando nas chamadas relações públicas digitais (TERRA, 2015).

As relações públicas digitais diferenciam-se da abordagem tradicional ao não se restringirem apenas a estratégias de visibilidade ou presença. O profissional passa a desenvolver estratégias de diálogo, interação, escuta e feedback dos usuários das mídias sociais. Essa abordagem facilita a construção da reputação, que deve ser estabelecida o quanto antes, pois momentos de crise demandam retratação rápida.

A capacidade de responder de forma rápida, estratégica e autêntica a eventos adversos nas redes sociais é fundamental para a preservação da reputação e para a reconstrução da confiança do público. Entretanto, é de suma importância que haja um relacionamento prévio, construído

antes da crise, pois somente assim o público estará disposto a ouvir (BARGER, 2013, p. 4). O autor ainda afirma que a confiança é um elemento essencial no ambiente digital:

A confiança é o bem mais importante nas redes sociais – e se você não tiver investido nisso antes de uma situação de crise, não terá ninguém com quem contar. Portanto, sua melhor chance nesse caso é implementar iniciativas nas redes sociais antes que qualquer conflito se apresente. (BARGER, 2013, p. 22)

Direcionar a construção de um relacionamento sólido, de reputação e de capital social com os públicos é extremamente importante para o profissional de relações públicas. Uma vez que a reputação do indivíduo ou da instituição esteja em jogo, tanto a forma de lidar com a situação quanto o relacionamento já existente com o público podem amenizar os resultados de uma possível crise. A construção das relações pré-existentes entre público e organização é uma consequência da função política das relações públicas. Sobre isso, Brizola (2023) pontua:

Para desempenhar essa função, é necessário compreender como se processa as relações de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo. As organizações estão sujeitas às forças do controle externo, como pressões econômicas, políticas e sociais. Esses fatores de poder podem provocar impactos nas relações das organizações com seus públicos e muitas vezes precisam ser administrados pelas relações públicas. (BRIZOLA, 2023, p.43)

Em todas as relações sociais há poder envolvido; portanto, o contexto social e as características pessoais de cada indivíduo são extremamente importantes para entender a dinâmica do influenciador e do influenciado (KRAUSZ, 1999, p. 16 apud KUNSCH, 2003; BRIZOLA, 2023, p. 43).

PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE PERDA DE CAPITAL SOCIAL - O CASO KAROL CONKÁ

Segundo um estudo do IBGE realizado em 2024, a faixa etária entre 14 e 49 anos corresponde a mais de 93% dos usuários brasileiros da internet em 2023. No Brasil, algumas das redes sociais mais utilizadas são o Instagram, com 89,8% dos usuários de internet, o Facebook, que abrange 86,8%, e o X (antigo Twitter), representando 47,7%. Não é por acaso que as redes sociais onde os cancelamentos são observados com maior frequência e de forma mais abrupta são justamente o Instagram e o X. Um exemplo recente e marcante é o de Karol Conká, um caso quase impossível de ser ignorado quando se fala em cancelamento. Karol é uma rapper, cantora,

produtora, compositora e apresentadora brasileira que, em 2021, sofreu um cancelamento massivo nas redes sociais, especialmente no X, durante sua polêmica participação no Big Brother Brasil 2021.

Figura 1 – Capturas de tela do perfil “Séries TV Show BR” anunciando a participação de Karol Conká no BBB21 e respectivos comentários de internautas.



Fonte: X (Rede social), 2024.

Karol não foi rejeitada desde o início; em janeiro de 2021, quando foi anunciada no programa, a cantora era aclamada pelo público e por colegas de profissão, sendo considerada a vencedora do reality por uma grande parte dos internautas. As capturas de tela das postagens da página “Séries TV Show BR” sobre a participação de Karol Conká no Big Brother Brasil 21 mostram como, no início, a rapper era amplamente celebrada e considerada uma das favoritas do público. Esse cenário inicial destaca o conceito de capital social discutido por Bourdieu (1986), no qual a artista acumulou recursos e conexões favoráveis por meio do apoio de fãs e colegas artistas. Essa fase inicial evidencia a densidade das redes sociais, com a rapper recebendo afirmações e expressões de suporte que contribuíram para o fortalecimento de sua imagem pública. A seguir, será apresentada uma breve análise de postagens do X, ao acompanhar a trajetória da artista no programa e a reação do público desde o anúncio de sua participação até o momento atual, três anos após os eventos.

Figura 2: Perfis Bruno Gagliasso e Cleo Pires.



Fonte: X (Rede Social), 2024.

As postagens de figuras públicas como Bruno Gagliasso e Cleo Pires, artistas renomados no cenário midiático brasileiro, expressam apoio à participação de Karol. Ilustram, assim, como o

capital social pode ser amplificado por conexões estratégicas e endossos de pessoas influentes na sociedade. Este apoio reflete a ideia de estratégias de investimento social descritas por Bourdieu (1982), onde a presença de celebridades e influenciadores pode criar um impacto significativo na percepção pública. Porém, sua imagem pública logo estaria estremecida.

Após menos de um mês do anúncio, os ataques já haviam começado. Quando o programa iniciou, em 25 de janeiro de 2021, Karol foi uma figura muito querida pelo público, entretanto, logo se envolveu em vários conflitos com diferentes participantes, incluindo o ator Lucas Penteado e a advogada Juliette Freire, figuras importantes nos embates que mais repercutiram, deixando o público enfurecido. Karol foi acusada de cometer pressão psicológica contra Lucas Penteado, o que levou o mesmo a desistir do programa em apenas duas semanas de participação. Em uma de suas interações com Juliette, Karol foi acusada de xenofobia pelos internautas.

Figura 3: Caso de possível xenofobia contra Juliette.

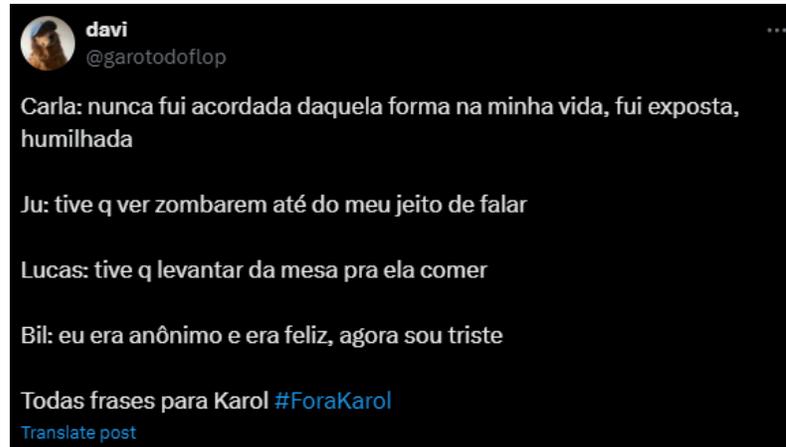


Fonte: X (rede social), 2024.

A captura de tela do X, no qual um internauta comenta sobre um caso de possível xenofobia envolvendo Juliette Freire, é um exemplo claro do impacto que comportamentos e interações de Karol Conká tiveram no ambiente social. Esse incidente ilustra a volatilidade da opinião pública e como a percepção das ações de um indivíduo pode rapidamente se transformar em condenação social.

Assim, o incidente que envolveu Juliette não apenas prejudicou a imagem de Karol, mas também intensificou a divisão entre o público, criando o que Sousa e Terra (2020) consideram uma bolha informativa, polarizando as opiniões e contribuindo para o seu eventual cancelamento.

Figura 4: Problemas que participantes enfrentaram com a cantora e usa a hashtag #ForaKarol.



Fonte: X (Rede Social), 2024.

Durante o programa, um dos mais marcantes conflitos foi com o ator Lucas Penteado. Mas não foi só com Lucas que Karol teve problemas, ela também teve atritos com outros participantes, como citado na imagem acima alguns exemplos. Com isso, formou-se uma opinião pública de grande magnitude, resultando em uma mobilização coletiva do público que lançou a hashtag “#ForaKarol”. A interação negativa com outros participantes e a subsequente reação do público refletem uma deterioração significativa de sua imagem e reputação nas redes sociais. A mobilização em torno da hashtag, que expressou um sentimento de repúdio e cancelamento, evidencia uma resposta coletiva a percepções de desrespeito e injustiça nas ações de Karol, resultando em um forte movimento contra ela.

A politização das interações sociais no ambiente digital, conforme discutido por Prudencio (2009), revela que a opinião pública é moldada por narrativas que emergem em contextos de conflito. Nesse caso, a hashtag e as subsequentes postagens não serviram como um mecanismo de apoio, mas sim o oposto, como uma ferramenta de contestação, permitindo que os internautas expressassem sua desaprovação e exigissem uma reavaliação do comportamento de Karol no programa. Essa dinâmica ilustra a fragilidade do capital social digital, onde a percepção

pública pode rapidamente se transformar em um movimento de cancelamento (PRUDENCIO, 2009).

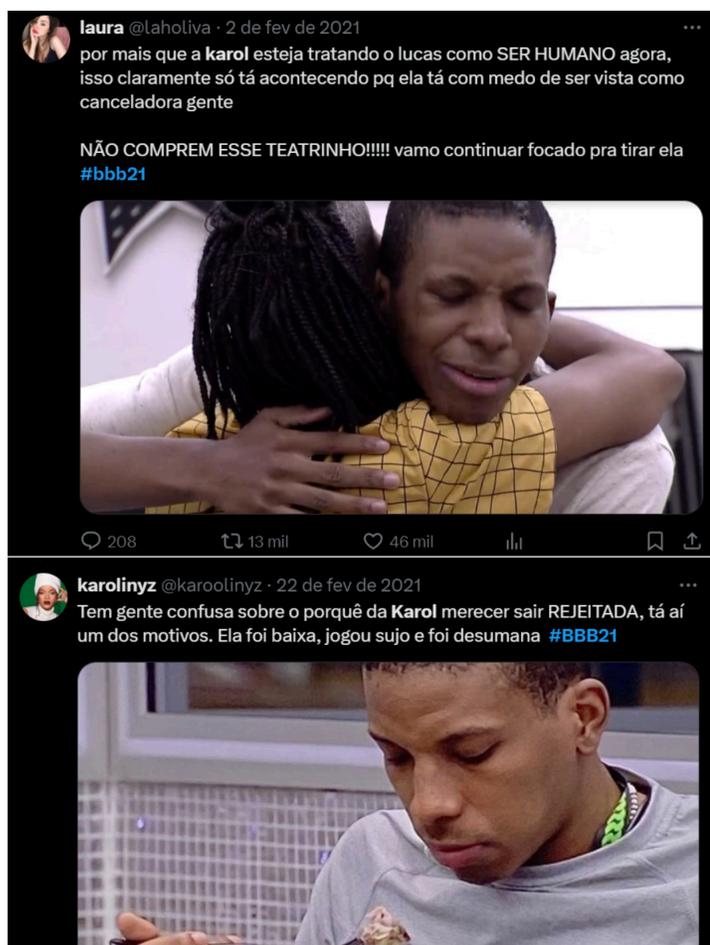
Figura 5: Internauta empolgado ao imaginar Karol sendo eliminada.



Fonte: X (rede social), 2024.

A criação da hashtag #ForaKarol se manifestou como um mecanismo de justiça social, o que gerou um ambiente de expectativa e esperança. Os internautas, sedentos por justiça, encontrariam na eliminação de Karol uma forma de punição simbólica, recorrendo a esses mecanismos alternativos, como a mobilização digital, para fazer valer sua voz. A captura de tela acima, registrada 21 dias antes da eliminação de Karol, demonstra como a mobilização crescia com o passar dos dias, evidenciando o poder do instrumento punitivo popular (MARTINS; CORDEIRO, 2022).

Figura 6: Opinião de internautas sobre a situação de Karol com Lucas Penteadado.



Fonte: X (Rede social), 2024.

Karol Conká teve problemas com Lucas Penteadinho durante o Big Brother Brasil 21 devido a uma série de conflitos pessoais que começaram em uma festa, onde Lucas, sob efeito de álcool, protagonizou situações confusas, como discussões acaloradas e comportamentos que desagradaram os outros participantes³. Karol foi uma das pessoas que reagiu com mais agressividade. O ponto mais notável foi quando Karol, visivelmente irritada com Lucas, passou a isolá-lo e hostilizá-lo publicamente. Em um episódio, durante uma refeição, ela o impediu de sentar-se à mesa com os outros, afirmando que ele era "um menino mal-educado", o que gerou grande comoção nas redes sociais. Karol o ofendeu várias vezes, criando um ambiente de bullying psicológico. Lucas, por sua vez, acabou deixando o programa por conta própria após sofrer essas pressões.

³ G1. 'BBB21': Entenda briga entre Karol Conká e Lucas Penteadinho que dominou primeira semana. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/02/03/bbb21-entenda-briga-entre-karol-conka-e-lucas-penteadinho-que-dominou-primeira-semana.ghtml>. Acesso em 09 de setembro de 2024.

Após uma dinâmica ao vivo no programa onde Karol sentiu que a fala do apresentador se referia às atitudes dela, Karol o convidou para almoçar com ela e ambos conversaram, onde ela pediu desculpas e ambos pareciam ter se resolvido.⁴ O público não ficou convencido de sua redenção e a acusaram de supostamente fazer isso pensando num possível cancelamento fora da casa.

A reação da audiência a esses eventos ilustra bem a dinâmica de poder nas plataformas digitais, onde a opinião pública pode rapidamente se voltar contra um indivíduo, e Blumer (1969) reforça isso em seu livro “O Interacionismo Simbólico” quando disse que os indivíduos são extremamente sensíveis ao julgamento social, e, nesse contexto, Karol se tornou alvo de severas críticas. A hashtag #FORAKAROL e outros comentários refletem a formação de um consenso público que rejeita seus comportamentos, ressaltando como a pressão social se intensifica em momentos de conflito.

A VIDA DEPOIS DO TOMBO: COMO FOI O PROCESSO DE REINserÇÃO SOCIAL DA RAPPER

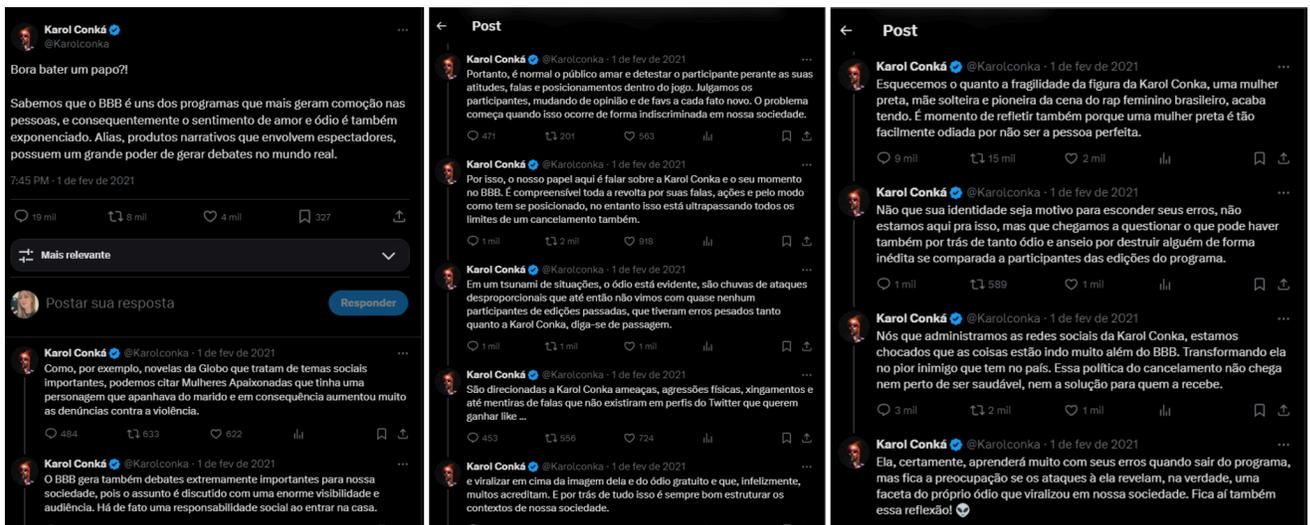
Durante a sua participação no Big Brother Brasil 21, Karol Conká vivenciou uma crescente onda de críticas e hostilidade, o que levou sua assessoria a adotar medidas para amenizar o impacto de suas ações controversas. Reconhecendo a gravidade da situação e a intensidade da reação pública, a equipe de comunicação da rapper implementou uma estratégia de gerenciamento de crise focada em restaurar sua imagem e recuperar a confiança do público.

Uma das principais abordagens adotadas pela assessoria foi a tentativa de estabelecer um diálogo direto com a audiência através do perfil da cantora nas redes sociais. Nesse momento, a assessoria buscou demonstrar que compreendia a revolta e a indignação dos internautas em relação às atitudes da rapper, enfatizando a necessidade de um debate construtivo em vez de ataques de ódio. Essa estratégia está alinhada com o conceito de relações públicas digitais, onde a interação e a escuta ativa são fundamentais para a construção e a preservação da reputação.

⁴ Hugo Gloss. BBB21: Karol Conka abraça Lucas, pede desculpas e tenta justificar: “Falo para intimidar”. Assista! Disponível em: <https://hugogloss.uol.com.br/tv/bbb/bbb21-karol-conka-abraca-lucas-pede-desculpas-e-tenta-justificar-atitude-s-falo-para-intimidat-assista/>. Acesso em 09 de setembro de 2024.

No entanto, a eficácia dessa abordagem foi questionada por muitos internautas. Mesmo após os esforços da assessoria, o sentimento de desconfiança permaneceu, refletindo a ideia de que a opinião pública, como bem descrito por Blumer (1969), é altamente influenciada por julgamentos e percepções sociais. Nesse contexto, a recuperação da imagem de Karol não se tratou apenas de uma questão de comunicação, mas envolveu uma necessidade de reconstrução de capital social em um ambiente digital que rapidamente se voltou contra ela.

Figura 7: Posicionamento da assessoria da rapper através de seu perfil.

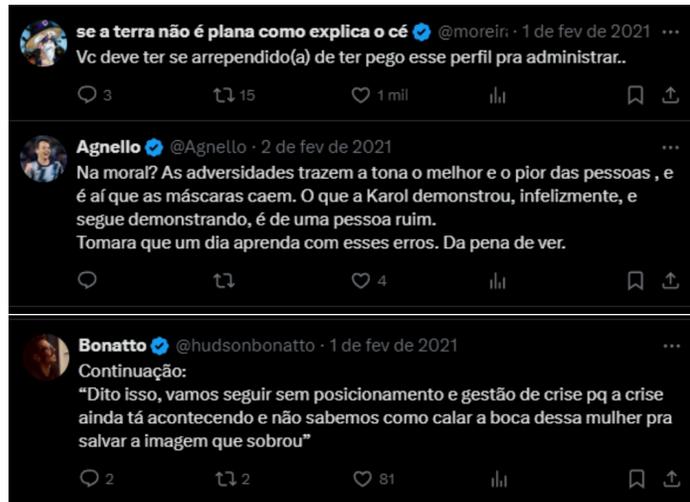


Fonte: X (rede social).

A imagem VII traz capturas de tela do pronunciamento oficial da assessoria de Karol Conká, feito no X (antigo Twitter) em 01/02/2021, quando ela enfrentava o auge do seu cancelamento. Este momento foi marcado por uma grande reação negativa do público devido ao comportamento da cantora dentro do Big Brother Brasil 21.

No pronunciamento, a assessoria buscava, por meio de um discurso apaziguador, contextualizar as atitudes de Karol no reality show, mencionando a pressão psicológica do confinamento e apelando à empatia do público. Essa estratégia de mitigação dos danos é um exemplo clássico do que Kunsch (2003) descreve como o papel das relações públicas: atuar proativamente e com transparência para reduzir os efeitos negativos sobre a imagem pública da cliente.

Figura 8: Respostas de internautas sobre o pronunciamento de assessoria de Karol Conká.



Fonte: X (rede social), 2024.

A imagem VIII apresentam respostas de internautas ao pronunciamento oficial da equipe de Karol Conká. As reações mostram a resistência do público em aceitar as justificativas apresentadas pela assessoria. Muitos usuários rejeitaram os argumentos, reafirmando sua indignação e questionando a legitimidade das desculpas. Isso reflete um ponto importante discutido por Martins (2023), que destaca como o cancelamento visa não apenas criticar, mas também punir a figura pública, muitas vezes em busca de "lições" que forcem a mudança de comportamento.

O que torna essa análise mais significativa é o fato de que, naquele momento, o cancelamento de Karol começou a se estender para pessoas próximas a ela. Um exemplo claro é o filho da cantora, que tinha apenas 15 anos à época e foi alvo de ataques virtuais, como mencionado no seu texto. Este fenômeno, de espalhar o ódio para além do indivíduo principal, demonstra uma dinâmica complexa da cultura do cancelamento, onde qualquer um associado à figura "cancelada" também pode sofrer as repercussões negativas.⁵

Figura 9: Perfil de Juliette (publicado pela assessoria da artista) na rede social X celebrando a eliminação de Karol.

⁵ TORRES, Leonardo. Filho de Karol Conka, de 15 anos, desabafa sobre ataques. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/filho-karol-conka-15-anos-desabafa-sobre-ataques/>. Acesso em: 10 de setembro de 2024.



Fonte: X (rede social), 2024.

A imagem IX mostra uma captura de tela da publicação feita pela assessoria de Juliette, uma das principais participantes do BBB 21 e diretamente afetada pelos comportamentos e atitudes de Karol Conká dentro da casa. No post, a equipe de Juliette celebra a eliminação de Karol Conká, que marcou a maior rejeição já registrada na história do programa, com 99,17% dos votos.⁶ O sentimento de justiça reinava no X, e Karol sairia do programa sem imaginar a imensidão de ódio que a esperava fora da casa.

Esse tweet reflete o sentimento generalizado de justiça social que dominava as discussões no X (antigo Twitter) na época. Para muitos internautas, a eliminação de Karol representou uma vitória moral, já que suas atitudes durante o programa foram amplamente criticadas como abusivas e arrogantes. A rejeição massiva evidenciada pelos números do programa ilustra o quanto o público havia tomado partido contra Karol, consolidando o cancelamento iniciado enquanto ela ainda estava confinada.

Esse comportamento coletivo nas redes sociais reflete o que English (2021) descreve como um "esforço coletivo" de cancelamento, no qual o público usa as plataformas digitais para reforçar e consolidar a "punição" ao indivíduo cancelado. A celebração pública da queda de Karol é um exemplo claro de como as redes sociais amplificam esses momentos, transformando a eliminação de um reality show em um evento de relevância nacional.

⁶ Estadão. Karol Conká é eliminada do 'BBB21' com rejeição recorde de 99,17%; como fica a carreira dela? Disponível em:

<https://www.estadao.com.br/emails/tv/karol-conka-e-eliminada-do-bbb-21/#:~:text=Karol%20Conk%C3%A1%20deixou%20o%20BBB,Pared%C3%A3o%20no%20Big%20Brother%20Brasil>. Acesso em 30 de agosto de 2024.

Figura 10: O retorno de Karol na rede social X e reações de internautas.



Fonte: X (rede social), 2024.

Dois meses após sua eliminação, Karol aparece pela primeira vez para explicar o motivo de seu silêncio e também para comentar sobre o lançamento do seu documentário “A Vida Depois do Tombo”.⁷ Ter se retirado das redes durante esse período foi bom para a artista, pois isso descansou sua imagem da opinião pública, favorecendo um retorno mais positivo quando resolvesse aparecer.

A estratégia de dar um tempo das redes e retornar apenas quando o documentário “A vida Depois do Tombo” estava pronto foi um acerto de sua equipe de assessoria, pois gerou certa repercussão positiva, pois mesmo recebendo um nível de ódio grande, já não era tão estrondoso como nas últimas semanas. O objetivo da produção global não foi justificar tudo o que a cantora fez no reality, e sim mostrar quem era a Karol além das polêmicas. Isso humanizou a cantora perante ao público (ALVES, 2022). Karol chegou a receber mensagens de apoio, com alguns internautas esperançosos acerca de sua recuperação e reinserção social.

⁷ G1. “A Vida depois do Tombo”: Série documental sobre Karol Conka estreia no Globoplay nesta quinta-feira.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/04/29/a-vida-depois-do-tombo-serie-documental-sobre-karol-conka-estrei-a-no-globoplay-nesta-quinta-feira.ghtml>. Acesso em 28 de agosto de 2024.

Figura 11: Perfil “Infos Karol Conká” comentando sobre o sucesso de “Dilúvio”.



Fonte: X (rede social), 2024.

Sua imagem passou por mudanças significativas durante o período, aderindo roupas mais claras, tecidos com acabamentos mais leves e maquiagem seguindo os mesmos padrões de simplicidade. Sobre o uso de determinadas vestimentas para transmitir uma mensagem, Pinto (2017) pontua:

“[...] a roupa transmite mensagens, fazendo assim uma comunicação nossa para com o mundo, comunicação essa que muitas vezes ocorre no nível do nosso inconsciente” (PINTO, 2017).

Além disso, essa mudança de imagem não foi à toa, pois coincidiu com o lançamento da música "Dilúvio", que traz uma letra reflexiva e um clipe com um cenário angelical e puro, simbolizando a busca por redenção.

Os resultados dessas estratégias surgiram rapidamente, pois como ilustra a captura de tela do perfil “Infos Karol Conká”, o álbum ficou em 1 lugar no iTunes na época do lançamento e se tornou a maior estreia da carreira da rapper até então.

Figura 12: Internauta brinca sobre necessitar de um gerenciamento de crise como o de Karol Conka.

A imagem captura um momento de reinserção social de Karol Conká. Nesta postagem, um internauta elogia a equipe de assessoria da cantora ao vê-la ao lado de Urias e Liniker, duas figuras proeminentes na cena musical brasileira. Esse elogio reflete a percepção de que a assessoria de Karol está trabalhando eficazmente na sua reabilitação de imagem, associando-a a artistas respeitados e admirados, o que pode indicar um esforço consciente para reposicionar a rapper dentro do cenário cultural

A trajetória de Karol Conká após o cancelamento ilustra como o capital social de uma figura pública pode ser afetado, mas também recuperado com uma gestão eficiente de imagem. Após o incidente que abalou profundamente sua reputação, sua assessoria enfrentou o desafio de restabelecer as conexões sociais que sustentavam sua influência. Esse processo de restauração envolveu estratégias comunicacionais que, conforme discutido anteriormente, são fundamentais para recuperar a confiança e o reconhecimento perdidos, conforme Kunsch (2003).

Hoje, a assessoria de Karol é celebrada não apenas por sua competência, mas também por transformar uma crise que ameaçava seu capital social em uma oportunidade de reconexão com o público. O fato de que internautas usam sua equipe como referência nas redes sociais reflete não apenas a restauração desse capital, mas também a conversão dele em um novo tipo de legitimidade, reafirmando a importância do gerenciamento de reputação no ambiente volátil das redes, como mencionado por Blumer (1969) e Recuero (2012).

Figura 14: Internauta menciona a indicação de Karol ao BET Awards 2024.



Fonte: X (rede social), 2024.

A imagem mostra um internauta citando a indicação de Karol Conká ao BET Awards 2024, um reconhecimento significativo na indústria da música e um marco importante na trajetória de recuperação da artista. Quando o autor da postagem cita “eu tenho sim uma carreira bem bonita lá fora” ele se refere a uma fala da cantora dita dentro da casa do BBB 21. O momento representou não apenas um retorno ao cenário musical, mas também uma validação do seu talento e resiliência após o cancelamento e as controvérsias que marcaram sua participação no programa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo do fenômeno do cancelamento no contexto das redes sociais e sua intersecção com a gestão de reputação revela profundas mudanças na maneira como a opinião pública é formada e mobilizada. As plataformas digitais, em especial as redes sociais digitais, têm ampliado o alcance e a velocidade de disseminação das opiniões, configurando novas arenas de debate e julgamento. Nesse cenário, a cultura do cancelamento se apresenta como uma dinâmica de poder social, na qual grupos funcionais (BLUMER, 1982) utilizam suas vozes para definir normas, julgar comportamentos e sancionar aqueles que são percebidos como transgressores dessas normas.

O caso de Karol Conká, amplamente abordado neste trabalho, oferece uma ilustração clara de como o capital social pode ser rapidamente erodido em um ambiente digital altamente polarizado. A artista, que inicialmente contava com um forte apoio popular e de colegas, enfrentou um colapso de sua imagem pública em decorrência de seu comportamento dentro do Big Brother Brasil 21. A resposta imediata e contundente da opinião pública, manifestada nas redes sociais, evidenciou como essas plataformas amplificam o poder de julgamento coletivo e o efeito punitivo que esse julgamento pode exercer, especialmente quando reforçado pelas chamadas bolhas informativas.

Nesse contexto, torna-se evidente que a gestão da reputação e a preservação do capital social no ambiente digital exigem estratégias principalmente de relações públicas digitais, que assumem um papel ainda mais relevante na era da desintermediação (TERRA; SOUSA, 2020), onde as figuras públicas e organizações se comunicam diretamente com seus públicos. Esse

contato direto cria oportunidades para engajamento, mas também aumenta a vulnerabilidade a crises, como ficou claro no processo de cancelamento de Karol Conká.

A reconfiguração da opinião pública no ambiente digital é marcada pela velocidade das interações e pela intensidade das reações. A crise de Karol Conká não apenas destruiu temporariamente sua reputação, mas também provocou um debate nacional sobre os limites da responsabilidade e as implicações da cultura do cancelamento. Como vimos, o gerenciamento dessa crise exigiu uma combinação de retratação, diálogo público e estratégias de reconstrução de imagem que se alinham com as práticas contemporâneas de Relações Públicas, as quais priorizam a escuta ativa e a interação genuína com os públicos afetados.

A análise deste caso permite a conclusão de que o sucesso na recuperação da imagem pública de Karol Conká, embora parcial, evidencia a importância de uma gestão de crise bem estruturada e de um relacionamento pré-existente com o público baseado em confiança (BARGER, 2013). Sua trajetória pós-cancelamento demonstra que, embora o cancelamento social possa ter efeitos devastadores, a reabilitação da reputação é possível quando se combinam estratégias de comunicação eficazes com o reconhecimento público de erros e um compromisso visível com a mudança.

O fenômeno do cancelamento nos leva a refletir sobre o papel das redes sociais como formadoras da opinião pública. Elas atuam como espaços de poder, onde as interações sociais são moldadas por dinâmicas de aceitação e rejeição. Assim, as crises reputacionais não devem ser vistas apenas como desafios temporários, mas como elementos integrantes de uma nova ecologia de poder e influência. Compreender essa dinâmica e estar preparado para as crises que dela decorrem se revela essencial para qualquer profissional de Relações Públicas que busque preservar ou restaurar o capital social em tempos de intensa midiatização e crescente pressão por comportamentos e posicionamentos socialmente aceitos.

REFERÊNCIAS

- ALVES, M. B. **“Já Que É Pra Tombar”**: A Crise De Imagem Da Rapper Karol Conká Após O BBB21. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social - Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.
- BARGER, C. **O estrategista em mídias sociais**. São Paulo: DVS, 2013.
- BLUMER, H. **El interaccionismo simbólico. Perspectiva y metodo**. Barcelona: Hora, 1982.
- BOURDIEU, P. **The forms of capital**. Disponível em: https://home.iitk.ac.in/~amman/soc748/bourdieu_forms_of_capital.pdf. Acesso em: 02/10/2023.
- BRADLEY, A. J.; MCDONALD, M. P. **Mídias sociais na organização: como liderar** Implementando mídias sociais e maximizar os valores de seus clientes e funcionários. São Paulo: MBooks, 2013.
- BRIZOLA, S. **Cancelado! Um estudo exploratório do fenômeno do cancelamento sob a ótica das relações públicas**. 2023. 90 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Públicas) - Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS.
- COOMBS; W. T.; HOLLADAY S. J. **The handbook of crisis communication**. Oxford: Wiley Blackwell, 2010.
- ENGLISH, M. **Cancel culture: an examination of cancel culture acts as a form of counterspeech to regulate hate speech online**. Dissertação de mestrado. Publicado em 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.17615/k92h-zw67>. Acesso em 22/09/2023.
- KARHAWI, I. **Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises**. *Organicom*, [S. l.], v. 18, n. 35, p. 45-59, 2021. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.172213. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/172213>. Acesso em: 18 out. 2023.
- KUNSCH, M. M. K. **A função das Relações Públicas e a prática comunicacional nas organizações**. *Organicom*, São Paulo, Brasil, v. 1, n. 1, p. 120–139, 2004. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2004.138874. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/138874>.. Acesso em: 6 maio. 2024.
- KUNSCH, M.M.K. **Planejamento Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- KRAUSZ, R. **Compartilhando o poder nas organizações**. São Paulo: Nobel, 1991.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Ireneu da Costa. São Paulo : Ed. 34, 1999. 260 p. (Coleção TRANS).
- MARTINS, T. de A. L., & Cordeiro, A. P. . (2022). **A “cultura do cancelamento”**: contribuições de um olhar sociológico. *Revista Extraprensa*, 15(Especial), 29-47. <https://doi.org/10.11606/extraprensa2022.194383> (Original work published 31 de maio de 2022).

PINTO, Y. A. **Consultoria de imagem**: a linguagem das roupas e a sua relevância na construção da imagem pessoal. 2017. 20 f. Artigo (Graduação em Design-moda). Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

PRUDENCIO, K. C. S. **Mobilizar a opinião pública**: sobre a comunicação dos ativistas políticos. In: ANAIS DO 18º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2009, Belo Horizonte. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2009. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2009/trabalhos/mobilizar-a-opiniaio-publica-sobre-a-comunicacao-dos-ativistas-politicos?lang=pt-br>> Acesso em: 22 out. 2023.

RECUERO, R. **Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs**. Revista FAMECOS, v. 12, n. 28, p. 88, abr. 2005.

RECUERO, R. O CAPITAL SOCIAL EM REDE: **Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social** / SOCIAL CAPITAL IN NETWORK: HOW INTERNET SOCIAL NETWORKS ARE GENERATING NEW FORMS OF SOCIAL CAPITAL. Contemporanea | Revista de Comunicação e Cultura (PósCom-UFBA), v. 10, n. 3, p. 597–617, out. 2012.

RONSON, J. **So You've Been Publicly Shamed**. Nova Iorque: Riverhead Books, 2015.

SIMÕES, R. P. **Relações públicas e micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

TERRA, C. F. **Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais)**: estamos falando da midiáticação das relações públicas?. Organicom, [S. l.], v. 12, n. 22, p. 103-117, 2015. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139271. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139271>. Acesso em: 18 out. 2023.

TERRA, C. F.; SOUSA, G. M. S. F. **Opinião pública em tempos de mídias sociais**: Midiáticação, comunicação desintermediada e memes. Opinião pública, comunicação e organizações: Convergências e perspectivas contemporâneas, v. 1, p. 164-177, 2020.