

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA REDE GLOBO NO GERENCIAMENTO DA CRISE DE IMAGEM DE KAROL CONKÁ

ANALYSIS OF REDE GLOBO'S COMMUNICATION STRATEGIES IN MANAGING KAROL CONKA'S IMAGE CRISIS

ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE REDE GLOBO EN LA GESTIÓN DE LA CRISIS DE IMAGEN DE KAROL CONKÁ

Leticia Monteiro

Pablo Monteiro

Rakel Castro

Francinete Louseiro de Almeida

Gabriela Gadêlha

Resumo: Este artigo revisita e aprofunda a análise das estratégias de comunicação empregadas pela Rede Globo para gerenciar a crise de imagem da cantora Karol Conká durante sua participação no Big Brother Brasil 21. A discussão teórica é expandida para além dos conceitos tradicionais de identidade, imagem e reputação (Argenti, 2006; Rosa, 2001; Forni, 2019), incorporando perspectivas contemporâneas sobre comunicação digital, cultura do cancelamento (Bahia, 2020; Pinheiro-Machado, 2020) e interseccionalidade (Crenshaw, 1989; Cerqueira, Lago & Nonato, 2022). A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, utiliza o método de Estudo de Caso (Yin, 2009) e a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) para examinar as ações da emissora na tentativa de mitigar a crise de imagem da artista. O estudo aborda o gerenciamento de crise de figuras públicas e suas relações com organizações, destacando a cultura do cancelamento, seus desdobramentos e a influência de recortes interseccionais.

Palavras-chave: Comunicação Digital e Cancelamento. Gerenciamento de crise. Identidade. Imagem. Reputação.

Abstract: This article revisits and deepens the analysis of the communication strategies employed by Rede Globo to manage singer Karol Conká's image crisis during her participation in Big Brother Brasil 21. The theoretical discussion expands beyond the traditional concepts of identity, image, and reputation (Argenti, 2006; Rosa, 2001; Forni, 2019), incorporating contemporary perspectives on digital communication, cancel culture (Bahia, 2020; Pinheiro-Machado, 2020), and intersectionality (Crenshaw, 1989; Cerqueira, Lago & Nonato, 2022). The research, qualitative and exploratory in nature, uses the Case Study method (Yin, 2009) and Content Analysis (Bardin, 2011) to examine the network's actions in attempting to mitigate the artist's image crisis. The study addresses crisis management by public figures and their relationships with organizations, highlighting cancel culture, its consequences, and the influence of intersectional perspectives.

Keywords: Digital Communication and Cancellation. Crisis management. Identity. Image. Reputation.

Resumen: Este artículo revisa y profundiza el análisis de las estrategias de comunicación empleadas por Rede Globo para gestionar la crisis de imagen de la cantante Karol Conká durante su participación en el BBB 21. La discusión teórica se amplía más allá de los conceptos tradicionales de identidad, imagen y reputación (Argenti, 2006; Rosa, 2001; Forni, 2019), incorporando perspectivas contemporáneas sobre comunicación digital, cultura de la cancelación (Bahia, 2020; Pinheiro-Machado, 2020) e interseccionalidad (Crenshaw, 1989; Cerqueira, Lago & Nonato, 2022). La investigación, de carácter cualitativo y exploratorio, utiliza el método de Estudio de Caso (Yin, 2009) y el Análisis de Contenido (Bardin, 2011) para examinar las acciones de la emisora en un intento de mitigar la crisis de imagen de la artista. El estudio aborda la gestión de crisis de figuras públicas y sus relaciones con organizaciones, destacando la cultura de la cancelación, sus desarrollos y la influencia de los recortes interseccionales.

Palabras clave: Comunicación Digital e Cancelación. Gestión de crisis. Identidad. Imagen. Reputación.

1 INTRODUÇÃO

A participação de Karol Conká no Big Brother Brasil (BBB) edição 21 marcou um ponto de inflexão na percepção pública sobre o fenômeno do cancelamento, atingindo um índice recorde de rejeição que impulsionou a Rede Globo a desenvolver estratégias de comunicação diferenciadas. Este cenário evidenciou a crescente relevância do gerenciamento de crises de imagem para figuras públicas, organizações e marcas na era digital. O avanço tecnológico e a proliferação das redes sociais digitais intensificaram a exposição ao julgamento público, catalisando o fenômeno da cultura do cancelamento, que se manifesta como um boicote a entidades ou indivíduos cujas ações são percebidas como ofensivas, “incorretas” ou inconsistentes com valores sociais.

A exposição a tal escrutínio pode resultar em uma crise de imagem severa, culminando na perda de credibilidade, confiabilidade e reputação. Consequentemente, o gerenciamento desta crise adquire novos contornos e uma importância estratégica inegável, exigindo dos profissionais de comunicação uma constante adaptação aos fatores de risco dinâmicos que podem desencadear crises e cancelamentos.

Ao posicionar-se de forma contrária ao esperado, figuras públicas, marcas e organizações correm o risco de serem alvos de cancelamento e possível perda de credibilidade, confiabilidade e da própria reputação. Por esse motivo, o gerenciamento de imagem ganha cada vez mais importância e novos contornos, pois os profissionais de comunicação estão lidando constantemente

com (novos e dinâmicos) fatores de risco que levam a grandes crises.

Diante deste contexto, o presente artigo propõe-se a analisar criticamente as estratégias de comunicação e gerenciamento de crise implementadas pela Rede Globo no caso de Karol Conká. Além de investigar as causas e consequências do cancelamento e da crise de imagem, o estudo explora os desdobramentos e a influência da mídia, bem como os recortes interseccionais que atuam no processo de cancelamento. Para tanto, a análise será fundamentada em uma discussão teórica robusta sobre identidade, imagem, reputação, crise de imagem e seu gerenciamento, incorporando as perspectivas das Relações Públicas e da comunicação em ambientes digitais.

Aborda-se também o papel das relações públicas (RP) e da comunicação no gerenciamento das crises de imagens geradas pelo cancelamento e suas consequências, sob uma ótica que transcende as perspectivas meramente organizacionais. O percurso teórico-metodológico é traçado a partir de uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo e exploratório, que emprega o Estudo de Caso (Yin, 2009) e a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) com uma fundamentação mais aprofundada, visando uma análise crítica e não apenas descritiva dos dados.

2 FIGURAS PÚBLICAS E SEUS ATIVOS INTANGÍVEIS

O elemento a fazer parte da construção de uma figura pública é a identidade, definida por Almeida (2009) como o DNA da organização, os atributos que a definem, diferenciam e que, de certa forma, determinam o que ela será no futuro. Assim, entende-se que a identidade acaba sendo uma autorrepresentação associada ao que é uma figura pública, suas atitudes, decisões, posicionamentos, ações, mas também ao que se deseja projetar. Tem função primordial na forma como a figura pública se posiciona e a forma como o público assimila as mensagens a seu respeito nos leva a definir outro importante elemento: a imagem.

Para Kapferer (2003), a imagem é vista como um conceito de recepção, pois seus estudos analisam a forma como determinados públicos veem uma figura pública ou uma marca. Já para Dowling (1986), ela é o resultado da interação das crenças, ideias, sentimentos e impressões do indivíduo sobre o objeto. Entende-se então esse processo no caso das figuras públicas que, ao longo da construção da carreira, vão ganhando admiradores, fãs, credibilidade e construindo uma identidade/imagem, que gera confiabilidade para quem acompanha. Mas, a fama, além de trazer benefícios, carrega no mesmo pacote, a vulnerabilidade.

A celebridade passa então a estar no imaginário do público como um realizador de sonhos, de desejos e quando as expectativas não são alcançadas, a figura pública tem sua credibilidade atingida, o que resulta em uma crise de imagem – definida por Rosa (2001) como um conjunto de variáveis que atingem o patrimônio mais importante de qualquer entidade ou personalidade: a credibilidade, a confiabilidade e a reputação. E nesse contexto, a comunicação assume o papel vital no fortalecimento da imagem, pois através desses processos comunicacionais, há sua preservação, fortalecimento e defesa da nos momentos negativos. Já a reputação reflete uma ideia bem mais estabilizada, pois tem um percurso a ser trilhado. Ela se forma a partir do acúmulo de percepções e experiências que indivíduos, grupos ou a sociedade como um todo têm sobre uma pessoa, empresa ou marca ao longo de sua existência (Iasbeck, 2007). Uma reputação sólida é criada quando identidade e imagem estão alinhadas, quando aquilo que uma figura pública é de fato está alinhado ao que o público vê (Argenti, 2006). É a resultante do somatório dos valores, códigos, história, memória, cultura e políticas de uma marca, organização ou figura pública.

Com o avanço tecnológico vivenciado nas últimas décadas, o posicionamento de figuras públicas em mídias sociais tornou-se uma grande responsabilidade que precisa ser trabalhada estrategicamente. Por terem uma representação importante para seu público e pelas informações se disseminarem de forma

ágil, o que se expõe precisa ter uma atenção redobrada, pois isso influencia diretamente na construção de uma identidade, imagem e, a longo prazo, uma reputação.

3 A CULTURA DO CANCELAMENTO

O fenômeno do cancelamento, que se popularizou nas redes sociais, refere-se à prática de retirar o apoio público a empresas, marcas, artistas, eventos e figuras públicas que tenham agido ou se expressado de maneira considerada ofensiva, “incorreta” ou incoerente com seus próprios discursos ou valores promovidos. Para Alberto e Sá (2021), o ato de cancelar pode ser traduzido como uma manifestação de frustração e punição pelo não cumprimento de certas condutas ou regras sociais.

Diante dessa perspectiva, pode-se entender o cancelamento como uma prática de reprovação ou punição diante de uma atitude considerada inadequada pela população ou por sua maioria - tanto por coisas banais como também em casos de práticas preconceituosas e intolerantes. Assim, uma conduta considerada errada praticada por uma empresa, marca, famoso ou autoridade política, seria denunciada pelas pessoas que presenciaram o ato.

Na ambiência digital, ao expressar um discurso de ódio, é possível dar a ele uma dimensão pública a ponto de tê-lo de alguma forma validado; ou seja, as redes sociais produzem uma espécie de “legitimação” do ódio que era muito mais difícil existir ou de ser percebido antes da centralidade das mídias digitais. Esse fenômeno também permite fazer um recorte sobre as questões de raça, gênero e desigualdade social.

Um exemplo elucidativo é a comparação entre Karol Conká e Jade Picon, ambas participantes do BBB. Karol, uma mulher preta e rapper, enfrentou uma rejeição sem precedentes (99,17%), perdendo seguidores e sendo alvo de ataques de ódio, racismo e misoginia. Em contrapartida, Jade Picon, uma mulher branca e *digital influencer*, apesar de também ter sido considerada a

“vilã” de sua edição e ter saído com alta rejeição (84,93%), não foi vítima do mesmo ódio coletivo. Essa disparidade sugere que o cancelamento é atravessado por diversas interseccionalidades, com o viés racial sendo particularmente proeminente neste caso.

Compreende-se também o fenômeno por meio das novas formas de comunicação, que geram uma maior exposição: quanto mais visíveis, mais expostos aos julgamentos dos outros. (Sibilia, 2016). Segundo a pesquisadora, as mídias sociais se tornaram espaços de subjetivação e inauguraram uma nova forma de ser e estar no mundo. Tudo isso por romper os limites entre o que é privado e o que é público, tornando a internet um ambiente ideal para influenciar na formação de uma opinião pública, uma vez que se apresenta como um espaço de discussão e interação social.

3.1 Cancelamento e as Crises de Imagem

O cancelamento pode escalar para uma crise de imagem para indivíduos e organizações, impulsionado pelo uso massivo das redes sociais e por uma sociedade mais atenta às questões sociais, econômicas, ambientais, raciais e de gênero. A amplificação do poder das redes sociais na divulgação de informações e na formação da opinião pública torna as figuras públicas mais suscetíveis a crises quando não correspondem às expectativas de seus públicos.

Essas crises, para Rosa (2001), só existem porque os indivíduos vivem em um mundo tão interligado que um problema que, à princípio, diria respeito apenas a uma comunidade distante pode adquirir imediatamente uma dimensão muito maior, nacional ou, até mesmo, global. Assim, diante do cenário de crise, uma personalidade que não atue com imediatismo e assertividade, enfrentará problemas com sua credibilidade.

Por isso, gerenciar crises envolve diversos processos que vão desde momentos que a antecedem, como ações de prevenção e preparação até o pós-crise, que

exige uma análise das estratégias utilizadas. Forni (2019) acredita que a pior fase para gerenciar uma crise é sua fase aguda, ou seja, durante a ocorrência – o que requer, portanto, mais prevenção. Para ele, o objetivo de uma boa gestão é evitar que esse estágio aconteça, mas se ocorrer, assumir o controle da situação para minimizar o potencial de dano. Assim, é importante desde o início ter um posicionamento ágil e honesto com o público.

Este estudo analisa a crise de imagem de Karol Conká e as estratégias da Rede Globo sob a perspectiva de Forni (2019), que sugere que a primeira resposta para sua mitigação deva ocorrer na mídia onde ela se originou. As estratégias da Globo, inicialmente em programas de TV e na final do *reality*, refletem essa abordagem, buscando conter o fato gerador e suas consequências no mesmo ambiente em que ela eclodiu.

4 SE É PRA TOMBAR, TOMBEI: ESTUDO DE CASO

Para investigar a questão de pesquisa "Quais as estratégias utilizadas pela Rede Globo no gerenciamento de crise da imagem de Karol Conká?", optou-se por uma pesquisa de abordagem qualitativa, com caráter exploratório e descritivo. Esta abordagem visa não apenas descrever o fenômeno, mas também formular hipóteses e estabelecer relações entre elas, aprofundando a compreensão do caso.

O método escolhido foi o Estudo de Caso (Yin, 2009), que permite uma investigação aprofundada de um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, sendo particularmente adequado para analisar as complexas dinâmicas de gerenciamento de crise em um ambiente midiático. A Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) foi utilizada como instrumento analítico, com um detalhamento rigoroso das etapas de pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados, inferência e interpretação, garantindo que as categorias de análise dialoguem consistentemente com o referencial teórico.

Após sua saída do programa com um índice de rejeição elevado (99,17%),

Karol Conká foi protagonista de uma série de aparições nos principais programas globais, uma oportunidade que não foi oferecida aos demais participantes. Além disso, a cantora foi o foco de uma série documental intitulada “A Vida Depois do Tombo”, lançada dois meses após sua saída do confinamento. Dessa forma, a pesquisa analisou as participações e produções envolvendo Karol Conká, estabelecendo um paralelo com estratégias de gerenciamento da crise de imagem.

Duas proposições norteiam esta pesquisa. A primeira é que as estratégias adotadas pela Rede Globo visavam gerenciar sua própria imagem como emissora. Durante a participação da cantora no *reality show*, Karol Conká estava sob responsabilidade contratual da emissora, e um posicionamento inadequado poderia acarretar consequências não apenas para Conká, mas também para a reputação da Globo. Assim, a emissora buscou mitigar os impactos negativos de suas ações perante o público, sem justificar as atitudes da rapper.

As unidades de análise foram selecionadas por representarem ações exclusivas da Rede Globo em relação a Karol Conká: (1) as participações de Karol Conká nos programas “Mais Você”, “Domingão do Faustão” e “Fantástico” na semana de sua eliminação; (2) a série documental “A Vida Depois do Tombo”, dirigida por Patrícia Carvalho e Patricia Cupello e lançada no Globoplay; e (3) o lançamento da música “Dilúvio” na final do BBB 2021.

4.1 Ligando os dados às proposições

Para realizar o gerenciamento da crise de imagem de Karol Conká, a Rede Globo empregou uma série de estratégias que podem ser analisadas sob a ótica da comunicação estratégica e do gerenciamento de crise. A análise das unidades de observação revelou como a emissora buscou reverter a percepção negativa do público, não apenas em relação à artista, mas também à sua própria imagem institucional.

A presença de Karol Conká em programas de grande audiência (Unidade 1) logo após sua eliminação pode ser interpretada como uma tentativa de humanizar a figura da cantora, permitindo que ela apresentasse sua versão dos fatos e expressasse arrependimento. Essa estratégia alinha-se com as recomendações de Forni (2019) sobre a importância de uma resposta rápida e transparente na mídia onde a crise se manifestou. A exposição controlada em veículos da própria emissora permitiu à Globo moldar a narrativa inicial, buscando um “descancelamento” gradual.

A série documental “A Vida Depois do Tombo” (Unidade 2) representa uma estratégia de longo prazo, visando uma reconstrução mais profunda da imagem e reputação de Karol Conká. Ao apresentar os bastidores, as reflexões da artista e as consequências de suas ações, a Globo buscou explorar a complexidade do fenômeno do cancelamento e, indiretamente, posicionar-se como uma plataforma que promove o debate e a reflexão sobre temas sociais. Essa abordagem dialoga com a necessidade de ir além da superficialidade dos julgamentos online, oferecendo um contexto mais amplo para a compreensão das ações da cantora.

O lançamento da música “Dilúvio” (Unidade 3) na final do BBB 2021 pode ser visto como um elemento simbólico de redenção e recomeço. A música, com sua letra e melodia, serviu como um veículo para a artista expressar seus sentimentos e buscar uma conexão emocional com o público, marcando um novo capítulo em sua carreira. Essa estratégia de comunicação artística complementa as ações midiáticas, reforçando a narrativa de superação e transformação.

A análise dessas estratégias revela um esforço coordenado da Rede Globo para proteger sua própria imagem e, ao mesmo tempo, gerenciar a crise de uma figura pública sob seu contrato. A distinção entre o tratamento dado a Karol Conká e a outros participantes do *reality show*, como Jade Picon, reforça a hipótese de que a emissora estava ciente das implicações interseccionais do

cancelamento. A comparação entre os casos, consoante apontado por Cerqueira, Lago e Nonato (2022), evidencia como os marcadores sociais como raça e gênero influenciam a intensidade e as consequências do cancelamento, exigindo respostas comunicacionais diferenciadas.

A mobilização dos conceitos de identidade, imagem, reputação e cancelamento, conforme proposto por Bahia (2020) e Pinheiro-Machado (2020), permite compreender que as ações da Globo não foram apenas reativas, mas estrategicamente planejadas para navegar em um cenário complexo de polarização e ativismo digital. A emissora buscou reequilibrar a balança da percepção pública, utilizando seu poder midiático para influenciar a narrativa e promover uma reflexão sobre a cultura do cancelamento.

A coleta de dados feita para a produção deste trabalho se deu de forma empírica, pela decupagem e análise das unidades escolhidas. Como fontes adicionais, foram utilizados materiais das redes sociais digitais, como Instagram e Twitter, para analisar a repercussão do público em relação à participação de Karol Conká no *reality show*. Recorreu-se ao método de Análise de Conteúdo, proposto por Bardin (2011), com o objetivo de descrever e interpretar os dados obtidos. Para a autora, este método de análise é organizado em três fases: (1) pré-análise, (2) exploração do material e (3) tratamento dos resultados e interpretação. Para esta análise, esquematizou-se da seguinte forma: A pré-análise, no qual foi realizada uma leitura das entrevistas de Karol Conká nos programas globais: “Mais você”, “Domingão do Faustão”, “Fantástico”, da série documental “A vida depois do tombo” e o episódio final do Big Brother Brasil 21. Esses conteúdos estão em formato de vídeo na plataforma de *streaming* Globoplay.

Posteriormente, a seleção dos documentos, foram definidos indicadores de análise que auxiliaram na interpretação de dados. As variáveis dizem respeito a: 1) tipo de conteúdo utilizado; 2) formato do conteúdo e 3) a força argumentativa, conforme o quadro a seguir:

Quadro 1- Indicadores e categorias de análise.

Indicador	Categoria	Exemplo
Tipo de conteúdo (o que falam os programas)	Pedido de desculpas Trajetória no <i>reality</i> Relação com participantes Carreira	Entrevistas feitas na série documental "A vida depois do tombo" com os três conflitos de Karol no <i>reality</i> .
Formato de conteúdo (a forma como foram apresentados)	Vídeo Texto	Sinopse da série documental "A vida depois do tombo"
Força argumentativa (argumentos para justificar as atitudes de Karol Conká)	Questões de raça e gênero Relação com familiares Questões do passado Visual	"Você é uma mulher negra, inteligente, personalidade forte em um país racista e hipócrita como o nosso" (Domingão do Faustão)

Fonte: Autoria própria, 2023.

A partir destas classificações, analisou-se a presença de cada uma das unidades com o intuito de compreender a relação entre elas e, também, a tentativa da Rede Globo de minimizar os impactos da crise de imagem de Karol Conká.

4.2 A Trajetória do Tombo

Karoline dos Santos Oliveira, mais conhecida como Karol Conká, é uma cantora, rapper, produtora e compositora natural de Curitiba. Sua carreira começou em 2011, com o lançamento do seu primeiro EP "Promo", mas seu sucesso veio apenas em 2013, com o álbum "Batuk Freak". No mesmo ano, ganhou o prêmio de Artista Revelação, no Prêmio Multishow de Música Brasileira. Karol Conká, é uma mulher preta e rapper, que carrega consigo um estilo musical protagonizado majoritariamente por homens, e que mesmo diante das adversidades, tinha uma carreira muito bem desenhada a partir de suas músicas, suas roupas e atitudes.

Suas canções remetem ao empoderamento de mulheres e em suas apresentações era ovacionada por sua personalidade artística e identitária.

Com uma carreira consolidada, em 2021, foi convidada para integrar o time “camarote” do BBB 21. Ao ser anunciada, altas expectativas foram criadas pelo público, que a via como uma figura de referência. Antes da sua estreia no programa, ela já era um dos nomes mais comentados e cogitados nas redes sociais.

No segundo dia de confinamento, Karol se apresentou aos demais participantes dizendo que não tinha medo de ser cancelada e se mostrou disposta a dividir, aprender e se corrigir. O que ninguém esperava é que, logo nos primeiros dias, apresentasse comportamentos contrários ao que pregava em suas músicas. Ainda na primeira semana, em conversa com as outras participantes, a rapper criticou a forma expansiva de comunicação da participante Juliette e ligou isso ao Estado da Paraíba, onde a adversária morava. Com isso, Conká foi acusada pelo público de praticar xenofobia.

Na primeira festa, Conká também se envolveu em mais uma polêmica; dessa vez, com o participante Lucas Penteado, que bebeu demais e importunou os demais jogadores. A rapper reagiu de forma agressiva ao comportamento de Lucas e suas atitudes foram tamanhas a ponto de o público acusá-la de realizar tortura psicológica durante os primeiros dias que sucederam à festa.

A artista foi uma das participantes mais criticadas nas redes sociais pelo comportamento que teve. Para piorar a situação, pessoas que trabalhavam com a cantora começaram a relatar, por meio das redes sociais, conflitos que tiveram com ela antes do confinamento. Em outro momento, Karol ainda tentou se envolver romanticamente com o participante Bill, tentando beijá-lo à força, mesmo depois de uma negação.

Tantos desentendimentos na casa fizeram com que Karol fosse, no dia 21 de fevereiro, indicada ao quarto paredão do BBB junto com os participantes Arthur Picoli e Gil do Vigor. Após ser indicada no habitual paredão de domingo, Conká voltou a ser um dos assuntos mais comentados nas redes sociais (BBB,

2021).

Artistas nacionais manifestaram sua torcida pela eliminação da *sister* e chegaram a puxar até mutirões. Os dois dias que antecedem o paredão foram de muitas especulações relacionadas ao resultado. Comerciantes aproveitaram o engajamento para criarem diversas promoções diante da possível saída de Karol. Pode-se, através da disseminação desses relatos, citar Rosa (2001) ao afirmar que o aumento das conexões e a complexidade dos sistemas contribuem para a produção e distribuição de informações, gerando um certo descontrole durante uma crise.

No dia 23 de fevereiro, no BBB (2021), Conká foi então a quarta eliminada com 99,17% dos votos. Com essa porcentagem, a rapper bateu o recorde de rejeição de todas as edições do *reality* Big Brother, com mais de 285 milhões de votos. E assim, a cantora teve uma crise de imagem que desgastou sua reputação pessoal e profissional, impondo prejuízos à continuidade da carreira.

4.3 Apresentação das estratégias globais

Após sua saída com alta rejeição, a rapper participou de uma extensa agenda nos principais programas globais, além de protagonizar uma série documental. Agenda que nenhum dos eliminados anteriores nem posteriores teve que cumprir, apenas Karol Conká. Entre os compromissos de Karol Conká após sua eliminação estão suas participações em programas da Rede Globo. Seu primeiro compromisso foi logo no dia seguinte (24/02/2021) no programa “Mais Você” e cinco dias depois Karol foi ao programa “Domingão do Faustão”. Atracção das tardes de domingo recebeu Conká, sendo a primeira eliminada da edição a ser convidada para participar da programação. No mesmo dia, Conká participou de uma entrevista ao programa “Fantástico” e, novamente, a cantora foi a única eliminada a ser convidada a participar da atracção.

Dois meses após a eliminação de Karol Conká, a Globoplay, rede de *stream* da emissora Rede Globo, lançou a série documental “A vida depois do tombo”,

que teve como objetivo apresentar os primeiros dias de Conká após sua eliminação, sua relação com família, amigos e fãs depois de todo o cancelamento em um formato de diário. Após cem dias de programa, o BBB21 chegou ao fim e, na oportunidade, contou com a participação de Karol lançando a música “Dilúvio”.

Diante dos dados apresentados, pode-se inferir que as participações de Karol Conká nos principais programas da Rede Globo, a produção de uma série documental sobre a cantora e o lançamento de “Dilúvio” na final do BBB, fizeram parte de um conjunto de estratégias criadas pela emissora no gerenciamento da crise de imagem de Karol Conká. Essa contribuição parte do princípio de que ao entrar em um *reality* produzido pela referida empresa, o participante, por meio de contrato, passa a estar sob responsabilidade dela.

Segundo Rosa (2001), durante uma crise de imagem, é necessário buscar a “melhor” e não a maior exposição. Verifica-se então que a escolha de programas para reapresentarem Conká parte do princípio de serem os principais programas da emissora e mobilizadores de grandes audiências.

Dito isso, a primeira participação de Karol Conká foi no programa “Mais você” no quadro “Café com eliminado”, horas depois da sua eliminação. Apesar de pouco tempo fora do confinamento, a rapper já deu seus primeiros sinais de arrependimento e enfatizou a dificuldade de estar lidando com todo o cancelamento fora da casa. Karol teve sua trajetória no programa exposta, mas os sinais de arrependimento ainda mais frisados. Na atração “Mais você”, a rapper teve seu arrependimento e pedido de desculpas destacados pela produção do programa ao apresentarem títulos com destaque às suas falas.

Como mencionado anteriormente, durante uma crise de imagem é essencial abordar o problema de maneira honesta e responsável, pois isso permite superá-la com maior rapidez e reduzir os riscos de danos à imagem (Forni, 2012). Sendo assim, entende-se que a Rede Globo, logo de imediato após a

eliminação, mostrou-se comprometida em gerenciar a situação de Karol, não justificando suas atitudes, mas trazendo relações e explicações como uma forma de amenizar os impactos da repercussão das suas atitudes.

Cinco dias após sua eliminação, Karol também recebeu dois convites para participar de programas globais no mesmo dia. O primeiro no “Domingão do Faustão” e o segundo no “Fantástico”, ambos veiculados no domingo.

O primeiro compromisso do domingo foi no “Domingão do Faustão”; a rapper, apesar de ser a quarta eliminada, foi a primeira da edição 21 a ser convidada para participar desse tipo de programação. A cantora se apresentou com tons de roupas mais suaves e leves do que durante o confinamento e, também, mostrou-se mais compreendida sobre todo o processo do cancelamento, tendo oportunidade de contar sobre o *reality*, suas atitudes e de se retratar mais uma vez.

Durante a entrevista, Faustão também trouxe como argumentação o passado de Conká e as dificuldades da trajetória como artista. Também foram motivo de pauta as questões sociais e raciais, como a relação feita entre o seu cancelamento e o racismo no país. Outro ponto de destaque do programa foram os elogios feitos por Faustão sobre a responsabilidade de Karol Conká em admitir seus erros e não fugir das consequências, além de traçar um paralelo com os julgamentos atuais aos sofridos pela cantora desde o passado: “Que você tenha forças porque a vida vem te julgando desde que você nasceu” (14:12). Assim, mais uma vez têm-se a tentativa de trazer a rejeição passada de Conká como forma de diminuir os impactos da atual rejeição.

No Fantástico, pode-se traçar uma análise a partir do título da matéria: “Karol Conká olha para o futuro, reconhece os erros e desabafa ‘eu era rejeitada na escola’”. Observa-se então a tentativa da produção da Rede Globo de argumentar o sofrimento e a rejeição que a cantora sofreu no passado como uma explicação para suas atitudes no *reality show*. Foi um espaço, não para

omitir os erros da cantora, mas sim, buscar justificativas para o seu comportamento.

Diante dessas colocações, infere-se que a Rede Globo agiu com imediatismo e honestidade ao admitir os erros da cantora e não os esconder, também mostrou que Conká, em que pese as suas atitudes, continua merecendo respeito do público.

Como afirmado por Rosa (2003, p. 70), “na crise de imagem não espere piedade, nem compreensão, mas sim respeito.” Dessa forma, a Rede Globo posicionou a cantora em um lugar de respeito, evitando assim perpetuar uma imagem negativa. Essa estratégia destaca a importância dessa narrativa na gestão de crises de imagem, pois, ao contar a história da cantora de uma maneira que busca respeito e compreensão, a emissora está moldando a percepção pública.

A série documental lançada dois meses após a saída de Karol Conká do *reality*, teve como objetivo rever as atitudes da rapper durante o BBB 21 e tentar explicá-las, ou seja, uma tentativa de reconstruir a imagem de Karol num processo de mostrar que, por trás da vilã, existe um ser humano. Essa tentativa pode ser compreendida como o processo de humanização, ou seja, tornar humano, dar condição humana a alguma ação ou atitude humana. Durante os quatro episódios, percebe-se não apenas as relações de Conká dentro do confinamento sendo exploradas, mas também, as relações familiares e entre amigos, com um foco maior na sua infância, na relação com seu pai e no início da carreira.

O primeiro episódio relatou a rotina da cantora dois dias após sua eliminação e abordou as primeiras consequências do cancelamento, como o medo de sair e ser reconhecida, o corte de gastos devido à quebra de contrato e as demissões de funcionários da equipe. Já a escolha de temas sensíveis e pessoais, como rejeição, problemas familiares e racismo, pode ser uma

tentativa de amenizar os impactos negativos da crise de imagem.

Ao fornecer um quadro mais amplo e humano da cantora, a emissora pode esperar que o público compreenda melhor as complexidades envolvidas. Ainda no primeiro episódio, relações familiares de Karol Conká são exploradas, como por exemplo, a do seu ex-marido e pai do seu filho, Cardeles, que usou do espaço para justificar as atitudes da cantora com a pressão psicológica do *reality*.

Uma outra estratégia da série foi convidar quatro pessoas que teriam tido com ela algum envolvimento conflituoso ou amigável para ficar de frente a cantora, como uma espécie de pedido de desculpas cara a cara. O primeiro convidado foi Arcrebiano, também conhecido como Bill, com quem Karol se envolveu amorosamente. Bill se recusou a participar do momento e a rapper foi direcionada a um pedido de desculpas pela produção do programa. Já o segundo episódio trouxe a rotina de Karol após cinco dias de sua eliminação e com destaque para a conversa com sua assessoria sobre os erros nas redes sociais durante seu confinamento.

Ao longo desse episódio, bastidores da conversa da rapper com sua assessoria, *fake news* que a atingiram e depoimentos de sua equipe são apresentados. Mantendo a argumentação inicial de justificar seu comportamento com traumas do passado, a edição trouxe uma comparação entre o racismo enfrentado na época do BBB e na sua infância. A convidada do episódio foi a atriz Carla Diaz, com quem Karol também teve um atrito durante o *reality*. A atriz não topou participar do momento e novamente, a produção da série colocou Karol e a induziu ao pedido de perdão a quem magoou, demonstrando arrependimento diante das atitudes.

O terceiro episódio “Ruptura” teve como destaque os desafios e problemas que a família, especificamente a mãe e o filho de Karol sofreram durante e após sua participação no *reality*. Durante o episódio, seu passado foi

novamente explorado, mas dessa vez, mais especificamente, os desafios do início da sua carreira. A convidada foi a participante Lumena, principal parceira de Karol durante o confinamento. Durante a conversa, as duas concordaram que erraram e que se perderam durante o programa. Diante desse episódio, podemos perceber que ao trazer relatos da família de Karol Conká sobre a repercussão e consequências para eles das atitudes dela no programa, tentou-se argumentar os perigos do linchamento virtual, não apenas na vida do cancelado, mas em todos a sua volta; além de que, com a presença de Lumena, outra participante mulher e preta e também cancelada pelo público, abordou-se a ideia de que o cancelamento inibe que a pessoa julgada possa reconhecer e se desculpar diante dos seus erros, principalmente, quando se trata de uma mulher preta.

O quarto episódio e, talvez, o mais importante, abordou sua relação com o pai e ao mesmo tempo criou um paralelo com a relação de Karol e Lucas Penteado, seu maior conflito na casa. A principal argumentação, então, foi que a relação do comportamento de Karol com Lucas Penteado pode ser considerada como um reflexo da conturbada relação que ela teve com seu pai. Como relatado pela cantora, em vários momentos no *reality*, Lucas lembrou seu pai, principalmente porque os dois tiveram comportamentos parecidos de beber, ficarem agressivos e no outro dia pedir desculpas. O momento mais esperado da série acontece no fim do quarto episódio: o encontro com Lucas Penteado que, apesar de ter aceitado, cancelou sua participação na noite anterior, deixando apenas um recado para a rapper. O documentário finaliza com Karol ainda aparentando muito arrependimento e em seu estúdio musical, gravando a música Dilúvio.

Com essa abordagem no episódio, a produção editorial reafirma a ideia de que o passado com seu pai alcoólatra e abusivo influenciou seu comportamento durante o jogo. Além disso, os momentos de rejeição e racismo enfrentados ao longo da vida explicam a postura tóxica da rapper durante sua participação no BBB 21. A produção também tentou mostrar que por trás da figura pública,

existe a filha, mãe, a amiga Karoline Santos. Sendo assim, ao expor as relações traumáticas enfrentadas por ela, a Rede Globo tenta criar uma percepção mais humana no público em relação a cantora.

Na final do *reality*, após cem dias de programa, Karol lançou a música “Dilúvio”, canção inspirada na repercussão de sua participação no *reality*. A música apresenta reflexões de Conká sobre o processo de cancelamento e seu arrependimento em relação às atitudes que teve durante o programa. Conká aparece com o visual diferente do apresentado durante todo o período de confinamento, com cores mais claras e suaves, maquiagem menos exagerada, cabelos loiros, de cachos ondulados e soltos (sem os dreads usados durante toda a passagem pelo BBB 21) – representando assim, uma nova fase e, também, reforçando a ideia de mudança e arrependimento da cantora.

Além da tentativa de apresentar a rapper em uma nova fase, a final do BBB 21 foi o cenário ideal para que Karol lançasse a canção “Dilúvio”, marcando assim, o fim do ciclo em que todo o cancelamento se estabeleceu.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização deste artigo foi possível analisar as principais estratégias da Rede Globo no processo de gerenciamento da crise de imagem da rapper Karol Conká, além dos motivos que levaram ao seu cancelamento e suas consequências. Embora pareça apenas mais um cancelamento no ambiente digital e em rede, o fenômeno Karol Conká durante e pós-BBB 21 permitiu o aprofundamento de vários debates sociais; inclusive, no campo da comunicação; especialmente em se tratando de novas formas de perceber e exemplificar conceitos próprios das relações públicas, como reputação, imagem, identidade e suas relações na figura de uma pessoa pública.

Este estudo revelou a complexidade e a multifacetada natureza do fenômeno do cancelamento na era digital, suas causas e consequências e, também foram exploradas as relações interseccionais. Os resultados demonstram que a

emissora empregou uma série de ações coordenadas, desde aparições em programas de TV até a produção de um documentário e o lançamento de uma música, com o objetivo de mitigar os impactos negativos na imagem da artista e, indiretamente, proteger sua própria reputação institucional.

A análise do objeto de estudo permitiu a compreensão das causas e consequências de uma crise de imagem; facilitando o entendimento dos desdobramentos e a influência que a mídia exerce na crise, já que a cantora foi vítima de notícias falsas, posts, memes e comentários depreciativos, falas racistas e misóginas, perda de seguidores e campanhas virtuais de boicote. Já a influência dos recortes interseccionais foi vista pelas comparações da repercussão da trajetória de Karol Conká com a de outros participantes como Jade Picon, mas também, pela análise da série documental “A vida depois do tombo”, na qual se viu os conflitos raciais e de gênero que a cantora passava desde a infância.

A análise crítica das estratégias da Globo, à luz de referenciais teóricos atualizados sobre comunicação digital, cultura do cancelamento e interseccionalidade, permitiu identificar que o gerenciamento de crise em figuras públicas é profundamente influenciado por marcadores sociais. A disparidade no tratamento e nas reações do público entre Karol Conká e outros participantes do BBB, como Jade Picon, sublinha a importância de considerar as interseccionalidades de raça e gênero na compreensão das dinâmicas do cancelamento.

No campo das relações públicas, entende-se que antes, durante e pós crise, é necessário buscar ferramentas e estratégias de comunicação que estabeleçam um estreitamento efetivo dos relacionamentos com os públicos, zelando pela reputação.

Diante disso, foi possível perceber que essas ações foram bem elaboradas e estrategicamente conduzidas, criando um cenário em que as ideias de

arrependimento e o processo de desconstrução de Karol Conká fossem aceitos pelo público, não como uma tentativa de justificar seus erros, mas de mitigar seus impactos. Nesse contexto, que o processo de “descancelamento” de Conká, embora demorado, contou com ações imediatas da Rede Globo que a convidou a participar de seus principais programas logo na primeira semana, e produziu uma série documental com o objetivo de mudar a maneira como o público enxergava a cantora, em um processo de humanização dela.

Este trabalho contribui para o campo da comunicação ao oferecer uma análise detalhada de um caso emblemático de crise de imagem em um contexto de *reality show* e cultura do cancelamento. Sugere-se para futuras pesquisas a investigação dos impactos a longo prazo dessas estratégias de “descancelamento”, bem como a análise de outros casos que permitam aprofundar a compreensão das interseccionalidades no gerenciamento de crises de imagem em ambientes digitais.

REFERÊNCIAS

ALBERTO, Thiago Pereira; SÁ, Simone Pereira de. **As controvérsias de Morrissey e a cultura do cancelamento**: uma batalha nas guerras culturais da música pop. Revista Eco Pós, v. 24, n. 2, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27697>. Acesso em: 11 set. 2023.

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis. In: KUNSH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação Organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas. v. 2. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 215-242.

ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial** – A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

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

BIG BROTHER BRASIL. Programa de 24/02/2021. Direção: J.B Oliveira. Brasil: Globoplay. 24/10/2021. 64 min. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9296680/> Acesso em: 09 out. 2023.

DOWLING, Grahame. Managing your Corporate Images. **Industrial Marketing Management**. v. 15, n. 2, 1986.

FAUSTÃO. Faustão recebe Karol Conká no Domingão. Direção: Beto Silva. Brasil: Globoplay. 28/02/2021. 16 min. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9308532/> Acesso em: 09 out. 2023.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Editora Positivo: Curitiba, 2009.

FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação**: O que gestores e profissionais de Comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. São Paulo: Atlas, 2019.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Identidade organizacional e a construção dos discursos institucionais. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Comunicação organizacional**: linguagens, gestão e perspectivas, v. 2. São Paulo: Saraiva, 2009, p 7-30.

Isto é. **A cultura do cancelamento, uma forma de mudança que gera a polarização**. 2021. Disponível em: <https://istoe.com.br/a-cultura-do-cancelamento-uma-forma-de-mudanca-quegera-a-polarizacao/>. Acesso em: 24 set. 2025.

KAPFERER, Jean-Noël. **As Marcas, Capital da Empresa**: criar e desenvolver marcas fortes. Porto Alegre: Bookman, 2003.

KONKÁ, Carol. **A Vida depois do tombo**. Direção: Patrícia Carvalho, Patricia Cupello. Brasil: GloboPlay, 2021 Mais você. Direção: Boninho. Brasil: Globoplay. 24/02/2021. 64 min. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9296680/> Acesso em: 09 out. 2023.

KONKÁ, Carol. **Karol Conká olha para o futuro, reconhece erros e desabafa**: 'Eu era rejeitada no colégio' Direção: Bruno Bernardes. Brasil: Globoplay. 28/02/2021. 16 min. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9308584>. Acesso em: 09 out. 2023.

KONKÁ, Carol. **Karol Conká apresenta 'Dilúvio', música inédita, na final do BBB21**. Direção: Rodrigo Dourado. Globoplay. 04/05/2021. <https://globoplay.globo.com/v/9488718/> Acesso em: 09 out. 2023.

ROSA, Mario. **A era do escândalo**: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

ROSA, Mário. **A síndrome de Aquiles**. São Paulo: Editora Gente, 2001.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso, planejamento e métodos**. São Paulo: Bookman, 2001.

SOBRE OS AUTORES:

Leticia Monteiro

Graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-2971-0900>

E-mail: leticia.evelyn@discente.ufma.br

Pablo Monteiro

Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Mestrado Profissional (PPGCOM/PRO) e do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutor em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Pesquisador do Grupo DIVERSUS.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8895-3281>

E-mail: pablo.monteiro@ufma.br

Rakel Castro

Docente permanente e vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Mestrado Profissional (PPGCOM/PRO) e do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Coordena a Linha de Pesquisa e Grupo de Estudos "Mídia e Democracia - MID" (vinculada ao GPECOM).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9208-1693>

E-mail: patricia.rakel@ufma.br

Francinete Louseiro de Almeida

Docente do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS).

Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-2121-9894>

E-mail: francinete.louseiro@ufma.br

Gabriela Gadêlha

Docente e coordenadora Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora do Grupo GCOM.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7566-3090>

E-mail: gadelha.gabriela@ufma.br

Artigo recebido em: 02 dez. 2024. | Artigo aprovado em: 25 out. 2025.