



Como compreender as estratégias de gerenciamento de imagem e reputação de artistas em crise: uma análise do caso Karol Conká

Understanding image and reputation management strategies for artists in Crisis: A case study of Karol Conká

Lucas Eduardo Rocha Pessoa¹

Resumo: A pesquisa aborda a cultura do cancelamento nas mídias sociais digitais, tendo como objetivo analisar a gestão de crise de imagem da artista Karol Conká após a sua participação no *Big Brother Brasil* 2021. A metodologia consistiu em estudo de caso. Como principal resultado, observou-se a recuperação de sua reputação e a inserção do debate sobre saúde mental em sua imagem pública.

Palavras-chave: cultura do cancelamento; mídias sociais; imagem pública; Karol Conká; saúde mental.

Abstract: This research addresses cancel culture on digital social media, analyzing the image crisis management of artist Karol Conká following her participation in *Big Brother Brasil* 2021. The methodology consisted of a case study. The main result observed was the recovery of her reputation and the incorporation of the mental health discourse into her public image.

Keywords: cancel culture; social media; public image; Karol Conká; mental health.

¹ Estudante do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (UFV). E-mail: lucas.pessoa@ufv.br



Introdução

Nos últimos anos, a ascensão das redes sociais transformou profundamente a maneira como interagimos e consumimos informações, dando origem à inerente onda de cancelamento que vem ocorrendo nas mídias sociais digitais como Instagram, X (antigo Twitter), grupos de WhatsApp e Facebook. Com isso, torna-se necessária a elucidação dos conceitos por trás da ‘Cultura do Cancelamento’ para entender como é formado esse ambiente e quais as consequências que ele pode gerar na vida das pessoas afetadas por esse acontecimento.

A cultura de cancelamento refere-se a um fenômeno em que uma pessoa é alvo de intensas críticas e boicotes devido a comportamentos considerados inadequados, polêmicos ou ofensivos. A artista Karol Conká experimentou, em 2021, uma notável e controversa exposição midiática após sua participação no *reality show* "Big Brother Brasil" (BBB). A conduta da artista dentro da casa gerou intensa repercussão nas redes sociais, resultando em uma significativa onda de cancelamento virtual e trazendo à tona diversos questionamentos sobre pautas importantes. Nesse cenário, o trabalho de um gerenciamento de crise torna-se crucial. A análise do caso Karol Conká oferece uma oportunidade para compreender como figuras públicas enfrentam e respondem a crises originadas na era das redes sociais e como essas crises afetam suas vidas no âmbito da percepção pública, da reputação e da carreira. Exploraremos as estratégias adotadas por Karol Conká e sua equipe para diminuir os danos à sua imagem e reputação.

Este trabalho busca contribuir para o entendimento da dinâmica entre a cultura do cancelamento, o gerenciamento de crise e as repercussões socioculturais desses fenômenos em uma era cada vez mais digital e interconectada. Para compreender como a artista se posicionou diante do cancelamento virtual, analisaremos sua imagem pessoal, seus discursos e quais foram as estratégias observadas e empregadas por Karol Conká e por sua equipe na intenção de gerenciar sua crise de imagem e reputação. Abordaremos conceitos importantes como “Cultura do Cancelamento”, “Imagem e Reputação” e “Gerenciamento de Crise”.

Este trabalho foi desenvolvido por meio de uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, buscando um referencial teórico sobre a comunicação e áreas atreladas para se basear e contextualizar tópicos importantes como “cultura do cancelamento” e “gerenciamento



de crise de imagem e reputação”. Também foram utilizados conteúdos e informações disponíveis na internet para elucidar sobre o cenário em que se encontrava a carreira da artista.

1. Afinal, o que é a cultura do cancelamento?

A cultura do cancelamento é a criação de um ambiente hostil após um indivíduo apresentar ações ou comentários que não são tolerados pelos círculos presentes nas redes sociais. É comum que as pessoas por trás da criação e manutenção desse ambiente demonstrem de forma ativa um posicionamento contrário, gerando algum tipo de repulsa seguida de ações negativas, como comentários e/ou discursos de oposição ao que é questionado, que podem evoluir até se tornarem discursos de ódio. Hoje, a cultura do cancelamento vive um outro cenário, com o intuito de privar a pessoa cancelada de continuar sua vida da mesma forma após passar pelo ocorrido.

É importante destacar que o cancelamento não surgiu com as redes sociais, apenas o termo. Desde que artistas e figuras públicas ganharam notoriedade na mídia, já existiam formas de boicote, rejeição e exclusão social em resposta a comportamentos considerados inadequados. Entretanto, com as redes sociais, esse fenômeno foi amplificado, pois a velocidade e o alcance das interações digitais intensificam os efeitos sobre a reputação e a carreira de quem é cancelado. Segundo Rodrigues (2020), “A cultura do cancelamento pode ser entendida como um acerto público de contas e um pedido de ajustamento de condutas em relação à alguma transgressão social que não passou por um controle adequado nos canais tradicionais.”. Nesse sentido, Chiou (2020) complementa: “É como se fosse uma faca de dois gumes. A mídia social oferece a possibilidade das pessoas responsabilizarem alguém por seu mau comportamento.”

1.1 O que é um *hater*?

A pessoa por trás dessa ação é denominada como *hater*, mas é importante frisar que nem sempre se trata apenas deles. O cancelamento pode ser fomentado também por antifãs, *trolls* — que atuam muitas vezes apenas para provocar e desestabilizar — e até mesmo por fãs da própria celebridade, que em determinados contextos passam a reforçar críticas e ataques. Portanto, *hater* e *troll* não devem ser confundidos como sinônimos, já que suas motivações



podem divergir: enquanto o *hater* busca atacar de forma sistemática alguém de quem não gosta, o *troll* muitas vezes age pelo prazer da provocação e do caos digital.

O ambiente das redes sociais é capaz de potencializar esses discursos de ódio, e tais ações podem destruir a reputação de um artista, na grande maioria das vezes, sem o questionamento prévio do motivo que levou o artista a tomar aquelas ações. Esse julgamento também pode ser influenciado por ações coletivas de páginas de fofoca intituladas como "infotimento". Logo, a reação não parte apenas da visão de mundo do *hater*, mas sim do cenário em que ele está inserido dentro das redes sociais, dos grupos que pertence e das páginas que segue e acompanha.

De acordo com Rebs (2017), “o ódio desses sujeitos [é] descarregado em seus discursos violentos, propiciando possíveis respostas a si de satisfação ou gozo pela humilhação do outro”, evidenciando que muitas vezes a prática do ataque digital está mais ligada à descarga de frustrações pessoais do que ao fato em si que desencadeou o cancelamento.

A Teoria da Aprendizagem Social, de Albert Bandura (1977), propõe que a ação dos outros possui certa influência em nossas futuras ações. Para o autor, as pessoas aprendem não apenas por meio de recompensas e punições diretas, mas também observando o comportamento dos outros e as consequências desses comportamentos. Olhando por essa ótica, nos questionamos: Será que vale a pena ‘cancelar para mudar’?

Ainda segundo Bandura (1962), a teoria enfatiza a importância dos modelos na transmissão de comportamentos, crenças e valores. Essa aprendizagem observacional é governada por quatro processos: atenção, retenção, produção e motivação, justificando que é possível uma pessoa aprender apenas ao observar outra pessoa. Sendo assim, seria possível criar uma sociedade imune ao cancelamento apenas por observar pessoas que já foram canceladas?

Além disso, é necessário considerar o papel do ativismo dos fãs, que disputam o espaço narrativo com *haters* e *trolls*. Como afirma Pereira de Sá (2016), “o ativismo dos fãs e a disputa com os *haters* é uma forma importante de apropriação, ampliação, problematização e reconfiguração do conceito de resistência, que merece maior atenção por parte dos estudiosos”. Dessa forma, o cancelamento não pode ser entendido apenas como uma prática de ódio individual, mas como um fenômeno coletivo, marcado por tensões entre resistência, *fandom* e ataque digital.



1.2 Gerenciamento de crise

Nesse cenário, surge a necessidade de um gerenciamento de crise para as pessoas que já passaram pelo cancelamento. O gerenciamento de crise de imagem e reputação é uma ação estratégica realizada por assessorias de imprensa, agências de publicidade ou qualquer outro órgão especializado em estratégias digitais e gerenciamento de imagem pessoal, sendo de grande importância para garantir que pessoas públicas recuperem sua reputação, que pode ser perdida durante um período em que estiveram ‘canceladas’. Segundo Viana (2008), as crises não nascem por geração espontânea, mas sim por sucessões de erros que vão se entrelaçando uns aos outros e que acabam por se tornar parte do cotidiano, como se fossem acertos.

1.3 Caso Karol Conká

O artigo analisará o gerenciamento desse tipo de crise, com ênfase no caso da artista Karol Conká, observando a carreira pré e pós-cancelamento e a sua passagem pelo *reality show Big Brother Brasil*, que aconteceu no ano de 2021 na Rede Globo. Será analisado como a estratégia usada após a sua eliminação, que aconteceu com recorde de rejeição, foi fundamental para garantir a recuperação da sua reputação e limpeza de imagem pela visão pública, mantendo agenda de shows, programas e entrevistas, e como o cancelamento influenciou nos debates de cuidado da saúde mental e da criação de uma série de mesmo tema em seu perfil do Instagram. Este trabalho tem a intenção de mostrar a influência das mídias sociais digitais no gerenciamento de crise e como essas estratégias são empregadas na intenção de restaurar a reputação e a carreira de pessoas públicas. Esta pesquisa examina as estratégias de posicionamento e a ação midiática da artista, e como ela desempenhou um papel fundamental no contexto da cultura de cancelamento, destacando a necessidade de estratégias ágeis para enfrentar crises.

2. Mídias sociais digitais e o cancelamento

Como justificativa para o cancelamento, podemos enxergar que seria uma tentativa de “justiça”, e esse pode ser o motivo pelo qual a cultura do cancelamento cresceu tanto no Brasil, tomando proporções inimagináveis.



A influência das mídias sociais digitais no gerenciamento de crises na cultura do cancelamento é um tópico crítico na comunicação moderna. No mundo atual, as redes sociais são o epicentro das crises, onde a indignação pública pode se espalhar rapidamente. A nova era digital transformou o cenário da comunicação, tornando-o mais dinâmico, imprevisível e suscetível à cultura do cancelamento, com diversos portais de fofoca que espalham rapidamente as informações (ou até mesmo as *Fake News*).

À medida que as mídias sociais se tornaram uma parte essencial da vida cotidiana, também se tornaram um campo de batalha onde a reputação de figuras públicas pode ser construída ou destruída em questão de minutos, com apenas um *'post'*. Logo, o problema de pesquisa é: “Como a artista que enfrentou situações de cancelamento se envolveu em estratégias de gerenciamento de crise nas mídias sociais e como essas estratégias afetaram sua imagem pública e carreira pós-cancelamento?”. Vale ressaltar que esse estudo é uma análise de imagem com base naquilo que temos disponível na internet e nos perfis da artista, não sendo possível saber as estratégias exatas e o planejamento, por se tratar de arquivos confidenciais que apenas a assessoria de imprensa tem acesso.

Para esta pesquisa, considerarei como Mídia Social Digital os meios de comunicação *mobile*. Utilizarei sites e perfis do Instagram focados no nicho de fofoca como parte das fontes de informação. Essas plataformas são conhecidas por oferecerem *insights* e detalhes interessantes, muitas vezes apresentando uma perspectiva única e atualizada.

No entanto, é importante observar uma limitação metodológica: embora a análise das mídias sociais da cantora seja apresentada como enfoque principal, na prática, os exemplos mobilizados acabam se concentrando em outros aspectos, como roupas, cabelo e mudanças visuais. Assim, é necessário reconhecer que a pesquisa trabalha de forma mais abrangente, cruzando elementos de imagem digital com a performance estética e comportamental da artista. Esse deslocamento pode ser explicado pela própria lógica do gerenciamento de crise de celebridades: como destaca Rojek (2008), “os rostos públicos que as celebridades elaboram não lhes pertence, visto que eles só têm validade se o público confirmar”, o que significa que a gestão de imagem não se limita ao conteúdo das mídias sociais, mas se expande também para a construção simbólica da aparência, estilo e narrativa pessoal. O autor ainda enfatiza que “elas são literalmente elevadas na estima pública, o que muitas vezes contribui para problemas



pessoais na medida em que lutam com suas famílias para serem ‘elas mesmas’”, revelando a tensão entre autenticidade e performance no espaço digital. Para a análise, utilizarei sites e perfis do Instagram focados no nicho de fofoca como parte das fontes de informação. Essas plataformas são conhecidas por oferecerem *insights* e detalhes interessantes, muitas vezes apresentando uma perspectiva única e atualizada. Aproveitarei essas fontes para obter informações relevantes, além de usar também materiais complementares como documentários, entrevistas, vídeos do YouTube e *tweets* da rede social X. A pesquisa contará com *insights* valiosos para possíveis futuros gerenciamentos de crise de imagem e questionará como estamos tentando criar uma geração de artistas e figuras públicas “não canceláveis” com uma imagem “perfeita” — o que é impossível — e o modo como os artistas atualmente buscam forjar uma imagem que seja resistente a esse fenômeno. No contexto de uma sociedade altamente conectada e vigilante, as figuras públicas enfrentam uma pressão crescente para adotar uma postura que minimize o risco de serem 'canceladas' nas mídias sociais. Contudo, é fundamental abordar essa questão com cautela, pois a cultura do cancelamento não se limita apenas às palavras; ela abrange uma ampla gama de comportamentos e ações, e sua compreensão requer uma análise profunda e multifacetada.

Além disso, a criação de uma imagem "não cancelável" envolve considerações éticas e implicações para a liberdade de expressão e a autenticidade artística, já que a cultura do cancelamento influencia não apenas o que é dito, mas também como ações e decisões são percebidas pelo público.

3. Estudo de caso: Karol Conká

Karoline dos Santos de Oliveira, mais conhecida como Karol Conká, é uma mulher negra e brasileira e trabalha como cantora, compositora, produtora e apresentadora. Nasceu em Curitiba, capital do estado do Paraná (Gennari, 2017), e é mãe de um menino (Caras, 2021). Seu nome artístico surgiu por influência do seu pai, que sempre falava para ela dizer que seu nome era "Karol com K e não com C". Ela decidiu passar para o papel, originalmente criando o "Conká" (UOL, 2015).



Em 2014, Karol lançou o single "*Tombei*", com participação do grupo Tropkillaz, e o single logo se tornou um dos maiores sucessos da carreira da artista (Gennari, 2017).

Imagem 1. Retirada do clipe "*Tombei*", de Karol Conká, disponível no YouTube



Em abril de 2014, Karol Conka apareceu na lista "Dez novos artistas que você precisa conhecer" da revista Rolling Stone (EUA) (KANIAK, 2014). No fim de 2015, lançou a canção "*É o Poder*", através do selo Buuum, da Skol Music. Em março de 2017, Karol fez sua estreia como apresentadora no programa *Superbonita*, do canal GNT, substituindo a artista Ivete Sangalo.

Desde sempre, Karol teve um visual marcante e via na moda uma forma de se posicionar e mostrar ao público que "a preta é braba", sempre ajudando a comunidade negra (em especial as mulheres negras) a se destacarem e se empoderar por meio de estilos, roupas e acessórios.



Imagem 2. Retirada do X, perfil Karol Conká



3.1 Karol Conká no *BBB*

Em 19 de janeiro de 2021, Karol foi confirmada como uma das 20 participantes da vigésima primeira temporada do *reality show Big Brother Brasil*, da TV Globo. Em 25 de janeiro, o programa começou a ser exibido. Karol Conká iniciou sua trajetória no programa de forma bastante positiva, se tornando uma das figuras de destaque e com certo favoritismo entre a percepção pública, mas essa imagem não se sustentou por muito tempo. Logo no início do *game*, Karol demonstrou um comportamento agressivo e autoritário, e foi acusada de xenofobia (Brito, 2021) e assédio sexual (UOL, 2021).

Antes da sua estreia no programa, Karol já tinha ganhado o apelido de “mamacita” por um trecho de sua música onde ela se refere a si mesma dessa forma. Dentro do *BBB*, esse apelido se popularizou ainda mais, além de ela receber outros apelidos posteriormente, como “Jaque” e “Jaquepatombar”, em referência a sua música “*Tombei*”, citada anteriormente.

Karol Conká foi acusada pelo público de fazer parte do “gabinete do ódio”, junto com outros nomes com quem a *sister* andava na casa, como Projota, Nego Di e Lumena Aleluia, que foram indicados como os vilões da edição. Os conflitos de Karol com outros *brothers* na casa foram sempre marcados por muito deboche, que gerou memes que circulam nas redes sociais, como o X. A passagem de Karol Conká no *Big Brother Brasil* foi regada de falas problemáticas e discursos xenófobos, influenciando outros *brothers* a isolarem um dos participantes até ele



desistir do programa e pedir para sair. Vale ressaltar que, em vários momentos, a própria Conká incentivou o participante a desistir do programa e se retirar do *reality*. Após esses comportamentos, Karol Conká se tornou a participante mais criticada nas redes sociais, e isso se refletiu diretamente na carreira da artista de maneira negativa.

4. A crise de imagem e reputação da artista

No Instagram, Karol Conká perdeu mais de 500 mil seguidores durante a sua passagem pelo *reality show*. A artista, que entrou com 1,7 milhão de seguidores e alcançou a marca de 1,8 milhão na primeira semana, teve uma regressão do número de seguidores, que caíram até alcançar a marca de 1,3 milhão. Karol Conká foi indicada ao paredão, onde saiu com 99,17% dos votos, sendo o maior índice de rejeição já visto no programa (Gshow, 2021).

Diante desse cenário de rejeição por parte do público, a artista se viu em uma crise de imagem e reputação, com a carreira fragilizada e com a percepção pública sendo a mais negativa em toda a história do *reality*. Durante o período que Karol esteve dentro do *reality*, sua equipe não soube lidar com os fatores de riscos que podem desencadear uma crise, e nem realizou um planejamento de possíveis riscos. Sendo assim, a assessoria da cantora emitiu algumas notas de esclarecimento e não fez nenhum mutirão pela permanência da artista no *Big Brother Brasil*, mostrando que não tinha nenhuma preparação para lidar com uma possível crise. Caso tivesse um plano para lidar com esses fatores de risco, conforme Silva (2021) apresenta como algo importante, Karol poderia ter tido um número de rejeição menor do que o acontecido e até mesmo menos contratos finalizados e, consequentemente, um menor prejuízo financeiro.

Como essas medidas não foram tomadas previamente para evitar a crise, teve que ser realizado um planejamento estratégico de gerenciamento da crise de imagem gerada durante o *reality*, tendo como uma das primeiras decisões de Karol Conká e sua equipe a criação de um comitê para gerenciar as estratégias a serem realizadas, como: assumir os erros, pedir desculpas e estar disposta a reparar as ações cometidas dentro do *Big Brother Brasil*.

Uma das mais notórias mudanças executadas na imagem é em relação a seus *looks*, onde fica nítida a diferença do estilo de roupa e dos tons utilizados pela artista antes e após o cancelamento.



Imagem 3. Retirada do Google Imagens, Karol Conká dentro do BBB
Imagem 4. Retirada do Google Imagens, Karol Conká logo após saída do BBB



Além da nítida diferença dos *looks*, também podemos notar como seu cabelo mudou ao sair do *reality*, na intenção de trazer maior identificação e gerar menos impacto, com tons claros, sem cabelo colorido e sem as tranças que eram parte de sua identidade visual.

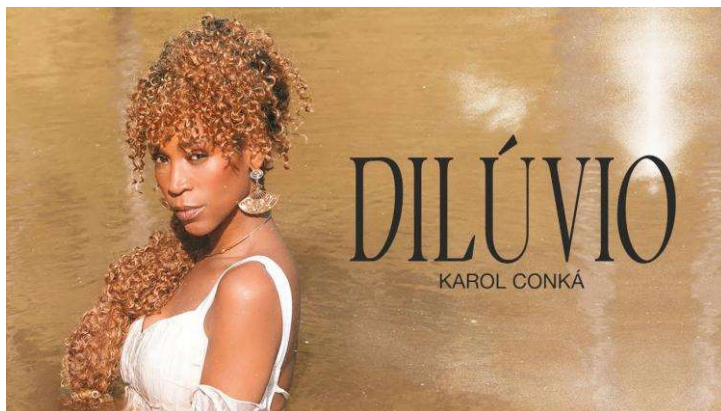
Imagem 5. Retirada do Google Imagens, Karol Conká antes do BBB
Imagem 6. Retirada do Google Imagens, Karol Conká logo após saída do BBB



Após o fim do *reality*, Karol Conká retornou para a mídia como “uma nova mulher”, lançando sua nova música “*Dilúvio*” com uma nova identidade visual, mais *clean* e com falas nada autoritárias, além do discurso de saúde mental e terapia e o arrependimento das suas ações no *reality*.



Imagem 7: Retirada do Google Imagens, capa do single “Dilúvio



Observando essas mudanças, percebemos que a cantora busca transmitir a imagem de uma pessoa mais delicada e acessível ao público. Por essas razões, é possível ver elementos visuais que dialogam com tal proposta, como a presença de cores claras e suaves, além de uma modelagem de roupas mais delicadas e maquiagem mais leve, assim como os acessórios mais discretos e femininos, reforçando essa nova fase da rapper. Além disso, o stylist da cantora afirma que essa mudança busca trazer alguns traços, como o cabelo angelical e novos tons, para traduzir a nova fase da rapper e seu novo álbum.

É importante observar, ainda, que essa ‘suavização’ da imagem não foi apenas uma mudança estética neutra, mas um movimento carregado de significados. Ao adotar roupas em tons claros, maquiagem mais leve e penteados que afastavam os traços de sua identidade visual como rapper negra e periférica, a estratégia de gerenciamento de crise buscava torná-la mais aceitável a padrões hegemônicos de feminilidade. Isso evidencia como o processo de reconstrução de sua reputação foi atravessado por questões raciais, de gênero e de classe.

5. Uma Nova Mulher

Após o cancelamento e o gerenciamento de crise da artista, é notória a diferença de discurso, imagem e de suas ações, o que nos faz questionar se as estratégias utilizadas trouxeram resultados significativos para a percepção pública, sua reputação e sua carreira. Após o cancelamento, Karol Conká lançou um documentário produzido pela Globoplay, da emissora



Rede Globo. O documentário, nomeado como “*A vida depois do tombo*” em referência a seu hit “*Tombei*” e os apelidos que a rapper recebeu durante sua participação no *reality*, não possui a intenção clara de limpar a imagem de Karol, e sim, de humanizar a artista, permitindo ao público conhecer seus traumas e gerar identificação com ela.

Imagem 8: Retirada do Google Imagens, capa do documentário



Hoje, após todas as ações estratégicas, notamos que Karol Conká já recuperou grande parte do que foi perdido durante seu tempo de crise. No seu Instagram, Karol é seguida por 1,7 milhão de pessoas e é apresentadora do programa *Saia Justa* da GNT.

Imagem 9: Retirada do Google Imagens, Instagram da artista durante o BBB
Imagem 10: Retirada do Google Imagens, Instagram da artista após o gerenciamento



Considerações Finais

Após realizar este trabalho, percebemos a importância de um bom gerenciamento de crises e de um planejamento estratégico para prevenção de riscos, para garantir a manutenção



da reputação de forma estratégica e em tempo hábil para as correções sobre os danos sofridos. Foi apresentado um breve contexto sobre a cultura do cancelamento, o que é o gerenciamento de crise e a vida e carreira da artista. Além disso, foi realizada uma análise das principais estratégias utilizadas pela mesma durante o processo de gerenciamento de crise de imagem realizado por sua equipe após o cancelamento de seus discursos e comportamentos dentro do *reality show Big Brother Brasil*, no ano de 2021.

De forma estratégica, Karol Conka contou com o apoio da agência Suba, que auxiliou a artista durante este processo com um comitê multidisciplinar para avaliar os próximos passos da marca pessoal da artista. Karol, com ações individuais, teve a transformação total da postura visual, cabelo, *looks* e acessórios de moda, aliada ao tom de voz, assumindo os erros que cometeu, além de demonstrar a autocrítica por meio das entrevistas, o desejo de melhorar e frisar que está fazendo terapia e cuidando de sua saúde mental.

Por fim, é importante reconhecer que o caso Karol Conká não pode ser analisado apenas como um gerenciamento de crise midiática. O fato de ser uma mulher negra, periférica e rapper contribuiu para que sua rejeição alcançasse níveis inéditos e para que sua reconstrução de imagem envolvesse um processo de ‘suavização’, afastando-a de signos associados à sua identidade original no rap. Esse aspecto revela como o gerenciamento de crise de figuras públicas negras é inseparável das dinâmicas do racismo estrutural, do machismo e da estigmatização de gêneros musicais marginalizados.

Quanto à execução deste trabalho e ao desenvolvimento, alguns obstáculos foram encontrados, principalmente no referencial teórico sobre a cultura do cancelamento, pois se trata de um tema atual e que está em desenvolvimento e discussão constante. Sobre a carreira de Karol Conká, após essa pesquisa sobre as estratégias de conteúdo identificadas, foi mostrado que a rapper conseguiu lidar com a situação, com uma análise de popularidade mediante o seu número de seguidores no Instagram, número de *publis* em seu *feed* e agenda de shows e entrevistas.

Como sugestão para novas pesquisas sobre análise de crise de imagem, pode ser desenvolvido um estudo do videoclipe da música "*Dilúvio*", no qual pode ser feita uma análise semiótica para entender profundamente os símbolos presentes no trabalho, desde os tons pastéis



até mesmo aos objetos utilizados pela artista. Também pode ser desenvolvido um estudo sobre sua série de vídeos sobre saúde mental, que foram postados em seu Instagram.

No que diz respeito ao curso de Comunicação Social - Jornalismo, esta pesquisa apresenta uma análise focada na comunicação gerada pela imagem pessoal da artista e como isso influenciou na percepção pública e, conseqüentemente, em sua reputação e carreira, levando em consideração para a análise as teorias da comunicação (Hohlfeldt *et al.*, 2008), que são um campo de estudo que se concentra na compreensão dos processos de comunicação humana, explorando como as informações são transmitidas, recebidas, interpretadas e compartilhadas entre indivíduos e grupos, com ênfase na Teoria da Cultura de Massa, que explora como os meios de comunicação de massa afetam e moldam a cultura popular, e a Teoria de Comunicação Digital, que explora o impacto das tecnologias digitais na comunicação, incluindo as redes sociais.

Referências

- BANDURA, Albert. **Social learning theory**. Nova York: Imprensa Acadêmica, 1977.
- BANDURA, Albert. Social learning through imitation. *In: Simpósio sobre motivação*. Lincoln: University of Nebraska Press, 1962.
- BRITO, Marcela. BBB21: Web acusa Karol Conká de xenofobia após cantora criticar jeito de Juliette. **Metrópoles**, 21 jan. 2021. Disponível em: www.metropoles.com/entretenimento/bbb/bbb21-web-acusa-karol-conka-de-xenofobia-apos-cantora-criticar-jeito-de-juliette. Acesso em: 03 jun. 2025.
- CARAS. Karol Conká celebra aniversário do filho com declaração: "Amor da minha vida". **Revista Caras**, 31 dez. 2021. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/datas-especiais/karol-conka-celebra-aniversario-do-filho-com-declaracao-amor-da-minha-vida.phtml>. Acesso em: 03 jun. 2025.
- CHIOU, Rocco. We need deeper understanding about the neurocognitive mechanisms of moral righteousness in an era of online vigilantism and cancel culture. **AJOB Neuroscience**, v. 11, n. 3, p. 123-125, 2020.
- GENNARI, Ana Júlia. Karol Conka fala sobre racismo, empoderamento da mulher negra e machismo dentro do rap nacional. **HuffPost Brasil**, 08 mar. 2017. Disponível em: https://web.archive.org/web/20170515210324/https://www.huffpostbrasil.com/2016/03/08/karol-conka-fala-sobre-racismo-empoderamento-da-mulher-negra-e_a_21686477/. Acesso em: 03 jun. 2025.



GSHOW. Karol Conká é a quarta eliminada do BBB21, com 99,17% dos votos, recorde de rejeição. **Gshow**, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/casa-bbb/noticia/karol-conka-e-a-quarta-eliminada-do-bbb21-com-9917percent-dos-votos.ghml>. Acesso em: 03 jun. 2025.

HOHLFELDT, Antonio *et al.* **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

KANIAK, Thais. Rapper curitibana Karol Conka vibra com indicação da Rolling Stone. *GI*, Curitiba, 16 abr. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/musica/noticia/2014/04/rapper-curitibana-karol-conka-vibra-com-indicacao-da-rolling-stone.html>. Acesso em: 03 jun. 2025.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Somos todos fãs e *haters*? Cultura pop, afetos e performance de gosto nos sites de redes sociais. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 1-22, 2016.

REBS, Rebeca Recuero. O excesso no discurso de ódio dos haters. **Revista Fórum Linguístico**, Santa Catarina, v. 14, n. 2, p. 45-60, 2017.

RODRIGUES, Cristiano. Pode o cancelado cancelar?. **Gama Revista**, 11 ago. 2020. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/sociedade/pode-o-cancelado-cancelar/>. Acesso em: 03 jun. 2025.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SILVA, Diego Wander da. **Gestão de crises nas mídias sociais**. [S.l.]: [s.n.], 2021.

JC ONLINE. Rapper Karol Conka fala sobre vida e carreira. **JC Online**, 01 ago. 2015. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2015/08/01/rapper-karol-conka-fala-sobre-vida-e-carreira-192678.php>. Acesso em: 03 jun. 2025.

UOL. Assessoria de Bil emite nota afirmando repudiar 'assédio moral e sexual'. **UOL**, São Paulo, 03 fev. 2021. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/02/03/assessoria-de-bil-emite-nota-afirmando-repudiar-comportamento-invasivo.htm>. Acesso em: 03 jun. 2025.

VIANA, Francisco. **A surdez das empresas**: como ouvir a sociedade e evitar crises. São Paulo: Lazuli, 2008.