

DA QUEDA DO OLIMPO AO RENASCIMENTO: ANÁLISE DA CURVA OLIMPIANA DE KAROL CONKÁ NO BIG BROTHER BRASIL 21¹

Erton Rocha Gomes Pereira²

Marina dos Santos Franco³

Hugo Michel de Melo Pinto⁴

Ricardo Matos de Araújo Rios⁵

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de analisar de que maneira a exposição excessiva e negativa da imagem de celebridades os afeta no âmbito das redes sociais e de que forma o capital imagético pode ser recuperado em casos de crises. Como estudo de caso, elegeu-se a participação da cantora Karol Conká no reality show Big Brother Brasil 21, da TV Globo. O interesse da pesquisa está em mapear de que maneira as ações da cantora afetaram seu capital de seguidores na rede social Instagram e compreender como seu papel de olimpiana, como preconiza Morin (1997), foi afetado. O trabalho está teoricamente está alicerçado nos conceitos de Morin (1997), Foucault (1975), Bauman (2014), Lévy (1999) e Debord (2007).

Palavras-chave: *Big Brother Brasil; Cancelamento; Instagram; Olimpianos.*

¹ Artigo produzido como pesquisa de Iniciação Científica pela UNIPAC.

² Graduando em Publicidade e Propaganda, pela UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica da UNIPAC Barbacena *A queda do Olimpo: o excesso de exposição como fator prejudicial na imagem digital das celebridades olimpianas*, email: 93.erton@gmail.com.

³ Graduada em Publicidade e Propaganda, pela UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica da UNIPAC Barbacena *A queda do Olimpo: o excesso de exposição como fator prejudicial na imagem digital das celebridades olimpianas*, email: marina.franco02@gmail.com.

⁴ Graduando em Publicidade e Propaganda, pela UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica da UNIPAC Barbacena *A queda do Olimpo: o excesso de exposição como fator prejudicial na imagem digital das celebridades olimpianas*, email: hugomichel15@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho e do Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica supracitado. Professor no curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC Barbacena. Doutorando em Comunicação pela UFJF, Mestre em Relações Internacionais pela PUC Minas e pela Universidade de Coimbra, email: ricmrios@gmail.com / ricardorios@unipac.br, Twitter: @ProfessorRios.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem o objetivo de discutir o impacto da exposição excessiva e negativa da imagem de celebridades, como esta afeta negativamente estes famosos no âmbito das redes sociais e de que forma o capital imagético pode ser recuperado em casos de crises. O interesse da pesquisa está em mapear de que forma a cantora Karol Conká, que sofreu séria crise de imagem junto ao público durante a 21ª edição do reality show *Big Brother Brasil*, sofreu o impacto de exposição negativa em suas redes sociais. Para verificar o impacto, o trabalho analisará a perda de capital de seguidores em redes sociais (notadamente, Instagram) durante as crises citadas. A escolha do Instagram se dá pela facilidade na obtenção dos números de seguidores e no cruzamento da perda e dos ganhos de seguidores durante as crises de imagem.

Uma importante discussão da Academia de Comunicação é o papel da celebridade na publicidade digital. Com milhões de fãs e pessoas interessadas em acompanhar os passos da celebridade midiática, estas estão alçadas a um Monte Olimpo dos famosos, como preconiza Morin (1997). Porém, qualquer atitude que desagrade estes fãs pode se tornar um grande problema para as pessoas que vivem da imagem. Segundo Andrade (2019), cada peça publicitária realizada pela atriz brasileira Marina Ruy Barbosa em seu perfil pessoal na rede social Instagram custa R\$ 100 mil. Ruy Barbosa possui cerca de 40 milhões de seguidores em seu perfil e cada seguidor transforma-se em potencial consumidor dos produtos anunciados pela atriz sem qualquer filtro da empresa empregadora da atriz, seja na TV ou no cinema. Caso faça uma gestão correta de sua imagem, sem a exposição de falhas e crises, Ruy Barbosa consegue manter seu capital de fãs, seguidores e potenciais consumidores de seus anunciantes. Caso haja alguma falha, isto pode representar possível perda irreparável nos seguidores e em seus anunciantes.

Manuel Castells (2000), em *O Poder da Identidade*, traz conceitos sobre a sociedade em rede no âmbito da revolução tecnológica e informacional e da nova economia, analisando as características dela decorrentes, como a globalização da economia, a “realidade midiaticizada”, o espaço de fluxos e o tempo intemporal, entre outros. Em contrapartida, ressalta o surgimento de uma onda poderosa de identidade coletiva que se contrapõe à globalização em função da singularidade cultural e autocontrole individual. Ao seguir alguém, o internauta acaba participando desta identidade coletiva gerada pela celebridade olimpiana.

A pesquisa parte da hipótese de que pessoas públicas perdem seu espaço no Olimpo das Celebidades em momentos de crises, como preconiza Morin (1997). Desse modo, pretende-se responder os seguintes questionamentos: A) De que forma é possível usar as Redes Sociais para gerar capital pessoal de fama? B) Como uma crise de imagem prejudica este capital pessoal de fama? C) Há alguma maneira para evitar o excesso de exposição e, conseqüentemente, a queda da Curva Olimpiana?

A CONSTRUÇÃO DAS CELEBRIDADES OLIMPIANAS

Edgar Morin (1997) realiza uma discussão pertinente ao campo imagético com suas ideias sobre o funcionamento da cultura de massa. Para o autor, as celebridades são alçadas à condição de estrelas ou como o autor chama de olímpianos. Morin (1997) defende que os olímpianos modernos são compostos por pessoas de grande influência para a mídia e imprensa, como atores, cantores, *influencers* e *youtubers*. Ou seja, pessoas que moldam e servem de modelo para a grande massa são os olímpianos modernos. O autor pontua (p. 106) que a imprensa em geral tenta colocar os olímpianos modernos como pessoas inalcançáveis, porém sem excluir a humanização destes, no intuito de aproximar a audiência do cotidiano dos ditos semideuses. Neste processo, as pessoas mergulham na vida dos famosos “a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1997, p. 107).

Essa dupla natureza dos olímpianos entre o mitológico e o terreno favorece a transição do inatingível e a possibilidade de realização do imaginário e da vida privada pela audiência. Os olímpianos modernos não são vistos apenas como inspiração para a grande massa, mas também criam tendências e induzem ao consumo daquilo que representam. Morin (1997) ainda cita que a cultura de massa por si só, já modela normas, comportamentos e padrões de consumo, mas que por meio dos olímpianos modernos o apelo a imitação é consolidado de maneira mais efetiva, e a massa “endeusa” tais figuras tentando parecer, consumir e ter seus estilos de vida.

O mito dos olímpianos passa por cinco fases semelhantes a uma parábola. O primeiro passo é a identificação do público com sua imagem. Em seguida, essa imagem é projetada e construída. A curva olímpiana atinge seu ápice no momento em que o mito passa a ser idolatrado pelo público. Após esse ponto, a curva inicia sua queda para três pontos: excentricidade, megalomania e destruição. Ao analisar a carreira de Michael Jackson, é possível observar o astro tinha passado pela fase de construção, idolatria

(quando se tornou a maior estrela pop do mundo), mas começou a cometer excentricidades (como a mudança da cor da pele, sua postura dúbia em relação à sexualidade etc.), entrou em uma fase de megalomania e perdeu a noção do bem e do mal (quando os escândalos de pedofilia não alteraram seu comportamento) e, por fim, passou pela destruição, quando foi preso. Mas a morte de Michael Jackson em 2010 mostrou que o ídolo teve seu momento de redenção. Com isso, celebridades podem oscilar entre a natureza divina e mortal (MORIN, 1997).

Com a participação conturbada da rapper Karol Conká no *Big Brother Brasil* em 2021, a audiência pode observar como a celebridade não possui as características inatingíveis de um “deus do Olimpo”. Enquanto a mídia construiu a imagem de uma mulher imponente, militante, independente e empoderada, suas atitudes dentro do programa mostraram uma personalidade completamente agressiva, opositora e que se apoiava completamente na visão olimpiana criada por sua imagem pública construída anteriormente ao programa.

O BBB expõe exatamente a versão “mais humana” dos participantes e cabe à audiência analisar a versão do *brother* que mais se identifica. Todas as celebridades que são convidadas a participar se tornam vulneráveis ao julgamento da massa em suas versões despidas do simulacro da fama. No caso de Conká, mais de 99% da audiência repudiou sua versão apresentada no programa. Mesmo com toda a *persona* criada para Karol em cima de sua carreira e trabalho, em questão de semanas sua imagem foi destruída pelo seu posicionamento dentro da casa. Quando desconstruído em sua originalidade o indivíduo perde a inacessibilidade e junto a isso, no caso de Karol Conká, a repulsa e o cancelamento.

CULTURA DO CANCELAMENTO COMO CATALIZADORA DA MORAL

Do ponto de vista da Filosofia, o conceito de moral não é estanque. A moral é subjetiva para as pessoas e pode mudar de acordo com as eras. O mesmo pode ser dito sobre o punitivismo. As diferentes formas de punição e violência determinam o poder de uma sociedade sobre um indivíduo, que por meio do senso comum, quebra as regras e extrapola as normas do contrato social que regem as relações entre os atores. Desde o século 18, em que ocorriam execuções públicas de pessoas em forma de punição, passando pelo modelo atual de presídios e chegando às formas modernas de vigilância pública, em que o Estado vigia as ações das pessoas. Estas formas de punição e encarceramento social

são acompanhadas da ideia de que, após o período de punição, as pessoas não voltem a cometer o mesmo crime ou evitem cometer algo. No atual estado da arte da Cultura das Celebidades, as redes sociais e a constante exposição midiática se transformam em aparato de vigilância junto à sociedade, fãs e contratantes. A punição para qualquer ato moralmente irresponsável ou incoerente é o cancelamento, onde os canceladores esperam arrependimento genuíno do infrator ou até mesmo o completo ostracismo daquela celebridade, podendo passar – de acordo com a moral do grupo cancelador – pelo assassinato da reputação daquela celebridade.

A Cultura do Cancelamento é um fenômeno do mundo digital e vai de encontro com o movimento histórico da sociedade de vigilância e punição das pessoas que cometem erros, porém, de forma virtual e em massa. A teoria punitiva de Foucault (1975) traz luz ao que a contemporaneidade trata como cancelamento, já que, *a priori*, cancelar alguém é garantir que as pessoas que não responderam por seus erros, seja por status ou condições financeiras, paguem pelos seus erros.

Ele rompeu o pacto, é portanto inimigo da sociedade inteira, mas participa da punição que se exerce sobre ele. O menor crime ataca toda a sociedade; e toda a sociedade — inclusive o criminoso — está presente na menor punição (FOUCAULT, 1975, p. 110).

O movimento cancelador na internet, atualmente, tem como principais alvos, os *digital influencers* e outras celebridades que se expõem todos os dias. Esses são artistas, cantores, celebridades ou qualquer pessoa que possui relevância para determinado público. A maioria dos *influencers* faz da internet a sua principal fonte de renda e, por isso, expõem o seu cotidiano para seus seguidores. Do mesmo lugar que vem a fama e o sucesso, vem também o cancelamento. Com a ascensão de diversos movimentos sociais, a sociedade digital não aceita mais qualquer tipo de discriminação ou preconceito, fazendo das redes sociais todos os dias um grande debate moral e ético do certo e errado.

Se as pessoas que escolhem mostrar o seu dia a dia através do celular e do computador, onde elas têm a possibilidade de editar seu conteúdo, regravar e utilizar filtros, o mesmo não acontece em um *reality show*, como o Big Brother Brasil. Dentro da casa, os participantes são gravados 24 horas por dia e transmitidos para outras plataformas, como TV Paga (assinatura de *pay-per-view* e boletins no canal Multishow, da Globo) e streaming (Globoplay e Canais Globo). A exibição do programa da TV aberta, nas noites

da TV Globo, passa por uma edição, criando maniqueísmo e enquadramento semelhante a de produtos de ficção.

No caso deste trabalho, a participação da rapper Karol Conká no Big Brother Brasil gerou um dos maiores casos de cancelamento já vistos no Brasil. Além do prejuízo profissional, segundo Putti (2021), a artista recebeu ameaças para ela e sua família, prejuízo financeiro milionário e perdas de diversos contratos. Dentro da casa, ela foi protagonista de diversas cenas de *bullying* que ultrapassaram as discussões morais e entraram na ética (que é imutável e permanente), sendo uma das responsáveis pelo abandono do programa pelo participante Lucas Penteado. Karol Conká casou revolta da internet e da opinião em todo o tempo em que esteve na casa, e a decisão da sua eliminação foi praticamente unânime, atingindo mais de 99%.

O fenômeno ocorrido com a rapper se encaixa a um linchamento virtual, que leva toda a sociedade a se contrapor a um indivíduo por conta de seu erro, pois suas atitudes, mesmo que não voltadas àquelas pessoas especificamente, são vistas de forma pessoal, como apontam Lobo e Coutinho Filho (2017).

O caso ocorrido no reality abriu discussão de quão séria são as práticas de *bullying*, principalmente feitas por um grupo grande de pessoas contra apenas uma.⁶Diversas celebridades e *influencers* expuseram suas opiniões contra as atitudes de Karol Conká, que foram pauta das redes sociais durante e após sua participação no Big Brother Brasil. Isso aconteceu porque as atitudes da participante, do ponto de vista da ética, feriram todas e quaisquer normas da boa convivência, ainda mais se tratando de um programa filmado 24 horas, fazendo as pessoas se questionarem como alguém mesmo sendo gravada pode agir de tal forma.

CIBERCULTURA E POTENCIALIZAÇÃO DA CULTURA DO CANCELAMENTO

A revolução tecnológica trouxe ao mundo uma experiência jamais experimentada, excluindo da sociedade as barreiras que o espaço e tempo mantinham. Na década de 90, onde a informática se popularizava e a internet chegava de forma comercial, foi possível proporcionar às pessoas a interatividade, um objetivo básico da Cibercultura e que foi de grande importância para a evolução do homem e sua maneira de comunicar. Comunicar é

⁶ No Big Brother Brasil 21, um grupo de influência liderado por Karol Conká passou a praticar bullying contra o participante Lucas Penteado. A ação causou revolta do público e as pressões psicológicas de Conká e Lumena Aleluia culminaram na desistência do participante.

uma necessidade básica para a existência do ser e desde os primórdios da existência humana, a comunicação é feita de diversas maneiras. Hoje, no digital, a comunicação permite a interação cultural e social, transformando relacionamentos humanos, processos de trabalho, educação e consumo de uma geração inteira.

Segundo Lévy (1999), a Ciberultura é uma nova expressão de forma cultural totalmente diferente das que a precedem, como a ciência, as religiões bíblicas e os direitos humanos, por ser constituída como o autor chama de “universalidade sem totalidade”. Esse conceito exprime a ideia de que não há um modelo a ser seguido, mas sim a falta de um modelo, trazendo uma mudança constante e acelerada, tornando imprevisível os efeitos desse processo. Lévy também chama esse processo como “segundo dilúvio”, como forma de afirmar que não é possível conter o fluxo de informações que inunda o mundo por meio de novas tecnologias. Segundo o autor, “devemos aceitá-lo como nossa nova condição. Temos que ensinar nossos filhos a nadar, a flutuar, talvez a navegar” (LÉVY, 1999, p. 11).

A tecnologia é capaz de moldar o comportamento de uma sociedade em longo prazo, se tornando uma extensão do ser humano. Cohn (1987, p. 364) analisa o processo midiático como extensão do ser:

Os meios de comunicação - isto é, tudo aquilo que serve para vincular o homem ao homem, desde a fala comum até a TV, passando pelos meios de transporte e a moeda e parando longamente na palavra impressa - são, para McLuhan, "extensões do homem": formam o meio ambiente, no qual ele se move, se projeta e se forma. Aos diversos sentidos - visão, audição, tato, olfato - correspondem outras tantas e diversificadas "extensões" possíveis. O telefone é extensão do ouvido, o livro o é da visão, assim como a roda amplia e modifica as funções do pé humano. O ambiente criado pelo homem - o seu *environment* - é uma segunda natureza, e forma o próprio homem, ao moldar os seus padrões de percepção do mundo e de si próprio (COHN, 2019, p. 364).

No Brasil, de acordo com as informações da pesquisa TIC Domicílios (2019), três em cada quatro brasileiros fazem uso da internet, o que corresponde a 134 milhões de usuários. O *smartphone* é a principal ferramenta em que as pessoas acessam à internet no país. Segundo Aires (2021), uma pesquisa realizada em todo Brasil constatou que, com o surgimento da COVID-19 e o acesso da população ao Auxílio Emergencial como incentivo do Governo Federal à perda momentânea de renda, o acesso a smartphones por pessoas de baixa renda aumentou consideravelmente e inclusive as incluiu digitalmente.

Indiscutivelmente, ao dar voz aos indivíduos sem filtros e mediação perceptível (afinal, o usuário final não faz ideia dos diversos mecanismos que fazem a internet

funcionar), a internet potencializa a cultura do cancelamento através do encontro de usuários nas páginas. Através das redes sociais, os usuários conseguem acessar a página do alvo e deixar seu *like*, *dislike*, comentário, “subir” *hashtags* e até mesmo enviar à pessoa física uma mensagem privada demonstrando seu descontentamento (mesmo que, por trás da página, exista uma assessoria atendendo e a celebridade não saiba o que acontece em seu ativo digital). O cancelamento acaba potencializando, inclusive, a criação coletiva da Cibercultura, ainda que seja uma criação para a violência.

Por anos, a votação do reality era feita através de telefone e SMS. Porém, o sistema mudou e agora é exclusivamente via internet, permitindo que um usuário vote quantas vezes quiser na pessoa que deseja eliminar do Big Brother Brasil. Esta permissividade no número de votos resulta em *paredões*⁷ com bilhões de votos⁸.

Diante de todos os acontecimentos polêmicos com Karol Conká, sua eliminação chegou a 99,17% dos votos, sendo a participante mais rejeitada da história do formato em todo o planeta. Esta unanimidade de votos em porcentagem é vista apenas em eleições de ditadores que usam eleições para mascarar fraudes. Rios (2021)⁹ observa que, no ranking das maiores porcentagens de sufrágios do mundo, a votação para eliminar Karol Conká só perde para Saddam Hussein (Iraque, 100% em 2002), Kim Jong-il (Coreia do Norte, 99,9% em 2009) e Raúl Castro (Cuba, 99,4% em 2008). A diferença entre esses números e a votação contra Karol Conká é que no caso do Big Brother, o voto foi para eliminá-la do convívio diário do público brasileiro e não para alça-la ao poder. Esta votação expressiva é uma forma muito clara de enxergar o poder da internet e do tribunal do cancelamento, onde por semanas as pessoas movimentaram as redes julgando as atitudes da participante e deram a sentença final com o maior índice de rejeição, sentindo prazer e alegria em tal ato se concretizar.

Ainda de acordo com a Revista Istoé (2021)¹⁰, a participante obteve da TV Globo, que era sua empregadora antes do programa, escolta de segurança especial para acompanhá-la por alguns dias, diante do grande movimento de ódio e revolta contra ela, causada pela exposição no programa, bem como tratamento psicológico para conseguir

⁷ O paredão, como chamado no Big Brother Brasil, é o processo de eliminação do participante do programa que ocorre semanalmente dentro de diferentes dinâmicas.

⁸ Em 2020, uma eliminação do programa entre Felipe Prior, Manu Gavassi e Mariana Gonzalez bateu o recorde mundial de maior votação do mundo (em número de votos). O número foi atestado pelo Guinness.

⁹ Disponível em: <https://twitter.com/ProfessorRios/status/1364409217310949378>. Acesso em: 22 jun. 2022.

¹⁰ Disponível em: <https://istoe.com.br/bbb21-globo-faz-esquema-de-seguranca-pesado-para-escoltar-karol-conka-apos-possivel-eliminacao/>. Acesso em: 22 jun. 2022.

lidar com tamanho repúdio do Brasil inteiro. Ela, que sempre foi uma artista querida pelos fãs, conhecida por sua luta e militância, saiu do programa totalmente desacreditada e perdendo seu capital principal: a coerência discursiva na militância a favor das minorias.

SOCIEDADE DO ESPETÁCULO EM UM MUNDO LÍQUIDO

As relações sociais, segundo Guy Debord (2007), são mediadas por imagens. No contexto de seu estudo, ele afirma que a midiática das imagens e dos fatos eram feitas com o intuito de unificar as massas e emitir uma visão particular sobre determinado assunto a favor do sistema capitalista. Sendo todos nós meros espectadores que obtemos um recorte de realidade baseada no que o sistema deseja transmitir. Outra reflexão importante é ver a religião como um fator unificante entre as pessoas, e os conceitos de certo e errado eram praticados e temidos, sendo eles os determinantes que levariam alguém ao céu ou inferno. Nos dias de hoje, as pessoas públicas também temem sua “condenação ao inferno”, que é o cancelamento. Por isso, quando cometem algum erro, do ponto de vista do público, e são cobradas pelos espectadores do espetáculo, rapidamente fazem seus discursos arrependidos nas suas redes sociais, onde é o meio de comunicação com eles. Segundo Bauman (2014),

Na sociedade de consumidores, todos nós somos consumidores de mercadorias, e estas são destinadas ao consumo; uma vez que somos mercadorias, nos vemos obrigados a criar uma demanda de nós mesmos. A internet, com os blogs e o Facebook, versões de mercado das ruas comerciais, destinadas aos pobres, dos salões finos voltados para os VIPs, tende a seguir os padrões estabelecidos pelas fábricas de celebridades públicas; os promotores tendem a ter uma consciência aguda de que, quanto mais íntimo, picante e escandaloso for o conteúdo dos comerciais, mais atraente e exitosa será a promoção e melhores serão as avaliações (da TV, das revistas glamorosas, dos tabloides atrás de celebridades etc.). O resultado geral é uma ‘sociedade confessional’, com microfones plantados dentro de confessionários e megafones em praças públicas. A participação na sociedade confessional é convidativamente aberta a todos, mas há uma grave penalidade para quem fica de fora. Os que relutam em ingressar são ensinados (em geral do modo mais duro) que a versão atualizada do Cogito de Descartes é ‘Sou visto, logo sou’ – e quanto mais pessoas me veem, mais eu sou (BAUMAN, 2014, p. 37).

Analisando todo o contexto, a pessoa do objeto de estudo, Karol Conká, sempre foi conhecida por suas letras de música militantes em prol do feminismo, antirracismo e da igualdade. O anúncio da sua participação no Big Brother Brasil foi recebido positivamente por seus fãs. Todo seu trabalho era focado nessas pautas e ela era um forte símbolo da mulher preta com sucesso. Possuía seu próprio programa de TV no canal GNT onde falava

de sexo e sexualidade feminina sem tabus. Por isso, sua imagem era projetada em luta, força e superação.

Ao entrar no *reality* e ser a protagonista de um dos maiores escândalos da história do programa, quebrou-se imediatamente a imagem do virtual com o real. Naquele momento, seu público sentiu a decepção ao se deparar com a versão sem filtros da artista. Ali foi destruído o muro entre o público e o privado. O programa tem como proposta filmar 24 horas a vida dos participantes e como eles sobrevivem à convivência mútua durante diversos desafios. Nessa “vida espetáculo”, onde os participantes buscam a exposição com o objetivo de estar em foco na mídia de forma positiva, os contratempos não são programados, causando o efeito contrário, como no caso da Karol. Como Bauman (2014) pontua,

Vivemos numa sociedade confessional, promovendo a autoexposição pública ao posto de principal e mais disponível das provas da existência social, assim como a mais possante e a única eficiente. Milhões de usuários do Facebook competem para revelar e tornar públicos os aspectos mais íntimos e inacessíveis de sua identidade, conexões sociais, pensamentos, sentimentos e atividades (BAUMAN, 2014, p.71-72).

A Cultura do Cancelamento é um espelho real da Sociedade do Espetáculo, como proposta por Guy Debord. Segundo Debord (2007), vivemos em função da imagem que o outro cria de nós e dos outros. Neste cenário de pessoas perfeitas, que não podem cometer erros, pessoas públicas estão mais propensas a cometer quaisquer erros, sendo canceladas. Esse cancelamento pode esquecido rapidamente ou lembrado eternamente.

A Sociedade do Espetáculo é um objeto de estudo onde tudo é para ser visto, onde tudo é para ser consumido e vendido. Isso se faz com produtos e nos dias de hoje, com pessoas, como os *influencers*. Tudo vira referência de persona, seus corpos sarados, seus posicionamentos políticos, suas ações dentro da internet. Porém, ao mesmo tempo que tudo é feito para ser comprado, nos encontramos com um mundo líquido, onde milhões de informações são repassadas diariamente, novos mercados se iniciam, novas tendências e tudo cai no esquecimento fácil demais. Nada é permanente, nem concreto. Sendo assim, é possível observar o estrondoso poder da internet e de seus usuários. Eles têm o poder de exaltar ou rebaixar uma pessoa através de um celular. No dia seguinte, o alvo da notícia é outro, e esquecem facilmente o que aconteceu no dia anterior. Porém, apesar de pessoas públicas serem suas próprias vitrines, ainda sim são pessoas reais que sofrem as

consequências do ódio coletivo do mundo virtual, trazendo esses problemas para o mundo real, unificando assim, os dois mundos.

O TOMBO DE CAROL CONKÁ E O SALTO DO BIG BROTHER BRASIL

O *Big Brother Brasil* (BBB) é a versão brasileira do reality show *Big Brother*, produzido e exibido pela TV Globo. Sua primeira edição transmitida foi em 29 de janeiro de 2002. A dinâmica do programa consiste em confinar participantes durante três meses dentro de uma casa cercada por câmeras em todos os cômodos. Dentro da dinâmica proposta, os confinados são desafiados por diversas provas e consequentemente punições e prêmios. O público externo é o grande tomador de decisões, pois as eliminações dos participantes sempre foram por voto popular. Antes, as votações aconteciam por chamadas telefônicas e SMS. Recentemente passaram a ser feitas exclusivamente pela internet. O vencedor do BBB conquista um prêmio de R\$ 1,5 milhão. O grande desafio do programa consiste na convivência entre os participantes. E nesse espectro que se iniciam as alianças e conflitos dentro da casa.

Durante a pandemia de COVID-19, o BBB tornou-se o único programa de obra aberta na TV Globo, permitindo mudanças e alterações conforme o humor do público. E isso se transformou em excelente vitrine para as marcas. As cotas para patrocinar o BBB são muito disputadas, afinal, são muitas horas assistidas por milhões de pessoas. A relevância do programa para a publicidade das marcas tem um altíssimo impacto e é um objeto de desejo, também, para todos os participantes que sonham em fazer parte do programa, afinal, ali eles têm uma oportunidade única de mostrarem suas virtudes, seus talentos e assim, conquistar a sonhada “vida de artista”. Várias ex-participantes construíram suas carreiras de apresentadoras, atrizes e empreendedoras, como é o caso de Sabrina Sato e Grazi Massafera.

Desde 2020, como forma de mudar o *casting* do *reality* e manter o formato rejuvenescido, os convidados para participar do BBB foram divididos entre anônimos, que são selecionados através de inscrições via internet, e celebridades, que já eram conhecidas por nichos do público.

Entre os vários participantes do programa em 2021, estava Karoline dos Santos de Oliveira, de 35 anos. Mais conhecida como Karol Conká, ela é uma rapper, cantora, compositora, produtora, apresentadora e atriz brasileira. Karol sempre abraçou as causas do feminismo, do LGBTQIA+, do antirrascismo e igualdade de gênero. Quando foi anunciada

como participante do BBB 21, parte de seu público projetou nela grande expectativa de vê-la combatendo o machismo, racismo e misoginia dentro do programa, que são pautas recorrentes durante o tempo de convivência dos participantes.

Toda a dinâmica do programa é feita para afetar ainda mais os relacionamentos dentro da casa: racionamento de água, divisão de grupos, divisão de alimentos e punições que causam desconforto. Dentro desse espectro, é exigido muita paciência, empatia e respeito entre os participantes. Porém, não foi isso que aconteceu dentro do BBB 21, como em todas as outras edições, as brigas e conflitos tomaram proporções muito grandes e o público que estava assistindo se envolveu totalmente.

O programa é um recorte da nossa realidade. No cotidiano da vida, as pessoas têm alegrias, tristezas, problemas e frustrações. Elas também perdoam e cometem erros. A grande diferença é que no ambiente do BBB as pessoas estão sujeitas aos julgamentos que acontecem de forma impiedosa do público e na internet. Muitas vezes os espectadores se veem nas mesmas situações que acontecem dentro da casa, mas estão do lado de fora como juízes que determinam o certo e o errado.

Na edição de 2021, a Karol Conká foi considerada a grande vilã do BBB. Protagonizou momentos de *bullying*, abuso psicológico e xenofobia. Seu principal alvo de perseguição era o participante Lucas Penteado, um jovem rapper e ator, que em três semanas de programa desistiu do programa por não aguentar a pressão. Também viveu momentos de conflito com a atriz Carla Diaz, motivada por ciúme excessivo da relação dela com seu colega de confinamento, Arcrebiano Araújo, além de diversas cenas de preconceito do sotaque nordestino de Juliette Freire, que seria a campeã do programa.

Todos esses conflitos despertaram o senso de justiça dos espectadores. As redes sociais ficaram semanas tomadas pela indignação das pessoas. No Twitter, a hashtag #ForaKarol permaneceu entre os *Trending Topics* durante dias. Em seu primeiro paredão, a participante foi eliminada com 99,17% dos votos, sendo a mais rejeitada da história do formato em todo o mundo. Tanta rejeição resultou também em perda de contratos, prejuízos financeiros e até mesmo ameaças para sua família que nada possuía culpa das atitudes dela. Porém, o júri da internet vai além em casos de comoção nacional como este. Na mesma proporção que a participante foi rejeitada com 99,17%, Juliette Freire venceu o programa com 90,15% dos votos.

Esse cenário negativo para Karol refletiu diretamente em suas redes sociais, onde é possível verificar, de forma empírica, como sua curva olimpiana foi afetada. Quando foi

anunciada como participante do BBB, Karol Conká possuía 1,8 milhão de seguidores do Instagram. No auge de seus conflitos na casa, ela chegou a atingir 1,2 milhão de seguidores, perdendo importante capital para os participantes do Big Brother nesta década. Para os participantes, quanto mais seguidores captados, mais contratos publicitários na esfera digital serão fechados. Os que não conseguem grande séquito ou perdem seguidores, tendem a não conseguir contratos ou conseguem, mas com valores muito reduzidos em comparação aos outros colegas. O excesso de exposição de suas atitudes na TV e no online prejudicou de forma severa sua imagem digital, culminando na perda deste capital de seguidores.

Entramos no debate da vida líquida atualmente. A participante foi odiada, rejeitada, perdeu dinheiro e seguidores. Porém, após a sua saída, ela lançou a música *Dilúvio*, que conta um pouco da sua experiência de passar sobre o dilúvio do cancelamento e sobreviver a ele. Após sua saída do programa, a TV Globo precisava proteger sua contratada e um grande processo emergencial de contenção de danos foi executado, com entrevistas ao dominical *Fantástico* e pedidos públicos de desculpas. A plataforma de *streaming* Globoplay fez um documentário de cinco episódios mostrando a vida de Karol Conká após o programa. O curta *A Vida Depois do Tombo* mostra cenas da cantora em casa com a família recebendo apoio, conversando com sua equipe em como recuperar os danos causados e procurando refúgio, ficando mais isolada de todas as redes sociais. Com a música, seus índices de execução em plataformas de streaming subiram 978%. Na mesma proporção que a internet é capaz de julgar, também é capaz de perdoar e dar a segunda chance para as pessoas. Até março de 2022, Karol conseguiu recuperar o índice de 1,8 milhão de seguidores no Instagram, mostrando ser possível subir na curva olimpiana. Número menor desde sua entrada, mas ainda sim está em crescente recuperação. A artista passou por uma transformação visual, abandonando os looks chamativos por roupas de cores neutras, cabelos com tranças cor de mel e maquiagens leves, tudo para transparecer a imagem serena de uma mulher renovada e arrependida.

Esse cenário não é único. Diariamente, pessoas públicas são julgadas, cobradas e canceladas na internet. Karol foi apenas mais uma delas e não será a última. Um novo alvo é colocado à prova todos os dias. Ao mesmo tempo em que o BBB e a internet são veículos de comunicação que transformam a vida das pessoas, também causam medo em quem deseja entrar para o universo da exposição. Ao se colocarem em exposição constante, celebridades são julgadas pelo público o tempo todo. Na internet, onde a troca acontece em

tempo real, não há tempo suficiente para prevenir crises adequadamente. Por isso, o que artistas e assessorias devem fazer é contenção de danos e preparar planos de recuperação de imagem a curto e médio prazos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo possui três perguntas basilares. A primeira é de que forma é possível usar as Redes Sociais para gerar capital pessoal de fama. Atualmente, existem diversas formas para obter isso. Seja por meio de criação de conteúdo, projeção de influência digital ou exposição constante na mídia. Um *reality show* como o Big Brother Brasil consegue gerar as três formas citadas de forma simultânea. Além disso, possui em seu bojo a maior plataforma midiática do Brasil, a TV Globo, permitindo a projeção da marca pessoal em horário nobre da TV aberta ou 24 horas por dia, através do *pay-per-view*. O participante que souber equalizar carisma e atender aos anseios do público por boas histórias consegue gerar este capital pessoal de fama. Ao mesmo tempo, é necessário alimentar o público com bons conteúdos, para que não haja perdas consideráveis de público.

Mas, afinal, como uma crise de imagem prejudica este capital pessoal de fama? O caso Karol Conká é *sui-generis* por permitir enxergar todo o processo da Curva Olimpiana. Ao pensar na construção do mito olimpiano, é possível observar que Karol Conká passou por todas as fases da Curva. Ao ser anunciada, seu *ethos*¹¹ de participante do BBB foi construída a partir da identificação do público com sua imagem previamente existente. Em seguida, essa imagem foi projetada e construída nos primeiros dias de convivência com outros participantes, que estavam isolados com ela em outro ponto da casa. A curva olimpiana atinge seu ápice no momento em que o mito passa a ser idolatrado pelo público. Karol, nos primeiros dias, possuía predileção do público. Após esse ponto, e com a constante exposição aos outros participantes, a curva iniciou sua queda para três pontos: excentricidade, megalomania e destruição. Os três últimos pontos culminaram em cancelamento, rejeição histórica e em sua eliminação. Entretanto, se Karol não contasse com o suporte de sua empregadora (a TV Globo), provavelmente não teria conseguido reverter a queda da Curva.

Por último, há alguma maneira para evitar o excesso de exposição e, consequentemente, a queda da Curva Olimpiana? Celebidades sempre precisarão de

¹¹ Imagem previamente projetada sobre algo ou alguém.

exposição constante para continuar relevantes. Ao rejeitar isso, elas podem entrar um estado de ostracismo que afeta a fama e rendimentos. Entretanto, as celebridades podem agir no fim da exposição negativa e na queda da Curva Olimpiana. Para isso, é necessário que a celebridade se enxergue como tal durante as 24 horas do dia e nos sete dias da semana e se veja como um exemplo para os fãs. Esse papel social precisa ser introjetado e trabalhado constantemente, para evitar rupturas da imagem pública quando confrontada pela pessoa.

Muito além de analisar o caso da cantora Karol Conká no Big Brother Brasil, este trabalho tentou discutir o cancelamento no Brasil. O cancelamento é o encontro da moral social com a Sociedade da Vigilância, onde todos precisam ser modelos perfeitos de vida para o público, caso contrário a subjetividade moral julgará a todos, sem piedade. No Brasil, o cancelamento de Karol Conká tem o componente da exposição em um programa popular de TV, que se alastrou pela Praça Pública e pela internet. Seu julgamento final foi a resposta pública através eliminação recorde de 99,17% do programa.

Espera-se que este trabalho possa contribuir mais com discussões sobre cancelamento e exposição de celebridades no ambiente digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIRES, Juliano. Durante a pandemia, 41,2% dos brasileiros das classes C e D trocaram de aparelho celular. **Mundo Conectado**, 2021. Disponível em:

<https://mundoconectado.com.br/noticias/v/19367/durante-a-pandemia-412-dos-brasileiros-das-classes-c-e-d-trocaram-de-aparelho-celular>. Acesso em: 28 jan. 2022.

ANDRADE, Vinícius. Queridinha das marcas, Marina Ruy Barbosa lucra alto mesmo fora do ar. **Notícias da TV**, 2019. Disponível em:

<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/celebridades/queridinha-das-marcas-marina-ruy-barbosa-lucra-alto-mesmo-fora-do-ar-28422>. Acesso em: 23 jan. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Cegueira moral: A perda da sensibilidade na modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2014.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COHN, Gabriel. O meio é a mensagem: análise de McLuhan. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: TA-Queiroz, 1987.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

LOBO, Rafael; COUTINHO FILHO, Max Suel. Linchamentos em rede: justiça e violência-resposta na internet. **Novos Rumos Sociológicos**, Pelotas, v. 5, n. 7, p. 190-216. 2017.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

PUTTI, Alexandre. Caso Karol Conká: qual o limite da 'cultura do cancelamento'?. **Carta Capital**, 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/caso-karol-conka-existe-um-limite-para-o-cancelamento/>. Acesso em: 25 jan. 2022.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

TIC DOMICÍLIOS (2019). **Pesquisa TIC Domicílios 2019**. 2019. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 28 jan. 2022.