

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

VICTOR GABRIEL LIMA BRITO SILVA

**GERENCIAMENTO DE CRISE DE IMAGEM: ESTUDO DE CASO DO
CANCELAMENTO DE LANA DEL REY EM 2020**

**VOLTA REDONDA
2023**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**GERENCIAMENTO DE CRISE DE IMAGEM: ESTUDO DE CASO DO
CANCELAMENTO DE LANA DEL REY EM 2020**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda.

Aluna(o): Victor Gabriel Lima Brito Silva

Orientador(a) Prof. Dr.: Rogério Martins de Souza

VOLTA REDONDA

2023



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Gerenciamento de crise de imagem: estudo de caso do cancelamento de Lana del Rey em 2020

elaborado por Victor Gabriel Lima Brito Silva apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Publicidade e Propaganda.

Aprovado em 1 de 11 de 2023

Banca Avaliadora:

Rogério Matias de Souza

Professor(a) Orientador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

Est. de Ly. de

Professor(a) Avaliador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

Davys Billiani Gonçalves

Professor(a) Avaliador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

DEDICATÓRIA

Gostaria de dedicar este trabalho a minha avó, que não pôde estar presente durante estes últimos anos de minha formação.

AGRADECIMENTOS

Nesta seção do Trabalho de Conclusão de Curso, gostaria de inicialmente agradecer à minha família pelos anos em que estive no curso contando com o apoio deles para continuar mesmo em meio à situação que se deu com os dois primeiros anos em meio à pandemia. Ninguém poderia me apoiar e ninguém o fez.

Não posso deixar de agradecer também aos meus amigos do curso com quem passei quatro anos, sempre buscando formas de oferecer apoio quando cada um precisasse e sempre recebendo esse apoio de volta nos momentos mais difíceis que permearam toda nossa formação.

Gostaria de agradecer também ao meu orientador, por ter aceito me orientar e ter enxergado potencial na temática escolhida para o meu TCC, acreditando no meu trabalho. Agradeço também pelo suporte durante todo o processo e pela compreensão com minha prolixidade em relação ao que escrever e a como escrever.

Um agradecimento especial à comunidade do Discord da influenciadora, youtuber e *streamer* Bel Rodrigues, assim como à mesma pelo ambiente de descontração conselhos, incentivos indiretos e pelas *lives* de *sprint* que me ajudaram a me manter nos trilhos e com o foco na escrita deste projeto.

“Mas eu tenho boas intenções ainda que eu seja uma das últimas/Se não acredita em mim, minha poesia, ou minhas melodias/Sinta-as nos seus ossos” - *Grandfather, please stand on the shoulders of my father while he's deep sea fishing*, Lana del Rey (2023)

RESUMO

As redes sociais foram uma das principais responsáveis por conferir maior facilidade e velocidade na criação de imagens públicas, sendo um fenômeno que pode ser observado com diversas marcas dentro do mercado. Assim também o é com personalidades públicas como celebridades e, com o espaço das redes, surgiu um novo tipo de crise que é a do cancelamento. Para uma personalidade pública, saber como lidar e responder a esse tipo de situação é essencial para a manutenção da sua carreira. Assim, o objetivo desta pesquisa foi analisar a gestão de crise de imagem da artista norte-americana Lana del Rey com seu cancelamento em 2020. Sendo assim, o estudo buscou descobrir como a cantora e sua equipe lidaram com seu cancelamento. Como hipótese, acreditou-se que a cantora Lana del Rey não construiu uma boa estratégia de manutenção de crise, resultando em uma estratégia focada em rebater as críticas e gerando ainda mais consequências negativas à sua imagem, tanto durante quanto após a situação ter ocorrido. Após a análise, o estudo conclui que a artista sofreu consequências em sua imagem e carreira devido à falta de uma boa gestão durante o cancelamento, tanto por suas ações quanto por sua equipe, mas conseguiu contornar a situação através da identificação e aproximação com o público.

Palavras-chave: Lana del Rey, Cancelamento, Crise de Imagem, Celebridade, Rede Social.

ABSTRACT

Social networks have been one of the main factors responsible for making it easier and faster to create public images, a phenomenon that can be observed with many brands in the market. This is also the case with public figures such as celebrities and, with the rise of social media, a new type of crisis has emerged: that of cancel. For a public personality, knowing how to deal with and respond to this type of situation is essential for maintaining their career. Thus, the aim of this research was to analyze the image crisis management of the American artist Lana del Rey with her cancellation in 2020. As such, the study sought to discover how the singer and her team dealt with her cancellation. As a hypothesis, it was believed that the singer Lana del Rey did not build a good crisis maintenance strategy, resulting in a strategy focused on rebutting criticism and generating even more negative consequences for her image, both during and after the situation occurred. After the analysis, the study concludes that the artist suffered consequences for her image and career due to a lack of good management during the cancellation, both by her actions and by her team, but managed to get around the situation by identifying and approaching with the public.

Keywords: Lana del Rey, Cancel, Image Crisis, Celebrity, Social Networks.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 A CONSTRUÇÃO DE ÍDOLOS NA ERA MODERNA.....	15
2.1 MITOS E HERÓIS.....	15
2.2 INDÚSTRIA CULTURAL.....	18
2.3 FÁBRICA DE CELEBRIDADES.....	24
3 REDES SOCIAIS, CRISE DE IMAGEM E CANCELAMENTO.....	28
3.1 ANTES DA INTERNET E O SURGIMENTO DAS REDES SOCIAIS.....	28
3.2 FUNCIONAMENTO E EVOLUÇÃO DAS REDES SOCIAIS.....	32
3.3 O NASCIMENTO DA INFLUÊNCIA DIGITAL.....	37
3.4 CRISE DE IMAGEM E CANCELAMENTO.....	40
4 ESTUDO DE CASO - CANCELAMENTO DE LANA DEL REY EM 2020.....	45
4.1 HISTÓRIA E CARREIRA.....	45
4.2 IMAGEM DE LANA DEL REY.....	50
4.3 O CANCELAMENTO - QUESTION FOR THE CULTURE.....	54
4.4 ANÁLISE.....	58
3.4.1 A ESCALADA DO CANCELAMENTO - INSTAGRAM, TWITTER, YOUTUBE E MÍDIA.....	62
3.4.2 AS AÇÕES PARA REVERTER A CRISE.....	64
3.4.3 O PÓS-CANCELAMENTO.....	68
5 CONCLUSÃO.....	72
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74
ANEXOS.....	83
Anexo I - Fotos.....	83
Anexo II - Redes Sociais.....	92

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Lana del Rey em frente à bandeira estadunidense.....	50
Figura 2: Comentário de Lana del Rey em postagem.....	56
Figura 3: 2º comentário de Lana del Rey no post.....	56
Figura 4: Segunda carta aberta de Lana del Rey.....	57
Figura 5: Intervalo de pesquisa na Web.....	59
Figura 6: Interesse ao longo do tempo na pesquisa na Web.....	59
Figura 7: Primeira tela assuntos e pesquisas relacionadas.....	60
Figura 8: Segunda tela de assuntos e pesquisas relacionadas.....	60
Figura 9: Interesse ao longo do tempo na pesquisa de notícias.....	61
Figura 10: Assuntos e pesquisas relacionadas na pesquisa de notícias.....	61
Figura 11: Gráfico Instagram.....	62
Figura 12: Publicação sobre Lana del Rey.....	70

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2020, a cantora Lana del Rey postou em seu Instagram uma carta aberta onde expressava de forma direta o seu descontentamento com críticas previamente feitas em sua carreira quanto a tópicos retratados em seus álbuns musicais, principalmente temas de relacionamentos abusivos e submissão feminina, além de citar o nome de outras artistas femininas que, em sua opinião, tinham se inspirado em sua obra para tratar de temas semelhantes, mas que não recebiam as mesmas críticas que ela por fazer e/ou ter feito o mesmo.

Porém, pelo fato da maioria dessas cantoras serem negras ou latinas, parte do público começou a apontar que aquele poderia ser um comentário racista por parte da cantora e que a própria ignorava as dificuldades enfrentadas por estas cantoras. Após a publicação, a cantora recebeu diversos comentários nas redes sociais que estavam divididos quanto a concordar ou discordar de suas opiniões, levando a diversas tentativas da artista de tentar reparar e revidar críticas. O presente trabalho tem por objetivo geral analisar a gestão de crise de imagem da artista norte-americana Lana del Rey.

A problemática existente neste trabalho se constrói através da seguinte pergunta norteadora formulada: como a equipe de Lana del Rey lidou com a crise de imagem e cancelamento da cantora nas redes sociais?

A hipótese que foi elaborada para o presente trabalho é a de que a cantora Lana del Rey não construiu uma boa estratégia de manutenção de crise, resultando em uma estratégia da artista focada em rebater as críticas e gerando ainda mais consequências negativas à sua imagem, tanto durante quanto após a situação ter ocorrido.

Para atingir o objetivo geral deste trabalho, foram traçados os seguintes objetivos específicos: identificar o comportamento da cantora durante seu cancelamento e analisar a ação tanto da cantora quanto do seu time em relação ao ocorrido.

Este trabalho se justifica, primeiramente, pela necessidade de maiores pesquisas dentro da área acadêmica que cubram o tema da gestão de crise de

imagem e também o da cultura do cancelamento, em voga atualmente no âmbito social e virtual. Profissionalmente, pode contribuir para compreender a importância do gerenciamento da imagem de uma personalidade pública, tanto de um artista quanto de qualquer outro tipo de pessoa com vida pública. A escolha pela cantora Lana del Rey se deve pela mesma ser uma figura pública relevante dentro da cultura popular internacional, tendo seu trabalho reconhecido e aclamado publicamente. Alçada à fama em 2011, pode-se considerar que a cantora já alcançou um patamar de estrela pop com carreira consolidada, possuindo uma boa base de seguidores que a apoia e consomem suas produções.

Esta monografia possui um caráter exploratório e descritivo cuja abordagem é baseada no método qualitativo, utilizando dados bibliográficos, além de materiais de cunho jornalístico e imagens retiradas de redes sociais que auxiliem no alcance do objetivo ao qual esta pesquisa se destina.

Os dados bibliográficos tratam de livros e artigos cujos temas giram em torno dos quais esta monografia busca abordar e aprofundar. A utilização de dados provenientes de conteúdos jornalísticos para a construção desta tese visa utilizar entrevistas concedidas pela artista para veículos midiáticos relacionados à indústria musical e a celebridades, buscando dessa forma usar excertos de suas falas que possam coadunar com a construção deste trabalho. Os recortes de postagens realizadas nas redes da cantora (corpus) dentro do período do ano de 2020 até 2021 são voltadas para análise deste momento de crise de imagem e atitudes da cantora Lana del Rey à época, o que fará com que a pesquisa busque analisar o que ocorreu, como ocorreu, suas causas e a reação do público. As postagens também serão uma maneira de analisar a manutenção da crise da cantora e as estratégias relacionadas a este tópico. Além disso, serão utilizados métricas e resultados das plataformas Social Blade e Google Trends como forma de chegar ao resultado final deste trabalho.

Estes recursos acabam por alicerçar a construção de uma base teórica que percorra assuntos como internet, cultura do cancelamento, redes sociais e a relação do eu, celebridades, sociedade do espetáculo com a utilização de materiais e conceitos de autores como Raquel Recuero (2009), Paula Sibilia

(2007), Wesley Cardia (2015), Maria Tereza Garcia (2004), dentre outros cuja obra seja relativa aos tópicos previamente citados.

Esta pesquisa utilizou como método o estudo de caso, permitindo uma compreensão mais clara de um objeto ou caso em sua totalidade a partir das peças que foram utilizadas para montá-lo, com cada uma delas cumprindo um papel específico ou complementando determinados pontos que estão presentes dentro do estudo.

Dessa forma, o primeiro capítulo irá abordar a cultura de celebridades e *star system*, compreendendo a forma com que essas personalidades acabam sendo fabricadas e a forma com que o público as enxergam sob uma ótica de idealização e identificação, através dos conceitos apresentados por Edgar Morin em sua obra “As Estrelas: Mito e Sedução nos Cinemas” (1980), “A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica” (1935) de Walter Benjamin e “Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos” (1947) de Theodor Adorno e Max Horkheimer, mais precisamente o capítulo “A Indústria Cultural: O Esclarecimento Como Mistificação das Massas”.

O segundo capítulo irá se concentrar em tratar das redes sociais, da divulgação e promoção do eu, discutindo como as celebridades utilizam suas redes como forma de aproximação e contato maior com o seu público-alvo. Junto disso, haverá a discussão da crise de imagem e da cultura do cancelamento, dando um panorama geral sobre o que é cada uma aplicadas à perspectiva da imagem midiática construída por uma personalidade pública. Além disso, também serão discutidas as próprias redes, suas funções e formas de funcionamento, tomando como base os estudos publicados por Raquel Recuero e Paula Sibilia. Como forma de aprofundamento sobre crises e cancelamento, a pesquisa lançará mão de pesquisas, teses e artigos acadêmicos que abordem este tema e realizados por autores como Maria Tereza Garcia.

Após esses capítulos, a pesquisa irá focar seus esforços no estudo sobre o cancelamento enfrentado pela cantora Lana del Rey, criando um breve histórico sobre sua vida e carreira musical, apresentando uma síntese de sua imagem midiática antes da ocorrência de sua crise. Após isso, haverá a

explicação de como foi esta crise junto de suas causas, partindo daí para a análise de seu gerenciamento.

2 A CONSTRUÇÃO DE ÍDOLOS NA ERA MODERNA

A cultura de adoração das celebridades não é um evento exclusivo que se desenvolveu dentro do período contemporâneo da sociedade de um modo espontâneo e abrupto; tratando-se de um hábito herdado através do tempo, ainda é possível escutar ressonâncias desses costumes até os dias atuais. Influenciados por essa característica de deificação, o *star system* foi o responsável pela construção da imagem de figuras comuns em semideuses, destacando bastante o segmento da indústria cinematográfica norte-americana de Hollywood e sua ação em transformar atores e atrizes em modelos do que deveria ser almejado pelo público, ainda que muitas vezes sendo impossível de se alcançar.

Esse capítulo irá tratar da construção de celebridades na era contemporânea, a partir de um breve histórico sobre heróis e mitos na cultura, até chegar à era da indústria cultural e o uso da mídia para alavancar a imagem de ídolos e celebridades.

2.1 MITOS E HERÓIS

No período da Antiguidade Clássica, é possível encontrar diversos relatos de indivíduos que eram adorados e idolatrados pela realização de atos que fossem vistos como memoráveis por parte da sociedade de seu decurso histórico, garantindo a eles um “status” alcançado através de suas ações. Por essas realizações, não apenas poder é conferido a essas pessoas como também lhes é criada uma espécie de aura aparente que as envolvem e as diferenciam, tornando-as ainda mais atraentes e, de certa maneira, misteriosas e célebres ao olhar do público.

Muitas vezes sendo alcunhados de “herói” que, segundo definição do “Míni Aurélio”, é um “homem extraordinário pelos feitos guerreiros, valor ou magnanimidade” (2015, p.396), estes eram seres que existiam como um meio-termo entre o que era humano e o que era divino, sendo a definição de semideuses. Principalmente na cultura grega, era de extrema importância a distinção entre esses dois primeiros pólos e que era marcada essencialmente

pela imortalidade dos deuses. O historiador Jean Pierre Vernant (2006) demonstra como era considerado como um insulto para os gregos ter o principal deus de sua religião associado com a ideia da mortalidade:

Aos olhos dos gregos, a imortalidade, que traça entre homens e deuses uma fronteira rigorosa, é um traço demasiadamente fundamental do divino para que o senhor do Olimpo possa ser assimilado de algum modo a uma daquelas divindades orientais que morrem e renascem. (VERNANT, 2006, p.37)

Com a definição dessa divisão, há então a discussão acerca dos semideuses. A começar pela própria ideia do que seria um semideus em sua raiz nos diversos mitos de origem grega; seres provenientes do relacionamento entre deuses e os seres mortais, constituíam-se como um sujeito mestiço que possuía determinadas qualidades que eram geralmente associadas às figuras divinas como beleza, porte físico, força ou extrema habilidade em áreas específicas como na luta. Uma história que pode ser tomada como exemplo para essa questão é o do mito do semideus grego Hércules, que nascido de um relacionamento entre o deus Zeus com um de seus interesses amorosos de origem mortal Alcmena, acabou sendo portador de uma grande força, o que lhe garantiu que seu nome fosse celebrado como um dos grandes heróis da mitologia grega (KERÉNYI, 2015, 123-124).

Mas, assim como também é apontado por Vernant em sua obra, os semideuses são apenas o intermédio entre essas duas definições de caráter oposto, elevados à esta posição que consegue se aproximar do estatuto do que é divino através da heroicização dos seus atos (VERNANT, 2006, p.48). Não apenas as realizações feitas em vida são postas como algo a ser valorizado, como também a forma com que esta pessoa morreu é um motivo para que ganhe renome e seja enxergue como herói. Entretanto, essa figura heróica é incapaz de alcançar o status de uma divindade.

Contudo, em sua essência, mitologias são histórias criadas por uma população e que tomam como base os valores de suas culturas para serem construídas. Fuentes (2018) explicita que “Desde a época de Homero, as histórias de heróis e deuses foram contadas com o intuito de tornar as crianças e jovens receptivas a um modelo de conduta, retidão, coragem e honra”

(FUENTES, 2018, p.3) ao mostrar a forma com que essas histórias transmitidas na Grécia possuíam o objetivo de incutir determinados valores vistos como positivos através de uma linguagem que fosse compreensível à população e que influenciasse, a longo prazo, nos seus comportamentos em relação ao mundo, passando essa ética às gerações futuras.

Essa característica inicial tomada pelos mitos de serem um canal de transmissão de mensagens capturou a atenção de diversos estudiosos a partir do século XX na área da semiologia, principalmente de Roland Barthes. Para Barthes (1957), os mitos deveriam ser estudados em consideração de seu conjunto linguístico e social, já que este seria um acontecimento semiológico que ocorre dentro de determinadas classes sociais e que age em torno dos interesses delas (SILVA, 2005, p.4). Barthes, por analisar situações e produtos relacionados à cultura de massa, entendia que os mitos eram construtos que visavam atender aos interesses da burguesia (SILVA, 2005).

Segundo o próprio Barthes (2001):

O mundo está cheio de signos, mas esses signos não têm todos a bela simplicidade das letras do alfabeto, das tabuletas do código de trânsito ou dos uniformes militares: são infinitamente mais complicados. Na maioria das vezes, nós os vemos como se fossem informações “naturais” [...] (BARTHES, 2001, p.178)

Assim, Barthes aponta para uma característica particular do mito que é a sua aceitação por parte do público em geral como algo natural, ou seja, que o mito não é uma construção de base histórica e que possui elementos linguísticos e sociais implementados em sua construção. Em consequência disso, os valores que são difundidos e que atendem às necessidades da burguesia são aceitos como fatos pela sociedade e acabam mantendo sua reprodução e manutenção através do tempo.

¹Um dos muitos mitos profundamente explorados pelo autor é o da adoração em torno da figura de uma personalidade pública, que é então transformada em uma deidade¹ pela ótica midiática. No capítulo “O Rosto de

¹ deidade: 1. Divindade, nume; deus ou deusa. 2. Pessoa ou coisa que se admira e venera.

Garbo”, Barthes (1957) aborda a forma com que a imagem da atriz sueca Greta Garbo foi tornada ícone pela mídia.

Garbo exibía uma espécie de ideia platônica da criatura, o que explica que seu rosto seja quase assexuado, sem no entanto ser duvidoso. [...] O seu apelido, Divina, certamente pretendia menos conferir-lhe um estado superlativo de beleza do que restituir a essência de sua pessoa corpórea, vinda de um céu onde as coisas são formadas e acabadas na maior claridade. Ela própria sabia-o: quantas atrizes consentiram que a multidão seguisse a maturação inquietante de sua beleza. Ela não: a essência não se podia degradar, era necessário que o seu rosto tivesse por única realidade a da perfeição, intelectual mais ainda do que plástica (BARTHES, 1957, p.48).

Barthes aponta para aquela mesma realidade de transformação em semideus a imagem de uma pessoa comum; aqui, além da heroicização e tentativa de deificação de uma personalidade, é possível enxergar o crescimento de uma nova cultura que é a da celebridade.

2.2 INDÚSTRIA CULTURAL

Muitas vezes formada por aspectos tangíveis para uma melhor compreensão do seu aspecto intangível, a cultura sempre possuiu diversas definições por parte de diversos pensadores e que acabavam por serem contrárias umas das outras. Para fins de melhor compreensão, o trabalho irá se ater à seguinte definição de cultura:

[...] produção e criação da linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas do trabalho, das formas da habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte. A cultura passa a ser compreendida como o campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem as práticas e os valores, definem para si próprios o possível e o impossível, o sentido da linha do tempo [passado, presente e futuro], as diferenças no interior do espaço (o sentido do próximo e do distante, do grande e do pequeno, do visível e do invisível), os valores como o verdadeiro e o falso, o belo e o feio, o justo e o injusto, instauram a ideia de lei, e, portanto, do permitido e do proibido, determinam o sentido da vida e da morte e das relações entre o sagrado e o profano (CHAUI, 2008, p.57)

Por essa ótica, ao compreender que a cultura está relacionada com os diversos aspectos que permeiam as formas de expressão de facetas da vida de um sujeito, principalmente da arte, afirma-se que a cultura é também a maneira

com que o mundo ao redor do sujeito é definido e enxergue por ser o ponto de partida para definição de signos e valores a serem seguidos. Dessa forma, é tornado explícito que a cultura também é o meio por onde ocorre o controle das concepções sociais e das ideologias que estão instauradas dentro da sociedade capitalista (DA COSTA; LOUREIRO; MENDES; PALHETA, 2003, p.13).

Se a cultura é capaz de exercer esse controle sobre os indivíduos, abre-se o questionamento: o que ocorreria caso a cultura fosse transformada em um método de produção em massa? Em vista dessa questão, Walter Benjamin (1969) passou a investigar principalmente a forma com que a obra de arte passava a perder seu valor e caráter devido à chegada de novas tecnologias que permitiam sua reprodução.

O aqui e agora do original constitui o conteúdo da sua autenticidade, e nela se enraíza uma tradição que identifica esse objeto, até os nossos dias, como sendo *aquele* objeto, sempre igual e idêntico a si mesmo. *A esfera da autenticidade, como um todo, escapa à reprodutibilidade técnica, e naturalmente não apenas à técnica.* [...] Mesmo que essas novas circunstâncias deixem intacto o conteúdo da obra de arte, elas desvalorizam, de qualquer modo, o seu aqui e agora. [...] A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico. (BENJAMIN, 1969, p. 4-5)

Para Benjamin (1969), a técnica de reprodução de uma obra de arte gerava um esvaziamento da característica principal de sua autenticidade: o aqui e agora, a sua aura; esta que, segundo o autor, é o elemento essencial à autenticidade tornando-a um objeto de natureza única, marcada por sua história através do tempo e que é composto principalmente de tradição. Benjamin compreendia a tradição como:

[...] o espaço-tempo de um tipo peculiar de saber que está para além do racional, que envolve, para Benjamin, os conteúdos da religião. A tradição contextualiza uma natureza, um mundo de vida; ela contempla um conjunto de representações significativas que condicionam o fazer e o saber de determinadas comunidades; ela é, em parte, o enquadramento de ações que não só ditam o modo do fazer, mas também, o modo de estar, o modo dos indivíduos se relacionarem uns com os outros e com o mundo (PEREIRA, 2006, p.63).

Tratando-se de uma transmissão de saberes e experiências mutáveis carregadas de elementos culturais, memórias e práticas acumuladas de geração a geração em sua composição, na reprodutibilidade técnica, a tradição originária desses elementos é afetada, ficando em segundo plano, enquanto o real destaque é concedido ao objeto produzido. A tradição é desvinculada de sua obra original e, conseqüentemente, sua autenticidade é esvaziada de valor e sentido (BENJAMIN, 1969, p.169), tornando-se um simples produto de consumo voltado para o entretenimento da massa² que busca se distrair em meio à arte através do preenchimento pela diversão (BENJAMIN, 1969, p.192-193).

Enquanto para Benjamin (1969, p.193-194), a reprodução técnica de uma obra de arte ainda oferecia o benefício do maior acesso popular a essas obras, para Adorno e Horkheimer (1947), essa reprodução apenas visava a dominação do receptor por parte do material que era recriado por meio da cultura, dominação esta que era ratificada pela grande quantidade de demanda por parte da massa para que esses produtos fossem desenvolvidos (DA COSTA, *et al*, 2003, p.14).

Aqui se faz necessário explicitar o instrumento para a reprodução desses produtos provenientes da cultura: a Indústria Cultural. O termo de autoria original de Adorno e Horkheimer (1947) possui a seguinte definição por parte dos dois pesquisadores:

O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos os são em conjunto. [...] O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade é que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos. (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.57)

A Indústria Cultural seria a forma com que Adorno e Horkheimer enxergavam a maneira com que a cultura estava sendo produzida. Tendo a cultura como esse conjunto de padrões que engloba não apenas o

² massa: Número considerável de pessoas que mantêm entre si coesão de caráter social, cultural, etc.

comportamento, crenças, modos de se produzir arte e intelecto, a Indústria Cultural seria responsável pela diluição de diferenciais atribuídos a cada obra e que as diferenciam uma da outra através da produção industrial ou padronizada de peças culturais em busca da obtenção de lucro.

Para os dois autores, essa diferenciação inicia-se com a criação do telefone e sua eventual passagem para o rádio, trazendo assim uma transformação marcante do caráter de participação do indivíduo com cada meio de comunicação. O telefone, ao permitir com que um sujeito pudesse ignorar toda a distância entre ele e outra pessoa para realizar contato, fazia com que apenas essas pessoas pudessem se contactar e manter um papel ativo entre si na comunicação. O rádio relativizou o papel de receptor ao conseguir atingir um grande número de pessoas em múltiplas e diferentes localidades e com classes sociais diversificadas, fazendo com que tivessem acesso a um papel ativo com o meio, possibilitando interagir com os programas; sendo assim um meio de comunicação “democrático” (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.57). Duarte (2003) sumariza a proposição dos pesquisadores ao afirmar que “o termo ‘democrático’ denota aqui, naturalmente, não o direito de voz e voto do povo, mas o fato de que os dispositivos tecnológicos empregados pela indústria cultural possibilitam uma comunicação de massa” (2003, p.52).

Contudo, os programas, ainda que variados devido à diferença de estações, continuavam sendo os mesmos devido ao caráter de estarem essencialmente repetindo a mesma ideia de programação, mas alterando fatores que, no conjunto total da produção, não afetam em seu resultado final (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.57). Esses produtos oriundos da industrialização cultural eram majoritariamente pensados e planejados como uma forma de atração e captura do seu receptor, mantendo-o sempre ali como uma matéria de alimentação do sistema. Para a Indústria Cultural, o público nada mais é do que números e estatísticas, segmentados de acordo com suas classes sociais para uma melhor distribuição de qual tipo de conteúdo possui maior sentido e compreensão para aquele grupo para assim gerar lucro (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.58).

A partir disso, devido à forma com que a indústria e seus setores organizam seus programas de maneira a gerar lucro, o público passa a ser moldado a não realmente questionar o padrão existente naquilo que lhe é entregue, algo decorrente da ação da indústria que busca atender à solicitação social de entregar um produto que atenda às suas necessidades. Para Adorno e Horkheimer (1947), essas necessidades dos sujeitos são a de se sentirem confortáveis em seus espaços de consumo dos objetos oriundos da produção artística industrial, sabendo de antemão como cada aspecto inserido no cerne do produto irá ser desenvolvido e posto em mesa para sua apreciação, assim como é exemplificado na seguinte passagem:

Os detalhes tornam-se fungíveis. A breve sequência de intervalos, fácil de memorizar, como mostrou a canção de sucesso; o fracasso temporário do herói, que ele sabe suportar como *good sport* que é; a boa palmada que a namorada recebe do astro; sua rude reserva em face da herdeira mimada são, como todos os detalhes, clichês prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. [...] Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto. (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.59).

Como via de garantir com que o público acabe tendo a garantia dessa experiência de consumo confortável e previsível, a Indústria Cultural acaba por promover a repetição desse mesmo formato em toda a sua mercadoria, mantendo ainda mais o público sobre seu cabresto e, principalmente, impedindo-o de criar qualquer tipo de consciência crítica sobre aquilo que lhes está sendo oferecido (DUARTE, 2003, p.60). Inserida nos produtos está a falsa realização completa do prazer que é prometida pela Indústria através do consumo, já que no momento em que a ação é realizada o indivíduo permanece com sua sensação de vazio e incompletude (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.66).

Em busca de espalhar essa promessa e conseqüentemente o estímulo ao consumo, a Indústria Cultural lança mão da mídia para divulgação desses ideais. Diversos meios de comunicação além do rádio são usados com esse direcionamento de produção cultural repetitiva como as revistas, o cinema e mais tarde a televisão, que é definida pelos autores como uma mistura das

características mais marcantes que definem o cinema e o rádio em quesito de funcionamento e entretenimento (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.58).

Ainda assim, é necessário abrir espaço para discutir as limitações da influência exercida pela Indústria Cultural à população, tocando em aspectos que as críticas elaboradas por Adorno e Horkheimer acabaram recebendo reparos quanto ao caráter onipotente que atribuíam à Indústria. A princípio, observou-se nas críticas à teoria dos autores a desconsideração de que não apenas a cultura popular poderia ter essa característica de repetição e compartilhamento de ideologias capitalistas ao ser tomada pela Indústria, mas também a alta cultura poderia realizar o mesmo (FRESSATO, 2007).

Outro ponto está relacionado com a submissão dos sujeitos à Indústria Cultural, permitindo com que ela faça a transmissão da ideologia. Segundo Adorno e Horkheimer, os indivíduos tornam-se cada vez menos capazes de realizarem qualquer tipo de pensamento que seja próprio, contudo, tornou-se necessário pontuar que para que essa submissão ocorra os sujeitos precisam primeiro aceitá-la, fazendo com que se entenda que há a possibilidade de que as pessoas tenham consciência dessa submissão e possam recusá-la (FRESSATO, 2007).

Citando o tópico cinematográfico, Fressato afirma que sobre o cinema, “Adorno e Horkheimer simplesmente desprezaram a possibilidade de os filmes poderem cultivar a arte e representar a diversidade de situações vivenciadas nos diversos lugares” (2007, p.8), pontuando que todo o conceito de Indústria Cultural só é aplicável às produções medianas de Hollywood.

Ainda sobre o cinema, um dos principais pontos que são abordados tanto por Adorno e Horkheimer (1947), por Benjamin (1969) e por Barthes (1957) é a celebridade e sua vivência dentro do espaço da atuação, musical ou do entretenimento como um todo, principalmente a relação que a Indústria Cultural possui de criar um culto ao redor dessas pessoas, tendo elas ou não realizado qualquer tipo de ato que justificasse esse comportamento por parte do público em massa.

2.3 FÁBRICA DE CELEBRIDADES

Ainda hoje na contemporaneidade, a Indústria Cultural tem mantido a sua natureza de reprodução em nível fabril de histórias e representações que se espelham e tomam como alicerces as dos semideuses gregos, ecoando através de constantes atualizações e recontextualizações principalmente no que tange em relação às estrelas, celebridades e o *star system*³.

Tomando como ponto de partida o termo *star system*, o entendimento da sua origem torna-se imprescindível para compreensão de tópicos futuros. Segundo Edgar Morin (1989), com as mudanças ocasionadas pela necessidade do cinema em conquistar o máximo de lucro possível através da atração de um público de faixa etária mais ampla para consumo de filmes devido ao encarecimento do custo de produção e do afastamento da audiência devido à crise financeira de 1929. Contudo, como a intenção era a de angariar a totalidade deste público, o cinema adota estratégias como a abordagem de diversos temas em cada uma de suas produções, indo da comédia ao romance e à tragédia, dentre outros (MORIN, 1989, p.10-11).

Mas a maior das táticas adotada pelo cinema foram as estrelas como uma maneira de apresentar à audiência uma figura que lhe servisse de reflexo (MORIN, 1989, p.X). O autor ressalta a característica de divindade [ou quase] com que a estrela é envolta ao compará-la aos semideuses oriundos da mitologia grega: “[...] as estrelas são seres ao mesmo tempo humanos e divinos, análogos em alguns aspectos aos heróis mitológicos ou aos deuses do Olimpo, suscitando um culto, e mesmo uma espécie de religião” (MORIN, 1989, p.X). Com essa comparação, depreende-se que a característica que cerca as estrelas e que justamente garante a elas a ponta do iceberg de seu magnetismo e apelo ao público é a mistura do fantástico aliado ao caráter de entretenimento que é plantado em sua imagem, formando a tríade “estético-mágico-religioso” (MORIN, 1989, p.XI).

Mas, a qualidade de semideus que é atribuída às estrelas, segundo Morin (2002), distingue elas de reais divindades. Como dito anteriormente,

³ Sistema de estrelas

semideuses são a mistura entre humanos e deuses. Quando Morin (2002) as classifica dessa forma, o autor está relacionando o fato das estrelas criarem identificação ao público através da divulgação de suas vidas privadas por parte da mídia em que a sua vida como “olimpianos” está envolvida com a vida cotidiana da “plebe” (p.106-107). O público projeta nas estrelas todo o desejo daquilo que gostariam de poder ser, de poder realizar e se identificam com a estrela quando aspectos mundanos de sua vida despem sua fantasia de sujeito superior. “A estrela pertence toda ao seu público” (MORIN, 1989, p.40).

Assim, instaurado no momento em que o cinema buscava entrar em sua grande transição e evolução, o *star system* foi o grande responsável pela grande mudança no padrão de comportamento do público-consumidor em relação a como ele consome o entretenimento. Assim, a correlação entre o capitalismo e a imagem da estrela torna-se mais explícito: ela é o “produto do capitalismo que vem para abarcar características específicas, bem como: a glamourização, lucro, consumismo e o narcisismo da sociedade” (DA SILVA, 2020, p.24). As estrelas não somente foram um retrato de diversos pontos de vista da sociedade, como também a criação delas era quase como uma ordem dentro de Hollywood em quesito de salvação dos estúdios, já que o ato de criação de uma *superstar*⁴ conseguia atrair o olhar público para as produções e, conseqüentemente, o lucro do consumo por parte desse (MORIN, 1989, p.XIV).

Aqui se faz necessário a explicação por trás do que é e o que define uma pessoa como celebridade. Segundo Rojek (2008), o termo celebridade possui raízes latinas, mas também pega emprestado de raízes francesas alguns dos significados que na atualidade estão conectados à esta palavra:

As raízes latinas indicam um relacionamento no qual uma pessoa é identificada como possuindo singularidade, e uma estrutura social na qual a característica da fama é fugaz. Em francês, a palavra *célèbre*, “bem conhecido em público”, tem conotações semelhantes. E além dos limites da religião e da sociedade cortesã. Em resumo, associa celebridade a um público, e reconhece a natureza volúvel, temporária, do mercado de sentimentos humanos (ROJEK, 2008, p.11).

⁴ Super estrela

Aqui, o uso do termo célebre se faz interessante para destaque de uma ideia intrinsecamente ligada ao imaginário da fama e da sua relação para com quem é o famoso: ser célebre implica ter realizado alguma ação que concede este título. Para Rojek (2008), existem personalidades cuja fama é construída alicerçada em fundamentos de uma cultura que é massificada: seu *status* de celebridade é passageiro, pois chamou atenção da mídia por aquele momento em que se destacou, a qual ele denomina celetóide.

Esse mesmo conceito é abordado por Boorstin (2006) que objetiva diferenciar a passagem da valorização do herói de feitos célebres para a celebridade da imagem midiática bem trabalhada e bem divulgada. Para o autor, a celebridade nada mais é do que uma pura criação da mídia de massa que constrói na figura de uma pessoa sem qualquer feito digno de torná-la famosa a ideia de algo que é moderno e diversificado. Entretanto, a celebridade é a própria definição da frase “quinze minutos de fama”, popularizada pelo artista plástico Andy Warhol, cuja frase carrega o significado da conquista da fama pela fama e que esta é passageira. “O herói é feito por folclore, textos sacros, e livros de história, mas a celebridade é a criatura da fofoca, da opinião pública, de revistas, jornais, e das imagens efêmeras das telas da televisão e do cinema” (BOORSTIN, 2006, p.82).

Como citado acima, a mídia é a principal propagadora da imagem da celebridade, mas a forma com que essa ação é realizada vem através dos pseudoeventos. Os pseudoeventos são acontecimentos organizados e programados pelas agências de comunicação e assessorias de imprensa da celebridade para que a personalidade e sua imagem estejam presentes na mídia, ganhando visibilidade e importância através de notícias de conteúdo banal e irrelevante.

Diferente delas, as estrelas de cinema ainda possuem algum reconhecimento pelo seu trabalho, ainda que na maioria das vezes as suas imagens prevaleçam ao talento. Um exemplo disso está relacionado ao fato de muitas estrelas associarem suas imagens e nomes a produtos, marcas e empresas, e até mesmo a causas sociais ou políticas.

Estrelas continuam a anunciar produtos de higiene, cosméticos, concursos de beleza, competições esportivas, lançamentos literários, campanhas de caridade e eventualmente eleições: nos Estados Unidos, as estrelas participam ativamente das campanhas políticas (MORIN, 1989, p.XV).

Para finalizar o capítulo, urge a necessidade de destacar as mudanças ocorridas dentro do *star system* com o passar do tempo até o momento atual. Estando este sistema das estrelas inserido na Indústria Cultural, esta que sempre se altera de maneira a conseguir se adaptar a cada período em que está habitando, ele próprio também sofre alterações com o passar dos anos.

Da Silva (2020) destaca a maior variedade de artistas que integram o *star system*, deixando de ser apenas atores/atrizes de Hollywood para algo em uma escala aumentada; a acessibilidade e interação com os fãs, deixando de serem aquelas figuras quase divinas isoladas; demonstram suas falhas, defeitos e não necessariamente são definidas pela estética (p.30).

Com isso, percebe-se a onipresença que as estrelas possuem no cenário atual em relação ao contato com o seu público quando em comparação ao formato que o *star system* as colocava durante o período da Era de Ouro de Hollywood e após este momento. O segundo capítulo trará um aprofundamento sobre as redes sociais, tanto o seu surgimento quanto a sua participação em possibilitar essa aproximação entre público e estrela através do aumento na utilização das redes.

3 REDES SOCIAIS, CRISE DE IMAGEM E CANCELAMENTO

Uma das principais formas de fortalecimento da chamada esfera social é através das maneiras com que os indivíduos se relacionam uns com os outros em espaços diversos: ambiente familiar, escolar, de trabalho ou comunidade da qual faz parte. As redes sociais são espaços *online* onde as pessoas não apenas estão conectadas a uma cadeia de conhecimentos produzidos por outros e por si mesmos, como também um espaço onde são capazes de desenvolver relações com outrem; formulando a identidade própria de um sujeito como também a existência dessas redes.

Em matéria de produção de conhecimentos, o meio digital acaba por permitir a formulação de conteúdos de matéria subjetiva, configurando-se como uma das principais ferramentas utilizadas nas redes sociais por personalidades midiáticas para se expressarem com seus fãs/seguidores, por vezes gerando uma má interpretação do que foi expressado, algo que pode ocasionar consequências como uma crise de imagem ou cancelamento. Este capítulo tratará de falar da evolução das redes sociais e seu uso por parte de pessoas famosas, junto das consequências que são causadas por parte deste uso.

3.1 ANTES DA INTERNET E O SURGIMENTO DAS REDES SOCIAIS

Para se iniciar qualquer esboço de uma análise sobre o que são as redes sociais e o seu processo evolutivo, é necessário antes estabelecer uma definição daquilo que o termo expressa, diferenciando o significado de 'rede', 'rede social' e a recontextualização que o significado de rede social ganha quando colocado na perspectiva da internet.

Segundo o “Míni Aurélio”, um dos principais significados que a palavra rede pode conter é “fios, cordas, arames, etc., entrelaçados, fixados por malhas que formam como um tecido” (FERREIRA, 2015, p.647). Nessa significação, já é possível enxergar a ideia de pontos que são conectados e terminam por formar um conjunto. Para se alcançar o significado do que seriam “redes sociais”, antes é necessário definir ‘redes de computadores’, esta que é um “conjunto de computadores, terminais e equipamentos acessórios,

interconectados por linhas de comunicação”.

A necessidade por essa definição encontra sua justificativa na seguinte citação de Recuero (2007, p.15 apud GARTON, HAYTHORNTHWAITE e WELLMAN, 1997, p.1): “Quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social”, apontando ao significado de rede social como um grupo de pessoas que mantêm entre si uma comunicação através de um espaço que permita essa interação. Tratando-se da atualidade, este espaço pode ser visto como o meio virtual composto por sites e, principalmente, redes sociais na internet.

O pontapé inicial para o estudo de redes sociais veio a partir de um artigo escrito pelo matemático e físico suíço Leonhard Euler, que serviu como base para todo o conhecimento relacionado às redes. Na cidade de Königsberg havia um rio chamado Pregel que cercava uma ilha chamada Kneiphof que ficava no centro da cidade. Os habitantes de Königsberg criaram sete pontes em que cinco delas conectavam a cidade à ilha e as outras duas ligavam outros pontos da cidade; a população começou a criar um quebra-cabeça no qual buscava-se encontrar uma maneira de atravessar todas as sete pontes sem atravessar uma mais de uma vez (CASTRO, 2007, p.56). Enxergando Königsberg como um grafo, um conjunto de vértices conectados, Euler provou que não havia como atravessar as pontes sem deixar de repetir uma. Com isso, Euler, ao criar sua teoria de grafos, acabou por indiretamente criar a base para a teoria do funcionamento das redes sociais que viriam a ter seu surgimento a partir do século XX.

Entretanto, a colocação em prática dessa teoria após a sua formulação teve sua maior fomentação a partir dos últimos dez anos do século XX, com o começo da difusão da Internet para um público mais abrangente. A origem do que viria a ser a Internet futuramente teve seu início no final da década de 1960 no contexto da Guerra Fria. Criada por princípios militares, a ideia visava aos Estados Unidos uma forma de “descentralização de suas informações no Pentágono para evitar que possíveis ataques causassem a perda irreparável de documentos do governo” (BARROS, 2013).

O projeto foi iniciado com supervisão de Joseph Licklider dentro da ARPA⁵, agência do governo estadunidense que era voltada às pesquisas espaciais e de satélite, mas que foi redirecionada para a área da informática (ALMEIDA, 2005, p.1). O objetivo inicial era o de permitir a comunicação interativa e transmissão de dados entre emissores e receptores em seus respectivos computadores; contudo, foi necessária a utilização de uma rede que entregasse a mensagem através de diversos caminhos que pudessem guiar até o objetivo (ALMEIDA, 2005, p.2). Dessa forma, a primeira rede de computadores criada foi entre quatro universidades norte-americanas, sendo elas as Universidades da Califórnia em Los Angeles e Santa Bárbara, o Instituto de Pesquisa de Stanford e a Universidade de Utah. Com isso, deu-se início a rede denominada ARPANET, lançada em 1969 e utilizada apenas para testes de interligação de vários computadores para troca de informações (MORIMOTO, 2011 apud SILVA, 2013, p.22), que foi desmantelada e substituída pela NSFNET, popularizada mundialmente como Internet, na década de 1990. (ALMEIDA, 2005, p.4).

Com isso, foram criadas duas ferramentas essenciais para a criação dos futuros sites presentes na Internet: o HTTPS, responsável pelo envio de dados criptografados, e a criação do *www*⁶, ambos criados por Berners-Lee e permitindo uma maior integração entre os computadores em compartilhamento de informações (SILVA, 2013, p.24). Desse momento em diante, começam as fases da Internet, e conseqüentemente das redes sociais. Cada momento da nova tecnologia possuía suas características próprias e que iam evoluindo conforme cada nova fase era instaurada. A Web 1.0 foi marcada principalmente pelo surgimento dos grandes portais e sites de notícias, além da possibilidade de utilização dos hipertextos.

Ainda que o usuário pudesse pesquisar qualquer tipo de assunto, uma das principais desvantagens presentes na Web 1.0 era a falta de interação entre o usuário com os sites. O segundo momento, nos primeiros anos deste século – e que estamos vivendo hoje - é o da chamada Web 2.0 ou a Internet

⁵ Advanced Research Project Agency, ou Agência Avançada de Projeto de Pesquisa, em livre tradução.

⁶ World Wide Web.

como plataforma colaborativa. É neste momento que surgem as redes sociais tais como conhecemos de fato, ou seja, relacionadas ao avanço da tecnologia⁷.

A Web 2.0 surgiu pela primeira vez em uma conferência voltada para análise de características da rede, reconhecimento de tendências e previsão de possíveis inovações, organizada por duas empresas que produziam conferências e conteúdos voltados à área das tecnologias da informação: a O'Reilly Media e a MediaLive International (BRESSAN, 2007, p.2). Dessa forma, pode-se compreender a Web 2.0 como “uma segunda geração de serviços e aplicativos da rede e a recursos, tecnologias e conceitos que permitem um maior grau de interatividade e colaboração na utilização da *Internet*” (BRESSAN, 2007, p.2).

Compreende-se então que nesta fase a característica estática da Web 1.0 foi superada pela possibilidade de maior interatividade entre os usuários, assim como também houve o surgimento da oportunidade dos próprios usuários serem os produtores do conteúdo; não mais sendo uma característica única e exclusiva de sites e portais de notícias, fazendo com que o usuário não fosse mais um sujeito passivo (que apenas recebe e absorve a informação que lhe é fornecida) e sim, um sujeito ativo (que é capaz de produzir conteúdo a partir das informações que adquiriu). Dessa forma, o conhecimento passa a ser compartilhado de maneira coletiva e a autoridade sobre a informação torna-se descentralizada, dando ao usuário a capacidade de publicar e republicar (COUTINHO, BOTTENTUIT JUNIOR, 2007, p.3).

A partir dos conceitos que foram apresentados por O'Reilly sobre a Web 2.0, Coutinho e Bottentuit Junior (2007) elaboraram uma série de outras características definidoras da web:

Interfaces ricas e fáceis de usar; sucesso da ferramenta depende do número de utilizadores, pois os mesmos podem ajudar a tornar o sistema melhor; gratuidade na maioria dos sistemas disponibilizados; maior facilidade de armazenamento de dados e criação de páginas online; vários utilizadores podem aceder à mesma página e editar as informações; as informações mudam quase que instantaneamente; os

⁷ Atualmente já se fala num terceiro momento da web, a Web 3.0 ou Web semântica, que seria uma fase da Web marcada pela descentralização de órgãos governamentais e pelo maior enfoque na experiência do usuário, além de incrementar ainda mais sua atuação e proteção nas redes Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/pxx-noticias/web-3-0>.

sites/softwarees estão associados a outros aplicativos, tornando-os mais ricos e produtivos e trabalhando na forma de plataforma [união de vários aplicativos]; os softwares funcionam basicamente online ou podem utilizar sistemas off-line com opção para exportar informações de forma rápida e fácil para a web; os sistemas param de ter versões e passam a ser atualizados e corrigidos a todo instante, trazendo grandes benefícios para os utilizadores; os softwares da web 2.0 geralmente criam comunidades de pessoas interessadas em um determinado assunto; a atualização da informação é feita colaborativamente e torna-se mais fiável com o número de pessoas que acede e atualiza; com a utilização de tags em quase todos os aplicativos, ocorre um dos primeiros passos para a web semântica e a indexação correta dos conteúdos disponibilizados. (COUTINHO, BOTTENTUIT JUNIOR, 2007, p.3)

Ao analisar esses pontos organizados pelos autores, percebe-se um grande enfoque na coletividade da rede, principalmente com o objetivo de facilitar a comunicação entre os usuários, justificando o porquê da Web 2.0 também ser conhecida como web social. Assim, torna-se imprescindível fazer um aprofundamento no funcionamento dessas plataformas voltadas à socialização no meio virtual, apresentando também os exemplos que mais se destacaram relacionados a elas.

3.2 FUNCIONAMENTO E EVOLUÇÃO DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais possuem uma série de elementos que caracterizam o seu funcionamento e que permitem a comunicação entre os atores. Os atores são considerados os primeiros elementos que compõem uma rede social, muitas vezes sendo representados por nós como uma forma de demonstrar o seu desempenho como as peças responsáveis pela moldura das estruturas sociais através da interação e construção de laços sociais (RECUERO, 2009, p.25). Assim, os atores são enxergados como “pessoas ou entidades sociais reunindo um grupo, como uma instituição ou uma organização” (MAGALHÃES, 2010, p.8 apud RIBAS, ZIVIANE, 2008, p.4).

Contudo, devido ao caráter de distanciamento promovido pelas redes sociais, não é possível distinguir quem são esses atores; é possível apenas defini-los através das suas identidades de acordo com cada rede social. Essa dificuldade promovida pelo distanciamento é justificada pelo fato de que os atores presentes nas redes sociais não são necessariamente uma representação fidedigna de quem elas realmente são, mas sim uma

representação social que busca destacar algumas das características de sua personalidade (FARIAS, MONTEIRO, 2012, p.3), tornando-se uma construção diversificada de si mesmo e impossível de conseguir expressar o seu 'eu' com máxima totalidade.

Pode-se compreender isso como a forma com que o usuário tem de agradar os visitantes de sua página, já que um dos principais pontos que definem uma rede social está relacionado à possibilidade de criação e manutenção do contato entre as pessoas através de um dispositivo *desktop*⁸ ou móvel, sem necessidade por um encontro cara a cara; porém, para que essa comunicação ocorra, o usuário deve se preocupar com a imagem própria que está sendo veiculada em suas redes.

Para propiciar ainda mais esse tipo de comportamento em que há a necessidade de estar satisfazendo e sendo satisfeito pelo “outro”, as redes sociais oferecem uma série de ferramentas que possibilitam a personalização de suas identidades virtuais como, por exemplo, a foto de perfil, a forma com que se expressa pela linguagem, fotos e vídeos a serem postados, as pessoas que o usuário prefere seguir nas redes, dentre outros (MAGALHÃES, 2010, p.9).

Sibilia (2007) corrobora com esse mesmo pensamento sobre a maneira com que as redes sociais convidam seus usuários a contar narrativas sobre suas próprias vidas:

Por isso, é no suporte tecnológico, talvez, onde reside a primeira e mais óbvia diferença entre as modalidades comunicativas que hoje se desenvolvem via Internet e as velhas artes manuscritas da “expressão de si”, bem como entre ambos os tipos de textos que delas decorrem. [...] Em ambos os contextos, variam enormemente as condições de produção, circulação e recepção dos textos. À materialidade áspera e tangível da folha de papel, do caderno, da tinta, do envelope, opõe-se a etérea “virtualidade” da escrita eletrônica. (SIBILIA, 2007, p.36)

Essa concepção é apoiada por Matuck e Meucci (2005), ao analisarem o surgimento de mais plataformas virtuais onde os usuários poderiam criar identidades a partir de características próprias:

⁸ “Em cima da mesa”

Com a Internet, os processos de construção identitária vêm ganhando uma nova forma. Ao disponibilizar um lugar no ciberespaço, a rede possibilita a um número maior de pessoas a oportunidade de se relatar, garante maior liberdade de mostrar ou construir a própria identidade. Tal possibilidade constitui um fenômeno, que se potencializa com o surgimento dos blogs, fotologs e das comunidades virtuais, como o Orkut, Gazzag e outras. (MATUCK, MEUCCI, 2005, p.4)

Contudo, esse fomento por parte das redes de fazer com que o sujeito esteja sempre utilizando-a para postagem de conteúdos que acabam sempre revelando mais detalhes de suas vidas particulares em troca da admiração e interação alheia acaba por provocar uma falta de distinção entre o que é público e o que é privado.

Novamente, Sibilia (2007) afirma que “sua qualidade de ‘diário íntimo’ no sentido tradicional, portanto, é sem dúvida alterada” (p.58) já que segundo a análise da autora o modelo de postagem de momentos da vida particular de uma pessoa numa rede social possui suas raízes em modelos de escritas epistolares (cartas endereçadas a uma pessoa em específico, por exemplo). Assim, pensamentos, opiniões e histórias que possuíam um destino mais claro a ser alcançado passam, com as redes sociais, a serem endereçadas para ninguém em específico; as pessoas que terão acesso àquilo será um público com a qual não há como prever qual será sua reação com o que foi publicado.

Vale a pena destacar também as plataformas que permeiam e caracterizam esta fase da Web, expondo a característica de interatividade e produção de conteúdo própria do usuário. A começar pelos *blogs* que são páginas da Web onde os usuários podem fazer a postagem de textos que também podem estar acompanhados de algumas imagens para ilustração do que está sendo escrito, permitindo que outras pessoas possam realizar comentários nas postagens (MATUCK, MEUCCI, 2005, p.5).

O *fotolog* era um site voltado para a postagem de fotos, servindo como uma forma de registrar o cotidiano do usuário através das fotos que eram publicadas por eles, seguidas também de pequenos textos para descrever o momento registrado (RECUERO, 2008, p.4). Segundo Recuero (2007), o *fotolog* “nasceu com a popularização das câmeras digitais e com a ideia de criar de criar diários fotográficos, de forma semelhante ao que se fazia apenas

textualmente nos *weblogs*” (p.166). O *fotolog* possuía uma versão gratuita e uma versão paga, chamada *gold camera*, que permitia a publicação de até 6 fotos por dia, com até 200 comentários, estatísticas e maiores possibilidades de personalização da página pessoal.

O Flickr inicialmente possuía uma proposta semelhante a do *fotolog*, permitindo a postagem de fotos acompanhadas de textos, permitindo também que os usuários fizessem comentários e, mais tarde, também passou a permitir a publicação de vídeos (RECUERO, 2007, p.169). Uma das funções do Flickr eram as *tags* (etiquetas), que poderiam ser usadas nas fotos para facilitar a busca delas por parte de outros usuários quando pesquisassem pela *tag* na barra de busca.

Criado por Mark Zuckerberg enquanto o mesmo ainda era universitário, o Facebook possuía o foco de “criar uma rede de contatos em um momento crucial da vida de um jovem universitário: o momento em que este sai da escola e vai para universidade” (RECUERO, 2007, p.171). O Facebook funcionava exclusivamente para determinados centros universitários e foi se abrindo para o grande público conforme foi crescendo, sendo usado principalmente para comunicação entre usuários e publicações através de perfis e comunidades.

O Twitter ⁹é uma plataforma que permite escrever textos curtos, além de permitir que os usuários possam seguir um ao outro através de seus perfis e assim irem recebendo os *tweets* publicados por cada um. Esses textos curtos possuem um limite de até 280 caracteres, permitindo também que arquivos de mídia sejam subidos. Além das publicações, o Twitter também possui seu sistema de *Trending Topics* em que os assuntos que estão sendo mais comentados dentro da rede social são colocados na área de Busca da plataforma, mostrando aos usuários quais são as palavras que mais estão sendo buscadas ou utilizadas nos *tweets* das outras contas.

⁹ Em julho de 2023, o Twitter foi adquirido pelo empresário norte-americano Elon Musk e passou a se chamar “X”. Todo o processo de aquisição da rede foi conturbado devido a boatos de processos por desistência de compra até corte do quadro de funcionários da empresa. Atualmente, grande parte das polêmicas do aplicativo envolvem alterações na funcionalidade de alguns recursos e mudanças drásticas nas políticas do aplicativo.

O Instagram foi criado em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger com a ideia de resgatar o sentimento de se utilizar aparelhos fotográficos de revelação instantânea das imagens como as câmeras de filme e Polaroid; contudo, o conceito inicial era de fazer com que os usuários pudessem compartilhar até mesmo seus planejamentos em relação a eventos da semana, além de arquivos de mídia como fotos e vídeos, mas os desenvolvedores decidiram focar no espaço da fotografia e compartilhamento de imagem (PIZA, 2012, p.7). Mais tarde, o aplicativo passou a permitir a publicação de vídeos, desenvolvendo o modelo de *stories* e *reels*.

Com a criação de um perfil, o usuário pode tirar fotos diretamente do aplicativo ou utilizar uma foto tirada diretamente de sua câmera para que seja subida no aplicativo e assim uma legenda para a foto seja criada (PIZA, 2012, p.9). Como forma de rememorar a Polaroid e a Kodak Instamatic, as imagens postadas no Instagram possuem, geralmente, o formato característico de 4:3 (OLIVEIRA, 2014, p.5).

O aplicativo permite a utilização de filtros para proporcionar efeitos diferentes nas fotografias e vídeos; nas fotografias publicadas no feed do usuário, os filtros são mais limitados e são voltados para dar um aspecto de foto envelhecida e analógica (PIZA, 2012, p. 10), porém há uma maior variedade de filtros a serem aplicados na modalidade *story* do aplicativo. Essa técnica de reprodução analógica contribui para adequar as publicações às tendências de uma estética mais *vintage* (OLIVEIRA, 2014, p.50). Além da edição de fotos, o Instagram também possui suas *hashtags* para “agrupar imagens relacionadas a um determinado assunto” (PIZA, 2012, p.12), facilitando a organização dos tipos de conteúdo e também permitindo com que eles sejam melhor encontrados por outros usuários.

O TikTok é o aplicativo mais recente a ter surgido e viralizado entre os usuários de redes sociais. Criado e administrado pela ByteDance, o TikTok é uma rede focada em vídeos curtos em formato vertical, sendo grande parte deles voltados para o humor, dança, desafios e até mesmo para dramatização, permitindo com que usuários até mesmo consigam criar histórias completas com os vídeos (NETO *et al*, 2022, p.1). O TikTok, com a pandemia, teve um

grande crescimento em sua utilização tanto pelas suas ferramentas de edição que o aplicativo disponibiliza quanto pelo funcionamento de sua interface que possui a repetição infinita dos vídeos até que o próximo comece a ser assistido (NETO *et al*, 2022, p.3-4).

Como dito anteriormente, o Instagram possui os *reels*, que foi uma ferramenta criada pela plataforma como uma maneira de confrontar e se destacar em frente ao sucesso mundial que o TikTok acabou adquirindo. Os *reels* possuem a mesma funcionalidade do TikTok, sendo compostos por vídeos geralmente na vertical e que vão se repetindo até que o usuário passe para o próximo vídeo, podendo criar edições com filtros e áudios.¹⁰ As principais diferenças com o TikTok estão nas suas concepções: o *reels* é uma ferramenta dentro do aplicativo do Instagram, enquanto o TikTok foi pensado justamente com essa ideia. Outra plataforma que também decidiu incluir uma ferramenta semelhante ao Tik Tok e ao *reels* foi o Youtube, que criou os *shorts* com funcionalidades e funcionamento semelhantes às das duas redes citadas anteriormente.

3.3 O NASCIMENTO DA INFLUÊNCIA DIGITAL

Com o estabelecimento e difusão das redes sociais, junto do crescimento da cultura participativa criada e fomentada pelo surgimento da Web 2.0, um novo fenômeno dentro do espaço virtual passou a surgir com a produção de conteúdo por parte dos usuários das redes: a figura do influenciador digital.

Atualmente, há uma nova análise quanto ao comportamento humano em relação a como determinados produtos, serviços e conteúdos são consumidos, algo que é evidenciado por Kotler (2017) na seguinte passagem: “os consumidores atuais tornaram-se altamente dependentes das opiniões dos outros” (p.42). Kotler (2017) afirma que os consumidores possuem fatores de decisão de compra que vão desde as estratégias de comunicação por parte do marketing até seus familiares, amigos e opinião própria.

¹⁰ Disponível em: <https://nerdweb.com.br/artigos/2022/07/o-que-e-reels-o-recurso-que-esta-mudando-a-forma-de-usar-o-instagram.html>

Na passagem, Kotler evidencia o poder da influência que a opinião alheia possui sobre o consumidor, mas essa influência não apenas age sobre o consumo de uma pessoa como também pode influenciar seus comportamentos, pensamentos e sentimentos (ALLEN, 2017, p.12). Para analisar o influenciador digital, é preciso compreender a teoria da convergência de Jenkins. Jenkins (2006) afirma que a cultura da convergência se refere

[...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2006, p.29)

A convergência midiática seria a forma com que as mais variadas formas de mídia trabalham em conjunto voltados a um mesmo objetivo que é o de transmissão da mensagem da melhor maneira possível e de forma completamente harmoniosa. Jenkins (2006) apresenta quatro características que são definitivas da cultura de convergência: inteligência coletiva, transmídia, crossmedia e cultura participativa.

Atendo-se à cultura participativa, ela seria a forma com que a Internet permite usuários produzirem conteúdos, fazendo com que não sejam apenas pessoas que só consomem aquilo que lhes é transmitido. Além disso, ela permite uma maior interação entre os usuários principalmente pelos comentários, mas podendo ocorrer também através de curtidas, participação em votações, dentre outras formas (BRANDÃO, 2010, p.6).

A possibilidade de produção de conteúdo por parte dos usuários passou a ser uma tendência cada vez crescente dentro da Internet, destacando bastante a participação destes e da característica de amadorismo das suas produções. Segundo Karhawi (2017), este novo cenário digital se apresentou com um “[...] choque da inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público” (KARHAWI, 2017, p.4 apud SHIRKY, 2011, p.50).

Dessa forma, percebe-se que o usuário das redes notou que poderia lançar mão das novas mídias disponibilizadas pelo avanço da tecnologia e da Internet (computadores e celulares) para que pudesse produzir seu conteúdo a

partir de um tópico ou assunto já existente, apropriando-se das características inerentes de cada plataforma para melhor se comunicar com o público (ESTEVANIM, SILVEIRA, 2017, p.9)

A primeira forma de se enxergar esses novos produtores de conteúdo amadores veio com os *blogs*, principalmente pela facilidade de fazer publicações nessa plataforma, fazendo com que os usuários fossem intitulados blogueiros. Uma das principais marcas que acabavam destacando as postagens em *blogs* era a linguagem mais voltada para a personalidade, sendo bastante utilizados como diários virtuais, *blogs* jornalísticos e de celebridades (KARHAWI, 2017, p.5).

Foi a partir do crescimento dos *blogs* que foi percebido um movimento de profissionalização por parte dos produtores amadores, ocorrendo uma passagem em que alguns desses produtores começam a expressar suas opiniões sobre temas diversos e fazendo com que comunidades de leitores e seguidores sejam criadas ao redor desse blogueiro/blogueira. Segundo Karhawi:

Ao consolidar um público e se estabelecer como marca, ou veículo de mídia, as blogueiras começam a estabelecer parcerias comerciais com empresas do ramo e monetizar o conteúdo que produzem para o blog com posts pagos, publicitários, banners, parcerias comerciais, campanhas publicitárias, ações de embaixadoras de marcas etc] (KARHAWI, 2016, p.43)

Assim, a profissionalização desses blogueiros que antes criavam conteúdo como um hobby passam a produzi-lo de forma profissional a partir do momento em que o mercado enxerga um potencial em cima desses usuários-mídia e suas comunidades. Movimento semelhante pode ser percebido ao redor dos vlogueiros e, finalmente, dos formadores de opinião.

O formador de opinião seria aquele capaz de influenciar uma decisão ou opinião de uma pessoa, muitas vezes esses formadores sendo compostos por grupos como a família, amigos e outros grupos sociais a que essa pessoa influenciada está inserida (KARHAWI, 2017, p.8). Há uma distinção a ser feita em relação aos formadores de opinião, existindo duas categorias: os verticais e os horizontais. Segundo Cruz (2011), os formadores verticais são:

[...] pessoas que têm grande poder de verbalização e oportunidade de dizer o que pensam para um grupo expressivo de pessoas. Portanto, pessoas que têm acesso aos meios de comunicação para usar a palavra no sentido de comunicar a quem lhes der crédito e credibilidade, suas opiniões sobre quaisquer temas ou sobre temas específicos. (CRUZ, 2011, p.3)

Já os formadores horizontais são aqueles que não necessariamente possuem um cargo formal como a de um professor, mas que, devido a uma personalidade carismática, acabam criando uma relação com o público que passa a confiar em sua opinião (CRUZ, 2011, p.5).

Ainda que essas definições estejam bastante centradas na abordagem com influenciadores digitais, pode-se aplicar elas a artistas e o seu público, no caso, fãs. Curi (2010), através dos estudos de Jenkins, analisa a forma com que o fã acaba dedicando uma parte do seu tempo a demonstrar sua admiração e empatia a uma figura que adoram, comprometem-se e se identificam. Por fazerem parte dessa cultura participativa, Jenkins afirma que eles “também produzem, leitores que também escrevem, espectadores que também participam” (JENKINS, 1992, p.208 apud CURI, 2010, p.4).

Os meios virtuais possibilitam uma nova forma de interação entre artista e fã relacionado à sensação de proximidade com o artista, podendo acompanhar sua rotina quase que diariamente através de suas postagens (RUIZ, 2022). Ainda assim, com um maior movimento de artistas mostrarem seu lado humano [e, conseqüentemente, um lado mais autêntico e verdadeiro], os mesmos passam a gerar ainda mais identificação com seu público e se tornam um exemplo de figura que “aconselha, apoia, incentiva, inspira e salva, mas que também, chora, cai e levanta, assim como todo mundo” (RUIZ, 2022, p.4).

3.4 CRISE DE IMAGEM E CANCELAMENTO

Com a criação e evolução da internet, o processo de construção de uma imagem pública positiva foi facilitado devido à velocidade proporcionada pelas redes sociais (CARDIA, 2015). Estes ambientes virtuais acabam sendo bastante utilizados por marcas como uma forma de transmitir seus valores e de estreitar sua relação com o consumidor e usuário das redes. Contudo, a facilidade que reside em elevar a imagem de uma empresa reside também na

possibilidade de destruí-la, quando dentro de um espaço tão mutável e volátil quanto o das redes.

Este tipo de situação (vista como comum e a qual toda marca está passível de enfrentar em sua trajetória) recebe a denominação de crise. Definidas pelo *Dicionário Aurélio* como “manifestação repentina de ruptura do equilíbrio”, as crises são capazes de causar um abalo ou ruptura naquilo que é visto como rotina por parte das organizações, principalmente na imagem que elas já projetaram, causando grande instabilidade e imprevisibilidade devido ao seu fator inesperado (GARCIA, 2004), e tendo como maior prejuízo uma danificação em sua credibilidade.

Assim, pode-se compreender que uma crise pode acabar surgindo como resultado de qualquer tipo de situação com a qual uma organização enfrente, podendo ter sua origem em fatores econômicos, desastres naturais, problemas envolvendo a comunicação da empresa ou até mesmo a sua reputação (CARDOSO, 2021, p.11). Ainda assim, Forni (2010), em uma entrevista, aponta para a responsabilidade da empresa em relação à causa da crise: “a maioria das crises decorre de erros da gestão” (FARIAS, 2007, p.14).

Cardoso (2021) também destaca as fases de uma crise, categorizando-as em três momentos: o primeiro momento é aquele em que os sinais de uma crise estão para surgir; o segundo momento é o seu desencadear que exige uma resposta veloz; o terceiro diz respeito ao pós-crise, necessitando uma reflexão sobre ela.

Uma crise acaba por afetar três pontos cruciais de uma empresa: sua imagem, reputação e identidade. Para Kotler, “a identidade está relacionada com a maneira com que uma empresa visa identificar e posicionar a si mesma e seus produtos” (KOTLER, 2000 apud VÁSQUEZ, 2007, p.219). Sendo assim, a identidade é aquela que define os objetivos de uma marca e quais conceitos serão comunicados ao público com seu nome, logomarca, produtos, dentre outros (MACHADO, 2007, p.48).

Já a imagem se “trata da maneira pela qual este público decodifica o

conjunto de símbolos provenientes dos produtos, dos serviços e das comunicações emitidas pela marca” (KAPFERER, 2004 apud MENEZES, 2016, p.40), explicitando a forma como a imagem é uma percepção alheia; ela depende da forma como o público irá compreender e enxergar a marca de acordo com a mensagem que ela está transmitindo. Quanto à reputação, ela é um conjunto entre a identidade e a imagem, sendo um constructo que é alcançado através do tempo por ações relacionadas ao público interno e externo de uma empresa (MENEZES, 2016, p.50).

Entretanto, deve-se ressaltar que uma crise de imagem não é algo exclusivo de empresas. Personalidades públicas também são passíveis de enfrentar um evento como esse e sofrer com suas consequências. Na perspectiva de um artista, as redes sociais são um importante instrumento de propaganda da imagem pessoal e de seu trabalho, alcançando novos públicos, notoriedade e atenção, além de que essa maior exposição do privado produz o efeito de fazer com que o público se aproxime de seu dia-a-dia e com maior contato ao artista.

Contudo, estar sempre dividindo detalhes sobre sua privacidade acaba por possibilitar com que determinadas ações possam ser interpretadas como algo errado, gerando uma reação do público tanto inserido no trabalho do artista quanto fora dele.

Um tema atual e que vem ocorrendo com maior frequência dentro do ambiente virtual é o cancelamento, este que tem por principal finalidade o completo afastamento de uma pessoa das redes sociais, inclusive passando a sofrer com boicote por parte do público nas redes (CHIARI *et al*, 2020, p.2). Iniciado primariamente como uma forma de reação virtual a determinados tipos de comportamentos que são vistos como negativos na atualidade devido a um maior consenso sobre o que é permitido ou não, o cancelamento parte do pressuposto de que quem está “cancelando” o outro é uma pessoa exímia de erros e que acredita ter o poder de estar suprimindo alguém (CHIARI *et al*, 2020, p.2).

Tratando-se de uma forma de linchamento público em plataformas digitais, o fenômeno do cancelamento nos tempos atuais pode ser traçado a partir da exposição dos casos de abusos sexuais denunciados por atrizes da indústria cinematográfica de Hollywood em outubro de 2017, situação que ficou popularmente conhecida pelo nome de “Movimento #MeToo” (CARMO, 2021, p.20). Através da *hashtag* #MeToo, utilizada na rede Twitter, e de matérias realizadas por veículos midiáticos como o jornal *The New York Times*, as atrizes denunciaram casos de abuso por parte de nomes importantes dos bastidores das produções cinematográficas, sendo os casos envolvendo o produtor norte-americano Harvey Weinstein alguns dos primeiros e de maior repercussão daqueles que foram relatados.¹¹

O acontecimento que mais se destacou aos usuários em decorrência dessas denúncias (além do caráter chocante relacionado aos abusos por parte dos bastidores da indústria) foram a exposição e, conseqüentemente, o cancelamento por parte das tantas figuras públicas que foram denunciadas dentro deste processo, tornando o público online cada vez mais familiarizado com isso. O movimento acabou se destacando e inspirando outros movimentos de caráter social e identitário, fazendo com que fosse observado o senso de justiça como característica predominante e comum das pessoas que neles participavam (CARMO, 2021, p.20).

Existem muitos motivos para se realizar um cancelamento, alguns deles sendo “a defesa de uma causa, calar a voz de uma pessoa ou cancelar uma marca” (CARMO, 2021, p.20), fazendo com que o debate online seja marcado por tentativas de provar o motivo e a necessidade pelo cancelamento até a defesa do indivíduo ou marca por parte de outra parcela dos usuários.

O principal conflito relacionado à prática do cancelamento é a falta da possibilidade de direito à resposta e defesa que a pessoa julgada virtualmente tem em frente à situação. Outro ponto, relacionado ao anterior, é o esmorecimento do confronto, aprendizagem e educação que decorre da

¹¹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/videos/veja-explica/voce-sabe-o-que-e-o-movimento-metoo-veja-explica>

negação da existência de uma pessoa, impedindo com que esta possa se justificar e ter direito a um possível aprendizado com a situação ocorrida (CHIARI *et al*, 2020, p.4). Através da análise de Silvio Almeida (2019), Chiari *et al* (2020) aponta também a forma com que o erro de conduta, em determinadas sociedades, muitas vezes é seguido de uma recordação aos acertos que uma pessoa já teve em sua vida para assim servir de exemplo para uma possível melhora de atitude.

Percebe-se que um cancelamento é um evento passageiro, incapaz de durar por um longo período de tempo para uma grande parcela das pessoas. Em todas as suas análises sobre a liquidez com que a modernidade vive, Bauman (2010) afirma que “vivemos tempos líquidos”¹² onde nada é realmente feito para durar. Pode-se aplicar esta lógica ao cancelamento já que há diversos casos ocorridos principalmente por parte de personalidades públicas em que é notável a natureza desta afirmação.

Porém, pode-se afirmar também que há uma profunda diferença entre uma crise de imagem e um cancelamento principalmente em suas formas de controle e manutenção. Numa crise, existe uma série de maneiras que permitem com que ela seja gerenciada e contornada de forma que os danos maiores à imagem e reputação sejam ainda mais prejudicados.

Segundo o “Manual de Gestão de Crise de Imagem” (2015), há uma sequência de etapas que devem ser seguidas em vista de proteger a imagem durante uma crise, indo desde a criação de um Comitê de Crise com atores de diversas áreas que possam auxiliar na resolução do problema até estratégias de *media training* e monitoramento das redes sociais para controle da crise no meio digital (p.14-22). Já o cancelamento virtual possui a característica de uma resposta rápida por parte de quem o sofreu (*timing*) devido à urgência trazida pelas redes aos assuntos discutidos, assim como é apontado por Djamila Ribeiro (2017) ao abordar o esvaziamento do significado de pautas sociais devido à velocidade com que as redes sociais cobram de discutir determinados

¹²

assuntos (p.32).

Para o último capítulo deste trabalho, será feita a análise do objeto de estudo, que é todo o processo de cancelamento que ocorreu com a cantora norte-americana Lana del Rey no ano de 2020.

4 ESTUDO DE CASO - CANCELAMENTO DE LANA DEL REY EM 2020

Em maio de 2020, a cantora norte-americana Lana del Rey publicou em seu Instagram uma postagem que, mais tarde, ficou conhecida popularmente como “*Question for the culture*” em que expressava o seu descontento em relação às críticas que recebeu no início de sua carreira quanto aos temas abordados em suas músicas. Na carta aberta, a cantora também expressou seu aborrecimento com críticas negativas aos seus álbuns anteriores, além de acabar por citar o nome de outras artistas que, segundo a cantora, também abordavam temas semelhantes em suas músicas.

Na sequência da publicação, a cantora recebeu uma série de comentários nas redes sociais, tanto em apoio quanto discordando dos pontos que decidiu citar em sua carta, passando também a ser cancelada por parte do público devido a isso e também pela citação do nome das artistas. Este capítulo irá tratar sobre a carreira da artista e sobre seu cancelamento no ano de 2020.

4.1 HISTÓRIA E CARREIRA

Elizabeth Woolridge Grant, mais conhecida como Lana del Rey, é uma cantora de música pop/rock alternativa, compositora e poetisa norte-americana. Nascida em 21 de junho de 1985 em Lake Placid, uma pequena cidade localizada no estado de Nova York, é filha de Robert Grant e Patricia Hill e possui dois irmãos mais novos.

Lana del Rey começou a cantar desde muito cedo; segundo a própria cantora, antes de aprender a falar ela já cantava algumas melodias de canções que conseguia decorar aos dois anos de idade ainda que não soubesse formular direito frases completas (SOUSA, 2021, p.34). Foi durante seu período na escola primária St. Agnes que a cantora passou a se dedicar mais ao canto por fazer parte do coral da igreja.¹³

Contudo, no período de sua adolescência, Lana del Rey sofreu com

¹³

Disponível em:
<https://web.archive.org/web/20131203120905/http://www.nylonmag.com/articles/lana-del-rey-interview-nylon>

graves problemas relacionados ao abuso de bebida alcoólica e alcoolismo: "Eu era uma grande bebedora. Gostava de beber todos os dias. Eu bebia sozinha. Eu pensei que todo o conceito fosse muito legal".¹⁴

Com o alcoolismo chamando a atenção dos seus pais, Lana foi enviada pela família para um colégio interno. Após se formar, a cantora decidiu ir viver por um ano com seus tios em Long Island. Durante sua estadia em Long Island, Lana del Rey começou a trabalhar como garçoneiro e seu tio ensinou a ela seis acordes no violão, fazendo com que percebesse que poderia começar a escrever canções utilizando apenas aqueles acordes.

Após a estadia com seus tios, Lana del Rey ingressou na Fordham University para cursar Filosofia com ênfase em Metafísica¹⁵. Ao que se pode depreender, com o dinheiro que ganhava como garçoneiro a cantora financiou uma produção simples para um primeiro álbum com canções compostas por ela mesma. O álbum, chamado *Sirens*, foi gravado entre 2005 e 2006, sendo também lançado nesse período com a cantora utilizando o nome de May Jailer.¹⁶¹⁷. Nesse mesmo período, começou a se apresentar em bares utilizando dois nomes artísticos: *Lizzy Grant and The Phenomena* e *Sparkle Jump Rope Queen*¹⁸

Além dos bares, Lana del Rey começou a se inscrever em competições de composição e em uma delas foi abordada por um representante de uma gravadora independente chamada 5 Point Records. Na 5 Point Records, lançou

¹⁴ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/lana-del-rey-revela-que-era-alcoolatra-na-adolescencia-6035081>

¹⁵ Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/article/lana-del-rey>

¹⁶ Pouco se sabe sobre a natureza desse álbum, tanto sobre sua gravação, sobre quem financiou a produção e sobre como isso foi feito, sem contar o motivo de ter sido retirado. Por ser um álbum feito de forma quase amadora, sua produção conta com apenas violão e voz, sendo quase como um teste da cantora. Além disso, não há comprovação de que o título e a lista de músicas do álbum são oficiais pois elas foram vazadas do computador de Del Rey e suas versões físicas foram criadas e vendidas por fãs.

¹⁷ Disponível em: <https://i-d.vice.com/en/article/mbvjdp/the-greatest-lana-del-rey-songs-that-never-made-an-official-album>

¹⁸ Rainha Brilhante Puladora de Cordas, em livre tradução.

o EP *Kill Kill* sob o nome Lizzy Grant, abreviação do seu nome real, e mais tarde o álbum *Lana del Ray AKA Lizzy Grant*.¹⁹

Mais tarde, a cantora mudou seu nome artístico para Lana del Ray, misturando o nome da atriz de Hollywood Lana Turner e do carro Ford Del Rey, já que Lana del Rey queria um nome em que pudesse moldar a sua música e que lembrasse da costa do mar.²⁰

Como todo o marketing realizado pela gravadora já estava feito como Lizzy Grant, esta não apoiou a decisão da cantora, que decidiu cancelar seu contrato com a gravadora três meses após lançamento do seu primeiro álbum, comprar os direitos e retirá-lo de circulação para conseguir refazer sua imagem. A cantora contou com a ajuda de Ben Mawson e Ed Millett, que se tornaram seus empresários.

Um ano depois, Lana del Rey lançou a música *Video Games*. A faixa chamou bastante atenção do público na internet, com bastante destaque para o videoclipe caseiro e com referências voltadas às décadas passadas. Com o sucesso da faixa nas rádios, a cantora assinou um contrato com a Interscope Records para o lançamento do seu primeiro álbum como Lana del Rey.²¹

O álbum *Born to Die* foi lançado em janeiro de 2012 em meio a polêmicas devido a sua apresentação no *Saturday Night Live*, em que a performance da cantora foi extremamente criticada e até mesmo considerada como a pior que já havia sido feita no programa.²² Ao mesmo tempo, seus álbuns anteriores *Sirens* e *Lana del Ray AKA Lizzy Grant* acabaram vazando na internet. Além do vazamento dos álbuns, usuários encontraram fotos antigas da cantora e começaram a reparar que ela provavelmente havia feito procedimentos estéticos em seu rosto.

¹⁹ Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/interview-singersongwrite_b_159346

²⁰ Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/article/lana-del-rey-interview>

²¹ Disponível em: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-16729651>

²² Disponível em: <https://cinebuzz.uol.com.br/noticias/famosos/lana-del-rey-relembra-participacao-criticada-no-saturday-night-live-nao-foi-terrivel.phtml>

Com isso, a cantora passou a ser atacada nas redes e em publicações como um produto da indústria da música que apenas conseguiu chamar a atenção do público não pelo talento, mas por marketing²³, questionando sua legitimidade como uma artista independente e que era um sucesso natural. Um trecho do artigo de Tracy Rosenthal (2011) para a revista GOOD²⁴ apresenta um apanhado de críticas feitas à artista:

Das histórias de origem menos lisonjeiras, a artista Lizzie Grant moldou uma versão de Britney Spears de si mesma até que seus agentes acreditassem que ela estava apta ao trono da Costa Oeste. Eles orquestraram uma maquiagem de *Mad Men*, injetaram colágeno nos seus lábios e a renomearam Lana del Rey²⁵

Outra crítica que serve como uma síntese das críticas feitas à cantora nesse período é a da *Entertainment Weekly*²⁶: “Lana del Rey é real mesmo, ou apenas o resultado da tentativa disfarçada de construir uma perfeita *femme fatale* usando a jaqueta de couro da Nico e a peruca da Nicki Minaj?”²⁷

Com o lançamento do álbum, as críticas foram ainda maiores devido aos temas abordados no mesmo, como abuso de substâncias, relacionamentos tóxicos e com homens mais velhos, depressão, mas o mesmo acabou sendo um grande sucesso²⁸. O álbum *Born to Die* teve sua extensão chamada *Paradise* que contava com mais nove músicas.

No dia 13 de junho de 2014, a cantora lançou seu segundo álbum intitulado *Ultraviolence*, que acabou apresentando um som mais voltado para o rock e jazz. O álbum foi bastante elogiado pela crítica, que destacou as letras, ainda que algumas críticas tenham sido direcionadas ao exagero em temas

²³ Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2012/jan/21/lana-del-rey-pop>

²⁴ Disponível em: <https://www.good.is/articles/why-does-indie-music-hate-lana-del-ray>

²⁵ *From the more unflattering origin stories, we're told the artist Lizzie Grant modeled herself after Britney Spears until her managers thought her fit to ascend the West Coast throne. They orchestrated a Mad Men makeover, injected her lips with collagen, and renamed her Lana Del Rey*, em livre tradução.

²⁶ Disponível em: <https://ew.com/article/2012/02/08/born-die-review-lana-del-rey/>

²⁷ *Is Lana the real deal, or the result of a misguided attempt to build the perfect femme fatale out of Nico's leather jacket and Nicki Minaj's wig?*, em livre tradução.

²⁸ Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2012/jan/27/lana-del-ray-born-to-die-review>

como relacionamentos abusivos, abuso de drogas e violência doméstica, principalmente na faixa-título.²⁹

No dia 18 de setembro de 2015, foi lançado seu terceiro álbum, *Honeymoon*, focando num som descrito pela cantora como “jazz orquestral”. O álbum ganhou bastante aclamação da crítica pelo seu conteúdo lírico.³⁰ Para divulgação do álbum, a cantora criou um Instagram onde postava fotos relacionadas ao conceito do álbum, além de fotos pessoais. O perfil foi transformado em privado após a divulgação do álbum.

Em seguida, no dia 21 de julho de 2017, a cantora lançou o álbum *Lust for Life*, este que acabou obtendo um melhor sucesso comercial e também boa aclamação da crítica, sendo o primeiro que conta com participações diretas de outros artistas em algumas faixas como The Weeknd, A\$AP Rocky, Playboy Carti, Stevie Nicks e Sean Ono Lennon. Um dos principais pontos destacados pelos críticos no álbum foi o começo de uma mudança no tom das letras das músicas da cantora, já que parecia estar adotando um ponto de vista mais positivo, além da introdução de canções abordando assuntos políticos e sociais.³¹

No dia 30 de agosto de 2019, Lana del Rey lançou seu quinto álbum de estúdio, *Norman Fucking Rockwell*, este que acabou sendo considerado tanto por público quanto pela crítica o seu melhor álbum lançado até o momento. Tanto a produção quanto o conteúdo lírico do álbum foi completamente aclamado por veículos especializados da mídia, que não só o definiram como um clássico da década passada como também rendeu à Lana del Rey o título de “uma das maiores compositoras americanas vivas” pela Pitchfork³², além de duas indicações ao Grammy de 2020 a Álbum do Ano e Canção do Ano.

²⁹ Disponível em: <https://revistaogrito.com/critica-disco-lana-del-rey-ultraviolence/>

³⁰ Disponível em: <https://www.omelete.com.br/musica/criticas/lana-del-rey-honeymoon-critica>

³¹ Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2017/08/01/critica-em-lust-for-life-lana-del-rey-canta-o-amor-na-era-trump-298710.php>

³² Disponível em: https://pitchfork.com/reviews/albums/lana-del-rey-norman-fucking-rockwell/?mbid=social_twitter&utm_source=twitter&utm_brand=p4k&utm_social-type=owned&utm_medium=social

Grande parte da crítica destacou novamente as letras do álbum, principalmente o tom mais cômico, irônico e positivo em grande parte das canções, além do estilo musical que se inspirou no rock e folk dos anos 60 e 70.³³

No dia 19 de março de 2021, a cantora lançou seu sexto álbum chamado *Chemtrails Over The Country Club*, com sonoridade voltada para o folk e o country. Por ser o trabalho que seguiu o anterior de maior aclamação até então, o álbum acabou tendo recepção mais amena por parte do público da cantora e críticas positivas, ainda que muitos veículos esperassem algo maior em comparação com o álbum anterior.³⁴

No mesmo ano, no dia 22 de outubro, a cantora lançou seu sétimo álbum chamado *Blue Banisters*, este que seguiu com o estilo folk dos dois últimos álbuns. Assim como o anterior, o álbum também não chamou tanta atenção do público, mas se destacou por letras mais intimistas da artista.³⁵

4.2 IMAGEM DE LANA DEL REY

Quando Lana del Rey surgiu no cenário musical, todo seu estilo e estética foi bastante associado com algo mais voltado para o *vintage*, por trazer bastante referência dos anos 50, 60 e 70 de *pin-up*, personalidades famosas do cinema e da música americana desses períodos. Isso se refletia não apenas em suas composições e videoclipes, mas também no vestuário que utilizava em shows, entrevistas e outras aparições públicas da cantora. Além disso, tons relacionados ao patriotismo da cantora pelos Estados Unidos estavam sempre presentes em suas produções como a bandeira dos Estados Unidos (Anexo I).

³³ Disponível em: <https://www.omelete.com.br/musica/criticas/lana-del-rey-norman-fucking-rockwell-critica>

³⁴ Disponível em: <https://www.planocritico.com/critica-chemtrails-over-the-country-club-lana-del-rey/>

³⁵ Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/cultura/2021/10/26/interna_cultura,1317008/melancolica-lana-del-rey-reage-a-criticas-com-o-disco-blue-banisters.shtml

Figura 1: Lana del Rey em frente à bandeira estadunidense



Fonte: Monkeybuzz (<https://shorturl.at/loqIU>)

Essa estética mais *vintage* garantiu à cantora a alcunha de ser “gangster Nancy Sinatra”.³⁶ A partir do seu segundo álbum *Ultraviolence*, a cantora passou a diminuir a quantidade de produção das suas roupas, encaixando na estética mais anos 70 que permeia o álbum, algo que também se refletiu em seus videoclipes.

A mudança visual para algo mais simples se estendeu até os dias de hoje, em que é possível ver a cantora usando roupas mais básicas em relação aos primeiros anos de sua carreira, afastando-se bastante de sua estética *vintage* inicial (Anexo I).

Com sua apresentação desastrosa no *Saturday Night Live* em 2011, a cantora passou a receber severas críticas relacionadas às suas performances ao vivo, as principais críticas sendo relacionadas ao seu controle vocal e também nervosismo/timidez em cima dos palcos.³⁷ Após o período de divulgação do álbum *Born to Die* e de sua extensão *Paradise*, percebe-se um afastamento de Lana del Rey da mídia, principalmente a televisionada.³⁸ Seu retorno à TV foi em 2020 para divulgar a canção *Let Me Love You Like A Woman*, no *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*.³⁹

³⁶ Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2011/10/991783-lana-del-rey-faz-sucesso-com-duas-musicas-e-muita-polemica.shtml>

³⁷ Disponível em: <https://ew.com/article/2012/01/16/lana-del-rey-saturday-night-live/>

³⁸ Disponível em: <https://www.revistaloficial.com.br/pop-culture/lana-del-rey-revela-porque-raramente-se-apresenta-em-programas>

³⁹ Disponível em: <https://www.papelpop.com/2020/12/lana-del-rey-faz-apresentacao-sensivel-de-let-me-love-you-like-a-woman-em-programa-de-tv/>

Sobre ter parado de se apresentar na TV, a cantora disse: “Eu não sabia se seria bem recebida. Mas agora há muitos excêntricos por aí, então estamos bem. Estamos em boa companhia”.⁴⁰ Ainda assim, a cantora continuou a conceder entrevistas para veículos especializados como revistas.

Em relação a temas políticos e sociais, Lana del Rey sempre foi uma figura polêmica devido a muitos críticos considerarem sua arte como algo alienativo devido ao tom saudosista e nostálgico sobre a história estadunidense e por nunca tocar em tópicos sociais, sendo mais focado em relacionamentos. Inclusive, uma das frases que mais acabou destacando a imagem pública de Lana del Rey quanto a assuntos socio-políticos foi feita pela baixista, guitarrista e vocalista da banda *Sonic Youth*, Kim Gordon. Em *A garota da banda: uma autobiografia*, Gordon afirma que:

Hoje nós temos alguém como a Lana Del Rey, que nem sabe direito o que é feminismo, que acredita que as mulheres podem fazer o que quiser, o que, em seu mundo, vai para o lado da autodestruição, dormir com homens nojentos mais velhos ou ser uma rainha dos motoqueiros temporária. Salários igualitários e direitos igualitários seria bom. Naturalmente, é só um personagem (GORDON, 2015, p.163).

A partir de 2017, com a eleição de Donald Trump para presidente dos Estados Unidos, Lana del Rey passou a abordar temas políticos e sociais em suas músicas, principalmente no álbum *Lust for Life* de 2017. Neste, há um bloco inteiro de músicas voltadas para essa temática sendo *Coachella - Woodstock In My Mind*, *God Bless America - And All The Beautiful Women In It* e *When The World Was At War We Kept Dancing*. Em 2019, no seu álbum *Norman Fucking Rockwell*, a cantora voltou a abordar temas políticos através da canção *The greatest*.

Em relação aos seus fãs, Lana del Rey sempre foi conhecida por demonstrar bastante carinho, atenção e afeto a eles, buscando sempre se manter em contato mesmo quando estava fora dos palcos ou de algum evento como um show. Geralmente, essas interações ocorriam em momentos do

⁴⁰ Disponível em: <https://www.metroworldnews.com.br/entretenimento/2023/09/22/lana-del-rey-revela-por-que-raramente-se-apresentou-na-tv-desde-o-infame-snl/>

cotidiano da cantora ou através de suas redes sociais, muitas vezes agradecendo pelo apoio dos seus fãs tanto nos altos quanto nos momentos mais baixos e complicados de sua carreira.⁴¹

Ainda assim, a cantora demonstra ter limites com fãs que estão sempre a importunando ou que estão de alguma forma fazendo mal à ela. Em 2017, com a aproximação do lançamento do álbum *Lust for Life*, o mesmo acabou sendo vazado na internet e fãs da cantora estavam compartilhando o link para quem quisesse baixar de forma ilegal, além de estarem espalhando a notícia do vazamento. Pela sua conta oficial do Twitter, a cantora interagiu com os fãs e mandou que o link fosse derrubado (Anexo I).

Logo após essa interação entre cantora e fãs, alguns dos fãs passaram a nomear o nome do *fandom* como *little fuckers*, ainda que não haja um consenso geral. Em um fórum do Reddit, encontra-se uma discussão em que o fã questiona qual o nome do *fandom*. Um dos comentários diz que já viu “*Lanatics, Lana fans, Little Fuckers, Daddies* e muito mais”,⁴² sem haver um consenso.

Quanto à relação com as redes sociais da artista, percebe-se que a maneira com que Lana del Rey sempre buscou se apresentar por elas era o de uma celebridade com personalidade e estilo de vida simples, mesmo tendo acesso a um patrimônio de 30 milhões de dólares⁴³. Deve-se compreender aqui que parte de suas redes são administradas pela própria cantora, algo que poderemos comprovar conforme sua imagem nas redes for sendo analisada.

Essa transmissão de simplicidade é perceptível pelas fotos que a cantora sempre publicou nas redes, mostrando imagens do seu cotidiano com sua família e amigos, de algo que esteja produzindo no dia ou até mesmo *selfies*,

⁴¹ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/musica/lana-del-rey-chega-ao-brasil-e-fas-a-recebem-no-aeroporto-do-rio-de-janeiro-nprec/>

⁴² Disponível em: https://www.reddit.com/r/lanadelrey/comments/r8jyvn/what_are_lana_fans_called/

⁴³ Disponível em: <https://www.celebritynetworth.com/richest-celebrities/singers/lana-del-ry-net-worth/>

acompanhadas das legendas de suas publicações que, devido a uma linguagem mais informal, mostram a identidade e imagem que a cantora quer passar para o seu público (Anexo I).

No Twitter, a cantora também fazia algumas publicações. Afora as publicações para divulgação do seu trabalho, Lana del Rey costumava fazer publicações ao interagir com alguns de seus fãs, além de tweets que não estavam necessariamente relacionados com algo maior (Anexo I).

Além disso, Lana del Rey acaba buscando mostrar o quão acessível é através da interação com seus seguidores. Em muitas publicações é possível ver a cantora respondendo a comentários, ou até mesmo indo nas publicações de seus seguidores e em contas de fãs dedicadas à ela para fazer algum tipo de comentário ou interação.

4.3 O CANCELAMENTO - QUESTION FOR THE CULTURE⁴⁴

No dia 21 de maio de 2020, Lana del Rey publicou em seu Instagram uma foto do seu bloco de notas contendo uma carta aberta sua para o que denominou como “cultura”, referindo-se aos veículos midiáticos e personalidades que fizeram críticas principalmente ao conteúdo de suas músicas (Anexo I).

No início da carta, a cantora começa citando o nome de algumas artistas, além de citar sobre como seus trabalhos atualmente não recebem o mesmo nível de críticas que ela recebeu no início de sua carreira ao abordar os mesmos assuntos. Segue trecho em livre tradução:

Uma pergunta para a cultura: agora que Doja Cat, Ariana, Camila, Cardi B, Kehlani e Nicki Minaj e Beyoncé tiveram seus números um com canções sobre serem sexys, não usem roupa, transar, trair etc. - posso, por favor, voltar a cantar sobre ser realizada, me sentir bonita por estar apaixonada mesmo se o relacionamento não é perfeito, ou dançar por dinheiro - ou o que eu quiser - sem ser crucificada ou dizer que estou glamourizando abuso????? Estou cansada de escritoras e cantoras alternativas dizendo que eu glamourizo o abuso quando na verdade sou apenas uma cantora glamourosa que canta sobre as realidades do que agora todos nós vemos ser vários relacionamentos abusivos por todo o mundo. Com todos os tópicos que as mulheres estão finalmente autorizadas a explorar, eu só gostaria de dizer que

⁴⁴ Uma pergunta para a cultura, em livre tradução

durante os últimos dez anos acho patético que a minha mínima exploração lírica detalhando meus ocasionais papéis submissos e passivos nos meus relacionamentos tenham frequentemente feito as pessoas dizerem que fiz com que as mulheres retrocedessem centenas de anos.

Neste segmento da carta, a cantora passa a falar sobre suas perspectivas quanto ao feminismo e opina sobre a necessidade pela abertura de espaço para mulheres que frequentemente não têm suas vozes ouvidas pelas outras pessoas. Segue trecho em livre tradução:

Vamos deixar bem claro, não sou uma não-feminista - mas é preciso haver um lugar no feminismo para mulheres que se parecem e agem como eu - o tipo de mulher que diz “não”, mas os homens escutam “sim” - o tipo de mulheres que são impiedosamente censuradas por serem suas versões autênticas e delicadas, o tipo de mulheres que têm suas próprias histórias tomadas delas por mulheres mais fortes ou por homens que odeiam mulheres. Tenho sido honesta e otimista com os relacionamentos desafiadores que tive. Notícias rápidas! É assim para muitas mulheres.

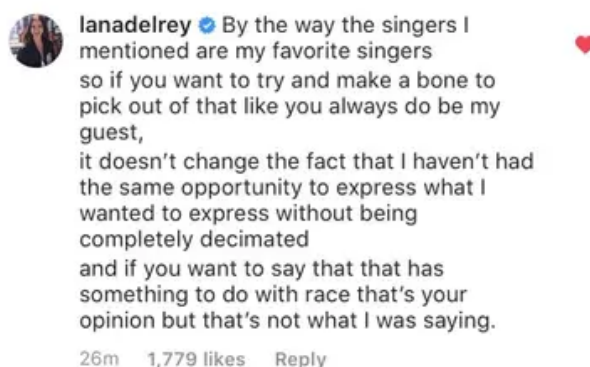
Na parte final da carta, Lana del Rey foca em falar sobre como sua música, no seu entender, influenciou outras artistas a serem honestas sobre suas situações dentro de relacionamentos. Segue trecho em livre tradução:

E essa foi infelizmente minha experiência até o ponto em que esses álbuns foram feitos. Então, eu gostaria de dizer que têm sido dez longos anos de críticas ridículas até recentemente e eu aprendi muito com elas, mas eu também sinto que realmente pavimentou o caminho para que outras mulheres parassem de “botar um sorriso no rosto” e fossem capazes de dizer o que quer que elas quisessem em suas músicas - diferente da minha experiência em que se eu expressasse o mínimo de uma nota de tristeza nos meus dois primeiros álbuns, eu era considerada histérica como se estivéssemos nos anos 1920.

No trecho final da carta, a cantora anuncia o lançamento de dois dos seus livros de poesia e o seu álbum seguinte, prometendo abordar estes tópicos da carta nessas obras. Em seguida à publicação dessas cartas no Instagram da cantora, seu conteúdo começou a ser disseminado também no Twitter, fazendo com que a cantora recebesse uma série de comentários e tweets tanto contra seus pensamentos (acusando-a de racismo) quanto a favor (defendendo a cantora e dizendo que não enxergavam o problema da carta).

Para se defender dessas acusações, a cantora publicou cerca de quatro comentários em seu post⁴⁵, ambos justificando sua escolha por citar os nomes das cantoras e tentando afastar qualquer afirmação de racismo. Foram escolhidos apenas dois dos quatro comentários por sintetizar o conteúdo geral deles:

Figura 2: Comentário de Lana del Rey em postagem⁴⁶



Fonte: NME (<https://shorturl.at/itzFM>)

Figura 3: 2º comentário de Lana del Rey no post⁴⁷



⁴⁵

Disponível em: https://www.nme.com/en_au/news/music/lana-del-rey-responds-to-criticism-of-controversial-instagram-post-2674015

⁴⁶ Aliás, as cantoras que mencionei são minhas cantoras favoritas, então se quiserem fazer uma confusão com isso como sempre fazem, fiquem à vontade. Não muda o fato de que não tive a mesma oportunidade de expressar o que eu queria expressar sem ser completamente dizimada. E se quiser dizer que isso tem algo a ver com raça, essa é sua opinião, mas não era o que eu queria dizer (livre tradução).

⁴⁷ E meu último comentário sobre tudo - quando eu disse pessoas que se parecem comigo - quis dizer pessoas que não se parecem fortes ou necessariamente inteligentes, ou que estivessem no controle etc. É sobre defender uma personalidade mais delicada, não uma mulher branca - mas valeu pelos comentários me chamando de Karen (mulher branca conservadora). Ajudaram muito.

Fonte: NME (<https://shorturl.at/itzFM>)

Após esses comentários, Lana del Rey seguiu fazendo publicações em seu Instagram que não estavam relacionadas à situação da carta, até postar um GIF de um trecho de seu curta chamado *Tropico* com a legenda “#fuckoff” (calem a boca) (Anexo I). Essa reação veio devido à repercussão do seu post que agora estava sendo divulgado em veículos de mídia digital e também com a chegada dos comentários de celebridades, algumas delas citadas na carta como a rapper Doja Cat que comentou “*Gang sunk that dunker*”⁴⁸.

Com isso, no dia 22 de maio, a cantora decidiu lançar uma segunda carta abordando a repercussão da primeira, defendendo seus pontos de vista e rebatendo críticas. Seguem trechos específicos traduzidos de forma livre da carta:

Mesmo com o feedback que ouvi de diversas pessoas que mencionei de forma elogiosa [...] quero dizer que me mantenho firme na minha clareza e postura em que o que eu estava escrevendo era sobre a importância da autodefesa da personalidade feminina mais delicada e que é muitas vezes dispensada. [...] Mas na verdade, fazer isso ser sobre raça diz mais sobre vocês do que sobre mim - vocês querem drama [...].

Figura 4: Segunda carta aberta de Lana del Rey

A couple of final notes on my "controversial post" that's not controversial at all. Despite the feedback I've heard from several people that I mentioned in a complimentary way, whether it be Ariana or Doja Cat - I want to say that I remain firm in my clarity and stance in that what I was writing about was the importance of self advocacy for the more delicate and often dismissed, softer female personality, and that there does have to be room for that type in what will inevitably become a new wave/3rd wave of feminism that is rapidly approaching. Watch!

Perhaps I could've given more context to my post by mentioning the title of the second book that would be out next March called 'behind the iron gates- insights from an institution'

I'm sorry that the folks who I can only assume are super trump/pence supporters or hyper liberals or flip-flopping headline grabbing critics can't read and want to make it a race war, when in fact the issue was with *female critics and *female alternative artists who are dissociated from their own fragility and sexuality and berate more sexually liberated artists like myself and the women i mentioned.

But in truth making it about race says so much more about you than it does about me -you want the drama, you don't want to believe that a woman could be beautiful, strong and fragile at the same time, loving and all inclusive by making personal reparations simply for the joy of doing it it. Nothing new here in your reaction. Same as ten years ago when a million think pieces came out about me feigning emotional fragility or lying about coming from no money when that was the truth.

My sin and my message are clear. That I have control of my own story. If the women I mention don't wanna be associated with me that's absolutely fine by me.

Fonte: Facebook

No dia 25 de maio, dois dias após a publicação da segunda carta, Lana del Rey decidiu se justificar mais uma vez em seu Instagram, mas agora em um vídeo de seis minutos.⁴⁹ Novamente, o vídeo tocou nos mesmos pontos que a artista já havia especificado antes sobre as pessoas estarem inserindo raça em algo que não discutia isso, mas acabou dizendo a seguinte frase:

Quando eu disse mulheres que “se parecem comigo”, eu não quis dizer brancas como eu, quis dizer o tipo de mulher que, você sabe, as outras pessoas talvez não acreditem [...] A diferença é que quando eu subo no pole dance, as pessoas me chamam de vadia, mas quando a Twigs sobe no pole dance, é arte.⁵⁰

FKA Twigs é uma cantora alternativa negra que performou em um pole dance no Grammy de 2020 (Anexo I). Por novamente citar e comparar-se a uma mulher negra, Lana del Rey reviveu os comentários que a acusaram de racismo e de estar ignorando a realidade de mulheres negras.⁵¹

Por último, Lana del Rey enfrentou críticas após participar dos protestos do *Black Lives Matter* em Los Angeles por conta do assassinato de George Floyd pela polícia. No dia 31 de maio, durante as passeatas, Lana del Rey postou várias fotos dos protestos e um vídeo que mostrava diversas pessoas saqueando uma loja, o que chamou a atenção das pessoas que foram até o seu post reclamar da publicação do vídeo e das fotos com os rostos dos protestantes, podendo facilitar com que fossem presos.⁵² Outras celebridades usaram o Twitter para avisar Lana del Rey de apagar as fotos e o vídeo, já que a artista havia desativado os comentários (Anexo I). Lana del Rey apagou o vídeo e manteve as fotos em que as pessoas usavam máscaras.

⁴⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5oPbRoyY_Gg

⁵⁰ *When I mentioned women who “look like me” I didn’t mean white like me, I mean the kind of women who, you know, other people might not believe [...] The difference is when I get on the pole, people call me a whore, but when Twigs gets on the pole, it’s art*, em livre tradução.

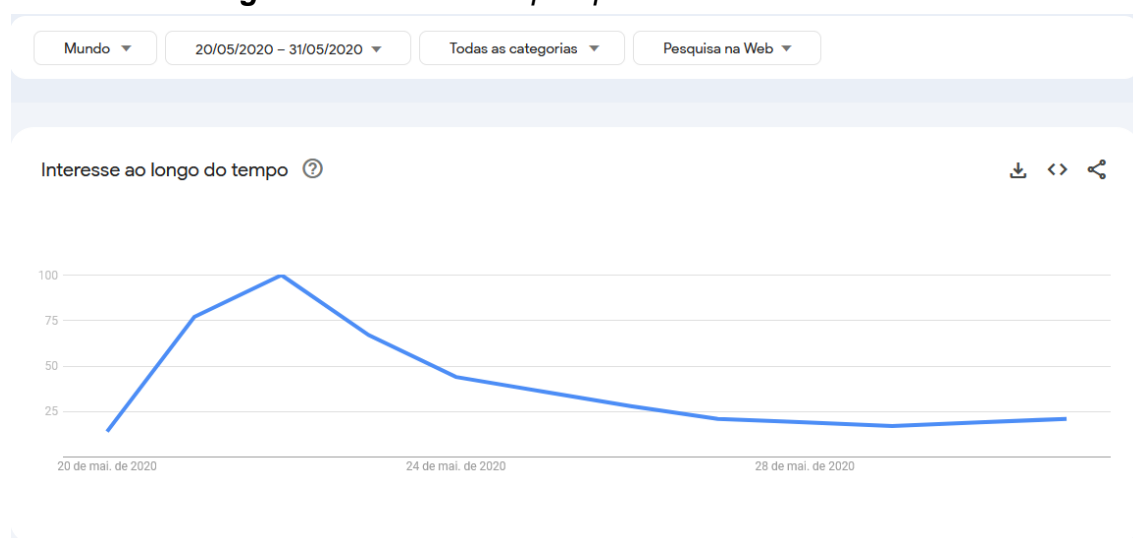
⁵¹ Disponível em: <https://www.insider.com/lana-del-rey-fka-twigs-video-backlash-women-of-color-2020-5>

⁵² Disponível em: <https://consequence.net/2020/05/lana-del-rey-looting/>

4.4 ANÁLISE

Com o caso de cancelamento de Lana del Rey, pode-se definir dois momentos em que houve tentativas de se gerenciar toda a crise sendo elas durante e após o processo, que será melhor detalhado neste tópico da pesquisa. Foi utilizada a ferramenta Google Trends para buscar pelo termo “Lana del Rey” e observar a repercussão do seu cancelamento em pesquisas na internet, considerando o filtro “Mundo” já que se trata de uma cantora com alcance internacional. Como a crise começou dia 21, foi utilizado como ponto de partida para o período de análise do dia 20 até o dia 31 de maio.

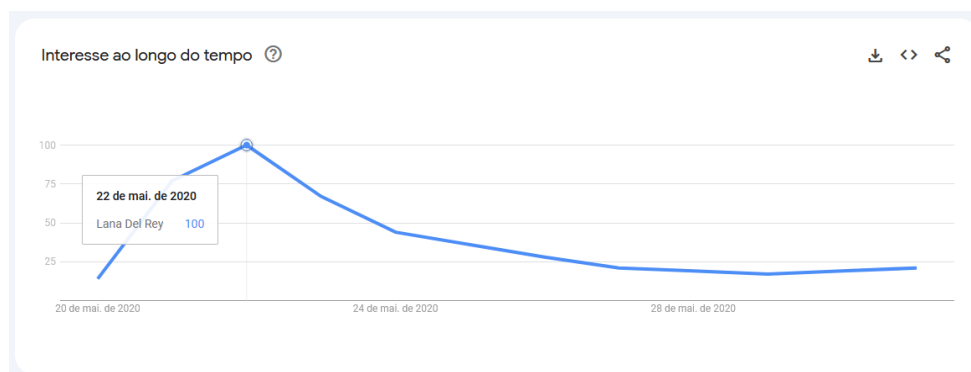
Figura 5: Intervalo de pesquisa na Web



Fonte: Google Trends

Pode-se perceber que a partir do dia 20 a 21 de maio, o nome de Lana del Rey começou a ter uma alta de buscas, principalmente pela publicação da primeira carta, mas só alcançou seu ápice no dia 22, um dia após a publicação da primeira e no dia da publicação da segunda carta. A busca pelo seu nome só começou a diminuir na virada do dia 26 para o dia 27, ainda que as buscas se mantivessem relativamente altas em relação ao seu início.

Figura 6: Interesse ao longo do tempo na pesquisa na Web



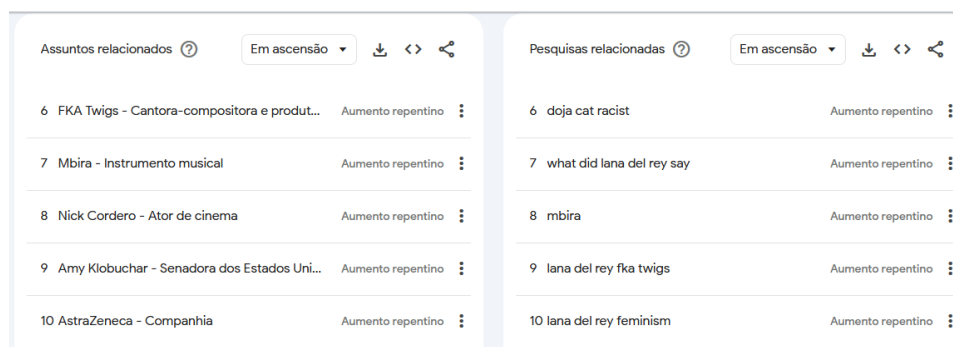
Fonte: Google Trends

Dentre os 10 primeiros assuntos relacionados à cantora pesquisados nesse período, estão Controvérsia, Abuso e FKA Twigs. Dentre as 10 primeiras pesquisas relacionadas, encontram-se as pesquisas “*lana del rey racist*” [lana del rey racista], “*lana del rey controversy*” (lana del rey controvérsia), “*lana del rey abuse*” (lana del rey abuso), “*what did lana del rey say*” (o que foi que lana del rey disse), “*lana del rey fka twigs*” e “*lana del rey feminism*” (lana del rey feminismo) mostrando a busca pelas pessoas em entender o que havia ocorrido com a cantora e sua polêmica.

Figura 7: Primeira tela assuntos e pesquisas relacionadas

Assuntos relacionados	Em ascensão	Pesquisas relacionadas	Em ascensão
1 Controvérsia - Assunto	Aumento repentino	1 lana del rey racist	Aumento repentino
2 Abuso - Assunto	Aumento repentino	2 debby ryan	Aumento repentino
3 Debby Ryan - Atriz e cantora norte-ameríc...	Aumento repentino	3 lana del rey controversy	Aumento repentino
4 Lori Loughlin - Atriz e modelo	Aumento repentino	4 lana del rey abuse	Aumento repentino
5 Hilary Duff - Atriz e cantora-compositora	Aumento repentino	5 lori loughlin	Aumento repentino

Fonte: Google Trends

Figura 8: Segunda tela de assuntos e pesquisas relacionadas

Fonte: Google Trends

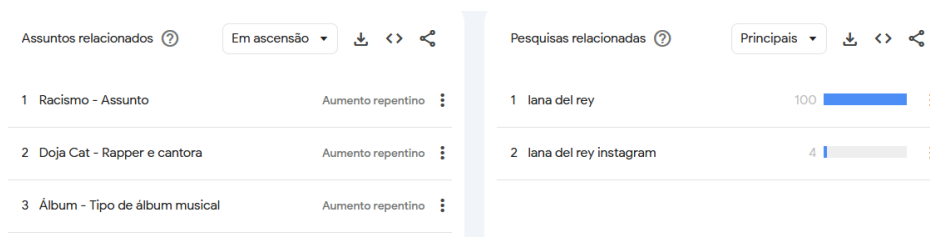
Analisando o número de pesquisas de notícias do Google Trends, percebe-se que a partir do dia 21 de maio começou a ocorrer um aumento em buscas pelo nome da cantora, sendo o seu ápice no dia 23 de maio, dois dias após a publicação da primeira carta e um dia após a publicação da segunda. Porém, a busca por notícias com seu nome diminuiu no dia 24, mas voltaram a subir bastante no dia 25 de maio, data da publicação do vídeo em seu Instagram em que tentou se justificar e rebater críticas às duas cartas.

Figura 9: Interesse ao longo do tempo na pesquisa de notícias

Fonte: Google Trends

Dentre os assuntos relacionados à cantora estavam os termos Doja Cat e Racismo, assim como as pesquisas relacionadas à Lana del Rey estavam voltadas principalmente ao seu nome e Instagram, principalmente, mostrando o interesse das pessoas em lerem sobre a controvérsia que levaria ao cancelamento da cantora nas redes sociais.

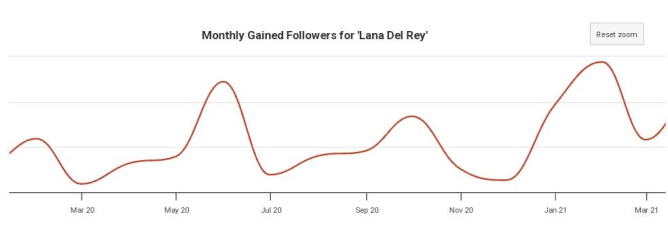
Figura 10: Assuntos e pesquisas relacionadas na pesquisa de notícias



Fonte: Google Trends

Para que seja possível quantificar as consequências, positivas ou negativas, relacionadas ao cancelamento, a plataforma Social Blade mostra alguns dos números das redes sociais da cantora na época.

Figura 11: Gráfico Instagram



Fonte: Social Blade (<https://socialblade.com/instagram/user/lanadelrey>)

Aqui percebe-se que conforme a situação com as cartas foram ocorrendo, Lana del Rey recebeu seguidores em seu Instagram, porém estes foram diminuindo conforme os dias foram se passando, a ponto de gerar uma grande diminuição que se estendeu até junho. Dessa forma, percebe-se que o caso da cantora foi um pouco atípico, ocorrendo uma elevação nos números no início do processo antes que comesçassem a realmente diminuir. Isso pode ser compreendido como um engajamento decorrente da polêmica que se gerou ao redor do caso, visto que esses números duraram por um curto período de tempo, opondo-se a um caso de apoio em que esses números se manteriam.

3.4.1 A ESCALADA DO CANCELAMENTO - INSTAGRAM, TWITTER, YOUTUBE E MÍDIA

Pode-se dizer que os principais meios de propagação do cancelamento da cantora foram pelas redes sociais e pelos veículos midiáticos, principalmente sites e portais de notícias, além dos sites de jornais e revistas especializadas. Além da mídia, os usuários das redes sociais também fizeram parte desta propagação ao fazerem comentários sobre o ocorrido, em sua maioria sendo pessoas que não eram fãs da cantora (Anexo II).

Começando pelas redes sociais, no Instagram, que foi a rede que Lana del Rey utilizou para publicar suas cartas, houve grande reação por parte do público que se dividiu em três grupos de respostas: apoio, rejeição e intermediário, apoiando a cantora, mas também criticando algumas das atitudes tomadas por ela. Aqui é necessário abrir um breve comentário sobre o estado atual do antigo Instagram da cantora, que foi desativado no dia 12 de outubro de 2021 e, portanto, não pode ser usado como uma maneira de acessar comentários ou números. Dessa forma, serão usados comentários deixados em publicações que abordaram o ocorrido e também imagens retiradas de sites.

Como as duas publicações e o vídeo possuíam o mesmo assunto como discussão principal, grande parte dos comentários também giraram em torno desses mesmos tópicos (Anexo II).

No X, as reações dos usuários foram semelhantes com as dos usuários do Instagram, porém, pelo aplicativo permitir uma maior facilidade de postar várias publicações, grande parte dos tweets acabaram defendendo seu lado da história ao mesmo tempo em que faziam memes e piadas com a situação. Os primeiros comentários e tweets a surgirem questionavam a necessidade da citação dos nomes das outras cantoras na primeira carta, destacando o fato de que a cantora havia citado, em sua maioria, cantoras negras, gerando as acusações de racismo (Anexo II).

Após toda a polêmica ter se desenrolado, vídeos foram publicados no YouTube explicando e abordando a situação, com parte dos *youtubers* apresentando suas opiniões pessoais quanto ao ocorrido. Um dos vídeos, do canal *dangelowallace* acumula atualmente 4,1 milhões de visualizações⁵³ (Anexo II). Esses vídeos também acumulam em suas seções de comentários diversas opiniões quanto às publicações de Lana del Rey, voltando a discutir sobre suas ideias quanto ao feminismo, suas citações às artistas e sobre a forma com que estava lidando com toda a situação (Anexo II).

Quanto à mídia, muitos sites e portais de notícias acabaram repercutindo o conteúdo das cartas ainda no mesmo dia em que foram publicadas, também expressando suas opiniões que, na maioria das vezes, discordavam das da cantora. Um exemplo a ser citado é o do veículo *Medium*, que em seu próprio título já expressa sua opinião contrária, chamando a cantora de conservadora: “Karen del Rey perde o controle: meus pensamentos sobre a ‘*Question for the culture*’ da Lana”⁵⁴.

Outro exemplo é o da *V Magazine* que não só repercutiu o conteúdo das publicações como também discutiu as ideias da cantora sobre ser mais criticada que cantoras negras:

A própria Beyoncé lançou um comentário social sobre a violência propagada pelo estado, o que consistentemente garante ameaças politizadas e retaliações. Ela, ao lado de outras mulheres (predominantemente mulheres de cor) que Del Rey menciona são constantemente sujeitas a acusações desmoralizantes de hiperssexualização e imoralidade [...]

3.4.2 AS AÇÕES PARA REVERTER A CRISE

Analisando as ações de Lana del Rey quanto a todos os ocorridos, há algumas conclusões a serem tomadas. Primeiramente, dado todas as postagens e comentários da cantora em retorno às críticas que recebeu do público, pode-se perceber uma postura durante toda a crise que foi pautada

⁵³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DEDAjw9Ljrw>

⁵⁴ *Karen del Rey goes Off to the Races: My Thoughts on Lana's "Question for the Culture"*, em livre tradução. Disponível em: <https://medium.com/@beforemoonlight/karen-del-rey-goes-off-to-the-races-my-thoughts-on-lana-s-question-for-the-culture-45df4d2189ad>.

bastante na defensiva. Em segundo lugar, todas as ações da cantora e seu posterior cancelamento deram destaque ao fato de que a artista parecia não ser impedida de realizar suas postagens e comentários por parte de qualquer membro de sua equipe.

Tomando como base o “Manual de Gestão de Crise de Imagem”, o primeiro passo para se lidar com o momento em que uma crise está ocorrendo é criar um comitê de crise que conte com porta-voz, assessoria de imprensa e jurídica, e responsáveis pelas informações (ABRAPP, 2015, p.14). Trazendo para a realidade de Lana del Rey, sua equipe de gerenciamento de carreira é composta pelos seus dois empresários Ed Millett e Ben Mawson, além de também ter um profissional de relações públicas chamado Stephen Huvane, com quem já foi vista em alguns eventos (ANEXO I).

Observa-se que por parte da equipe da cantora não houve qualquer tentativa de contenção da crise que fosse por via pública; não houve uma nota oficial por parte do time da artista que tentasse esclarecer os eventos ou ao menos transmitir um pedido de desculpas. O mais próximo desse tipo de ação foi realizado pela própria cantora com seus comentários e respostas à repercussão das cartas.

Dessa forma, foi ignorado o *Media Training*, que garante a forma com que uma pessoa irá se relacionar com a mídia no geral (ABRAPP, 2015, p.17), já que Lana del Rey preferiu abordar o assunto longe de mídias tradicionais como revista, televisão ou jornais, mantendo-se na internet através das redes sociais. Percebe-se também que as diversas tentativas da cantora de tentar consertar suas falas não surtiram o efeito esperado já que Lana del Rey se recusava a admitir qualquer erro e acusava o público sem demonstrar qualquer tipo de compreensão sobre os comentários que recebia.

No dia 08 de setembro de 2020, a equipe da cantora conseguiu com que realizasse uma entrevista para a revista *Interview* em que a cantora era entrevistada pelo produtor Jack Antonoff não apenas sobre seu futuro álbum, mas abordando também sobre seu início de carreira, sobre suas amizades com celebridades de quem sempre foi fã e sobre outras artistas que a cantora diz

perceber que serve como fonte de inspiração.⁵⁵ Além disso, a revista produziu um vídeo em que Lana del Rey aparenta estar brincando com sua própria imagem, como se estivesse interpretando uma personagem desligada da realidade e fútil, importando-se principalmente com bens materiais como diamantes.⁵⁶

Pode-se enxergar com essa entrevista o começo de uma tentativa por lidar com algumas das críticas que acabou recebendo durante o período do cancelamento, assim como também de sua carreira. Além disso, o fato da própria entrevista estar abordando aspectos mais mundanos de sua carreira pode ser vista como uma forma de humanizar a imagem da cantora, mostrando sua proximidade com seus próprios ídolos e amigos.

Outra forma de gerenciamento de crise que pode ser considerada é o lançamento do seu álbum. No dia 22 de outubro de 2021, Lana del Rey lançou seu oitavo álbum de estúdio *Blue Banisters*. Nele, a cantora utilizou algumas de suas canções como forma de se expressar sobre os ocorridos em relação às publicações que fez durante todo o cancelamento. Algumas das canções são direcionadas especificamente a esses momentos enquanto outras apenas citam toda a situação.

A primeira em que se pode observar essa citação é a canção *Text Book* na seguinte passagem: “E lá estávamos, gritando ‘Vidas Negras Importam’ na multidão/Perto do Velho Rio, e eu vi que você viu quem eu sou”.⁵⁷ Observa-se que Lana del Rey aqui está citando a situação com os protestos do *Black Lives Matter* em que participou, passando através da canção qual seria sua real índole ao estar nos protestos em busca de justiça por pessoas negras e contra a violência policial. Conseqüentemente, por estar falando de participar de um protesto em prol de pessoas negras e estar falando sobre alguém ver quem ela

⁵⁵ Disponível em: <https://www.interviewmagazine.com/music/who-is-lana-del-rey-jack-antonoff-september-poetry-cover>

⁵⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Hf1NRdDN86A>

⁵⁷ *And there we were, screaming ‘Black Lives Matter’ in the crowd/By the Old Man River, and I saw you saw who I am*, em livre tradução.

realmente é enquanto está ali após ter passado por uma situação em que foi acusada de racismo, Lana del Rey está dizendo que não é uma pessoa racista.

A segunda canção a tocar nesses tópicos é *Arcadia*, em que a cantora aborda um pouco sobre as críticas que recebeu e sobre sua forma de lidar com elas, porém, novamente, a cantora decidiu culpar o público pelo ocorrido.

Eles me construíram com noventa metros de altura só para
derrubarem [...]
Estou deixando-os como eu era, um e setenta e seis, indo para o
oeste
Com o ódio que me deram, aliás valeu por isso
No caminho, eu vou orar por você
Mas você precisa de um milagre, América⁵⁸

Na passagem, a artista faz um desabafo sobre o momento antes de seu cancelamento durante sua era *Norman Fucking Rockwell* quando, segundo a letra da música, ela estava sendo completamente aclamada por público e mídia para que logo em seguida fosse completamente atacada e criticada por essas mesmas pessoas, mas que, independente disso ter ocorrido, ela vai se manter fiel a si mesma. Não há qualquer menção a uma reflexão com o que ocorreu relacionado à carta aberta.

A canção teve dois videoclipes e a pesquisa irá se focar em sua segunda versão, que é intitulada como uma versão alternativa. No vídeo, Lana del Rey é vista em contato com um ambiente natural, utilizando roupas mais soltas e leves, além de estar usando pouquíssima maquiagem, o que acaba por transmitir uma sensação de paz. A iluminação natural presente em todo o vídeo acaba dando um aspecto divino, algo que se relaciona com a letra que faz referências a anjos, cruzeiros e orações. (Anexo I)

A última canção a abordar seu cancelamento é *Black Bathing Suit*, onde a cantora aborda diversos aspectos do seu cotidiano durante a quarentena de 2020 com um tom irônico. Na seguinte passagem, a cantora aborda diretamente seu cancelamento “Swisher Sweet, revistas, prometo a você que

⁵⁸ *They built me up three-hundred feet tall just to tear me down [...] I'm leaving them as I was, five-foot-eight, Western belt/Plus the hate that they gave, by the way thanks for that/On the way I'll pray for ya/But you'll need a miracle, America*, em livre tradução.

não é/Por sua causa que sou malvada, são meus pensamentos tardios”⁵⁹. Aqui a cantora afirma que toda a situação do seu cancelamento ocorreu devido ao fato de não saber como organizar seus pensamentos na hora de se expressar em suas cartas publicadas online, fazendo com que o público das redes entendesse errado o que ela quis dizer. Pode-se reconhecer uma admissão de Lana del Rey sobre ter cometido um erro, ainda que brevemente.

No último trecho, Lana del Rey comenta de forma sarcástica sobre como essa situação de cancelamento não a prejudicou totalmente, fazendo na verdade com que ganhasse ainda mais dinheiro, enquanto seus críticos estão pobres: “Deixe eles falarem sobre mim [...] Eles estão quebrados para caralho e estamos rindo deles [...] Seu interesse realmente fez pilhas de dinheiro para mim, então valeu por isso”.⁶⁰

3.4.3 O PÓS-CANCELAMENTO

Com isso, chega-se ao saldo de toda essa situação com a cantora, analisando seu pós-crise. As consequências que a cantora acabou adquirindo com o cancelamento foi principalmente a continuação das acusações de racismo, já que por não ter respondido de uma maneira satisfatória às críticas que recebeu, sua imagem acabou ficando associada a uma pessoa racista e conservadora (Anexo III).

Outra grande consequência para a cantora foi em relação aos ataques que passou a sofrer em relação ao seu corpo e aparência física nas redes sociais, que se acentuaram ainda mais após todo seu cancelamento e com o seu ganho de peso durante a quarentena. Tendo em mente a necessidade de manter seu círculo de pessoas mais próximo e manter sua privacidade, a

⁵⁹ *Swisher Sweet, magazines, promise you it's not/Cause of you that I'm mean, it's my afterthoughts/And what I never said, why there's a price on my head/There's nothing to do with them/It's my karmic lineage/So I'm not friends with my mother while still love my dad*, em livre tradução.

⁶⁰ *Let 'em talk about me [...] They're fucking broke and we're laughing about them [...]Your interest really made stacks out of it for me, so thanks for that*, em livre tradução.

cantora decidiu desativar suas contas no X (ex-Twitter) e Instagram através de um vídeo publicado na última rede citada no dia 12 de setembro de 2021.⁶¹

Sua conta do Facebook passou a ser administrada pela sua equipe ainda em 2021, observando que as postagens são voltadas a divulgar shows e eventos com a participação da cantora (Anexo I). Contudo, Lana del Rey passou a utilizar como conta oficial o perfil *honeymoon*, que havia sido criado para divulgar o álbum de mesmo nome em 2015 e que passou a ser privado após a divulgação.⁶² A cantora geralmente deixa a conta pública, permitindo por um curto período de tempo que mais fãs possam seguir ela antes do perfil voltar a ser privado.

Uma das principais formas que se pode observar com que Lana del Rey conseguiu se distanciar dessa imagem causada pela situação de suas cartas abertas, para uma parcela do público, foi através da demonstração de sua acessibilidade para com as pessoas, fazendo com que as pessoas se sentissem próximas dela e afastasse um pouco sua aura de celebridade inalcançável.

Um dos exemplos atuais que melhor demonstram isso é sua viagem ao Brasil em 2023 para participação no Mita Festival, dedicando bastante tempo à interação com seus fãs que a aguardavam chegar no aeroporto⁶³. Além disso, a cantora também fez turismo pelo país, indo ao Cristo Redentor com sua família, comparecendo a uma missa e sendo benzida por um padre, e participando de um ritual indígena⁶⁴. Essas ações, para a cantora, geram um bom engajamento do público e da mídia, que acaba compartilhando esse tipo de ação da cantora e que ganha repercussão internacional⁶⁵.

⁶¹ Disponível em: <https://mixme.com.br/lana-del-rey-decide-abandonar-redes-sociais-entenda-os-motivos/>

⁶² Disponível em: <https://www.instagram.com/honeymoon/?hl=pt-br>

⁶³ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/lana-del-rey-desembarca-no-brasil-e-canta-com-fas-em-aeroporto-do-rio-de-janeiro/>

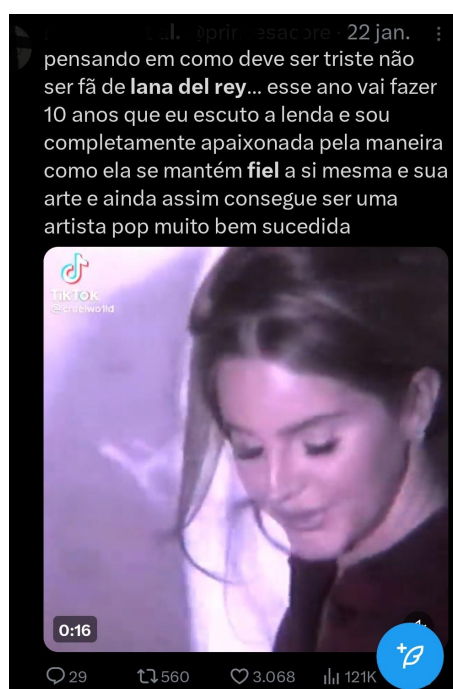
⁶⁴ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/lana-del-rey-desembarca-no-brasil-e-canta-com-fas-em-aeroporto-do-rio-de-janeiro/>

⁶⁵ Disponível em: <https://brazilreports.com/american-pop-star-lana-del-rey-returns-to-brazil-visits-indigenous-community/4934/>

Pode-se perceber que essas ações acabam criando uma relação de identificação com o público, que acaba enxergando na artista uma semelhança consigo mesmo, terminando por provocar um sentimento de simpatia, identificação e intimidade com essa exposição de sua vida e ações cotidianas que acabam por despir a imagem de uma estrela, algo que é atestado por Morin (2002, p.106-107) ao dizer que a vida de um “olimpiano” (ou pessoa famosa, neste caso), ao ser exposta, gera esses tipos de sentimentos.

Para uma parcela de fãs, o fato da cantora ter se mantido firme em suas opiniões acabou gerando um retorno positivo, já que muitas pessoas acabaram vendo nessa atitude da artista uma figura que não se deixa moldar pela opinião midiática e pública que está comentando sobre o assunto e questionando sua índole. Vendo por essa perspectiva, pode-se depreender que o entendimento dessa parte do público é de que a cantora prefere se manter fiel àquilo que acredita ser a sua verdade.

Figura 12: Publicação sobre Lana del Rey



Fonte: X

Assim, a imagem da cantora retornou a um status positivo, ainda que com alguns resquícios negativos tais como a situação com o racismo. Com o tempo, o termo “*question for the culture*” acabou lentamente se transformando em um

meme na internet. Começando com memes que antes visavam atacar a cantora com um tom humorístico,⁶⁶ o termo passou a ser usado para representar um momento em que se deseja expressar uma opinião na qual sabe que será criticado (Anexo II). Até mesmo Lana del Rey recentemente tem feito pequenas piadas em relação ao ocorrido, sendo uma delas quando recebeu o prêmio de Artista da Década pela *Variety* em 2021 e em seu discurso fez o seguinte comentário: “Sou sempre grata por qualquer reconhecimento e também super grata por todas as críticas - eu recebo muitas!”⁶⁷

⁶⁶ Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/events/lana-del-reys-question-to-the-culture-post>

⁶⁷ Disponível em: <https://radiocidade.fm/updates/lana-del-rey-recebe-o-premio-de-artista-da-decada-pela-revista-variety>

5 CONCLUSÃO

Assim como já foi explicitado anteriormente no trabalho, uma crise de imagem pode ocorrer a qualquer momento e pode ser fruto de qualquer tipo de situação pela qual uma empresa esteja passando, assim como um cancelamento também pode surgir na internet de inúmeras maneiras, prejudicando a vida e a carreira de uma pessoa.

Obviamente, por também se tratar de uma crise que ocorre no espaço virtual, há uma urgência ainda maior para que esta seja respondida com a maior rapidez possível e de uma forma que os danos provocados possam ser suficientemente minimizados, visto que as redes sociais são um espaço bastante volátil.

O caso de Lana del Rey mostra como a falta de uma boa administração de crises pode muitas vezes estender ou acentuar a duração de uma situação como um cancelamento, além de agravar seus efeitos sobre a sua imagem. Com o cancelamento sendo uma forma atual de realizar uma espécie de linchamento virtual contra uma pessoa, podendo ou não ser capaz de destruir sua carreira completamente, torna-se importante saber como lidar com este tipo de situação. Neste momento da cultura em que as pessoas não apenas querem estar acompanhando seus ídolos, mas também querem interagir o máximo possível com eles, muitos ruídos podem ocorrer nessa comunicação artista e público, tal como este caso analisado.

Após a primeira publicação de sua carta aberta, as demais tentativas da cantora de conseguir ao menos mostrar ao público o quanto suas intenções não eram a de provocar discussões sobre raça e competitividade feminina acabaram por surtir o efeito contrário ao esperado pela mesma. Tanto a sua maneira de abordar esses assuntos e de rebater as muitas críticas que recebeu acabaram sendo fruto de ainda mais retorno negativo para suas ações.

Através das análises que foram realizadas pela extensão deste trabalho, é perceptível observar como uma crise de imagem e conseqüentemente um

cancelamento enfrentados por uma personalidade pública produzem efeitos extremamente negativos dentro de sua carreira e influência. Portanto, é importante preparar organizações e indivíduos para responderem de forma estratégica e eficaz a estas situações.

Pela pesquisa, nota-se que uma maneira adequada para superar uma crise de imagem, especialmente num ambiente virtual, inclui a vontade de criar uma comunicação que seja transparente e que transmita autenticidade. Também é importante ouvir atentamente as preocupações e o feedback das pessoas, mostrar empatia e estar disposto a aprender com a situação; algo que não pode ser percebido neste caso com Lana del Rey.

No caso de Lana Del Rey, a sua dificuldade em lidar com as críticas e a falta de uma estratégia eficaz de gestão de crises agravaram ainda mais o impacto negativo que o cancelamento teve, ainda que tenha conseguido contornar a situação com ações que acabaram aproximando-a do público. Contudo, isso mostra a importância que a resposta possui em uma situação como esta.

Para a obtenção dessa resposta esperada, há a necessidade por um time que possa contribuir com isso e garantir esse retorno. Ao preferir adotar uma postura defensiva e que rebatia qualquer tipo de crítica feita sem qualquer amparo feito pela sua equipe no momento, o cancelamento da cantora apenas se agravou até chegar ao ponto em que não havia mais um momento oportuno para conseguir responder ao público.

Concluindo, este estudo destaca a importância da gestão de crises e do cancelamento de imagens no mundo digital e enfatiza a necessidade de uma resposta rápida e eficaz para minimizar os danos. A experiência de Lana del Rey é um exemplo de como a falta de uma abordagem adequada pode prolongar e acentuar as consequências negativas de uma crise de imagem, e no mundo de hoje onde as redes sociais desempenham um papel importante, estar preparado para enfrentar este desafio é uma importante ferramenta para manutenção de sua imagem e reputação.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAPP. **Manual de gestão de crise e imagem**. Comissão Técnica Regional Centro-Norte de Comunicação e Marketing, 2015. Disponível em: <http://www.funpresjud.com.br/wp-content/uploads/2018/05/Manual-de-gestao-de-Crise-de-Imagem.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER Max. **Dialética do Esclarecimento**. 1947. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf. Acesso em: 22/05/2023

ALLEN, Steve. **Persuasão e Influência**. 1 ed. Editora CreateSpace, 2017.

ALMEIDA, J.M.F. de. **Breve História da Internet**. Braga: Universidade do Minho, Departamento de Sistemas de Informação, 2005. Disponível em: <http://repositorium.uminho.pt/bitstream/1822/3396/1/INTERNET.pdf>. Acesso em: 09/10/2023.

BARROS, Thiago. **Internet completa 44 anos**; relembre a história da web. TechTudo, 2013. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2013/04/internet-completa-44-anos-relembre-historia-da-web.ghtml>. Acesso em: 09/10/2023

BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4124192/mod_resource/content/0/introducao%20a%20analise%20estrutural%20da%20narrativa.pdf. Acesso em: 22/05/2023

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/54238/mod_resource/content/1/BARTHES-Roland-Mitologias.pdf. Acesso em: 22/05/2023

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica**. A Ideia do Cinema, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969. Disponível em: http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/02_babel/textos/benjamin-obra-de-arte-1.pdf. Acesso em: 22/05/2023

BOORSTIN, Daniel J. **The Image**: A guide to pseudo-events in America. Estados Unidos: Random House - Vintage Books, 1987. Disponível em: <https://ratical.org/PandemicParallaxView/TheImagePseudoEventsInAmerica1961.pdf>

BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista; COUTINHO, Clara Pereira. **Blog e Wiki**: Os Futuros Professores e as Ferramentas da Web 2.0. Portugal: Universidade do Minho, 2007. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/55608174.pdf>. Acesso em: 09/10/2023.

BRANDÃO, Daniel. **Cultura Participativa**. Resenha crítica sobre a obra *Convergence Culture - Where Old and New Media Collide*; de Henry Jenkins. Portugal: Comunicação e Sociedade, vol.18, 2010. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1492/1472>. Acesso em: 14/10/2023.

BRESSAN, Renato Teixeira. **Dilema da Rede**: *Web 2.0*, conceitos, tecnologias e modificações. São Paulo: Revista Anagrama, 2007-2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35306/38026>. Acesso em: 09/10/2023.

CARDIA, Wesley. **Crise de Imagem e Gerenciamento de Crises**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2015.

CARDOSO, Eduarda Moura Moraes. **Crise de imagem na internet**: análise do caso Cantão. Rio de Janeiro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas - UFRJ, 2021. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/14727/1/ECardoso.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

CARMO, Rayssa Pinheiro do. **Cultura do cancelamento nas redes sociais digitais**: um estudo de caso dos cancelamentos da Gabriela Pugliesi e Karol Conká. Natal: Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - UFRN, 2021. Disponível em: https://antigo.monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/12072/1/Monografia_RayssaPinheiro.pdf. Acesso em: 14/10/2023.

CASTRO, Paulo Alexandre de Castro. **Rede Complexa e Criticalidade Auto-Organizada: Modelos e Aplicações**. São Carlos: Universidade de São Paulo - Instituto de Física de São Carlos, 2007. Disponível em:

<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/76/76131/tde-14012008-165356/publico/PauloCastroD.pdf>. Acesso em: 09/10/2023.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. *Crítica y Emancipación*, (1): 53-76, junho 2008. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4657030/mod_resource/content/1/Chau%20Cultura%20e%20Democracia.pdf. Acesso em: 22/05/2023

CHIARI, Breno da Silva; LOPES, Guilherme Araújo; SANTOS, Hiram Godoy; BRAZ, João Pedro Gindro. **A cultura do cancelamento, seus efeitos sociais negativos e injustiças**. Presidente Prudente: Toledo Prudente - Centro Universitário, 2020. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/8763/67650210>. Acesso em: 14/10/2023.

CRUZ, Márcio. **A mídia e os formadores de opinião no processo democrático**. São Paulo: Ponto e Vírgula, Vol. 9, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/pontoevirgula/article/view/13918/10242>. Acesso em: 14/10/2023.

CURI, Pedro P. **Entre fan arts, fan fictions e fan films: o consumo dos fãs gerando uma nova cultura**. Salvador: VI ENECULT - Encontro de estudos multidisciplinares em cultura, 2010. Disponível em: <http://www.vienecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload/24831.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

DA COSTA, Alda Cristina Silva, *et al.* **Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer**. Belém: Movendo Ideias, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/praxis/467/211.pdf?sequence>. Acesso em: 22/05/2023

DA SILVA, Marcio Renato Pinheiro. **Lição crítica: Roland Barthes e a semiologia do impasse**. 1. ed. Rio de Janeiro: Alea: Estudos Neolatinos - UFRJ, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/alea/a/7MNBQXPMvkPYnmng56rGJgC/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 22/05/2023

DA SILVA, Mateus Silomar Melo. **Reconfiguração do Star System Através do Influenciador Digital: Um Estudo de Caso da Celebridade GKay**. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2020. Disponível em:

https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/18751/1/MateusSilomarMeIoDaSilva_Dissert.pdf. Acesso em: 22/05/2023.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

DURKHEIM, Émile. **As Regras do Método Sociológico**. 9. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2004. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/franciscovargas/files/2018/05/As-Regras-Do-Metodo-Sociologico-Emile-Durkheim.pdf>. Acesso em: 22/05/2023

ESTEVANIM, Mayanna; CAMARGO, Isadora. **Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais**. São Paulo: Revista Comunicare - Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Mayanna-Estevanim/publication/327120381_Convergent_and_participatory_culture_the_scene_that_favours_the_uprising_of_digital_influencers_Cultura_participativa_e_convergente_o_cenario_que_favorece_o_nascimento_dos_influenciadores_digitais/links/5b7b03e8299bf1d5a718c6f8/Convergent-and-participatory-culture-the-scene-that-favours-the-uprising-of-digital-influencers-Cultura-participativa-e-convergente-o-cenario-que-favorece-o-nascimento-dos-influenciadores-digitais.pdf. Acesso em: 14/10/2023.

FARIAS, Lídia; MONTEIRO, Taís. **A identidade adquirida nas redes sociais através do conceito de persona**. Ceará: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIX Prêmio Expocom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/r32-1497-1.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

FARIAS, Luiz Alberto de. **Entrevista João José Forni: Comunicação em tempos de crise**. São Paulo: Organicom - USP, Vol. 4, 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138934/134282>. Acesso em: 14/10/2023.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Míni Aurélio: Dicionário da Língua Portuguesa**. 8. ed. Curitiba: Editora Positivo, 2015.

FRESSATO, Soleni. **A Teoria Dialética de Adorno**. Possibilidades e limites do conceito de “indústria cultural”. Bahia: ENECULT - Encontro de Estudos

Multidisciplinares em Cultura, 2007. Disponível em: <https://www.cult.ufba.br/enecult2007/SoleniFressato.pdf>.

GARCIA, Maria Tereza. **A Arte de se Relacionar com a Imprensa: Como aprimorar o relacionamento com jornalistas e fortalecer a imagem de sua empresa.** São Paulo: Novatec Editora, 2004.

GORDON, Kim. **A garota na banda: uma autobiografia.** Editora Fábrica 231, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture.** New York: Routledge, 1992. _____. Strangers no more, we sing: filking and the social construction of the science fictions fan community. In: LEWIS, Lisa A. (org.). *The adoring audience: fan culture and popular media*, p. 208-236. New York: Routledge, 1992

JUNQUEIRA, Fernanda Campos; FILHO, Edson Pinto Ferreira; LOPES, Paloma de Lavor; SOUSA, Elis Regina Rios; FONSECA, Lourrana Teixeira. **A Utilização das Redes Sociais para o Fortalecimento das Organizações.** Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende, 2014. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22020181.pdf> Acesso em 15/03/2023

KARHAWI, Isaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão.** São Paulo: Revista Communicare - Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf. Acesso em: 14/10/2023.

KARHAWI, Isaaf. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria.** In: *Tendências em comunicação digital - organização Elizabeth Saad e Stephanie C.Silveira.* São Paulo: ECA/USP, 2016. Disponível em: <https://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/download/87/75/365-1?inline=1>. Acesso em: 14/10/2023.

KERÉNYI, Karl. **A mitologia dos gregos**: Vol. II: A história dos heróis. Petrópolis: Editora Vozes, 2015. Disponível em: <https://doceru.com/doc/vnseve>. Acesso em: 22/05/2023

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**: Do tradicional ao digital. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017.

MACHADO, Neka. **Identidade e Imagem**: elementos formadores da reputação. In: Relações Pública: quem sabe, faz e explica. Organização Souvenir Maria Graczyk Dornelles. 1. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=naqfuC1G9QYC&oi=fnd&pg=PA47&dq=identidade+objetivos+marca+machado+2007&ots=FYGH_oN3Q3&sig=w_Z27UzaJbAKwJoN2arlcaR9lig#v=onepage&q=neka%20machado&f=false. Acesso em: 14/10/2023.

MAGALHÃES, Davi de Castro de. **Construção da identidade em redes sociais**: análise do Orkut. Goiânia: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0040-1.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

MATUCK, Artur; MEUCCI, Arthur. **A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais**. São Paulo: Comunicação, Mídia e Consumo, Vol. 2, 2005. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/41/41> . Acesso em: 09/10/2023.

MENEZES, Arthur Pontes de. **O meio digital como aliado do assessor de imprensa**: a gestão da crise de imagem vivida por Glória Pires no Oscar de 2016. Rio de Janeiro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas - UFRJ, 2016. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/6461/3/AMenezes.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

MORIN, Edgar. **As Estrelas**: Mito e Sedução no Cinema. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1989. Disponível em: <https://joaocamillopenna.files.wordpress.com/2017/08/morin-as-estrelas.pdf>. Acesso em 24/04/2023

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**: O Espírito do Tempo - 1 Neurose. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002. Disponível em:

<https://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2015/04/Cultura-de-Massas-no-s%C3%A9culo-XX-Neurose.pdf>. Acesso em 22/05/2023

NETO, José de Senna P.; SANTOS, Isadora Mendes dos; MOTA, Marcelle Pereira. **TikTok**: Qual o impacto do crescimento da plataforma? Pará: 2022. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/waihcws/article/view/22576/22400>. Acesso em: 15/10/2023.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene. **Redes Sociais, Comunicação, Organizações**. 1. ed. São Paulo: Difusão Editora, 2012.

OLIVEIRA, Yuri Rafael de. **O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias**. Fortaleza: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0112-1.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

PINTO, Mônica Reis. **Gerenciamento de Crise de Imagem**: O que fazer quando a imagem da empresa está em risco. Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: https://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k212527.pdf Acesso em 15/03/2023

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. Brasília: Universidade de Brasília, 2012. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf. Acesso em: 09/10/2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2.ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf> Acesso em 29/03/2023

RECUERO, Raquel. **Estratégias de personalização e sites de redes sociais**: um estudo de caso da apropriação do Fotolog.com. São Paulo: Comunicação, Mídia e Consumo, Vol.5, 2008. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/117/118> . Acesso em: 09/10/2023.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redes_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf Acesso em 29/03/2023

RIBEIRO, Djamila. **O que é Lugar de Fala?** Belo Horizonte: Grupo Editorial Letramento - Justificando, 2017. Disponível em: <http://www.funpresjud.com.br/wp-content/uploads/2018/05/Manual-de-gestao-de-Crise-de-Imagem.pdf>. Acesso em: 14/10/2023.

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

RUIZ, Tiffany Ramirez. **Cultura de geração de vínculos entre fãs e artistas: Um estudo das interações em redes sociais do grupo Now United**. São Paulo: Faculdade Casper Líbero, 2022. Disponível em: https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2022/12/ArtigoCientifico_Tiffany-Ramirez-Ruiz_CIP2022.pdf. Acesso em: 14/10/2023.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 1.ed. São Paulo: Cortez Editora, 2013. Disponível em: https://www.ufrb.edu.br/ccaab/images/AEPE/Divulga%C3%A7%C3%A3o/LIVROS/Metodologia_do_Trabalho_Cient%C3%ADfico_-_1%C2%AA_Edi%C3%A7%C3%A3o_-_Antonio_Joaquim_Severino_-_2014.pdf Acesso em 29/03/2023

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu: Subjetividade nos gêneros confessionais da Internet**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/30/teses/686522.pdf> Acesso em 29/03/2023

SILVA, Alex Salustino da. **Proposta de implantação do blog da Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba**. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2013. Disponível em: <https://www.ufpb.br/biblio/contents/tcc/tcc-2013/proposta-de-implantacao-do-blog-da-biblioteca-setorial-do-ccs-da-ufpb.pdf>. Acesso em: 09/10/2023.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura Poder Comunicação Crise e Imagem**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. **Identidade de marca, gestão e comunicação**. São Paulo: Organicom - USP, Vol.7, 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138952/134300>. Acesso em: 14/10/2023.

VERNANT, Jean Pierre. **Mito e Religião na Grécia Antiga**. 1. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/293510/mod_resource/content/1/Vernant%2C%20Jean-Pierre%20-%20Mito%20e%20Religi%C3%A3o%20na%20Gr%C3%A9cia%20Antiga.pdf. Acesso em: 22/05/2023

ANEXOS

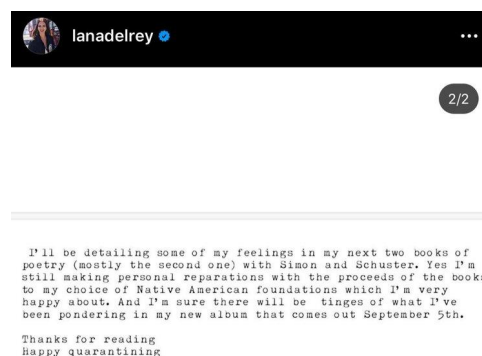
Anexo I - Fotos

Figura 1: Primeira parte da carta aberta



Fonte: The Lexington Line (<https://shorturl.at/bgnyB>)

Figura 2: Segunda parte da carta aberta



Fonte: Lexington Line (<https://shorturl.at/bgnyB>)

Figura 3: Lana del Rey visual simples



Fonte: The New York Times (<https://acesse.dev/5GuBC>)

Figura 4: Lana del Rey abraçando fãs



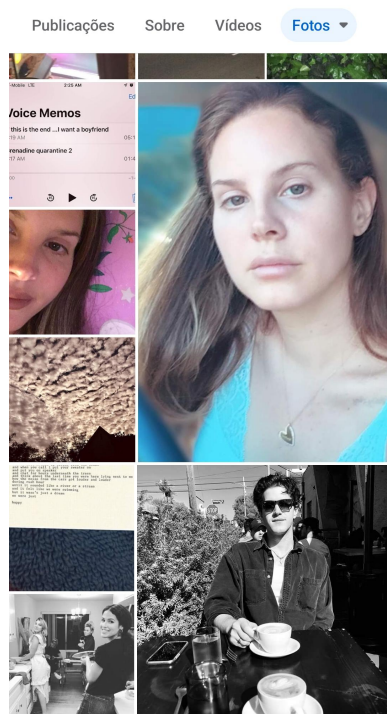
Fonte: Daily Mail (<https://encr.pw/wEtIO>)

Figura 5: Lana del Rey respondendo fãs no X⁶⁸



Fonte: X (<https://twitter.com/LanaDReyOnline/status/1417246993978585106>)

Figura 6: Publicações de Lana del Rey - cotidiano



Fonte: Facebook

⁶⁸ Usuário 1: Meu Deus, *Lust for Life* vazou, vejo vocês em uma hora / Lana: Seus filhinhos da puta / U2: Você quer o link, querida? Denuncie / L: Ok, cadê? / U3: Já está deletado, Lana, não se preocupe / Lana: É bom mesmo

Figura 7: Legenda de post de Instagram Lana del Rey⁶⁹



Fonte: Reddit (<https://encr.pw/MtOmx>)

Figura 8: Lana del Rey interagindo com fã no X⁷⁰



Fonte: Reddit (<https://l1nq.com/6TUF2>)

⁶⁹ Bem! O que dizer! Esse é meu último post conforme meu álbum rapidamente se aproxima. Muito obrigado a todos os meus amigos pelo suporte até agora e... por tudo. Até nos encontrarmos de novo, eu estarei por aí. Correndo com os lobos. Obrigada @ganna_bogdan por me ensinar tanto e por tomar a frente depois de eu quebrar meu braço (emoji de braço) [em livre tradução].

⁷⁰ Usuário: Você pode colocar duas fotos em um mesmo post / Lana del Rey: Fique quieto, seu pirralhinho, eu tentei, não funcionou.

Figura 9: Tweet de Lana del Rey



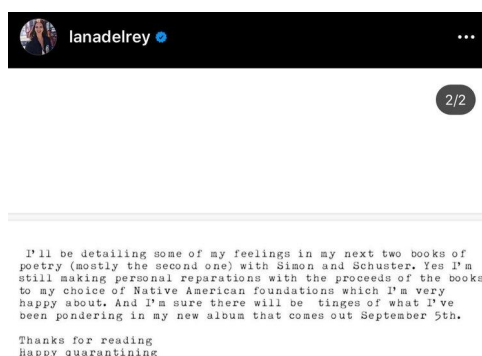
Fonte: Reddit (<https://encr.pw/nmAwI>)

Figura 10: Primeira parte da carta aberta



Fonte: The Lexington Line (<https://shorturl.at/bgnyB>)

Figura 11: Segunda parte da carta aberta



Fonte: Lexington Line (<https://shorturl.at/bgnyB>)

Figura 12: GIF Tropicico Lana del Rey



Fonte: Facebook

Figura 13: Lana del Rey e FKA Twigs



Fonte: X (<https://twitter.com/stereogum/status/1264927515891638273>)

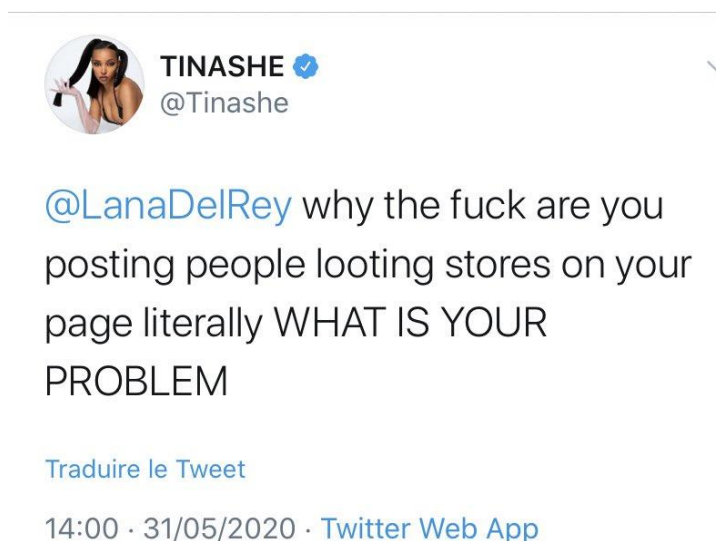
Figura 14: FKA Twigs no pole dance no Grammy 2020



Fonte: Harper's BAZAAR (<https://l1nk.dev/RkMMW>)

Figura 15: Tweet da cantora Kehlani⁷¹

Fonte: X (<https://twitter.com/PopBase/status/1267142814439223301>)

Figura 16: Tweet da cantora Tinashe⁷²

Fonte: X (<https://twitter.com/tracklist/status/1267144516810813442>)

⁷¹ Por favor, remova seu post do Instagram, é perigoso para caralho e foi uma péssima escolha de momentos de se postar. Proteste de todas as formas, mas não ponha pessoas em perigo com sua plataforma massiva. E ative a porra dos seus comentários, cara (em livre tradução).

⁷² Por que você está postando pessoas saqueando lojas na sua página, qual seu problema (em livre tradução).

Figura 17: Lana del Rey e Stephen Huvane



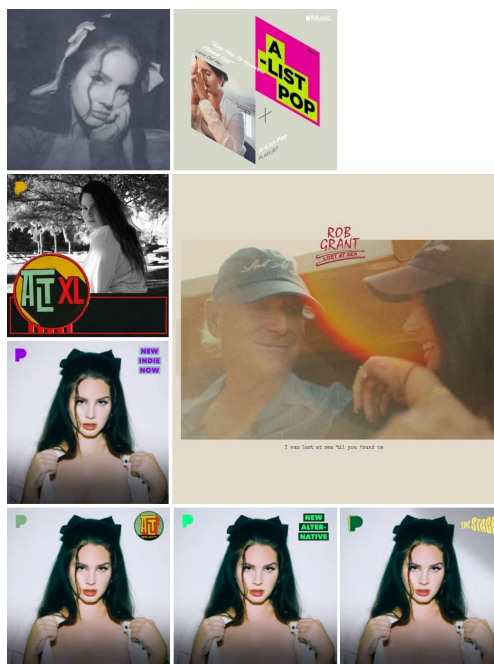
Fonte: Getty Images (<https://encr.pw/nf1fF>)

Figura 18: Clipe de Arcadia



Fonte: Rolling Stone (<https://11nq.com/7PpsW>)

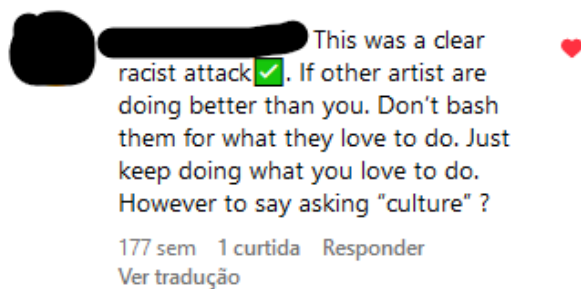
Figura 19: Facebook de Lana del Rey



Fonte: Facebook

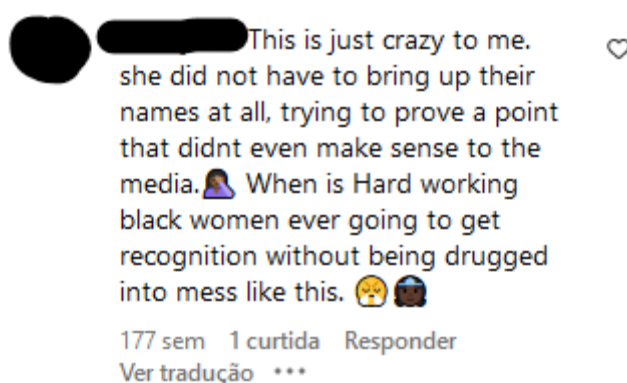
Anexo II - Redes Sociais

Figura 1: Comentário em página de notícias



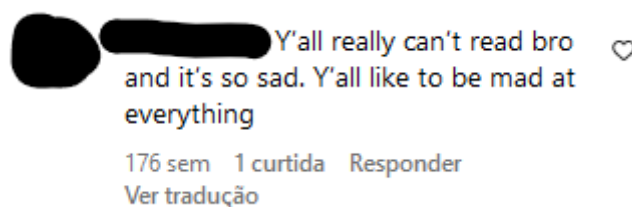
Fonte: Instagram (https://www.instagram.com/p/CAcy3KvhXZP/?img_index=2)

Figura 2: Segundo comentário deixado em página de notícias⁷³



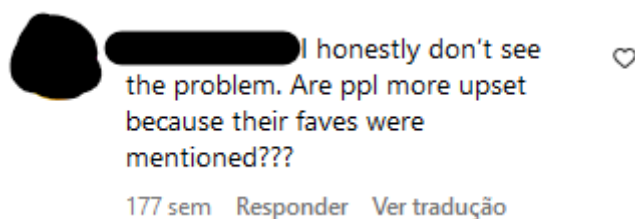
Fonte: Instagram (https://www.instagram.com/p/CAcy3KvhXZP/?img_index=2)

Figura 3: Comentário na página em apoio à cantora⁷⁴



Fonte: Instagram (https://www.instagram.com/p/CAcy3KvhXZP/?img_index=2)

Figura 4: Outro comentário apoiando a cantora⁷⁵



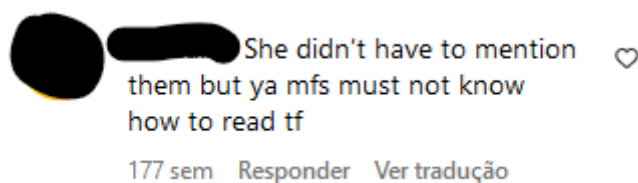
Fonte: Instagram (https://www.instagram.com/p/CAcy3KvhXZP/?img_index=2)

⁷³ Isso é loucura para mim. Ela não precisava mesmo falar o nome delas, tentando provar um ponto que nem mesmo faz sentido para a mídia. Quando se trata de trabalho duro, mulheres negras nunca conseguirão reconhecimento sem serem puxadas para confusões como essa (em livre tradução).

⁷⁴ Vocês todos não sabem ler, cara, e é tão triste. Vocês todos gostam de se irritar com tudo (em livre tradução).

⁷⁵ Eu honestamente não vejo o problema. As pessoas estão mais chateadas porque suas artistas favoritas foram mencionadas???. (em livre tradução).

Figura 5: Comentário intermediário sobre a cantora⁷⁶



Fonte: Instagram (https://www.instagram.com/p/CAcy3KvhXZP/?img_index=2)

Figura 6: Publicação no X⁷⁷



Fonte: The Lexington Post (<https://l1nq.com/4AZB5>)

Figura 7: Vídeo do canal “dangelowallace”

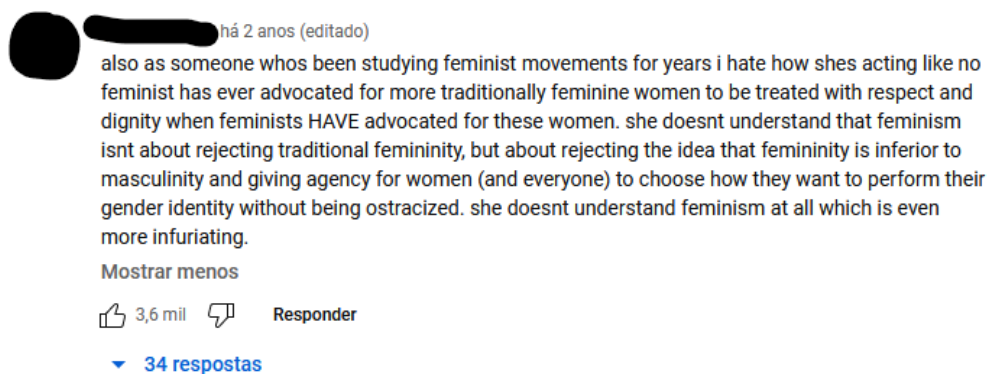


Fonte: YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=DEDAjw9Ljrw>)

⁷⁶ Ela não precisava mencioná-las, mas vocês desgraçados não devem saber como ler, que merda (em livre tradução).

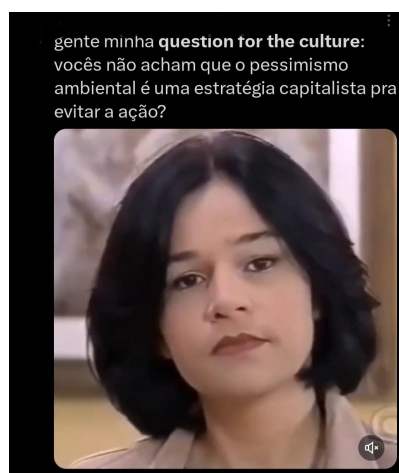
⁷⁷ Não sei quem estava fazendo Lana del Rey passar por um momento difícil, mas tenho certeza que não eram mulheres negras. Garota, cante sobre seus saquinhos de cocaína e nos deixe em paz (em livre tradução).

Figura 8: Comentário no vídeo de “dangelowallace”⁷⁸



Fonte: YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=DEDAjw9Ljrw>)

Figura 9: Meme usando “question for the culture”



Fonte: X (<https://acesse.one/rYl0I>)

⁷⁸ Além disso, como alguém que estuda movimentos feministas há anos, odeio como ela está agindo como se nenhuma feminista jamais tivesse defendido que mulheres mais tradicionalmente femininas fossem tratadas com respeito e dignidade quando as feministas defenderam essas mulheres. Ela não entende que o feminismo não se trata de rejeitar a feminilidade tradicional, mas de rejeitar a ideia de que a feminilidade é inferior à masculinidade e de dar liberdade às mulheres (e a todos) para escolherem como querem desempenhar a sua identidade de gênero sem serem condenadas ao ostracismo. ela não entende o feminismo, o que é ainda mais irritante (em livre tradução).