

Da Queda do Olimpo ao Renascimento: análise da Curva Olimpiana de Karol Conká no Big Brother Brasil 21¹

Erton Rocha Gomes PEREIRA²

Marina dos Santos FRANCO³

Hugo Michel de Melo PINTO⁴

Ricardo Matos de Araújo RIOS⁵

Universidade Presidente Antônio Carlos, Barbacena, MG

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de discutir o impacto da exposição excessiva e negativa da imagem de celebridades, como esta afeta negativamente estes famosos no âmbito das redes sociais e de que forma o capital imagético pode ser recuperado em casos de crises. O interesse da pesquisa está em mapear de que forma a cantora Karol Conká, que sofreu séria crise de imagem junto ao público durante a 21ª edição do reality show *Big Brother Brasil*, teve impacto de exposição negativa em suas redes sociais. Para verificar o impacto, o trabalho analisará a perda de capital de seguidores em redes sociais (notadamente, Instagram) durante as crises citadas. A escolha do Instagram se dá pela facilidade na obtenção dos números de seguidores e no cruzamento da perda e dos ganhos de seguidores durante as crises de imagem. Uma importante discussão da Academia de Comunicação é o papel da celebridade na publicidade digital. Com milhões de fãs e pessoas interessadas em acompanhar os passos da celebridade midiática, estas estão alçadas a um Monte Olimpo dos famosos, como preconiza Morin (1997). Porém, qualquer atitude que desagrade estes fãs pode se tornar um grande problema para as pessoas que vivem da imagem. Segundo Andrade (2019), cada peça publicitária realizada pela atriz brasileira Marina Ruy Barbosa em seu perfil pessoal na rede social Instagram custa R\$ 100 mil. Ruy Barbosa possui cerca de 40 milhões de seguidores em seu perfil e cada seguidor transforma-se em potencial consumidor dos

¹ Trabalho apresentado na IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica da UNIPAC Barbacena *A queda do Olimpo: o excesso de exposição como fator prejudicial na imagem digital das celebridades olimpianas*, email: 93.erton@gmail.com

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

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica da UNIPAC Barbacena *A queda do Olimpo: o excesso de exposição como fator prejudicial na imagem digital das celebridades olimpianas*, email: hugomichel15@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela UFSJ, Mestre em Relações Internacionais pela PUC-MG e pela Universidade de Coimbra. Doutorando em Comunicação Social pela UFJF. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: ricmrios@gmail.com / Twitter: @ProfessorRios

produtos anunciados pela atriz sem qualquer filtro da empresa empregadora da atriz, seja na TV ou no cinema. Caso faça uma gestão correta de sua imagem, sem a exposição de falhas e crises, Ruy Barbosa consegue manter seu capital de fãs, seguidores e potenciais consumidores de seus anunciantes. Caso haja alguma falha, isto pode representar possível perda irreparável nos seguidores e em seus anunciantes. Castells (2000), em *O Poder da Identidade*, traz conceitos sobre a sociedade em rede no âmbito da revolução tecnológica e informacional e da nova economia, analisando as características dela decorrentes, como a globalização da economia, a “realidade midiaticizada”, o espaço de fluxos e o tempo intemporal, entre outros. Em contrapartida, ressalta o surgimento de uma onda poderosa de identidade coletiva que se contrapõe à globalização em função da singularidade cultural e autocontrole individual. Ao seguir alguém, o internauta acaba participando desta identidade coletiva gerada pela celebridade olimpiana. A pesquisa parte da hipótese de que pessoas públicas perdem seu espaço no Olimpo das Celebidades em momentos de crises, como preconiza Morin (1997). Desse modo, pretende-se responder os seguintes questionamentos: A) De que forma é possível usar as Redes Sociais para gerar capital pessoal de fama? B) Como uma crise de imagem prejudica este capital pessoal de fama? C) Há alguma maneira para evitar o excesso de exposição e, conseqüentemente, a queda da Curva Olimpiana? Morin (1997) defende que as celebridades são alçadas à condição de estrelas ou, como o autor chama, de olímpianos. Os olímpianos modernos são compostos por pessoas de grande influência para a mídia e imprensa, como atores, cantores e *influencers*. Ou seja, pessoas que moldam e servem de modelo para a grande massa são os olímpianos modernos. O autor pontua (p. 106) que a imprensa em geral tenta colocar os olímpianos modernos como pessoas inalcançáveis, porém sem excluir a humanização destes, no intuito de aproximar a audiência do cotidiano dos ditos semideuses. Neste processo, as pessoas mergulham na vida dos famosos “a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1997, p. 107). O mito dos olímpianos passa por cinco fases semelhantes a uma parábola. O primeiro passo é a identificação do público com sua imagem. Em seguida, essa imagem é projetada e construída. A curva olimpiana atinge seu ápice no momento em que o mito passa a ser idolatrado pelo público. Após esse ponto, a curva inicia sua queda para três pontos: excentricidade, megalomania e destruição. Ao analisar a carreira de Michael Jackson, é possível observar o astro tinha

passado pela fase de construção, idolatria (quando se tornou a maior estrela pop do mundo), mas começou a cometer excentricidades (como a mudança da cor da pele, a sua postura dúbia em relação à sexualidade etc.), entrou numa fase de megalomania quando perdeu a noção do bem e do mal (quando os escândalos de pedofilia não alteraram o seu comportamento) e, por fim, a destruição, quando foi preso. Mas a morte de Michael Jackson em 2010 mostrou que o ídolo teve o seu momento de redenção. Com isso, celebridades podem oscilar entre a natureza divina e mortal (MORIN, 1997). Sobre esta questão, o trabalho também discute a Cultura do Cancelamento. No caso deste trabalho, a participação de Karol Conká no Big Brother Brasil gerou um dos maiores casos de cancelamento já vistos no Brasil. Além do prejuízo profissional, segundo Putti (2021), a artista recebeu ameaças para ela e sua família, prejuízo financeiro milionário e perdas de diversos contratos. Dentro da casa, ela foi protagonista de diversas cenas de *bullying* que ultrapassaram as discussões morais e entraram na ética (que é imutável e permanente), sendo uma das responsáveis pelo abandono do programa pelo participante Lucas Penteado. Karol Conká casou revolta da internet e da opinião em todo o tempo em que esteve na casa, e a decisão da sua eliminação foi praticamente unânime, atingindo mais de 99%. O fenômeno ocorrido com a rapper se encaixa a um linchamento virtual, que leva toda a sociedade a se contrapor a um indivíduo por conta de seu erro, pois suas atitudes, mesmo que não voltadas àquelas pessoas especificamente, são vistas de forma pessoal, como apontam Lobo e Coutinho Filho (2017). Ao responder as perguntas do artigo, é possível encontrar diferentes respostas para cada questão. A primeira é de que forma é possível usar as Redes Sociais para gerar capital pessoal de fama. Atualmente, existem diversas formas para obter isso. Seja por meio de criação de conteúdo, projeção de influência digital ou exposição constante na mídia. Um *reality show* como o Big Brother Brasil consegue gerar as três formas citadas de forma simultânea. Além disso, possui em seu bojo a maior plataforma midiática do Brasil, a TV Globo, permitindo a projeção da marca pessoal em horário nobre da TV aberta ou 24 horas por dia, através do *pay-per-view*. O participante que souber equalizar carisma e atender aos anseios do público por boas histórias consegue gerar este capital pessoal de fama. Ao mesmo tempo, é necessário alimentar o público com bons conteúdos, para que não haja perdas consideráveis de público. Mas, afinal, como uma crise de imagem prejudica este capital pessoal de fama? O caso Karol Conká é *sui-generis* por permitir enxergar todo o

processo da Curva Olímpiana. Ao pensar na construção do mito olímpiano, é possível observar que Karol Conká passou por todas as fases da Curva. Ao ser anunciada, seu *ethos*⁶ de participante do BBB foi construída a partir da identificação do público com sua imagem previamente existente. Em seguida, essa imagem foi projetada e construída nos primeiros dias de convivência com outros participantes, que estavam isolados com ela em outro ponto da casa. A curva olímpiana atinge seu ápice no momento em que o mito passa a ser idolatrado pelo público. Karol, nos primeiros dias, possuía predileção do público. Após esse ponto, e com a constante exposição aos outros participantes, a curva iniciou sua queda para três pontos: excentricidade, megalomania e destruição. Os três últimos pontos culminaram em cancelamento, rejeição histórica e em sua eliminação. Entretanto, se Karol não contasse com o suporte de sua empregadora (a TV Globo), provavelmente não teria conseguido reverter a queda da Curva. Por último, há alguma maneira para evitar o excesso de exposição e, conseqüentemente, a queda da Curva Olímpiana? Celebidades sempre precisarão de exposição constante para continuar relevantes. Ao rejeitar isso, elas podem entrar um estado de ostracismo que afeta a fama e rendimentos. Entretanto, as celebridades podem agir no fim da exposição negativa e na queda da Curva Olímpiana. Para isso, é necessário que a celebridade se enxergue como tal durante as 24 horas do dia e nos sete dias da semana e se veja como um exemplo para os fãs. Esse papel social precisa ser introjetado e trabalhado constantemente, para evitar rupturas da imagem pública quando confrontada pela pessoal. Muito além de analisar o caso da cantora Karol Conká no Big Brother Brasil, este trabalho tentou discutir o cancelamento no Brasil. O cancelamento é o encontro da moral social com a Sociedade da Vigilância, onde todos precisam ser modelos perfeitos de vida para o público, caso contrário a subjetividade moral julgará a todos, sem piedade. No Brasil, o cancelamento de Karol Conká tem o componente da exposição em um programa popular de TV, que se alastrou pela Praça Pública e pela internet. Seu julgamento final foi a resposta pública através eliminação recorde de 99,17% do programa. Espera-se que este trabalho possa contribuir com discussões sobre cancelamento e exposição de celebridades no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE: Big Brother Brasil; Cancelamento; Instagram; olímpianos.

⁶ Imagem previamente projetada sobre algo ou alguém.



REFERÊNCIAS

ANDRADE, Vinícius (2019). **Queridinha das marcas, Marina Ruy Barbosa lucra alto mesmo fora do ar.** Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/celebridades/queridinha-das-marcas-marina-ruy-barbosa-lucra-alto-mesmo-fora-do-ar-28422>. Acesso em: 23 jan. 2022.

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

LOBO, Rafael; COUTINHO FILHO, Max Suel. Linchamentos em rede: justificação e violência-resposta na internet. *In: Novos Rumos Sociológicos*, vol. 5, nº 7. Pelotas: UFPEL, 2017.

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

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