

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS  
JORNALISMO

PAULA TEIXEIRA FABRICIO

**IMAGEM E REPUTAÇÃO NA CARREIRA DE SELENA GOMEZ: ANÁLISE DE  
ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE CRISE PARA CELEBRIDADES**

Porto  
Alegre 2023

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS  
JORNALISMO

PAULA TEIXEIRA FABRICIO

**IMAGEM E REPUTAÇÃO NA CARREIRA DE SELENA GOMEZ: ANÁLISE DE  
ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE CRISE PARA CELEBRIDADES**

Porto

Alegre 2023

PAULA TEIXEIRA FABRICIO

**IMAGEM E REPUTAÇÃO NA CARREIRA DE SELENA GOMEZ: ANÁLISE DE  
ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE CRISE PARA CELEBRIDADES**

Monografia apresentada como requisito para  
obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo na  
Escola de Comunicação, Artes e Design–Famecos  
da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande  
do Sul.

Orientadora: Rosângela Florczak

Porto

Alegre 2023

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso à memória da minha querida avó Lecy, cuja confiança inabalável na minha capacidade sempre iluminou o meu percurso. Permanece viva em meu coração.

## **AGRADECIMENTOS**

Expresso meus agradecimentos em primeiro lugar à minha mãe, que compartilhou comigo a ansiedade de produzir uma pesquisa acadêmica de qualidade, oferecendo todo o suporte necessário. Sua confiança inabalável na minha capacidade e suas ideias provenientes de sua mente genial foram fontes de estímulo valiosas.

Agradeço ao meu pai por sempre me colocar em um pedestal, nunca duvidando da minha habilidade e sempre proclamando com convicção: "Eu sabia que você conseguiria".

Ao meu irmão, que viu de perto o processo e escolheu ter paciência com o mesmo e colaborar com aquilo que precisei (e não foi fácil). A Lúcia, que depositou confiança em mim por meio de seus incentivos.

Minha avó Nelcy, que orgulhosamente expressava a todos o seu apreço pela neta estudiosa e dedicada.

Às minhas amigas, especialmente aquelas que compartilharam esta jornada de pesquisa comigo, dividindo anseios e oferecendo incentivo umas às outras. Destaco com gratidão a colaboração essencial de Julia, Ana Carolina, Luísa, Caroline e Diessica.

Aos meus professores que me capacitaram ao longo dessa jornada. A Deus, por sempre ser o sustento que me guia.

Por fim, expresso minha gratidão à minha orientadora, Rosângela Florczak, por sempre vislumbrar a luz ao fim deste túnel e por proporcionar-me uma ampla gama de conhecimentos ao longo deste percurso acadêmico.

PAULA TEIXEIRA FABRICIO

**IMAGEM E REPUTAÇÃO NA CARREIRA DE SELENA GOMEZ: ANÁLISE DE  
ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE CRISE PARA CELEBRIDADES**

Monografia apresentada como requisito para  
obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo na  
Escola de Comunicação, Artes e  
Design–Famecos da Pontifícia Universidade  
Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA:

---

Profa. Dra. Francielle Benett Falavigna - PUCRS

---

Profa. Dra. Rosângela Florczak de Oliveira - PUCRS

---

Prof. Dr. Vinícius Mano - PUCRS

## RESUMO

O trabalho realiza uma análise qualitativa exploratória sobre a reputação de celebridades no universo artístico, com enfoque na cantora Selena Gomez. Utilizando a netnografia e a análise de conteúdo como técnicas, investiga-se a influência da imagem pessoal e profissional da cantora e atriz nos debates da cultura popular, a partir da análise de estratégias de gestão de crise adotadas para preservar sua imagem e reputação. O estudo identifica ameaças à reputação de celebridades, como exposição excessiva na mídia, falta de privacidade e pressões da indústria do entretenimento. Entre os objetivos específicos, destaca-se a análise das situações de crise enfrentadas por Selena Gomez ao longo de sua carreira, a avaliação das estratégias de gestão de crise empregadas, e a obtenção de insights sobre a indústria do entretenimento, destacando estratégias eficazes aplicáveis para preservar a imagem e reputação de artistas em momentos de risco. Como resultado, o estudo destaca a eficácia dessas abordagens em meio da gestão profissional da imagem pública, reforçando a importância de uma comunicação autêntica e direta para a gestão de reputação de celebridades na era digital.

**Palavras-chave:** Comunicação; Reputação; Gestão de Imagem; Celebridade; Identidade; Selena Gomez.

## **ABSTRACT**

The work conducts an exploratory qualitative analysis of the reputation of celebrities in the artistic universe, focusing on the singer Selena Gomez. Using netnography and content analysis as techniques, the author investigates the influence of the singer and actress's personal and professional image on popular culture debates, as well as examining crisis management strategies adopted to preserve her image and reputation. The study identifies threats to the reputation of celebrities, such as excessive media exposure, lack of privacy, and pressures from the entertainment industry. Among the specific objectives, the analysis of crises faced by Selena Gomez throughout her career, the evaluation of crisis management strategies employed, and gaining insights into the entertainment industry, highlighting effective strategies applicable to preserving the image and reputation of artists in times of risk are emphasized. The study underscores the effectiveness of these approaches in the management of public image, reinforcing the importance of authentic and direct communication for celebrity reputation management in the digital age.

**Keywords:** Communication; Reputation; Image Management; Celebrity; Identity; Selena Gomez.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Codificação do estudo comunicacional de Hall	22
Figura 2: <i>Selena Gomez</i> no programa de televisão <i>Barney e Seus Amigos</i>	53
Figura 3: <i>Selena Gomez</i> na série de televisão <i>Feiticeiros de Waverly Place</i> , onde ela era a protagonista.	54
Figura 4: Collab <i>Selena Gomez</i> e <i>Adidas Neo</i>	55
Figura 5: <i>Selena Gomez</i> em fotos promocionais da <i>Rare Beauty</i>	56
Figura 6: Clipe de <i>Selena Gomez</i> .	57
Figura 7: <i>Selena Gomez</i> na capa de seu documentário <i>My Mind and Me</i> da plataforma de streaming <i>Apple TV</i> .	58
Figura 8: Capa do álbum musical <i>Kiss and Tell</i> , produzido por <i>Selena Gomez</i> e <i>Banda The Scene</i> .	59
Figura 9: Biografia oficial da atriz e cantora <i>Selena Gomez</i> no <i>Instagram</i> .	62
Figura 10: “Fale o que você pensa, mesmo que sua voz trema”	63
Figura 11: Comentários de uma postagem de <i>Selena Gomez</i> no <i>Instagram</i>	64
Figura 12: Comentários na internet sobre a reputação de <i>Selena Gomez</i>	65
Figura 13: Comentário sobre <i>Selena Gomez</i> em vídeo do <i>TikTok</i>	65
Figura 14: Passeio de bicicleta de <i>Gomez</i> e <i>Bieber</i> em <i>Los Angeles, Califórnia</i>	67
Figura 15: Comentário de internauta sugerindo que o álbum <i>Purpose</i> do de <i>Justin Bieber</i> foi inspirado em seu relacionamento com <i>Selena Gomez</i>	68
Figura 16: Primeira aparição pública como casal	69
Figura 17: Clipe de <i>The Heart Wants what it Wants</i>	70
Figura 18: Clipe de <i>What do You Mean</i>	70
Figura 19: Comentário negativo sobre <i>Selena Gomez</i>	76
Figura 20: Comentário negativo sobre reputação de <i>Selena Gomez</i>	77
Figura 21: Postagem de <i>Selena Gomez</i> do ano de 2014 no <i>Instagram</i>	79
Figura 22: Comentários criticam postura de <i>Selena Gomez</i> diante de conflitos internacionais.	83
Figura 23: Comentários em um vídeo do <i>TikTok</i> que destaca <i>Selena Gomez</i> durante o <i>VMA 2023</i>	85
Figura 24: Comentário no <i>TikTok</i> que justifica críticas à imagem de <i>Selena Gomez</i>	86

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1: Interesse de pesquisa apurados no Estado da Arte</b>	<b>16</b>
<b>Quadro 2: Unidades de estudo</b>	<b>51</b>
<b>Quadro 3: Crises enfrentadas por Selena Gomez</b>	<b>80</b>
<b>Quadro 4: Resumo das estratégias adotadas por Selena Gomez</b>	<b>82</b>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>CULTURA POP</b>	<b>21</b>
2.1	CELEBRIDADES	27
<b>3</b>	<b>REPUTAÇÃO NO UNIVERSO ARTÍSTICO</b>	<b>32</b>
3.1	IDENTIDADE, IMAGEM E REPUTAÇÃO	32
3.2	REPUTAÇÃO NO UNIVERSO DAS CELEBRIDADES	34
3.3	<b>PAPEL DA MÍDIA EM DIFERENTES ÉPOCAS – DO RÁDIO ÀS MÍDIAS SOCIAIS</b>	
	39	
3.3.1	<b>Anos 1950 e 1960</b>	<b>39</b>
3.3.2	<b>Anos 1970 e 1980</b>	<b>40</b>
3.3.3	<b>Anos 1990 e 2000</b>	<b>40</b>
3.4	O QUE PODE AMEAÇAR A REPUTAÇÃO	41
<b>4</b>	<b>RISCOS E CRISES</b>	<b>45</b>
4.1	O QUE SÃO RISCOS E CRISES	45
4.2	COMO OS RISCOS E CRISES NÃO GERENCIADOS PODEM AFETAR A REPUTAÇÃO	
	47	
4.3	CRISES DE CELEBRIDADES	49
<b>5</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>51</b>
5.1	PESQUISA QUALITATIVA EXPLORATÓRIA	51
5.2	NETNOGRAFIA	51
<b>6</b>	<b>CONTEXTUALIZANDO SELENA GOMEZ: UMA VISÃO INICIAL</b>	<b>54</b>
6.1	TRAJETÓRIA DE SELENA GOMEZ	59
<b>7</b>	<b>ANÁLISE: CRISES, ESTRATÉGIAS E APRENDIZADOS</b>	<b>62</b>
7.1	SITUAÇÕES DE CRISE ENFRENTADAS POR SELENA GOMEZ AO LONGO DE SUA CARREIRA	
	67	
7.1.1	<b>Relacionamento com Justin Bieber</b>	<b>67</b>
7.1.2	<b>Dinâmica de rivalidade envolvendo Selena, Hailey e as irmãs Kardashian-Jenner</b>	<b>74</b>
7.1.3	<b>Selena Gomez e Saúde Mental</b>	<b>78</b>
7.2	ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE CRISE ADOTADAS PARA PRESERVAR SUA IMAGEM E REPUTAÇÃO DE SELENA GOMEZ	
	81	
7.3	GESTÃO DE CRISE NO ENTRETENIMENTO - ESTRATÉGIAS PARA PRESERVAR A IMAGEM E REPUTAÇÃO DE ARTISTAS EM MOMENTOS DE RISCO	
	87	
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>90</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>95</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ao defender a ideia de que a imagem e reputação de celebridades quando não geridas podem ser colocadas mais facilmente em situações de crise e, por sua vez, impactar na carreira profissional. Tal constatação, além de abrir novas portas de campos de atuação para o futuro profissional, gera estímulos àqueles que atuam em áreas como assessorias de imprensa ou de comunicação ou em gerenciamento de crises.

Nenhuma pessoa ou instituição, seja ela empresarial, pública ou privada, está livre de enfrentar adversidades em seu meio, ainda mais, quando se trata de celebridades. Neste último caso, há necessidades de se tomar cuidados quanto aos problemas para que a sua imagem não fique suscetível e deteriorada perante seu público impactando em prejuízos em sua carreira (Forni, 2013).

No âmbito da indústria do entretenimento, os artistas estão sujeitos a uma exposição constante ao escrutínio público. Com isso, são desencadeadas análises minuciosas e debates a respeito de todos os aspectos de suas vidas. Em casos polêmicos e eventos considerados críticos, a gestão de crise desempenha um papel crucial na preservação da reputação dos artistas e na garantia de continuidade da trajetória pública.

Ao longo da história, a mídia desempenhou um papel crucial na formação da imagem pública de celebridades, desde os primórdios do rádio até a atual era das mídias sociais. A transformação de uma era em que o rádio era a principal influência na percepção pública para a atualidade, em que as mídias sociais oferecem um acesso sem precedentes às vidas dos artistas, representa uma mudança substancial no modo como as celebridades são retratadas e percebidas. Essa evolução desafia ainda mais a gestão de crise e a preservação da imagem destas personalidades.

Neste contexto, a cultura popular desempenha um papel central na indústria do entretenimento e na construção da imagem das celebridades. Para Soares (2014), “a cultura pop é um fenômeno que se insere em um contexto mais amplo de transformações sociais, culturais e tecnológicas, que têm impactado profundamente as formas de produção, circulação e consumo de bens culturais”.

Simões e Veiga França (2020) sustentam que a análise da cultura das celebridades pode auxiliar na compreensão de características da sociedade contemporânea, tais como a ênfase na imagem e na aparência, a busca por reconhecimento e sucesso, a exposição da vida íntima e a construção de narrativas pessoais.

Portanto, a cultura popular constitui um elemento-chave para a compreensão da dinâmica entre celebridades, mídia e público, exercendo influência na gestão de crise e na forma como as situações de crise são percebidas e gerenciadas. Forni (2013), ao abordar a gestão de crise, seus processos e planejamento ressalta a importância da adoção de estratégias eficazes para lidar com situações críticas, com o objetivo de minimizar o impacto negativo na imagem e na reputação de pessoas públicas e organizações.

No contexto brasileiro, Sá (2017), uma das especialistas em Mídia Training, adverte que o desafio ganha dimensões ampliadas quando alguém precisa interagir com a imprensa e as mídias sociais como porta-voz de uma empresa, indivíduo ou organização. É muito importante zelar pela credibilidade da marca ou da pessoa que representa. Qualquer deslize tem potencial de causar prejuízo não só à imagem, mas, muitas vezes, também financeiro (Sá, 2017, p. 15).

Além disso, os serviços oferecidos por profissionais de comunicação orientam e preparam líderes e figuras públicas para interagir com a mídia. Amaral (2008, p. 59) destaca que: *Nada se faz nos Estados Unidos sem a assessoria de um elemento de um desses setores. Tanto em tempos de paz quanto, e sobretudo, em tempos de guerra.*

Ao aproximar o espaço das celebridades no contexto da cultura popular, da mídia e da gestão de crises, surge a presente pesquisa que se aplica a um dos segmentos da referida cultura: a música pop. Há décadas, o termo *pop* tem sido constantemente empregado para categorizar uma ampla gama de produtos, fenômenos, artistas lógicos e dinâmicas midiáticas. Em um sentido mais abrangente, conforme Soares (2014) a noção de Cultura Popular sempre esteve intimamente ligada a modos de produção e consumo impulsionados por imperativos de mercado, revelando as engrenagens internas das indústrias culturais e influenciando

comportamentos imitativos e estilos de vida, conceitos que o autor destaca que Goodwin (Goodwin, 1992) caracterizou como sendo parte de um *semblante pop*.

A música pop representa um significativo mediador entre estratos sociais, transcendendo distinções de classe. Isso se deve à sua capacidade de influenciar um amplo espectro de indivíduos, uma vez que permeia as discussões sociais em diversos grupos, independentemente de suas circunstâncias socioeconômicas.

Embora na atualidade nomes como Beyoncé, Taylor Swift e Justin Bieber sejam frequentemente associados à concepção do pop contemporâneo, o surgimento dessa tradição musical tem suas raízes na década de 1980 com Madonna, amplamente reconhecida como a *Rainha do Pop*, cujos hits atemporais eram presenças constantes nas casas noturnas da época.

No entanto, antes mesmo da ascensão dessa hierarquia monárquica da música pop, em 1971, a carreira solo de *Michael Jackson* teve início, e posteriormente, na década de 1980, foi aclamado como o *Rei do Pop* e um dos precursores do gênero musical. Ambos os soberanos do pop desafiaram de maneira inovadora as barreiras e limitações artísticas, estabelecendo conexões significativas com a dinâmica social que moldava as principais tendências da época.

Antes da ascensão de *Madonna* e *Michael Jackson* como ícones da música pop, diversos grupos musicais e artistas já haviam explorado o gênero musical popular. Em algumas composições, mesmo que de maneira subentendida, elementos característicos desse estilo musical eram incorporados, posteriormente consolidando-o não apenas como uma influência na música e sonoridade, mas também como um paradigma de estilo de vida que orientava as preferências de consumo da ampla audiência.

O notável sucesso dessas composições musicais elevou o gênero pop a um papel significativo no contexto do capitalismo e, em alguns casos, serviu como um instrumento de poder. Isso se deu devido ao elevado consumo desses conteúdos, o qual não apenas impulsionou o interesse da sociedade pela música, mas também suscitou uma profunda curiosidade pela vida pessoal e profissional dos artistas que representavam esse gênero.

Gradualmente, o pop deixou de ser meramente uma expressão musical para se tornar um movimento distinto, influenciando não apenas o entretenimento, mas também a formação da identidade pessoal e profissional das pessoas. Os indivíduos passaram a se sentir genuinamente atraídos pelas narrativas e estilos de vida dos artistas pop, adotando e incorporando, posteriormente, os seus hábitos e comportamentos nas suas próprias rotinas pessoais.

Esse fenômeno, atualmente denominado como tendência, reflete a influência profunda e difundida que o gênero pop exerceu na cultura e na sociedade. Já os seguidores, recebem denominações mais honrosas, hoje conhecidos como *fandom*, que conforme a rede Significados caracteriza-se por: diminutivo da expressão em inglês *fan kingdom*, que significa *reino dos fãs*, na tradução literal para o português. Um fandom é um grupo de pessoas que são fãs de determinada coisa em comum (Significados, 2023).

A música pop, ou popular, desempenha um papel significativo na indústria musical e na cultura em geral. Ela é caracterizada por ser acessível, cativante e frequentemente incorpora elementos de diversos gêneros musicais. Além da característica cultural, esse movimento mobiliza fãs, gera recursos monetários e influencia um segmento profissional extenso na indústria musical.

Este estilo musical é muito mais do que apenas uma forma de fazer música; é uma expressão simbólica de representação cultural. Existe uma diversidade musical extensa neste gênero, isso porque a música pop muitas vezes incorpora uma variedade de estilos, o que a torna atraente para um público amplo. Ela pode abranger desde o pop rock (mistura entre os dois gêneros musicais) até o pop eletrônico, adaptando-se às tendências e gostos do momento, o que, conforme narrado anteriormente, torna-se ainda mais atraente para o consumidor final.

É notória a existência de uma cultura de celebridades, onde muitas estrelas do pop são ícones culturais, influenciando não apenas a música, mas também a moda, comportamento e até mesmo questões sociais. Ícones pop como *Madonna*, *Michael Jackson* e *Beyoncé* transcenderam as fronteiras da música para se tornarem figuras culturais proeminentes, reconhecidas e aclamadas por seu legado.

Além do impacto cultural, a mobilização significativa de fãs desempenha um papel crucial na consagração de uma personalidade como celebridade. Os artistas

pop, em especial, mantêm uma base de fãs global, impulsionada pelas redes sociais e pela facilidade de acesso à música online. Essa conexão vai além da apreciação musical, estendendo-se à identificação com a persona e à mensagem transmitida pelo artista.

Atualmente, a promoção da imagem de uma celebridade, especialmente no cenário pop, é impulsionada principalmente pelas mídias sociais, onde o engajamento nas plataformas como *Twitter*, *Instagram* e *TikTok* é vital para a conexão com os fãs. As personalidades utilizam essas plataformas para compartilhar sua vida, pensamentos e promover sua música.

Apesar do crescimento do streaming, a venda de álbuns e singles continua sendo uma fonte significativa de receita para artistas pop. Além disso, concertos e turnês representam uma parcela substancial dos ganhos, proporcionando aos fãs uma experiência ao vivo e aos artistas uma oportunidade de impacto significativo. O *merchandising*, que inclui produtos relacionados à marca do artista, como roupas e acessórios, também contribui significativamente para os ganhos.

Na esfera profissional, a indústria pop envolve uma diversidade de profissionais, sendo produtores e compositores essenciais na criação do som pop por meio de suas composições. Colaborações entre artistas e produtores frequentemente resultam em sucessos memoráveis. Adicionalmente, alguns artistas, como o cantor canadense *Drake*, atuam também como produtores, desempenhando esse papel para outros artistas com regularidade.

A gestão eficaz de carreiras, negociação de contratos e planejamento estratégico feitos por agentes e empresários são fundamentais para o sucesso a longo prazo dos artistas pop. Sua função é vital para a garantia do reconhecimento público. Neste sentido, a qualidade da produção musical é essencial no cenário pop. Estúdios de gravação e engenheiros de som desempenham, também, um papel crucial na criação de faixas que cativam o público.

A trajetória de sucesso de vários artistas da música pode ilustrar o tema desta pesquisa. Nas primeiras décadas dos anos 2000, observou-se crises em carreiras, como a de *Britney Spears*, marcada por relacionamentos conturbados, controle excessivo na gestão de sua carreira, transtornos psiquiátricos, e abuso de álcool e substâncias ilícitas. Outro exemplo é *Kesha*, cuja carreira musical foi interrompida



por desentendimentos com seu empresário. Também se destacam eventos como a traição extraconjugal de *Jay-Z*, a agressão de *Chris Brown* contra *Rihanna*, sua namorada na época, e o vício em álcool e outras substâncias que afetou e posteriormente vitimou a cantora *Amy Winehouse*.

A pesquisa optou por examinar uma celebridade que se destaca não apenas por sua proeminência na indústria do entretenimento, mas também pela sequência de crises enfrentadas ao longo de sua carreira, mantendo, ao mesmo tempo, uma imagem e reputação positivas entre seus fãs. A escolha recaiu sobre Selena Gomez, uma artista versátil que transcende sua origem como estrela da Disney para se tornar uma figura influente.

A partir deste olhar amplo que tem nas celebridades uma espécie de metáfora das relações sociais contemporâneas, a pergunta de pesquisa que emerge é: quais são as estratégias de gestão de crise adotadas pela equipe de Selena Gomez para preservar a imagem e reputação da artista?

O tema da gestão de crise e reputação no contexto das celebridades tem despertado crescente interesse acadêmico e social nos últimos anos, proporcionando um campo promissor para profissionais de comunicação, especialmente jornalistas. Este interesse também se reflete no ambiente acadêmico, com uma crescente produção de conhecimento sobre o assunto.

Uma pesquisa no Google Acadêmico revela um panorama abrangente desses estudos, em um parâmetro nacional e internacional. A pesquisa pela palavra-chave *Crise e Reputação* no Google Acadêmico, considerando o período de 2019-2023, resultou em um número de 16.500 trabalhos acadêmicos. Isso demonstra a importância crescente que a gestão de crise e a preservação da reputação têm ganhado em diversos setores, incluindo o mundo das celebridades.

A relação entre celebridades e a cultura pop também é um campo de estudo em expansão. A busca pela expressão *Celebridades e Cultura Pop* no mesmo período de tempo revelou a existência de 16.000 artigos acadêmicos. Isso reflete o interesse contínuo em compreender como as celebridades moldam e são moldadas pela cultura popular, incluindo suas implicações na gestão de imagem e reputação.

Selena Gomez, uma das celebridades proeminentes da atualidade, é um tema de pesquisa significativo. A pesquisa simples pelo nome *Selena Gomez* resultou em 4.690 textos acadêmicos. Isso ilustra a relevância duradoura da figura de Selena Gomez na cultura contemporânea e sua influência como objeto de estudo.

A pesquisa específica por *Selena Gomez Reputação* gerou 36 resultados. Isso indica que, embora exista um volume substancial de trabalhos sobre Selena Gomez em geral, há uma parcela mais específica da pesquisa focada na gestão de sua reputação, provavelmente relacionada às situações de crise que ela enfrentou ao longo de sua carreira.

Finalmente, ao pesquisar sob o título *Selena Gomez Reputação e Crise*, identificaram-se 25 trabalhos acadêmicos publicados no período compreendido entre 2019 e 2023. Esta constatação reitera a magnitude e pertinência do presente estudo, considerando a notoriedade e influência da referida personalidade pública. A proliferação da produção acadêmica sobre o tema sugere a complexidade da interação entre a reputação de Selena Gomez e os desafios enfrentados, destacando a relevância e o interesse sustentado na análise crítica de sua trajetória ao longo do período delimitado (Quadro 1).

**Quadro 1: Interesse de pesquisa apurados no Estado da Arte**

<b>Título da pesquisa</b>	<b>Limitação de Ano</b>	<b>Resultados da pesquisa</b>
Crise e Reputação	2019-2023	16.800 registros
Celebridades e Cultura Pop	2019-2023	16.000 registros
Selena Gomez	2019-2023	4.690 registros
Selena Gomez Reputação	2019-2023	36 registros
Selena Gomez Reputação e Crise	2019-2023	25 registros

*Fonte: A Autora, 2023*

Portanto, o estado da arte revela que a gestão de crise, a preservação da reputação e a relação entre celebridades e a cultura pop são áreas acadêmicas em expansão. A figura de Selena Gomez serve como um exemplo notável de como esses temas se entrelaçam no contexto da indústria do entretenimento, contribuindo

para uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas envolvidas na gestão da imagem de celebridades em momentos desafiadores.

Dentre as pesquisas que se destacam está o estudo *Crises no mercado cinematográfico de Hollywood: Uma análise de posicionamento de figuras públicas* de Gressler (2018). Este trabalho de conclusão de curso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul se propõe a analisar como as figuras públicas do mercado cinematográfico de Hollywood lidam com crises que envolvem a transgressão de direitos fundamentais. O objetivo geral é investigar o posicionamento adotado por essas figuras públicas durante a gestão de crise.

Além disso, o estudo destaca a importância da análise de conteúdo e da pesquisa documental como suporte para a realização do estudo. Essas abordagens permitem inferências sobre as causas e antecedentes das mensagens e sobre as possíveis consequências que essas mensagens podem desencadear.

Através de pesquisas adicionais em diferentes perspectivas, identificou-se o projeto de conclusão de curso da Universidade de Brasília intitulado *O processo do personal branding e a construção da marca Gisele Bündchen*, elaborado por Bandeira (2015). A partir desta fonte, foram derivadas considerações relevantes sobre o posicionamento de imagem de uma celebridade no contexto sócio midiático. O referido estudo desempenhou um papel essencial ao possibilitar a compreensão das implicações envolvidas na preservação de uma reputação e na construção de uma imagem capaz de agregar valor aos consumidores inseridos na cultura popular.

O trabalho de conclusão de curso de Machado (2023) intitulado *Gênero, Violência e Celebridade: A cobertura jornalística da Folha de S. Paulo sobre o caso Depp v. Heard no Brasil*, conduzido no âmbito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, destaca-se por sua análise crítica da cobertura jornalística realizada pelo veículo de comunicação renomado, a *Folha de S. Paulo*, em relação ao caso *judicial Depp v. Heard*. A escolha do tema revela um interesse em compreender as nuances da representação midiática de eventos jurídicos envolvendo figuras públicas, enfocando especialmente as dimensões de gênero e violência.

Este estudo acadêmico, portanto, representa uma valiosa contribuição para o entendimento crítico da dinâmica entre mídia, celebridade e temas sociais pertinentes, proporcionando insights significativos para pesquisadores, profissionais

da comunicação e demais interessados na interseção entre direito, gênero e representação midiática.

Outra pesquisa de significativa pertinência consiste no trabalho de conclusão de curso intitulado *Relações públicas e crises de imagem: Especulações e boatos sobre a vida amorosa de Luísa Sonza e o álbum musical Doce22 como possibilidade de resposta*, elaborado por Ferreira (2023) na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

O foco deste estudo é a abordagem de crises por meio de álbuns musicais, especificamente no caso da cantora Luísa Sonza. A artista empregou seu trabalho musical como resposta aos acontecimentos de sua vida amorosa, buscando gerenciar a imagem em situações desfavoráveis. A perspectiva da pesquisadora contribuiu para uma compreensão aprimorada sobre a metodologia de coleta de dados a ser empregada. Adicionalmente, a análise das músicas pela estudante destaca-se por apresentar uma perspectiva alternativa da narrativa, contrapondo-se às críticas recebidas nas redes sociais, uma estratégia também adotada pela equipe de gestão de reputação da atriz e cantora Selena Gomez, conforme será analisado ao longo desta pesquisa.

Considerando as evidências de interesse e a pertinência do espaço para a presente pesquisa, o objetivo geral deste trabalho consiste em examinar as estratégias de gestão de crise adotadas para preservar a imagem e reputação de Selena Gomez. Busca-se compreender esse caso específico a fim de, potencialmente, replicar tais estratégias em outras situações ou explorá-las academicamente, reconhecendo-as como um caso bem-sucedido. Para os objetivos específicos, propõe-se (1) investigar a influência de sua imagem pessoal e profissional nos debates da cultura popular.

Com o propósito de delinear a trajetória em direção à consecução dos objetivos estabelecidos, o presente relatório se estrutura mediante os seguintes capítulos, com a finalidade de apresentar de maneira abrangente os elementos componentes deste *Trabalho de Conclusão de Curso* (TCC).

No primeiro capítulo, introduz-se a pesquisa sob o título *Introdução*. Este segmento contempla a exposição do contexto geral do estudo, delineando os objetivos, a abordagem metodológica e os temas a serem abordados neste tópico. O

capítulo subsequente aborda a temática da dimensão da *Cultura Pop*. Nele, explora-se a Cultura Pop e seus impactos, juntamente com uma discussão conceitual e referencial teórico acerca do termo *celebridade*.

No terceiro capítulo, promove-se uma análise aprofundada da discussão sobre *Reputação no Universo Artístico*. Nesse contexto, são apresentados aspectos relevantes que delineiam o papel crucial da reputação no domínio artístico. Essa discussão visa explorar as nuances e desafios que os artistas enfrentam ao moldar e preservar sua reputação no cenário artístico, considerando tanto as dimensões culturais quanto as práticas contemporâneas. No quarto capítulo, aborda-se de maneira aprofundada a temática dos *Riscos e Crises*. Este segmento busca compreender as dinâmicas complexas e inter-relacionadas que permeiam a gestão de riscos e a resposta a crises em um contexto mercadológico, contribuindo para uma análise mais abrangente e contextualizada.

No quinto capítulo, a atenção volta-se para a *Análise* metodológica aplicada nesta pesquisa, enfatizando tanto o objeto de estudo quanto o processo de coleta de conteúdo. A seção dedicada à análise é crucial para a compreensão da abordagem adotada na interpretação dos dados coletados. Aqui, são delineadas e justificadas as estratégias analíticas utilizadas para examinar o material coletado, destacando a coerência entre a metodologia escolhida e os objetivos específicos do estudo.

O sexto capítulo direciona sua atenção para a *Análise do Objeto de Estudo* abordado nesta pesquisa. Este segmento engloba tanto as pesquisas quanto os apontamentos realizados pela autora desta dissertação. No âmbito da análise, a investigação volta-se para a interpretação aprofundada dos dados coletados, aplicando as estratégias e abordagens metodológicas delineadas nos capítulos anteriores.

No capítulo de *Conclusão*, a autora realiza uma síntese crítica das principais descobertas e padrões identificados ao longo do estudo, por meio da abordagem teórica. A abordagem crítica permite contextualizar os resultados obtidos em relação às questões de pesquisa, destacando limitações e possíveis áreas para futuras investigações.

## 2 CULTURA POP

A cultura popular ou Cultura Pop pode ser definida como um conjunto heterogêneo e diversificado de elementos culturais, abrangendo domínios como a música, o cinema, a televisão, a literatura, a moda, a arte, o entretenimento e outras manifestações culturais. Estes elementos são amplamente acessíveis e disseminados, sendo consumidos e compartilhados por uma vasta audiência em uma determinada sociedade durante um período histórico específico. Tais elementos culturais são frequentemente caracterizados por sua contemporaneidade, natureza efêmera, facilidade de acesso e refletem, com frequência, os interesses e valores predominantes na sociedade da época (Soares, 2014).

Entende-se por um viés mais macro a referência do termo pop, que se mantém envolvido aos meios de produção e consumo de produtos orientados em um contexto mercadológico. Em Soares (2015) tal constatação diz respeito à exposição da expansão e profundidade das indústrias da cultura. Esta situação confere atitudes miméticas, estilos de vida as quais vêm demarcando um momento transnacional de imagens, de sons e de pessoas movidas por um *semblante pop*, conforme denomina Goodwin (1992).

Diante do exposto, Soares (2014) aponta que a cultura pop evidencia um conjunto de ações, de experiências e produtos que expressam-se na lógica midiática, cujo ponto fundante e direcionador é o entretenimento. Na interpretação genérica dos dicionários de Oxford, caracteriza-se por *entretenimento o ato ou efeito de entreter(-se), de distrair(-se); aquilo que distrai, entretém; distração, divertimento*.

Portanto, de acordo com a interpretação de Soares (2014), é compreensível que a origem desses eventos seja atribuída à prática de proporcionar entretenimento ao indivíduo por intermédio de recursos que se infiltram na sociedade de sua convivência. Esse fenômeno se encontra intrinsecamente relacionado ao complexo cenário da indústria cultural e à comercialização dos bens culturais.

Conforme aponta Hall (2016), a cultura popular frequentemente incorpora componentes da cultura de massa, que são produzidos em larga escala e distribuídos amplamente. Isso engloba produtos comerciais, meios de comunicação de massa e entretenimento de grande apelo. A evolução constante da cultura popular é notável, pois é influenciada por uma série de fatores, incluindo avanços

tecnológicos, mudanças nas esferas social e econômica, bem como a criatividade de indivíduos e grupos que contribuem para a criação e difusão de novas expressões culturais (Storey, 2015).

Estamos numa era da performance, da alteridade, do eu real e do eu virtual cada vez mais imbricados, indissociáveis. Pensar a natureza dessas performances é uma das chaves de entendimento dos entornos sobre uma vivência pop (Soares, 2023, p. 3).

A partir do entendimento de Soares (2023), a cultura popular é um fenômeno de natureza complexa e multifacetada, que abrange não apenas práticas de consumo, produção e circulação de bens simbólicos, mas também formas específicas de apreciação e envolvimento que incorporam elementos de performance e estética. Esse entendimento implica que os produtos gerados e explorados por meio da cultura popular adquirem relevância pública mediante estratégias meticulosas que visam acrescentar valor aos objetos culturais.

Nesse sentido, a cultura popular não pode ser compreendida de maneira isolada, pois está intrinsecamente ligada ao contexto sociocultural mais amplo em que se insere. Ela se molda e é moldada pelas correntes culturais, valores, e acontecimentos históricos que permeiam a sociedade em um dado momento. Portanto, a análise da cultura popular requer uma abordagem interdisciplinar que considere não apenas os produtos culturais em si, mas também o contexto histórico, social e político em que eles surgem e se desenvolvem (Pinto, 2010).

De acordo com Hall (2006) a cultura de massa desempenha um papel significativo na construção e na negociação da identidade cultural de uma sociedade. Ela atua como um reflexo das aspirações, medos, desejos e aspirações coletivas, proporcionando um espelho através do qual uma comunidade pode se enxergar. Portanto, estudar a cultura popular não é apenas uma investigação das formas de entretenimento e expressão cultural, mas também uma exploração das dinâmicas culturais mais amplas que influenciam a maneira como uma sociedade se percebe e se relaciona com o mundo ao seu redor Hall (2020). Neste contexto, a cultura popular desempenha um papel vital na construção da narrativa cultural de uma sociedade e na preservação de sua memória coletiva.

A associação de um coletivo a um objeto ou personalidade da cultura popular revela informações substanciais sobre a autopercepção desse grupo e sua

perspectiva em relação ao ambiente circundante, conforme destacado por Hall (2020).

O fato de que projetamos a “nós mesmos” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando-os “parte de nós”, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural (Hall, 2023, p. 6).

Em outras palavras, o estudo de Hall (2023) aborda como a associação de um grupo a objetos ou personalidades da cultura popular revela informações importantes sobre como esse grupo se enxerga e percebe o mundo ao seu redor. O autor argumenta que quando nos identificamos com figuras ou elementos culturais, também absorvemos seus significados e valores, integrando-os à nossa própria identidade.

Isso significa que, ao projetar essas *identidades culturais* em nós, também as tornamos parte de quem somos, e isso influencia nossos sentimentos e a forma como nos relacionamos com o mundo social e cultural ao nosso redor. Portanto, entende-se que a nossa relação com elementos da cultura popular desempenha um papel fundamental em nossa autocompreensão e na forma como nos relacionamos com o mundo.

**Figura 1: Modelo de Codificação do estudo comunicacional de Hall**



Fonte: Steffen; Henriques; Ferreira; Lisboa Filho, 2020

Os mencionados circuitos não apenas enfatizam os elementos de produção do produto, mas também consideram o contexto em que se insere e a forma como é recebido. Com base nessas ideias, realiza-se uma apropriação específica dos



circuitos, escolhendo os elementos essenciais para a pesquisa, mantendo a atenção na totalidade social durante o período de circulação dos produtos examinados (Steffen; Henriques; Ferreira; Lisboa Filho, 2020).

Ademais, é possível inferir por meio desta análise que a identidade do indivíduo funciona como um elemento regulador na forma como ele se conecta com o entorno e suas respectivas representações. Dentro deste contexto, torna-se compreensível que uma identidade possa ser composta por uma série de identificações distintas, inclusive aquelas que apresentem contradições entre si (Hall, 2023).

O sujeito, previamente vivido, como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas (Stuart Hall, 1997, p. 12-15).

Para além do âmbito da identificação social e da percepção cultural, torna-se imperativo compreender que o viés que orienta e governa a cultura popular, principalmente em escala global, se baseia em uma lógica de natureza capitalista, na qual o ato de consumo é excessivamente valorizado, visando ao destaque do mercado diante de emergentes tendências. Estas últimas são moldadas com base em minuciosas investigações midiáticas que analisam a relação entre o objeto de consumo e o consumidor (Soares, 2014).

Estas aproximações norteiam o uso do pop e também fazem pensar que a principal característica de todas as expressões é, deliberadamente, se voltar para a noção de retorno financeiro e imposições capitalistas em seus modos de produção e consumo (Soares, 2014, p. 6).

A área de estudo da cultura popular se concentra na análise das manifestações culturais que possuem uma ampla disseminação e são consumidas em grande escala pela sociedade, frequentemente por meio dos meios de comunicação de massa, tais como televisão, cinema, música, literatura, rádio e, mais recentemente, mídias digitais e redes sociais.

A etimologia do termo é entendida, conforme Soares (2014) como:

Ao mencionarmos a ideia de “cultura popular”, em língua portuguesa, estamos nos referindo a duas expressões: a da cultura folclórica, mas também, aquela que chamamos de “cultura pop” ou a “cultura popular midiática/massiva (Soares, 2014, p. 6).

Soares (2014) propõe uma análise acerca da cultura popular e suas diversas facetas. Concebe-se a cultura popular como um fenômeno complexo e multifacetado, que engloba uma série de práticas relacionadas ao consumo, à produção e à circulação de bens simbólicos. Ademais, esta cultura se manifesta por meio de modos específicos de apreciação e interação, os quais incorporam elementos de performance e estética.

Em Soares (2014) o autor também explora a interseção entre a cultura popular e diferentes abordagens teóricas, como a Teoria Crítica, os Estudos Culturais e a Economia Política da Comunicação, evidenciando como esses enfoques se relacionam com a análise da cultura popular. É importante notar que a cultura popular é compreendida como um campo permeado por contendas simbólicas, em que distintos grupos sociais e culturais convergem e negociam significados e valores (Hall, 2020).

Entende-se que a cultura popular se insere em um contexto mais amplo de mudanças socioculturais e tecnológicas, as quais têm exercido uma influência substancial sobre os modos de produção, circulação e consumo de produtos culturais. Conforme previsto por Hall (1992) anteriormente neste estudo, a cultura popular representa um espaço de possibilidades em que os indivíduos podem experimentar novas identidades e formas de interação com o mundo, além de questionar e subverter as normas e valores preponderantes.

A globalização e o ambiente midiático desempenham um papel significativo na difusão da cultura popular em uma escala internacional, o que resulta em interações culturais complexas e apropriações culturais variadas. Adicionalmente, pesquisadores investigam como o consumo desses produtos culturais influencia a forma como os indivíduos se relacionam com a cultura em geral e com a sociedade em sua totalidade.

Elas se encaixam no processo da indústria cultural perfeitamente, se alimentando mutuamente. Hoje em dia não se pode separar a imagem da estrela pop do consumo, assim como não se pode desassociar a cultura da celebridade com a cultura da mercadoria (Rojek, 2008, p. 17).

Nesse contexto, as celebridades desempenham papéis multifacetados e influentes na sociedade contemporânea. Suas contribuições abrangem desde o entretenimento até a política, passando pela economia e cultura. Por essa razão, no

próximo subcapítulo, aprofunda-se o conhecimento sobre celebridades. Essas personalidades frequentemente desempenham o papel de ícones culturais, exercendo influência na formação de tendências e na orientação do gosto público, especialmente por meio da eficaz utilização de suas plataformas de mídia social, o que reflete a dinâmica da atual lógica social na qual estamos imersos. Além disso, exercem papéis cruciais na indústria do entretenimento, incluindo cinema, música, esportes e moda, proporcionando diversão e entretenimento às massas (Rojek, 2001).

A abordagem de Rojek (2001) sobre a cultura de celebridades oferece uma compreensão detalhada de como a fama e a adoração de figuras públicas estão entrelaçadas com a exposição intensa e o escrutínio público. A cultura de celebridades é uma parte intrínseca da nossa sociedade contemporânea, afetando como vemos e interagimos com indivíduos notáveis em diversos campos, como entretenimento, esportes, política e mídia. Uma das principais ênfases de Rojek (2001) é a construção da celebridade. Ele destaca como as celebridades não surgem organicamente, mas são cuidadosamente construídas e mantidas por meio de estratégias de marketing, relações públicas e exposição midiática.

Essas personalidades frequentemente trabalham em conjunto com agentes e equipes de gestão para manter ou ampliar sua fama. A mídia desempenha um papel crítico nesse processo, já que a cobertura midiática extensa é essencial para a construção da celebridade. No entanto, a mesma mídia que celebra as figuras públicas também as submete a uma exposição intensa (Machado, 2021).

A vida pessoal e privada das celebridades muitas vezes se torna objeto de interesse público, Rojek (2001) explora como esse escrutínio afeta a cultura de celebridades e as próprias celebridades, além de destacar a importância da identificação do público com as celebridades. As pessoas frequentemente se inspiram, modelam ou idolatram essas figuras públicas, buscando uma conexão com suas vidas, estilos e valores.

Entende-se que consumo de produtos e conteúdo relacionados a celebridades desempenha um papel significativo na economia cultural, incluindo a venda de revistas, produtos de merchandising e a audiência de programas de entretenimento. Com o surgimento das redes sociais e da mídia digital, a cultura de

celebridades evoluiu. As redes sociais permitiram que as celebridades interajam diretamente com seus fãs, eliminando em parte a necessidade de intermediários na construção da imagem. Isso também gerou novas dinâmicas na relação entre celebridades e público, com uma influência significativa na forma como as celebridades são percebidas e consumidas.

## 2.1 CELEBRIDADES

De acordo com Simões e Veiga França (2019), embora o surgimento de múltiplas celebridades seja uma marca de nosso tempo, a existência de pessoas célebres e cultuadas existe desde o início da história da humanidade. Diferentes estudiosos buscaram discutir a construção histórica da fama. Nesse sentido, busca-se compreender por que as celebridades ganham tanta proeminência e o que essa proeminência diz sobre a sociedade contemporânea.

A partir deste entendimento, Simões e Veiga França (2019) entendem que a cultura das celebridades é um fenômeno complexo e multifacetado, que envolve uma série de práticas, discursos e representações que se entrelaçam e se influenciam mutuamente. Ela pode ser vista como um reflexo e uma expressão das contradições e embates de valores na sociedade contemporânea, bem como uma forma de resistência e subversão que desafia as normas e valores dominantes.

Em consonância com o que foi previamente argumentado, Ortiz (2016) entende que as celebridades são um fenômeno social importante que merece ser estudado pelas ciências sociais. O autor acredita que as celebridades são um reflexo da cultura de massa e que sua popularidade é influenciada por fatores como a tecnologia, a mídia e as mudanças sociais, além de discutir a influência das celebridades na construção da identidade individual e coletiva (Ortiz, 2016).

Seguindo a mesma perspectiva, argumenta-se que as celebridades podem servir como modelos de comportamento e estilo de vida, e que muitas pessoas se identificam com elas e buscam imitá-las. Ortiz (2016) também critica a ideia de que a busca pela fama é motivada por um apetite insaciável pela celebridade, pois, segundo a sua compreensão, sustenta que essa visão pressupõe uma natureza

humana nunca explicitada e desconhece toda uma história do indivíduo e do individualismo. Em vez disso, ele defende a importância de se compreender as celebridades dentro do contexto social no qual se inserem, levando em conta fatores como a cultura, a economia e a política (Ortiz, 2016).

É essencial compreender a riqueza de detalhes e a diversidade intrínseca desses fenômenos, ao mesmo tempo em que nos dedicamos a investigar empiricamente as implicações que eles têm em termos de beleza, influência política e impacto social. Em outras palavras, é importante desdobrar esses complexos eventos em seus elementos constituintes para uma análise mais aprofundada de como eles afetam as esferas estética, política e social (Simões; Veiga França, 2020). Na definição genérica do dicionário de Oxford, caracteriza-se por celebridade: *1. qualidade do que é célebre; 2. solenidade que caracteriza uma cerimônia pública; celebração.*

Ainda em concordância com Simões e Veiga França (2020), celebridade é uma pessoa que alcança reconhecimento generalizado, sendo admirada e reverenciada por suas qualidades e realizações, torna-se um ícone que transcende o comum. Esse reconhecimento, embora possa ser resultado de notoriedade em diversas áreas, incluindo conquistas profissionais, habilidades artísticas ou outros feitos excepcionais, eleva essa figura a um patamar onde sua presença se destaca e é valorizada por uma audiência ampla e diversificada. Em resumo, alguém que se torna uma figura icônica é alguém cuja grandeza e impacto são tão notáveis que ultrapassam barreiras e são apreciados em um contexto mais abrangente (Simões; Veiga França, 2020).

É imprescindível discutir nesta pesquisa uma reflexão profunda sobre a complexa relação entre a aclamação do público e a intrínseca necessidade de reconhecimento, uma característica profundamente enraizada na natureza humana. Para ilustrar e iluminar essa conexão, Rojek (2008) e Coelho (1999) oferecem valiosas perspectivas. Rojek (2008) postula que a aclamação pública envolve uma

gratificação emocional que surge quando somos reconhecidos como objetos de desejo e aprovação.

Esse prazer sensorial de ser alvo de admiração é uma das forças motrizes por trás da busca pela fama e aclamação. Em contrapartida, Coelho (1999) explora o conceito de singularização. Ela sugere que a exposição pública da imagem de si mesma pode levar à percepção de singularidade, fazendo com que o indivíduo se destaque em meio à multidão. É um desejo intrínseco de ser notado, de se destacar da norma (Azevedo; Maia; Pereira, 2015), além do alento profundo de contar com a conquista de variados privilégios sociais.

A fama, assim, parece executar uma dupla operação. Em um primeiro momento, retira o indivíduo da sua condição anônima, singularizando-o em meio à massa de indivíduos iguais. Essa possibilidade de distinguir-se, contudo, não se esgota em si mesma, permitindo, se bem utilizada, a obtenção de privilégios que, numa sociedade marcada por uma ideologia relacional e hierarquizante como a brasileira, conforme assinalou DaMatta (1979), são reservados às pessoas (Coelho, 1999, p. 101 *apud* Pereira, Maia, Azevedo, 2015, p. 6).

A celebridade contemporânea é caracterizada pela sua presença em diferentes mídias, pela sua diversidade de origem e inserção, pela sua proliferação em grande número e pela sua duração passageira, ou seja, muitas celebridades têm um caráter descartável (Veiga França, 2014). Em compensação, para Lilti (2018), pesquisador francês de abordagens sócio-culturais, torna-se necessário o entendimento da celebridade como uma mercadoria produzida para capitalizar. *A celebridade, assim como a publicidade, é um sonho que serve apenas para uma coisa: vender* (Lilti, 2018, p. 13).

No ponto de vista de Veiga França (2014) a definição de celebridade é bastante ampla e pode ser relacionada a diferentes condições, como ocupação de posição de prestígio, proximidade com essa posição, possuir atributos ou primar por um desempenho exemplar em alguma atividade, ou estar inserido em um acontecimento significativo.

Além disso, Veiga França (2014) destaca que as celebridades são importantes como ponto de ancoragem na vida cotidiana e ajudam a reconstruir vínculos em uma sociedade fragmentada. A definição de celebridade para a autora é

bastante abrangente e relacionada a diferentes fatores que contribuem para a construção da imagem pública de uma pessoa.

Em contrapartida, do ponto de vista da abordagem teórica de Lilti (2018), sugere-se que existe um culto às estrelas que substitui as vigências religiosas e crenças mitológicas. Em outras palavras, o autor denomina esse fenômeno como idolatria moderna. Existe certa dificuldade em encontrar conteúdos científicos relacionados ao entendimento de figuras célebres na sociedade; no entanto, um dos primeiros artigos de pesquisa a mencionar esse contexto remonta ao ano de 1957.

Heroicizadas, divinizadas, as estrelas são mais do que objeto de admiração. São também objetos de culto. Um embrião da religião constitui-se ao redor delas. (Morin, 1957 apud Lilti, 2018, p. 11).

Conforme sustentam as contribuições de Veiga França (2014) e Simões e Veiga França (2019), a cultura das celebridades pode ser interpretada como um reflexo e uma manifestação das contradições e dos conflitos de valores presentes na sociedade. Ademais, ela se configura como um meio de resistência e subversão que desafia as normas e os valores dominantes. Nesse sentido, as autoras argumentam que a cultura das celebridades desempenha um papel complexo na dinâmica cultural, contribuindo para a negociação de ideias e a exposição de tensões latentes na sociedade.

As autoras Simões e Veiga França (2014) também realçam a importância de uma abordagem empírica para avaliar as implicações estéticas, políticas e sociais da cultura das celebridades. Essa ênfase na investigação empírica visa aprofundar a compreensão das dinâmicas subjacentes à cultura das celebridades e seu impacto nas esferas estética, política e social.

Essas considerações demonstram que a aclamação pública e o desejo de reconhecimento estão entrelaçados em nossa psicologia. A atração exercida pela fama reside não apenas na busca por elogios, mas também na sensação de singularização e na promessa de privilégios que ela pode trazer. Essas dinâmicas complexas e profundas ressoam com o anseio humano por conexão, validação e reconhecimento (Hall, 2020).

É necessário mencionar a influência exercida pelas celebridades na cultura popular, destacando a relevância de uma compreensão abrangente e multifacetada

desses fenômenos (Rojek, 2008). De acordo com Torres (2012), *Rojek (2008) diferencia em seus estudos as celebridades (com “uma carreira mais longa junto ao público”) de celetóides (“qualquer forma de celebridade atribuída, comprimida, concentrada”) e de celeatores (“personagem fictício que [...] se torna institucionalizado da cultura popular”)*. Tal abordagem reconhece que as celebridades não são um fenômeno homogêneo, mas sim um campo diversificado que engloba uma ampla gama de figuras públicas, cada uma com suas próprias características e influências distintas.

Em síntese, a cultura das celebridades desempenha um papel multifuncional, que vai além da mera adoração de ícones. É uma relação complexa e multifacetada. É pertinente ressaltar que as figuras de renome na contemporaneidade se configuram como mercadorias consumíveis (Lilti, 2018). Consequentemente, delineia-se uma concepção em torno dessas personalidades com base naquilo que a indústria cultural vigente considera essencial apresentar à sociedade em um ambiente de produção cultural que gera atração para os meios de comunicação e plataformas de mídia social, culminando, por fim, no consumo, que está intrinsecamente vinculado à uma lógica capitalista (Torres, 2012).

Para contextualizar, o capitalismo, em sua formulação geral, constitui-se como um sistema socioeconômico que se notabiliza pela predominância da propriedade privada dos meios de produção, pela busca do lucro como elemento motor da atividade econômica e pela distribuição de recursos realizada por intermédio de mercados caracterizados pela competitividade.

Dessa forma, a reputação não apenas afeta a aceitação do público, mas também pode influenciar oportunidades de negócios, contratos publicitários e parcerias, fundamentando a importância estratégica da gestão de imagem na indústria do entretenimento. Assim, a cultura das celebridades torna-se um fenômeno multifuncional, refletindo as interações complexas entre valores culturais, interesses comerciais e a percepção pública (Torres, 2012).



### 3 REPUTAÇÃO NO UNIVERSO ARTÍSTICO

O debate acerca do papel da equipe de gestão de crise e imagem de uma celebridade, as estratégias adotadas para solucionar e a avaliação de sua eficácia serão abordados neste terceiro capítulo de desenvolvimento desta pesquisa, a fim de contextualizar as principais pautas da carreira de uma personalidade.

No universo das celebridades, a relação intrincada entre identidade, imagem e reputação desempenha um papel central, moldando a percepção pública e, por conseguinte, influenciando a carreira e o impacto dessas figuras na sociedade. A identidade de uma celebridade constitui a essência de quem são, seus valores, crenças e personalidade. No entanto, essa marca pessoal é moldada e apresentada ao público por meio da construção de uma imagem cuidadosamente elaborada.

A imagem, por sua vez, representa a representação visual e conceitual que uma celebridade projeta, muitas vezes influenciada por estratégias de *marketing*, estilo de vida, e decisões de gestão de carreira. A reputação, no contexto das celebridades, é influenciada pela forma como a identidade e a imagem são gerenciadas e comunicadas. Uma reputação positiva pode ser construída através de conexão emocional com os fãs, no entanto, também está suscetível a desafios, como escândalos, controvérsias ou falhas na gestão da imagem.

#### 3.1 IDENTIDADE, IMAGEM E REPUTAÇÃO

No âmbito artístico, a relação entre identidade, imagem e reputação assume uma relevância substancial. A identidade do artista transcende a mera designação nominal, pois se constitui como uma fusão intrincada das experiências pessoais, influências, crenças e visões, as quais se manifestam de maneira intrínseca em sua produção criativa (Hall, 2004). Além de constituir as estratégias que irão guiar a comunicação da figura pública enquanto agente da indústria cultural (Moraes, 2005).

O entretenimento tem um papel fundamental na reafirmação da predominância imagética típica das novas formas culturais. É ele que vai tomar conta da reprodução dos valores e dos hábitos dominantes; que vai se impor como a grande referência de produção cultural e de memória coletiva. Penetra cada vez mais a fundo nosso cotidiano e molda nossas rotinas a fim de se estabelecer como necessidade básica (Moraes, 2005, p. 16).

Em contrapartida, a imagem do artista representa uma representação consciente e, frequentemente, estratégica de sua identidade no universo artístico. Essa projeção é delineada por meio de decisões estilísticas, técnicas e até mesmo pela participação em eventos sociais e plataformas virtuais. A reputação do artista, por sua vez, configura-se como a percepção que tanto o público quanto a comunidade artística nutrem em relação à obra do artista e à sua integridade profissional. Essa reputação se desenvolve ao longo do tempo, à medida que o artista submete sua obra ao escrutínio do mundo e estabelece uma relação de confiança com seu público. (Rojek, 2001).

A figura da celebridade se firmou na indústria cultural como seu produto mais promissor e duradouro. Ela alimenta o mercado do entretenimento e tornou-se uma de suas principais fontes de lucro, em grande parte devido a uma demanda especial de um público ávido por referências culturais, identidades e estilos (Moraes, 2005, p. 8).

A sociedade contemporânea vivencia um fenômeno notável no que diz respeito à noção de figura célebre e ao seu papel na formação das preferências e modos de vida das massas. É inegável que, ao longo do tempo, a definição de celebridade sofreu uma metamorfose que a distanciou consideravelmente de concepções tradicionais de mérito e talento. Em contrapartida, uma celebridade moderna é frequentemente identificada por sua capacidade de sedução, em vez de ser apreciada por sua habilidade inata ou realizações substanciais (Moraes, 2005).

A ascensão destes indivíduos como referência de estilo, preferências e *lifestyle*<sup>1</sup> pode ser vinculada ao poder da mídia e ao alcance das redes sociais, diante da vivência cotidiana onde o culto à imagem é predominante e a atenção pública é dirigida para aqueles que são capazes de criar uma persona cativante. No entanto, isso levanta questionamentos sobre o valor da autenticidade em nossa cultura contemporânea, uma vez que a narrativa da vida das celebridades muitas vezes é moldada e construída de acordo com a lógica do mercado (Moraes, 2005).

Entende-se que no domínio artístico, a coerência entre a identidade, a imagem e a reputação revela-se de suma importância, uma vez que contribui para a autenticidade do artista e a valorização de sua produção criativa. Com frequência, os artistas se vêem confrontados pela necessidade de manter uma imagem pública que

<sup>1</sup> Lifestyle (Estilo de Vida)

se compatibilize com sua identidade criativa, ao passo que enfrentam a pressão para satisfazer as demandas do mercado e as expectativas do público (Hall, 1992).

A construção da reputação artística constitui um processo contínuo suscetível a influências externas, como críticas, elogios, eventos e polêmicas. Além disso, a habilidade de um artista em equilibrar esses elementos pode desempenhar um papel crucial em seu êxito profissional e na forma como sua obra é percebida no âmbito da arte (Rojek, 2001).

Nesse sentido, no processo de identificação do consumidor com a celebridade, surge um contexto que Rojek (2008) chamou de parassocial, pois, nesta dinâmica de relação entre o artista e o fã, não há contato direto entre eles, apenas relações íntimas construídas pela lógica de uma percepção midiática (Rojek, 2008).

Em consentimento com esse pensamento, fãs muitas vezes têm uma forte ligação afetiva com seus ídolos, o que pode levá-los a se deslocar grandes distâncias para vê-los, fazer filas para comprar ingressos de shows e colecionar fotos e informações sobre eles. Essa relação emocional entre fãs e celebridades é vista como um indicador da força e do grau de celebração dos famosos (Simões e Veiga França, 2020).

A distinção fundamental entre uma gestão de reputação eficaz reside nas estratégias formuladas por cada equipe de comunicação para manter a relevância na era digital e, conseqüentemente, perpetuar sua influência por gerações. O sucesso de certos casos é compreendido como Marca-Ícone, e as personalidades que compõem esses casos são identificadas como ícones culturais, conforme conceituado por Holt (2005).

### 3.2 REPUTAÇÃO NO UNIVERSO DAS CELEBRIDADES

Antes de abordarmos o conceito de reputação no âmbito das celebridades, é essencial considerar a importância que os Estados Unidos desempenham na dinâmica do culto a figuras célebres. Os Estados Unidos, como uma potência capitalista global, utilizam os meios de comunicação para beneficiar diversos setores da sociedade e da economia (Duarte, 2019). O país é notório por sua firme

convicção na capacidade dos meios de comunicação de exercer uma influência positiva sobre o público e de servir como uma ferramenta para diversos fins.

Nenhum país acredita e aposta tanto quanto os Estados Unidos na utilização dos meios de comunicação em benefício do público, de suas instituições políticas, sociais, educacionais, filantrópicas, comunitárias, de suas indústrias e de seus negócios. Nenhum país confia tanto em suas assessorias de imprensa e delas obtém tanto retorno (Duarte, 2019, p. 35).

Isso significa que os EUA valorizam o poder da comunicação como um meio para alcançar uma série de objetivos, incluindo a disseminação de informações, a promoção de causas sociais, o envolvimento do público, a promoção de produtos e serviços, além de auxiliar em questões políticas e institucionais. Através de suas práticas de assessoria no âmbito comunicacional, o país obtém retornos substanciais, o que indica que as estratégias de comunicação desempenham um papel significativo na consecução desses objetivos (Duarte, 2019).

Essa ênfase na comunicação reflete a importância que os Estados Unidos atribuem à gestão da informação e da imagem, reconhecendo que o sucesso em uma variedade de campos, desde a política até os negócios, está intrinsecamente ligado à forma como as mensagens são transmitidas e percebidas pelo público. É uma ilustração da importância do papel da mídia e da comunicação na sociedade americana e de como essas ferramentas desempenham um papel crucial na promoção dos interesses públicos e privados (Duarte, 2019).

Nesse cenário inicial, torna-se imperativo compreender que os Estados Unidos, para além de serem um país que emprega eficientemente estratégias de gestão da comunicação e valorização da imagem, destacam-se como uma nação que investe substancialmente nesses propósitos. Esse investimento encontra seu exemplo mais concreto na indústria cultural de Hollywood e na indústria musical do país. É relevante observar que as mais prestigiosas premiações e os artistas de maior renome em escala global emanam desses setores da cultura norte-americana.

As realizações heroicas das estrelas – famosas, belas e divinas – promovem mecanismos de projeção com as audiências através da publicação de narrativas em que os episódios vividos seriam inalcançáveis pelas pessoas comuns. Já os fatos pessoais, também divulgados na mídia, criam processos de identificação; as estrelas são como qualquer mortal, enfrentando situações e dilemas comezinhos, normalmente relacionados às atribuições privadas e burguesas. A “dupla natureza” das estrelas, os semideuses do século XX, é marcada pela articulação de projeção e

identificação. Assim, para que um ator ou uma atriz se torne estrela de cinema, seria preciso não somente uma boa atuação profissional nos filmes, como também a revelação, de maneira atenta, de sua vida privada (Lana, 2014, p. 176).

Conforme Lana (2014), o autor Richard Dyer, em seus estudos clássicos sobre a fama, observa que as estrelas de cinema e televisão se tornaram figuras de destaque na vida social, em grande parte devido ao interesse do público em suas vidas pessoais. Embora as audiências reconheçam e admirem as habilidades e talentos profissionais de suas estrelas favoritas, muitas vezes concentram sua atenção em aspectos que não têm relação direta com suas competências no campo de atuação, mas sim com detalhes de suas vidas privadas.

Ainda de acordo com a autora, Dyer estabelece uma distinção conceitual entre as estrelas, que contribuem de alguma forma para a sociedade por meio de seu trabalho, e as celebridades, que são fabricadas e promovidas pela mídia e são reconhecidas principalmente por sua exposição pública. No entanto, independente do caminho pelo qual uma figura pública alcança a notoriedade, o interesse persistente do público em suas vidas pessoais é um elemento comum a ambos os grupos (Lana, 2014). Essa transformação na relação entre as estrelas, celebridades e suas audiências têm implicações importantes no entendimento da cultura da fama e da construção da imagem pública.

A reputação se diferencia da imagem por ser construída ao longo do tempo e por não ser simplesmente uma percepção em um determinado período. Diferencia-se da identidade porque é um produto tanto de públicos internos quanto externos, enquanto a identidade é construída por elementos internos (Argenti, 2006, p. 97).

Rojek (2001) convida a refletir sobre a natureza das celebridades, destacando que elas são, em essência, produtos cuidadosamente construídos e moldados pela cultura e pela mídia. Embora a conexão entre as celebridades e o público possa parecer espontânea, na realidade, essa relação é resultado de uma série de ações e estratégias que compõem o que o autor chama de uma *cadeia de atração*.

O ponto central é que o status de celebridade não é inato, mas sim um espaço que é preenchido e construído pela indústria cultural, indicando que a fama e a notoriedade são produtos do contexto em que estão inseridas, mais do que características intrínsecas das personalidades envolvidas (Rojek, 2001).

Esse entendimento que Rojek (2001) propõe leva a questionar a complexa interação entre as figuras públicas, a cultura de celebridade e a audiência, ressaltando a influência da mídia e da cultura popular na criação e manutenção das celebridades. É uma análise que convida a enxergar as celebridades não como meros indivíduos excepcionais, mas como construções sociais que desempenham papéis significativos na sociedade contemporânea.

Rojek (2001) defende que, por trás de cada celebridade, há uma estrutura de apoio, uma indústria que trabalha ativamente para criar e manter essa imagem, desafiando a visão simplista de que a celebridade é apenas o resultado do carisma pessoal ou do talento individual.

Diante deste posicionamento, é igualmente necessário destacar a relevância do jornalismo na administração dessa complexa dinâmica social. Conforme observado por Lana (2014), sem as operações do jornalismo, que abrangem a apuração, a coleta de informações e a construção de narrativas, a própria existência da celebridade não se concretizaria. Isso ocorre porque, segundo a autora, tornar-se uma celebridade demanda mais do que o mero cumprimento de obrigações relacionadas à atuação profissional.

O papel público e o talento em um campo profissional não são suficientes para a celebridade, que se constitui discursivamente, entre os diferentes textos da mídia, através, sobretudo, da exaltação de sua vida privada. O lucrativo jornalismo de celebridades produz conteúdos rentáveis a partir de acontecimentos íntimos e privados das trajetórias de pessoas famosas. O conteúdo mais relevante das pessoas famosas, sua vida privada, é narrado pelo jornalismo (Lana, 2014, p. 178).

Em uma lógica orientada pelo capital e altamente dependente de métricas de visualizações para perpetuar sua influência em uma era digital, o campo do jornalismo se depara com a necessidade iminente de adaptação a um contexto no qual suas fronteiras não podem ser estritamente delimitadas (Lana, 2014). Anteriormente, a prerrogativa de determinar o que seria divulgado e debatido nos meios de comunicação e na esfera pública estava, em grande medida, nas mãos dos jornalistas (Duarte, 2018). No entanto, nos dias atuais, as plataformas de mídias sociais não apenas direcionam os padrões de consumo de informação, mas também desempenham um papel central na determinação de sua relevância na sociedade (Lana, 2014).

[...] O jornalismo é, ao mesmo tempo, regulado e regulador. É regulado porque está submetido a procedimentos que o instituem como uma prática discursiva, e é regulador porque se atribui o direito de dizer 'a verdade' sobre o mundo, sobre quem está habilitado a enunciar e, principalmente, sobre o que importa saber no mundo (Benetti; Storch; Finatto, 2011, p. 67).

Além disso, torna-se importante contextualizar que a visão do que é mídia hoje em dia não se limita apenas aos veículos jornalísticos tradicionais. Pelo contrário, em um Era Digital, cada vez mais quem dita o que será debatido é o próprio público, e o profissional jornalista se vê sujeito a entender e atender. Em paralelo a isso, é incontestável o crescimento de influenciadores digitais, que são compreendidos como formadores de opinião e capazes de difundir informações (Duarte, 2018).

Alguns desses influenciadores são jornalistas que mantêm blogs, canais no Youtube e/ou suas mídias sociais próprias (em especial Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat). Muitos, no entanto, são pessoas de diferentes formações, até mesmo adolescentes, que se tornaram referência em determinado assunto com alta penetração em um público específico, nada tendo a ver diretamente com o jornalismo tradicional (Duarte, 2018, p. 218).

Portanto, entende-se a importância da consistência na comunicação de uma organização e a sua relação com os meios de comunicação (mídia) e influenciadores digitais. A ideia central é que cada passo, etapa e mensagem na comunicação de uma organização deve contribuir para reforçar e consolidar sua identidade de modo que seja compreendida de forma uniforme por todos os públicos, conforme reforça Duarte (2018).

Isso é particularmente relevante no contexto do relacionamento com a mídia, porque tanto imprensa quanto influenciadores digitais desempenham papéis fundamentais na estratégia de comunicação de qualquer organização, ou seja, embora o relacionamento com a mídia não seja a atividade principal de uma organização (atividade-fim), ele é crucial para mobilizar a opinião pública de forma abrangente, atingindo diversos segmentos geográficos e sociais, além de diferentes gerações (Duarte, 2018).

Quando a comunicação com a mídia é bem executada, ela tem o poder de validar e ratificar as mensagens que a organização deseja transmitir aos seus diversos públicos (Duarte, 2018). A coerência na comunicação e o estabelecimento de uma identidade organizacional sólida são fundamentais para garantir que a organização seja compreendida de maneira consistente e positiva por todos os públicos, graças ao papel



central desempenhado pela mídia e influenciadores digitais na amplificação e validação dessas mensagens.

### 3.3 PAPEL DA MÍDIA EM DIFERENTES ÉPOCAS – DO RÁDIO ÀS MÍDIAS SOCIAIS

Autor do termo *Convergência dos Meios de Comunicação*, Jenkins (2009) refere-se ao conceito de *convergência* nas mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no contexto das mídias contemporâneas. Essa designação representa a transformação das formas de circulação de informações e conteúdo midiático na nossa cultura. Segundo Jenkins (2009), essa convergência implica na movimentação de conteúdos por meio de diversas plataformas de mídia, muitas vezes envolvendo a colaboração e integração de diferentes indústrias midiáticas. Essa integração é vista como um processo fluido e estratégico.

De acordo com Jenkins (2009), a convergência é impulsionada pela interseção dos meios de comunicação, uma cultura participativa em que o público desempenha um papel ativo na criação e disseminação de conteúdo, e a inteligência coletiva que surge a partir da colaboração e compartilhamento de conhecimento.

Esse conceito reflete as mudanças significativas na forma como a informação é produzida, compartilhada e consumida na era digital, onde as barreiras tradicionais entre diferentes mídias e indústrias estão se tornando cada vez mais permeáveis. A convergência é um fenômeno fundamental na compreensão das dinâmicas contemporâneas das mídias e da cultura (Jenkins, 2009).

Em um retrospecto da análise de Jenkins (2009), entende-se que o autor observa como o papel da mídia tem evoluído ao longo das décadas de maneira significativa. Em suas análises, o autor destaca a transformação da mídia e a participação ativa do público. A seguir, estão algumas observações a respeito da interpretação sobre o papel da mídia em diferentes décadas com base na obra e estudo de Jenkins (2009):

#### 3.3.1 Anos 1950 e 1960

De acordo com Jenkins (2009), essa foi a era da televisão dominante, em que a mídia era principalmente de transmissão unidirecional. As redes de televisão

tinham um controle substancial sobre o conteúdo e a audiência, com pouco espaço para participação ativa e a mídia servia como um veículo de entretenimento e informação, com a interação limitada.

### **3.3.2 Anos 1970 e 1980**

Com o advento do videocassete e do videoclipe, houve um aumento na capacidade de consumo sob demanda. Isso permitiu que as pessoas gravassem e assistissem a programas e filmes quando quisessem, dando início a uma cultura de consumo mais ativa. Jenkins (2009) observa que nesse período, os fãs, hoje conhecidos como fandom, começaram a se envolver de maneira mais ativa na criação e compartilhamento de conteúdo relacionado à mídia.

### **3.3.3 Anos 1990 e 2000**

A proliferação da internet e o surgimento das redes sociais transformaram radicalmente o papel da mídia. Jenkins (2009) argumenta que essa década foi marcada pela convergência da mídia, onde diferentes formas de conteúdo se combinaram em plataformas digitais. A participação do público aumentou significativamente, com a criação de comunidades online, fan fiction, blogs, e uma cultura de remix e reinterpretação de conteúdo midiático.

Nos anos mais recentes, a mídia continuou a evoluir, conforme observado. A proliferação de dispositivos móveis e aplicativos de mídia social deu ao público um acesso ainda maior ao conteúdo e a oportunidade de criar seu próprio conteúdo de maneira mais ampla. Além disso, é importante a percepção de que hoje em dia a participação do público é fundamental na produção, compartilhamento e discussão de conteúdo midiático (Jenkins, 2009).

Portanto, Jenkins (2009) destaca a transformação da mídia e a mudança do papel passivo do público para uma participação mais ativa ao longo das décadas. A mídia contemporânea é caracterizada pela convergência, participação ativa e comunicação bidirecional entre produtores de conteúdo e o público.

A influência que a mídia, como o cinema e a televisão, exerce sobre a formação de atitudes e comportamentos dos norte-americanos, em comparação com o papel das instituições de ensino, destaca Argenti (2006). O autor sugere que, para

muitos cidadãos dos Estados Unidos, o que é retratado em histórias fictícias ou baseadas em fatos na mídia audiovisual tem um impacto mais significativo em sua visão de mundo do que o que é aprendido na escola ou na educação formal.

Argenti (2006) também chama atenção para o fato de que os norte-americanos dedicam mais tempo assistindo à televisão do que frequentando a sala de aula, destacando a importância e o alcance da mídia na sociedade contemporânea. Este ponto de vista dialoga com Jenkins (2009), pois ambos entendem e destacam como a mídia desempenha um papel fundamental na formação de opiniões e valores culturais, influenciando as pessoas de maneiras que vão além das instituições educacionais.

[...] A subfunção que agora chamamos de *relações com a mídia* é ponto central no esforço de comunicação empresarial. A maior parte da equipe de comunicação da média empresa reside, em geral, nessa subfunção, e a pessoa encarregada do departamento de comunicações deve ser capaz de lidar com a mídia como porta-voz da empresa (Argenti, 2006, p. 63).

Cabe aos profissionais de comunicação reconhecer que os consumidores estão mais informados e são capazes de analisar com um olhar crítico as mensagens publicitárias e os anúncios que lhes são direcionados (Argenti, 2006). Nesse contexto, os consumidores estão mais cientes dos produtos e marcas disponíveis no mercado e têm maior acesso a informações que lhes permitem tomar decisões de compra mais fundamentadas.

As equipes de comunicação precisam garantir que as mensagens promocionais que estão transmitindo sejam precisas, relevantes e autênticas. Elas devem assegurar que estão se comunicando de maneira eficaz com os consumidores, transmitindo mensagens que correspondam às necessidades, desejos e valores do público-alvo (Argenti, 2006).

### 3.4 O QUE PODE AMEAÇAR A REPUTAÇÃO

A importância da reputação no universo das celebridades nunca foi tão evidente como na era digital em que vivemos. No cenário atual, a construção e manutenção da reputação de uma personalidade se tornaram fatores críticos que transcendem o brilho momentâneo da fama. Mais do que nunca, celebridades estão cientes de que suas ações e palavras são escrutinadas em tempo real por um

público ávido por detalhes, e que a imagem que projetam tem impactos significativos em suas carreiras e influência (Forni, 2019). A reputação é um ativo intangível de valor inestimável no mundo das celebridades. Ela pode ser a diferença entre o sucesso duradouro e o desaparecimento do radar público (Rojek, 2001).

Hoje, as redes sociais e os meios digitais proporcionam um palco global para que as personalidades construam e defendam suas imagens, mas também para que erros e deslizes sejam amplificados. Cada postagem, tweet ou declaração pode elevar ou prejudicar a reputação de uma celebridade em questão de segundos (Forni, 2019).

A era digital também trouxe uma dimensão de imediatez à reputação das celebridades. Escândalos e polêmicas se propagam rapidamente, e a gestão da crise tornou-se uma habilidade crucial (Forni, 2019). As celebridades bem-sucedidas compreendem que devem adotar uma abordagem estratégica para manter uma reputação positiva. Isso envolve não apenas evitar controvérsias desnecessárias, mas também envolver-se em causas sociais relevantes, demonstrar autenticidade e transparência, e interagir de forma significativa com os fãs e seguidores (Duarte, 2018).

No contexto de um mundo digital, a reputação é uma moeda que pode abrir portas para colaborações, patrocínios e oportunidades comerciais. As marcas buscam associar seus produtos e serviços a personalidades de alta reputação, e isso pode se traduzir em contratos lucrativos. No entanto, uma reputação manchada pode levar à perda dessas oportunidades e ao declínio da carreira de uma marca/empresa/celebridade (Forni, 2009).

Em suma, na era digital, a reputação é o ativo mais valioso que uma celebridade pode possuir. Ela influencia não apenas o sucesso profissional, mas também a capacidade de impactar positivamente a sociedade. Como resultado, a gestão cuidadosa da reputação é uma parte essencial da vida das celebridades, uma tarefa complexa que exige autenticidade, sensibilidade e uma compreensão profunda da dinâmica da era digital (Simões; Veiga França, 2020).

Compete à área de comunicação fazer esse equilíbrio entre exposição excessiva e low profile. Autoridades e celebridades, constantemente sob os holofotes, são sempre alvos preferenciais dos olhos vigilantes da mídia. Se por um lado pode ser bom para o ego e para a carreira, há sempre o eterno

risco de uma terrível escorregada que já queimou muitas biografias (Forni, 2019, p. 40).

Quando se trata da construção da reputação, é imperativo compreender que exige um elevado grau de competência da equipe de profissionais de comunicação. É crucial enfatizar que são os especialistas nesta área que irão fornecer as orientações essenciais para lidar com situações de crise e para a definição de estratégias de posicionamento de marca (Duarte, 2018; Van Riel, 2014).

Argenti (2006) entende que, embora a descentralização das áreas comunicacionais deliberam mais flexibilidade em para lidar com questões econômicas, ainda sim, essas vantagens podem ser muito arriscadas, pois separar a comunicação empresarial em divisões individuais, sem qualquer tipo de supervisão operacional central, aumenta muito o risco de existir mensagens inconsistentes e/ou polêmicas no meio da trajetória.

As empresas e marcas - também as celebridades - devem priorizar a adoção de discursos sustentáveis que se alinhem com todas as vertentes da comunicação. Em termos mais específicos, a criação de narrativas fictícias raramente é viável, pois isso dificulta o estabelecimento de uma consistência a longo prazo (Duarte, 2018).

Portanto, a equipe de comunicação deve se concentrar na coesão do discurso divulgado pelo cliente, garantindo que seja sustentável e capaz de atender às expectativas de todas as partes envolvidas, a fim de evitar surpresas indesejadas, afinal, *a construção da identidade é a única parte da reputação da empresa que pode ser completamente controlada pela gerência*, o que significa que se a abordagem for boa é mérito da equipe (Argenti, 2006).

A história mais sedutora, tanto na literatura quanto nas grandes empresas, geralmente envolve uma parte mais fraca – um herói que as plateias possam admirar e pelo qual possam torcer. Enfrentar as dificuldades pode instigar um senso de nobreza nas ações do herói – ou do empreendedor –, que espera agir de maneira diferente (Argenti, 2006, p. 84-85).

Argenti (2006) também destaca a importância das percepções e da credibilidade nas relações entre as organizações e seus públicos. Destaca-se que as percepções dos espectadores sobre uma organização são moldadas por diversos fatores, como a imagem da indústria em que ela atua, o que as pessoas ouviram ou leram previamente sobre a organização, as experiências de outros que já

interagir com a empresa e os símbolos visuais associados a ela. Isso sugere que a reputação de uma organização é construída não apenas por meio de suas ações diretas, mas também por meio da interpretação que o público faz de várias fontes de informação (Forni, 2019).

Ressalta-se que a credibilidade, conquistada por meio de um comportamento consistente e de alta qualidade ao longo do tempo, tem um impacto mais profundo na construção da imagem da organização nas mentes de seu público do que campanhas de anúncios corporativos de curto prazo. Neste contexto, a reputação de uma organização é mais influenciada por sua conduta e desempenho contínuos do que por esforços de comunicação temporários (Duarte, 2018).

A gestão de imagem eficaz, orquestrada pela equipe de comunicação, desempenha um papel crucial na antecipação e na minimização de potenciais impactos negativos, garantindo a resiliência da figura pública diante de adversidades. Essa abordagem estratégica, integrando credibilidade pessoal, ação proativa da equipe e uma gestão de imagem eficiente, torna-se um elemento essencial para manter uma imagem positiva e consolidada no cenário do entretenimento, de forma que desafios imprevistos não sejam tão difíceis de contornar (Duarte, 2018; Forni, 2019).

## 4 RISCOS E CRISES

Os riscos e crises são inerentes a qualquer empreendimento, constituindo uma possibilidade latente que pode se manifestar em diversos momentos no contexto dos negócios. Contrariamente à ideia de surpresa, as crises geralmente têm seus precursores nos riscos previamente identificados. Forni (2019) oferece uma abordagem abrangente para compreender o conceito de crise, destacando que ela pode ser entendida como um arranhão na reputação, uma mancha na imagem de empresas, organizações ou indivíduos. Esse arranhão pode se transformar em um impacto negativo substancial, capaz de reverberar e afetar significativamente a reputação envolvida. Esse entendimento reforça a importância de antecipar, gerenciar e, quando possível, prevenir os riscos que podem desencadear crises, ressaltando a relevância da gestão proativa para a preservação da imagem e reputação (Forni, 2019).

### 4.1 O QUE SÃO RISCOS E CRISES

Para abordar adequadamente os estudos de crise e gestão de crise, é fundamental compreender o conceito de crise em sua essência. A definição apresentada no dicionário Oxford, caracteriza a crise como *um episódio desgastante, complicado; situação de tensão, disputa, conflito*. Nesse sentido, estamos nos referindo ao significado literal do termo.

Contudo, para uma compreensão mais abrangente, Forni (2019) propõe uma definição adicional, descrevendo a crise como uma ameaça à reputação e à imagem de empresas, governos e indivíduos. De acordo com o autor, dependendo do impacto e da dimensão em que a crise se desenrola, os efeitos negativos podem ser tão significativos a ponto de causar danos duradouros à reputação.

Em sua obra, Forni (2019) ressalta que, ao considerar os estudos de Mitroff (2001) no livro *Managing crises before they happen*, destaca-se a ideia de que não é possível definir crise de forma precisa. Isso se deve ao fato de que é igualmente difícil prever com absoluta certeza os detalhes de como uma crise se desenrolará, quando exatamente ocorrerá e qual será a sua causa subjacente.

Portanto, a análise de Forni (2019) desses cenários sustenta a ideia de que, quando uma crise se manifesta, ela indica que a ordem estabelecida em um sistema

está sendo imprevisivelmente desestabilizada. Isso resulta em um cenário permeado por incertezas e possíveis preocupações, tornando imperativa uma intervenção imediata.

Há uma corrente tradicional de teóricos de *crisis management* que ainda defende a tese da surpresa como característica das crises. Não se chegou a um consenso sobre a imprevisibilidade das crises. Durante muito tempo, sustentou-se a surpresa como componente da crise. Daí a dificuldade de criar estratégias para preveni-la e, em consequência, administrá-la (Forni, 2019, p. 20).

Nesse cenário, a origem de uma crise frequentemente se revela inesperada, às vezes até surpreendente. Crises podem emergir a partir de vazamentos de informações, denúncias de indivíduos insatisfeitos ou testemunhos suspeitos (Forni, 2019). Portanto, torna-se evidente que a maneira como essas crises se desencadeiam é imprevisível. No entanto, é possível gerenciar a crise por meio da gestão de reputação e, desse modo, recalibrar a trajetória a fim de minimizar os danos potenciais e maximizar os ganhos (Forni, 2019).

Em resumo, a gestão eficaz de crises requer a presença constante de uma equipe de profissionais de comunicação. Essa equipe não apenas atua nos momentos de tensão, mas, sobretudo, desempenha um papel fundamental na construção contínua da imagem da marca (Forni, 2019).

É durante a crise que as organizações são recompensadas pela qualidade do capital de confiabilidade adquirido antes da crise (Forni, 2019, p. 38).

Esse grupo de profissionais desempenha diversas funções com o objetivo de garantir, preservar ou ressaltar o nome de seu cliente. Para Van Riel (2012) existe uma evolução do conceito de Assessoria de Imprensa, que, ao longo do tempo, se tornou uma definição simplificada para um conjunto de atividades mais abrangentes.

Antigamente, a Assessoria de Imprensa estava estritamente ligada à produção de conteúdo noticioso institucional e ao relacionamento com jornalistas. No entanto, com as mudanças no cenário de mídia e comunicação, essa função expandiu-se para englobar a gestão de relacionamentos com diversos atores que lidam com a distribuição de informações, como produtores de conteúdo, influenciadores e outros agentes da mídia (Duarte, 2018).



Isso significa que, atualmente, esse papel vai além de simplesmente lidar com a imprensa e inclui uma série de atividades relacionadas à comunicação e ao cuidado com a imagem da organização em um contexto mais amplo (Van Riel, 2014). Conforme o autor, o termo *assessoria* também enfrentou desafios em sua definição. Em termos simples, refere-se a fornecer suporte e aconselhamento. No modelo original, envolvia a produção de textos, atendimento às solicitações de jornalistas e orientação e proteção da fonte, uma descrição muito aquém das responsabilidades de um profissional atualizado (Van Riel, 2012).

No âmbito deste estudo, Selena Gomez, o objeto de pesquisa, se viu envolvida em alguns momentos polêmicos de crise, os quais foram habilmente gerenciados por sua equipe de comunicação. Esse gerenciamento contribuiu para preservar a reputação previamente estabelecida da artista, conferindo-lhe um voto de credibilidade diante das acusações (Forni, 2019; Van Riel, 2014).

Conforme analisado anteriormente por Forni (2019): *é durante a crise que as organizações são recompensadas pela qualidade do capital de confiabilidade adquirido antes da crise*. É crucial enfatizar que a reputação é um ativo vulnerável, suscetível a oscilações e reviravoltas, exigindo que a equipe de comunicação esteja pronta para enfrentar, direcionar e orientar situações de crise.

As empresas e as pessoas públicas usam a mídia, e agora as redes sociais, para construir um estoque daquilo que o sociólogo Pierre Bourdieu (1989) chamou de “capital simbólico” diante do público, do eleitorado, pelo contínuo gerenciamento da visibilidade e da forma como são apresentadas à sociedade (Forni, 2019, p. 39).

Portanto, entende-se que riscos referem-se a eventos ou circunstâncias potenciais que podem criar desafios, enquanto crises são situações críticas que exigem uma resposta rápida e eficaz para mitigar danos significativos à imagem. A falta de gerenciamento adequado de ambos pode ter impactos negativos substanciais na reputação da pessoa pública (Forni, 2019).

Situações não controladas podem levar a narrativas negativas, disseminação de informações prejudiciais nas mídias sociais e danos à percepção do público sobre a personalidade em questão. A incapacidade de lidar efetivamente com desafios pode resultar em uma perda de confiança por parte dos fãs e do público em

geral, afetando não apenas a imagem, mas também a carreira e as oportunidades profissionais (Forni, 2019).

#### 4.2 COMO OS RISCOS E CRISES NÃO GERENCIADOS PODEM AFETAR A REPUTAÇÃO

No contexto de estudos comunicacionais, a frase as percepções constroem imagens, ou seja, refere-se à ideia de que a forma como uma mensagem ou informação é percebida por um público desempenha um papel fundamental na construção da imagem de um indivíduo, organização, marca ou evento na esfera pública (Forni, 2019). Isso significa que as percepções e interpretações das mensagens comunicadas são essenciais para moldar a imagem e reputação de um sujeito ou entidade.

Essa observação é influenciada por diversos fatores, incluindo a cultura, os valores, as experiências individuais e as próprias mensagens de comunicação (Forni, 2019). Neste contexto, as imagens que o público tem de uma determinada entidade são formadas a partir das percepções que eles têm das informações comunicadas por meio de diversos canais, como mídia, publicidade, redes sociais e interações pessoais (Forni, 2019).

Tal compreensão é fundamental nos estudos comunicacionais, uma vez que destaca a importância da gestão da comunicação e da construção de narrativas coerentes para moldar percepções favoráveis e criar imagens positivas no ambiente comunicacional (Forni, 2019).

É importante saber que nas crises, na maioria das vezes, as percepções são mais importantes que os fatos. Além disso, a percepção pública é formada pela emoção, não pela razão (Forni, 2023, p. 37).

De acordo com Forni (2019), o processo ativo de criar uma forte reputação é chamado de *reputing*. Para ele, ter boa reputação no meio comunicacional significa ter ações estratégicas que tornem a sua marca relevante para os stakeholders. O *reputing* alinha identidade (o que é companhia é), comunicação (o que a companhia diz) e ações (o que a companhia faz) (Forni, 2019).

Precisamos entender, antes de entrar no contexto da opinião pública, a semiologia da palavra público, que conforme Warner (2002), como traduzido por

Sampaio, Ferreira e Carvalho (2023), esse espaço é compreendido como um domínio de comunicação organizado exclusivamente pelo próprio discurso. Ele é autotélico, representando apenas o propósito para o qual livros são publicados, shows são transmitidos, sites são publicados, discursos são proferidos e opiniões são geradas. Sua existência está intrinsecamente ligada à sua abordagem.

Destaca-se o papel da comunicação em contextos de conflito ou crise, enfatizando sua capacidade de fortalecer a aceitação dos princípios fundamentais da organização, como sua missão, valores, filosofia e objetivos, perante diferentes públicos (Duarte, 2018). Em outras palavras, quando uma organização enfrenta situações problemáticas ou de conflito, a maneira como ela se comunica com seu público pode ser fundamental para consolidar a compreensão e a aceitação de sua identidade e propósitos declarados (Forni, 2019).

Essa comunicação eficaz pode ajudar a preservar ou restaurar a reputação da organização e sua relação com os stakeholders, mesmo em tempos desafiadores (Farias, 2010).

O risco e a possibilidade de existência de crise devem fazer parte de processos e de estratégias de comunicação no âmbito das relações públicas. Como comunicação de crise pode-se definir que seja: o processo de narrativas interpessoais ou mediatizadas no espaço interno ou externo de uma dada organização, podendo alcançar ou não os veículos de comunicação de massa, relacionadas a uma crise, que pode ser entendida como a ruptura das condições de relacionamento concreto/efetivo ou simbólico entre uma organização / personalidade e seus públicos de relacionamento (Farias, 2019, p. 121-122).

Moraes (2005) destaca uma mudança significativa na sociedade contemporânea, na qual o entretenimento e o consumo se tornaram mais interligados, aumentando sua influência sobre diversos aspectos sociais e econômicos. O autor menciona em sua pesquisa que os processos relacionados à economia capitalista e à produção de mídia estão tão integrados ao entretenimento que muitas vezes é difícil distinguir claramente as fronteiras entre essas áreas.

Como resultado dessa fusão, a figura da celebridade desempenha papéis inovadores, afetando a forma como o público interage com produtos culturais, por meio da mídia e do consumo. Além disso, observa-se que o sucesso desse novo modelo de celebridade gera uma demanda crescente por informações sobre essas

personalidades, o que cria oportunidades de lucro e sustentação para os veículos de comunicação de massa (Moraes, 2005).

#### 4.3 CRISES DE CELEBRIDADES

Crises de reputação e imagem na carreira de celebridades são eventos sujeitos a acontecer e impactantes quando acontecem no universo do entretenimento e da mídia. Celebridades, devido à sua visibilidade pública e ao constante escrutínio dos meios de comunicação e das redes sociais, estão sempre sob um microscópio público, onde qualquer erro ou controvérsia pode se tornar uma ameaça à sua reputação (Rojek, 2001).

Essas crises podem ser desencadeadas por uma variedade de fatores, desde escândalos pessoais, como relacionamentos tumultuados ou comportamento inadequado, até declarações polêmicas, decisões de carreira controversas ou mesmo simples mal-entendidos (Forni, 2019).

O impacto dessas crises é acentuado pelo fato de que as celebridades frequentemente possuem marcas pessoais que se tornam uma parte integrante de sua identidade pública (Holt, 2005). Assim, qualquer ameaça à sua imagem pode ter consequências significativas em sua carreira e na forma como são percebidas pelo público e pela indústria do entretenimento. As redes sociais ampliaram ainda mais a disseminação de crises de imagem.

Qualquer incidente pode rapidamente se tornar viral, prejudicando a imagem da celebridade e tornando a gestão de crise uma parte essencial da estratégia de relações públicas (Forni, 2019). As equipes de comunicação das celebridades precisam responder de maneira rápida e eficaz para controlar danos e tentar recuperar a reputação da estrela.

Além disso, a reação do público e da mídia desempenha um papel crucial na resolução dessas crises (Argenti, 2006). Às vezes, as celebridades conseguem se recuperar e até mesmo fortalecer sua imagem após uma crise, a depender da maneira como sua equipe escolhe gerenciar a situação e da possível disponibilidade e compromisso em aprender e crescer com seus erros. No entanto, em alguns casos, o impacto pode ser duradouro e levar a consequências negativas de longo prazo para suas carreiras (Rojek, 2001).

De acordo com as reflexões apresentadas pelos teóricos abordados nesta análise, é possível compreender a percepção da crise no âmbito social, examinando como a ocorrência de uma crise pode impactar a construção da imagem de uma figura pública. Destaca-se, nesse contexto, a relevância do entendimento aprofundado acerca dos riscos inerentes, demandando uma gestão eficaz para reduzir potenciais impactos adversos.

Compreende-se, conforme discutido por Rojek (2001), que a reputação possui um valor substancial no percurso profissional de uma personalidade pública. Ao longo de sua trajetória como figura de destaque, os impactos sociais decorrentes de suas ações, juntamente com os riscos inerentes a estas, considerando a inevitabilidade dos equívocos humanos, podem atuar como elementos coadjuvantes na percepção pública ou, alternativamente, exercer influência adversa sobre a mesma. Importa salientar que, quando inadequadamente gerida pela equipe de comunicação da personalidade, a reputação pode adquirir caráter irreversível.

## 5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa adota uma metodologia que visa explorar de maneira aprofundada a imagem e a reputação da carreira de Selena Gomez, bem como examinar as estratégias por ela empregadas para lidar com momentos de crise ao longo de sua trajetória profissional. Para construir uma análise robusta da percepção pública sobre a artista, optou-se pela utilização da técnica de netnografia.

### 5.1 PESQUISA QUALITATIVA EXPLORATÓRIA

A pesquisa qualitativa exploratória constitui uma modalidade de estudo que tem como objetivo explorar, compreender e descrever fenômenos de natureza complexa e pouco conhecida. Em contraste com abordagens quantitativas, que se dedicam à coleta e análise de dados numéricos para testar hipóteses e identificar padrões estatísticos, a pesquisa qualitativa exploratória almeja obter uma compreensão mais aprofundada e contextualizada dos fenômenos em análise (Toledo; Shiaishi, 2016).

A característica fundamental desta abordagem de pesquisa reside em sua flexibilidade intrínseca, conferindo a capacidade de explorar uma multiplicidade de questões e aspectos. No âmbito desse processo investigativo, adota-se uma abordagem iterativa, permitindo que os pesquisadores ajustem suas estratégias à medida que novas informações emergem ao longo do desenvolvimento da pesquisa, aspecto que se encontra solidificado no escopo deste estudo (Toledo; Shiaishi, 2016).

### 5.2 NETNOGRAFIA

A netnografia - procedimento metodológico escolhido para esta pesquisa - é uma abordagem que transcende os métodos convencionais de pesquisa, incorporando a observação, avaliação e investigação de interações e comentários presentes em plataformas de mídias sociais específicas. Neste estudo, as plataformas selecionadas são Instagram, Twitter e TikTok, considerando que essas plataformas são locais virtualmente enraizados na vivência cotidiana dos fãs e seguidores de Selena Gomez. A escolha dessas plataformas específicas justifica-se pela significativa presença e participação ativa da audiência da artista nelas, as

quais servem como veículos fundamentais para a construção e disseminação de percepções sobre sua imagem pública (Soares; Stengel, 2021).

Ao empregar a netnografia como ferramenta metodológica, a pesquisa busca compreender não apenas os eventos em si, mas também as reações, discursos e dinâmicas sociais que emergem nos espaços virtuais frequentados pelos fãs da artista. Essa abordagem oferece uma perspectiva rica e contextualizada, possibilitando uma compreensão mais profunda das estratégias adotadas por Selena Gomez e sua equipe para gerenciar sua imagem em meio a desafios e controvérsias, contribuindo assim para o conhecimento acadêmico sobre a interseção entre celebridades, mídias sociais e gestão de reputação.

Os materiais provenientes das plataformas de redes sociais *Instagram*, *Twitter* e *TikTok*, selecionados para análise, consistiram em comentários que referenciam a cantora e atriz norte-americana Selena Gomez. No contexto específico do *TikTok*, a abordagem adotada compreendeu a leitura crítica dos comentários presentes em vídeos dedicados à artista, analisando não apenas as expressões manifestadas, mas também considerando o conteúdo e os objetivos subjacentes a essas produções.

**Quadro 2: Unidades de estudo**

Plataforma	Conteúdo	Ano
Instagram	Publicação com mensagem motivacional feita por Selena Gomez.	2023
Instagram	Comentário de elogio feito por internauta em post de Selena Gomez.	2023
Instagram	Comentário de crítica feito por internauta em post de Selena Gomez.	2023
Twitter (X)	Tweet de internauta sobre a reputação positiva de Selena Gomez.	2023
Twitter (X)	Tweet de internauta sugerindo que o álbum <i>Purpose</i> , do cantor Justin Bieber, é o melhor por ter faixas dedicadas a Selena Gomez.	2023
Twitter (X)	Comentário feito por internauta criticando a postura de Selena Gomez.	2023
TikTok	Vídeo de crítica a Selena Gomez.	2023
TikTok	Comentário feito por internauta defendendo Selena Gomez.	2023
TikTok	Comentário feito por internauta em defesa de Selena Gomez.	2023

Fonte: Da Autora (2023).

No caso do *Twitter*<sup>2</sup>, a análise foi conduzida a partir dos comentários de usuários, denominados *tweets*, nos quais estes compartilharam suas opiniões sobre a artista. A obtenção desses dados foi facilitada pela natureza de pesquisa na plataforma, onde a mera inserção do nome da artista na barra de busca propiciou o acesso à *tweets* relacionados.

Por fim, na plataforma *Instagram*, adotou-se uma abordagem distinta. Considerando que *Selena Gomez* detém uma posição proeminente como a *mulher mais seguida do mundo* nessa rede social, a análise dos comentários em suas postagens inicialmente se apresentava visualmente intrigante.

Contudo, durante a interação com o perfil da artista, observou-se que ela havia restringido o acesso aos comentários em virtude de uma controvérsia recente na qual estava envolvida, situação que se delineou durante o desenvolvimento desta pesquisa. Essa medida acrescentou uma camada adicional de complexidade à análise, atestando a dinâmica mutável das interações nas redes sociais e as considerações éticas inerentes à pesquisa em ambiente digital (CNN, 2023).

Os conteúdos buscados nas três plataformas foram selecionados e se converteram em dados para trazer evidências sobre a trajetória de *Selena Gomez*, assim como das crises vividas pela cantora e das estratégias de gestão adotadas. Foram escolhidas as mais expressivas para a finalidade do trabalho e analisadas por meio de Análise de Conteúdo (Bardin, 2010).

Para guiar a análise, assume-se como categorias a priori para desenvolvimento da análise: (1) Situações de crise enfrentadas por *Selena Gomez* ao longo de sua carreira; (2) Estratégias de gestão de crise adotadas para preservar sua imagem e reputação de *Selena Gomez*; e (3) Gestão de crise no entretenimento.

---

<sup>2</sup>Elon Musk adquiriu o Twitter, estabelecendo uma nova empresa controladora chamada X Corp. para conduzir a transação. O X agora é o aplicativo principal dessa nova entidade. Musk está atualmente em um processo gradual de reformulação da marca do Twitter, tanto digital quanto fisicamente.



## 6 CONTEXTUALIZANDO SELENA GOMEZ: UMA VISÃO INICIAL

Para responder os objetivos desta pesquisa e, de forma científica, contribuir com novos conhecimentos, aqui será apresentada a trajetória de Selena Gomez, objeto da pesquisa deste trabalho.

*Selena Marie Gomez*, nascida em Grand Prairie, Texas, em 22 de julho de 1992, emergiu como uma destacada figura na indústria do entretenimento contemporâneo. Descendente de origens mexicanas e italianas, filha de Ricardo Joel Gomez e Amanda Dawn Cornett, seu nome é uma homenagem à renomada cantora *Selena Quintanilla-Pérez*, uma figura perene no cenário latino (Site Selena Gomez, 2020).

A infância de Selena foi permeada por conflitos parentais, experiências de bullying na escola e desafios financeiros familiares. A separação de seus pais, Ricardo e Mandy, quando Selena tinha apenas cinco anos, resultou em sua residência com a mãe, que desempenhou um papel fundamental em sua formação e instigou seu interesse pela atuação artística (Site Selena Gomez, 2020).

Em *Disney*, *Selena Gomez* construiu uma carreira de notável prestígio junto ao público jovem. Este fenômeno pode ser explicado pela tendência comum de desenvolver afinidades com indivíduos que acompanham o crescimento e desenvolvimento. No caso específico de Gomez, sua entrada no cenário da mídia ocorreu ainda na infância (Site Selena Gomez Brasil, 2020), quando ela participou de um programa de reconhecida importância no Disney Channel, denominado *Barney e Seus Amigos*.

**Figura 2: Selena Gomez no programa de televisão *Barney e Seus Amigos***



Fonte: Purepeople (2016).

Esta série apresenta Barney, um dinossauro de aproximadamente dois metros de altura, juntamente com seus companheiros *Baby Bop*, *BJ* e *Riff*, em colaboração com um grupo de crianças. Juntos, eles cantam, dançam e estimulam a imaginação das crianças. É importante destacar que outras figuras notáveis como *Demi Lovato* e *Debby Ryan* também tiveram experiências profissionais neste programa durante a infância.

Na fase da adolescência, enquanto desempenhava o papel de Alex Russo na aclamada série *Os Feiticeiros de Waverly Place* no *Disney Channel*, (Figura 3) delinearam-se traços distintivos da personalidade de *Selena Gomez*. A personagem de *Alex Russo* era notável por sua irreverência, autenticidade e uma autoestima robusta.

Resiliente diante de comentários desfavoráveis, Alex confiava plenamente em seu potencial. Ao término da série, ela era reconhecida como um membro de honra na comunidade de feiticeiros de sua família, sinalizando uma trajetória de autoconfiança e respeito. Este período inicial em sua carreira televisiva antecipou a consolidação de sua marca pessoal como uma influenciadora positiva e defensora de questões relacionadas à saúde mental e autoimagem (Site Oficial Host Geek, 2023).

**Figura 3: Selena Gomez na série de televisão *Feiticeiros de Waverly Place*, onde ela era a protagonista.**



Fonte: Breve (2023).

Para além de sua incursão bem-sucedida na esfera da atuação, Selena Gomez logrou solidificar sua presença como uma influente cantora do gênero pop, emergindo como uma figura de proeminência na contemporânea cultura popular. A sua trajetória artística, marcada por um contínuo processo de desenvolvimento ao longo dos anos, propiciou a sua ascensão como um ícone cultural que transcende

barreiras geracionais, ganhando apreço não somente daqueles que a acompanharam desde o início de sua carreira televisiva, mas igualmente conquistando uma nova leva de fãs (Hugo Gloss, 2022; Site Selena Gomez Brasil, 2020).

Selena Gomez assumiu um papel destacado no cenário da moda ao ser designada como colaboradora da *Adidas*, atuando como designer convidada e contribuindo significativamente para o desenvolvimento de produtos na coleção outono-inverno de 2013. Ao longo de uma parceria que perdurou por dois anos, Gomez não apenas emprestou sua visão criativa, mas também desempenhou um papel ativo no processo de concepção e design de itens que refletiam seu estilo (Marie Claire, 2019).

Sua participação como designer convidada na *Adidas* não apenas solidificou sua presença no universo da moda, mas também evidenciou sua habilidade multifacetada e influência em setores diversos (Figura 4). Este engajamento não só enriqueceu a oferta da marca, mas também posicionou *Selena Gomez* como uma figura influente no cenário da moda global. Como designer convidada da *Adidas*, onde desenhou e desenvolveu produtos a partir da coleção outono-inverno do ano de 2013, fez parceria que durou dois anos (Marie Claire, 2019).

**Figura 4: Collab Selena Gomez e Adidas Neo**



Fonte: Terra (2012).

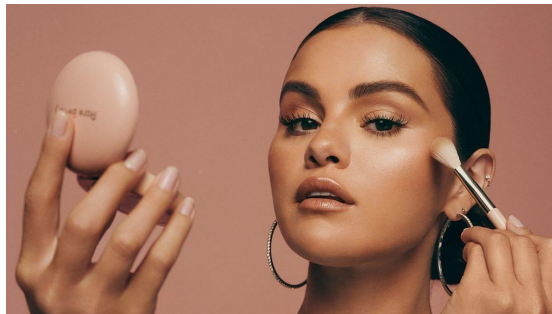
Além da representação do reconhecimento da sua própria figura como uma marca, Selena hoje é CEO de uma das mais bem-sucedidas marcas de maquiagens do mundo, a *Rare Beauty* (Revista Exame, 2023).

O nome *Rare Beauty* é derivado do título do terceiro álbum de estúdio de *Selena Gomez*. A principal motivação por trás do lançamento da linha foi desafiar as

normas de beleza socialmente impostas. Gomez expressou sua percepção de uma pressão significativa para atender aos padrões de perfeição que afetam a sociedade contemporânea (Vogue, 2022).

Nesse contexto, a criação da marca *Rare Beauty* foi concebida como uma resposta a essas expectativas, visando questionar e transformar as narrativas convencionais em torno da beleza. Apesar dos desafios inerentes ao lançamento durante a pandemia, a marca consolidou seu compromisso com o debate em torno das pressões estéticas como um dos princípios fundamentais de sua identidade (Revista Exame, 2023; Vogue, 2022).

**Figura 5: Selena Gomez em fotos promocionais da Rare Beauty**



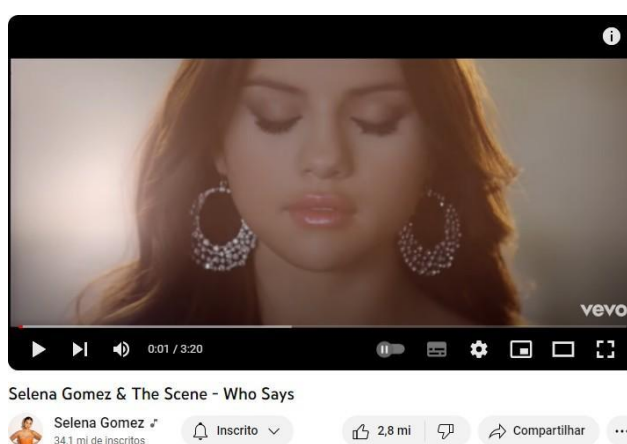
*Fonte: Selena Gomez Brasil (2023).*

A marca em consideração, reconhecida por sua abordagem inclusiva e pela desmontagem de padrões irreais de perfeição, adotando uma valorização da singularidade de cada indivíduo e promovendo a autenticidade, emerge como um dos componentes fundamentais que explicam a considerável identificação do público em relação a *Selena Gomez*. Este fenômeno encontra sua base mais sólida na maneira pela qual a artista utiliza sua voz para amplificar causas frequentemente negligenciadas, especialmente no contexto da indústria de cosméticos (Vogue, 2022).

Esta marca foi concebida com o propósito de atender uma ampla gama de necessidades, com uma ênfase notável na inclusão de indivíduos afetados por doenças autoimunes ou portadores de deficiências, proporcionando soluções práticas, facilidade de uso e acessibilidade por meio de seus produtos (Vogue, 2022).

O sucesso das campanhas promovidas pela *Rare Beauty* conferiu a esta marca um status que ultrapassa a mera identificação como uma marca de beleza. Ela conquistou um lugar especial no coração dos consumidores, construindo um vínculo que possui potencial de durabilidade, dependendo da maneira pela qual a equipe de comunicação da cantora conduzirá sua imagem e reputação nos próximos anos (Forni, 2019; Van Riel, 2014; Revista Exame, 2023).

**Figura 6: Clipe de Selena Gomez.**



*Fonte: Youtube (2011).*

Na produção audiovisual da canção *Who Says*, uma das composições a artista protagoniza o clipe (Figura 6), que fala sobre autoestima e aceitação.

Selena Gomez é uma figura influente na cultura pop contemporânea e a sua influência é avaliada em várias dimensões sociais e hierárquicas. Para melhor entendimento, a carreira multifacetada e o impacto na mídia são importantes pilares a serem analisados (Forni, 2019; Hall, 2020; Rojek, 2008).

Uma parcela significativa desse impacto social é demonstrada de maneira sólida através do compromisso da artista Selena Gomez. Isso se evidencia, por exemplo, por meio das doações de uma porcentagem das vendas dos produtos de sua marca autoral a instituições voltadas para questões relacionadas à saúde mental. Além desse exemplo notável, no dia 2 de novembro de 2022, Selena alcançou mais um marco importante em sua batalha ao lançar o documentário intitulado *My Mind And Me* na plataforma de streaming Apple TV (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

**Figura 7: Selena Gomez na capa de seu documentário *My Mind and Me* da plataforma de streaming Apple TV.**



Fonte: UOL (2022).

Este documentário (Figura 7) lança luz sobre a luta da atriz e cantora norte-americana contra a bipolaridade e outros transtornos psicológicos ao longo dos últimos anos. Ele não apenas explora os desafios que Selena enfrentou, mas também aprofunda a compreensão do impacto e influência de sua trajetória como figura pública, especialmente durante momentos de dificuldade relacionados à sua saúde mental. A iniciativa representa um importante passo na conscientização sobre a saúde mental e contribui para estigmatizar questões psicológicas na sociedade contemporânea.

### 6.1 TRAJETÓRIA DE SELENA GOMEZ

Desde os primeiros momentos de sua jornada artística, Selena Gomez demonstrou sua afinidade pelo palco ao acompanhar a mãe ao teatro, onde se destacou pela facilidade com que incorporava personagens e pelos comentários perspicazes durante as apresentações. Sua incursão profissional começou aos sete anos com participações em produções como *Barney e seus amigos* e *Pequenos Espiões 3D*. Em 2007, obteve papéis secundários em séries televisivas como *Hannah Montana* e *Zack & Cody: Gêmeos em Ação* (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

Após duas tentativas frustradas de séries-piloto, Selena conquistou o papel principal na série direcionada ao público latino *Os Feiticeiros de Waverly Place* em 2007, que se tornou um notável sucesso da Disney. A série atingiu quatro temporadas, dois filmes e especiais bem-sucedidos, resultando em recordes de audiência global, três Emmy Awards e desempenhando um papel crucial no lançamento da carreira de Selena. A personagem *Alex Russo*, interpretada pela atriz, não apenas se tornou um ícone da cultura pop, mas também estabeleceu uma base sólida para o nome de *Selena Gomez* na indústria do entretenimento (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

O ano de 2009 se revelou um marco significativo na trajetória profissional de Selena Gomez. Em simultaneidade com sua participação na série própria veiculada no Disney Channel, a artista destacou-se como protagonista em produções cinematográficas notáveis, tais como *O Outro Conto da Nova Cinderela* e *Programa de Proteção Para Princesas*, em parceria com a também cantora e atriz norte-americana, *Demi Lovato*. Paralelamente, deu origem à sua banda de pop-rock denominada *Selena Gomez & The Scene* (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

O lançamento do álbum inaugural da banda (Figura 8), intitulado *Kiss & Tell*, consagrou-se com a emblemática faixa *Naturally*, uma composição cuja excelência no gênero EDM<sup>3</sup> resultou em sua certificação como 4x platina nos Estados Unidos. Este período representou, assim, um ponto de inflexão na carreira artística de *Selena Gomez*, marcando a consolidação de sua presença nos domínios da televisão, cinema e música (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

---

<sup>3</sup> EDM (Electronic Dance Music)



**Figura 8: Capa do álbum musical Kiss and Tell, produzido por Selena Gomez e Banda The Scene.**



Fonte: Spotify (2009).

Aos 17 anos, *Selena Gomez* desempenhou o papel principal, juntamente com *Joey King*, no filme *Ramona and Beezus*, simultaneamente ao lançamento de seu segundo álbum de estúdio com a *banda The Scene*, intitulado *A Year Without Rain*. Este álbum é notável por sua abordagem musical distintamente influenciada pelo estilo pop (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

No ano de 2011, a artista apresentou *Who Says*, o primeiro single de seu terceiro álbum, intitulado *When The Sun Goes Down* – obra que se revelou como o último e mais bem-sucedido álbum da banda *Selena Gomez & The Scene*. Destaca-se, dentre as composições do álbum, a canção *Love You Like A Love Song*, considerada uma das mais significativas em sua carreira. Com este álbum Selena realizou a sua primeira e única turnê musical no Brasil, que recebeu o nome de *We Own The Night Tour* (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

Após um hiato de aproximadamente dois anos, *Selena Gomez* realizou sua estreia solo na indústria musical em 2013 com o lançamento de um de seus mais proeminentes sucessos, intitulado *Come & Get It*. A mencionada faixa permaneceu no *top 10 da parada Hot 100* por nove semanas consecutivas. No mesmo ano, seu álbum *Stars Dance* foi lançado, alcançando o topo da *Billboard 200* nos Estados Unidos, com mais de 97 mil cópias vendidas (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

No final de 2014, *Selena Gomez* firmou contrato com sua atual gravadora, a *Interscope Records*. Em 2015, lançou o álbum *Revival*, que recebeu elogios da



crítica especializada e estreou no primeiro lugar da *Billboard 200*. Este álbum representa um marco significativo na carreira musical da cantora (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

Em outubro de 2019, *Selena Gomez* anunciou o sucessor de seu último álbum. O lançamento da canção *Lose You To Love Me* marcou sua primeira conquista no topo da *Billboard Hot 100*. Esta música retrata de forma direta o fechamento de sua relação com *Justin Bieber*, fato que foi confirmado pela artista. A cantora comunicou que o novo álbum apresentaria um maior número de composições de sua autoria e teria como foco narrativo sua jornada pessoal. Em dezembro do mesmo ano, Selena revelou que o álbum seria intitulado *Rare* com 13 faixas inéditas (Site Selena Gomez Brasil, 2020).

## 7 ANÁLISE: CRISES, ESTRATÉGIAS E APRENDIZADOS

Um dos processos preponderantes na trajetória de uma personalidade pública é a construção de sua imagem midiática (Rojek, 2001). Esse entendimento implica em uma ampla gama de estratégias de representação e caracterização dessa figura por meio de diferentes meios de comunicação, com destaque para as mídias sociais. Autores como Boyd (2014) argumentam que as redes sociais e a influência digital têm um impacto significativo na formação da cultura contemporânea.

Notavelmente, figuras públicas como *Rihanna*, uma das artistas mais proeminentes das últimas duas décadas, alcançaram reconhecimento global devido à sua influência significativa na moda, à promoção de discursos empoderadores e à projeção de uma personalidade confiante. Nesse cenário, a identidade pública de *Rihanna* está tão firmemente estabelecida que qualquer tentativa de desvinculação de sua imagem consolidada anteriormente enfrentaria desafios substanciais e, em última análise, não seria totalmente bem-sucedida (Forni, 2019; Van Riel, 2014; O Globo, 2017).

Ao direcionarmos nosso estudo para a figura de *Selena Gomez*, por meio de netnografia e análises parciais de comentários em mídias sociais, torna-se perceptível que sua influência e presença marcaram distintas gerações da sociedade. Como mencionado anteriormente, a participação precoce de Selena Gomez em programas televisivos do *Disney Channel*, como *Barney e Eu*, durante sua infância, e *Os Feiticeiros de Waverly Place*, durante a adolescência, juntamente com suas aparições pontuais em outras produções notáveis, como *Hannah Montana*, *Sunny Entre Estrelas* e *Zack e Cody: Gêmeos a Bordo*, contribuíram para a consolidação de sua presença midiática (Boyd, 2014; Rojek, 2008; Site da Selena Gomez Brasil, 2020).

O processo de construção da imagem midiática de Selena Gomez oferece um notório exemplo de como as personalidades públicas têm a capacidade de evoluir e adaptar-se às dinâmicas mutáveis da indústria do entretenimento. A transição de sua persona, de uma estrela juvenil associada à Disney, para uma artista musical madura e engajada em questões de relevância social, ilustra de forma vívida a competência das equipes de comunicação das celebridades em direcionar suas narrativas e estabelecer conexões com um leque diversificado de audiências ao

longo de suas carreiras, conforme é discutido no estudo sobre celebridades de Rojek (2001).

Diante deste contexto, traduzindo e aplicando as pesquisas de Forni (2019) e Prado (2017) para o objetivo deste estudo, entende-se que a gestão de imagem pública de Selena Gomez envolve uma abordagem cuidadosa em relação às parcerias e colaborações profissionais, sua equipe de comunicação escolhe projetos que se alinham com seus valores e interesses pessoais, o que não apenas solidifica sua imagem, mas também a conecta com públicos diversos.

A marca Selena Gomez transcende a esfera estritamente artística, estendendo-se a seu ativismo social, onde ela utiliza sua plataforma midiática para abordar temáticas de magnitude, como a saúde mental. Este comprometimento com causas sociais não apenas integra a construção de sua imagem midiática, mas também enriquece a sua contínua relevância no cenário contemporâneo, conforme defendido por Prado (2017). Uma consideração de significância reside no fato de que esta personalidade americana ostenta o título de ser a mulher mais seguida no Instagram a nível mundial.

**Figura 9: Biografia oficial da atriz e cantora Selena Gomez no Instagram.**



Fonte: Instagram (2023).

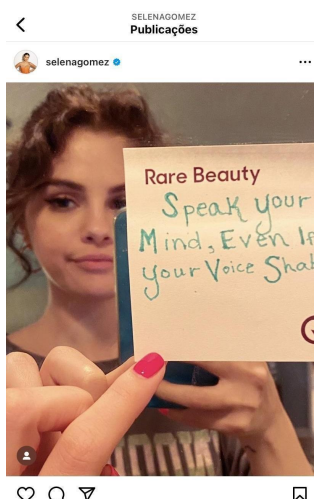
Conforme evidenciado na Figura (9), a frase destacada por Selena Gomez na biografia de seu Instagram, *pela graça, através da fé*, reflete a imagem que ela busca transmitir: a de uma pessoa acessível e generosa (Instagram Selenagomez, 2023). Além dessa mensagem, a cantora destaca seu papel como fundadora da linha de maquiagens *Rare Beauty* e de um conjunto de projetos, denominado *Wondermind*, voltados para promover o cuidado com a saúde mental. Essa

abordagem reforça não apenas sua presença na indústria, mas também seu comprometimento com causas significativas (Forbes, 2023) e confirma a proposição de Prado (2017).

Nos EUA e na Europa, há inúmeras organizações que trabalham na defesa de causas e temas que fortalecem a democracia e que contam com grandes doações de pessoas físicas, fundações e empresas [...] Ações de advocacy podem ser utilizadas para trazer mudanças dentro ou fora da empresa, atingindo seus negócios, stakeholders e sociedade que a cerca. Um exemplo é a atuação da empresa diretamente em algum tema, se colocando como ator político e participando ou até liderando coalizões, pesquisas, projetos de leis e etc. (Prado, 2017, p. 110).

Grande parte da interação de *Selena Gomez* com seus admiradores se fundamenta no seu esforço contínuo em manifestar uma autenticidade marcante, distanciando-se da imagem muitas vezes estereotipada e mecanizada associada a figuras públicas (Rojek, 2008). A artista parece buscar estabelecer uma conexão genuína com seus fãs ao evitar a adesão a padrões robotizados frequentemente atribuídos às celebridades, optando por uma abordagem mais humanizada, ela busca ser percebida como acessível por seus seguidores (Forni, 2019).

### Figura 10: “Fale o que você pensa, mesmo que sua voz trema”

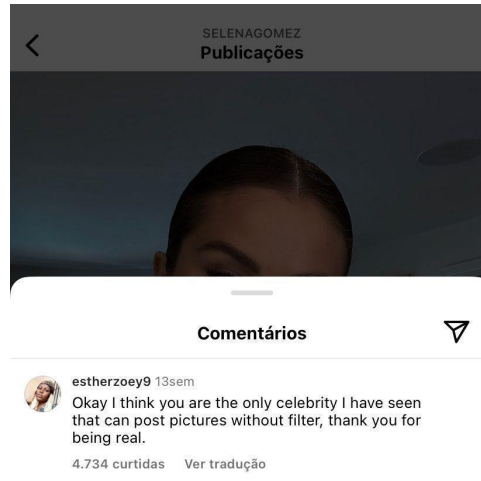


Fonte: Instagram (2023).

Selena, em uma publicação no Instagram, compartilhou uma imagem que apresenta uma colagem de um lembrete no espelho com a mensagem “Fale o que

você pensa, mesmo que sua voz trema”. Nessa postagem, ela incentiva seu público a ser mais autêntico e transparente consigo mesmo.

**Figura 11: Comentários de uma postagem de Selena Gomez no Instagram**



*Fonte: Instagram (2023).*

No comentário (Figura 11), o internauta destaca que a artista deveria ser elogiada por compartilhar imagens genuínas em suas redes sociais, sem filtros ou distorções de seus traços. Isso comprova que a identificação e a sinceridade da celebridade para com seus seguidores são importantes, pois possibilitam uma relação de credibilidade e confiança, como destacado por Rojek (2001). Selena Gomez tem usado sua influência para apoiar causas sociais e filantrópicas, e se tornou uma defensora ativa da conscientização sobre a saúde mental (Site Selena Gomez Brasil, 2023).

Diagnosticada com transtorno bipolar, a atriz e cantora norte-americana utiliza sua imagem como figura pública para aumentar o esclarecimento e promover discussões sobre esse tema em diversos contextos sociais, incluindo o âmbito político e social. Essa postura fortalece seu vínculo com o público, uma vez que demonstra que, para ela, a preocupação transcende sua carreira, estendendo-se ao bem-estar da sociedade como um todo (Site Selena Gomez Brasil, 2023).

**Figura 12: Comentários na internet sobre a reputação de Selena Gomez**

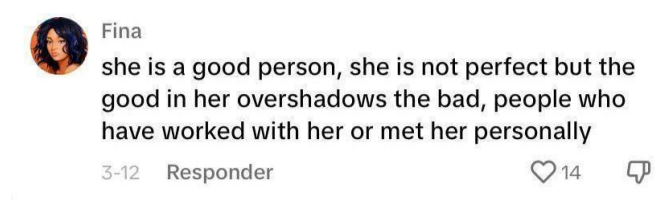


*Fonte: Twitter (2023).*

Na Figura 12 uma captura de tela de um tweet de uma admiradora de Selena Gomez destaca seu legado reputacional ao expressar a dificuldade de desgostar da artista, independentemente da razão.

A resistência dos admiradores em desenvolver aversão a Selena Gomez é atribuída ao fato de que seu legado e realizações superam eventualmente as crises que possam surgir. Em essência, isso indica que seu impacto é notável, e a equipe de comunicação atinge o seu objetivo inicial de construir a imagem positiva o suficiente para ser diretamente associada à artista na percepção dos fãs (Site Selena Gomez Brasil, 2020; Forni, 2019).

**Figura 13: Comentário sobre Selena Gomez em vídeo do TikTok**



*Fonte: Instagram (2023).*

Na seção de comentários de um vídeo no TikTok, uma fã de Selena diz: “Ela é uma pessoa boa, não é perfeita, mas o bem nela supera o mal” (Figura 13).

Possuir uma imagem social influente na indústria do entretenimento implica estar suscetível a crises de imagem e reputação que, se não forem adequadamente gerenciadas, podem prejudicar profundamente o artista, resultando em uma associação duradoura a uma imagem pejorativa. Por outro lado, quando gerenciadas eficientemente, tais crises podem oferecer ao artista a oportunidade de ressurgir com ainda mais força, conquistando novos espaços sociais. O modo como essas situações são administradas desempenha um papel crucial na trajetória e percepção contínua do artista na esfera pública.

## 7.1 SITUAÇÕES DE CRISE ENFRENTADAS POR SELENA GOMEZ AO LONGO DE SUA CARREIRA

Ao longo de sua notável carreira no universo do entretenimento, a renomada cantora e atriz Selena Gomez não escapou de desafios e situações de crise que impactaram significativamente sua imagem pública. Essas circunstâncias, muitas vezes amplamente divulgadas e discutidas nas esferas midiáticas, proporcionam um campo fértil para a análise aprofundada das estratégias de gestão de crise adotadas pela artista e sua equipe de comunicação.

As celebridades que sobressaíram em nosso universo de análise vieram, em sua grande maioria, do campo midiático, notadamente TV e música, o que reforça a predominância do campo do entretenimento como referência central na sociedade. Esses são também terrenos onde a visibilidade alcança seu maior potencial e onde a aparência e a performance têm um papel preponderante – mais do que competências muito específicas. Confirma-se aí a importância da beleza, da corporeidade e da gestualidade, num contexto em que a visibilidade em si também se converteu em valor (Simões; Veiga França, 2019, p. 20).

Para alcançar os objetivos desta pesquisa busca-se identificar, explorar e compreender as nuances dessas situações, examinando como Selena e sua equipe de comunicação enfrentaram adversidades, desde controvérsias em relacionamentos pessoais até desafios ligados à saúde mental. A investigação visa não apenas descrever os eventos, mas também analisar criticamente as estratégias empregadas para preservar a reputação da artista diante do público e da indústria do entretenimento.

### 7.1.1 Relacionamento com Justin Bieber

Um dos episódios mais controversos da trajetória de Gomez diz respeito ao seu relacionamento com o cantor canadense Justin Bieber, que atravessou oito tumultuados anos, abrangendo o período de 2010 a 2018. Durante esse extenso relacionamento, houve idas e vindas marcadas por especulações de traição, alegações de abuso emocional, incompatibilidades de agenda e imaturidade. O tumultuado romance entre Bieber e Gomez atraiu considerável atenção da mídia internacional, uma vez que ambos representavam promissoras figuras no mundo da música, ostentando diversos recordes e carreiras consolidadas (O Globo, 2023).

**Figura 14: Passeio de bicicleta de Gomez e Bieber em Los Angeles, Califórnia**



Fonte: Revista Quem (2017).

Selena Gomez e Justin Bieber fizeram uma de suas últimas aparições públicas, em 2017 (Figura, 14), após considerável tempo separados. Esse momento, na época, gerou muitos comentários na internet por se tratar de algo inesperado até então (Revista Quem, 2017).

Durante o processo de término e retomadas desse relacionamento, tanto Selena Gomez quanto Justin Bieber se envolveram em outros relacionamentos. Isso inclui o envolvimento de Selena Gomez com o cantor canadense *The Weeknd* e o relacionamento de Justin Bieber com a modelo americana Sofia Richie (Globo, 2019, 2023; Gshow, 2023).

Curiosamente, mesmo após os término, ambos os artistas continuavam fazendo referências mútuas em suas músicas, entrevistas e comentários nas redes



sociais, como será detalhado no capítulo de metodologia deste estudo. As especulações de envolvimento entre os dois tiveram início em 2009 e foram concretizadas por meio de declarações e aparições públicas no final do ano de 2010 e início do ano de 2011 (Gshow, 2023).

**Figura 15: Comentário de internauta sugerindo que o álbum *Purpose* do de *Justin Bieber* foi inspirado em seu relacionamento com *Selena Gomez***



Fonte: Twitter (2023).

Uma captura de tela (Figura 15) revela o comentário de uma internauta sugerindo que o álbum *Purpose* do canadense *Justin Bieber* foi inspirado em seu relacionamento com *Selena Gomez*, fato que foi confirmado pelo próprio cantor. No comentário, a fã expressa a opinião de que este é o melhor álbum de Bieber e expressa gratidão a *Selena Gomez* por sua influência inspiradora nas letras das músicas.

Antes desses eventos, *Selena Gomez* e *Justin Bieber* mantinham um relacionamento amplamente divulgado, e sua estreia como um casal de destaque não poderia ser mais significativa: ocorreu no tapete vermelho de uma after party da revista *Vanity Fair*, após a cerimônia do *Oscar* em 2011. A presença do casal surpreendeu positivamente os fãs na época, resultando na criação do apelido *Jelena*, que se tornou um dos casais mais populares destacados em revistas e mídias sociais até os dias de hoje (Gshow, 2023).

**Figura 16: Primeira aparição pública como casal**

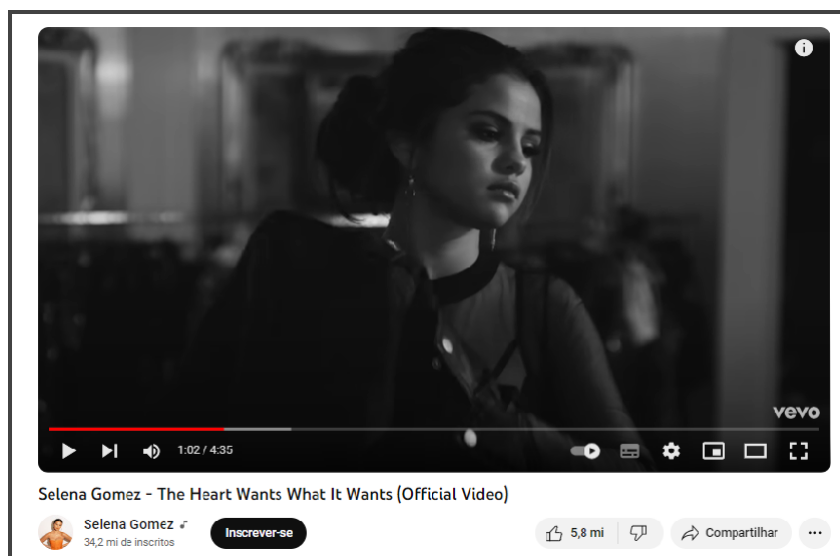


Fonte: *Us Weekly* (2011).

Selena Gomez e Justin Bieber em sua primeira aparição pública como casal no red carpet de uma festa da Vanity Fair, no Oscar 2011 (Figura 16). No entanto, especulações sobre a fragilidade do relacionamento começaram em 2012 e persistiram ao longo das idas e vindas do casal. Uma das maneiras pelas quais eles expressaram seus sentimentos foi através da música. Em 2014, Selena lançou *The Heart Wants What It Wants*, que capturou a luta de alguém tentando se libertar de um relacionamento, apesar das razões que o mantinham preso (Globo, 2023; Gshow, 2023).

Em 2015, Justin Bieber lançou o sucesso *What Do You Mean*, uma canção que retrata a confusão em um relacionamento. Bieber não escondeu que a música era sobre sua ex, mencionando o nome de Selena Gomez no cenário do videoclipe e confirmando em entrevistas quando questionado sobre a inspiração por trás da canção (Revista Capricho, 2015; Revista Quem, 2015).

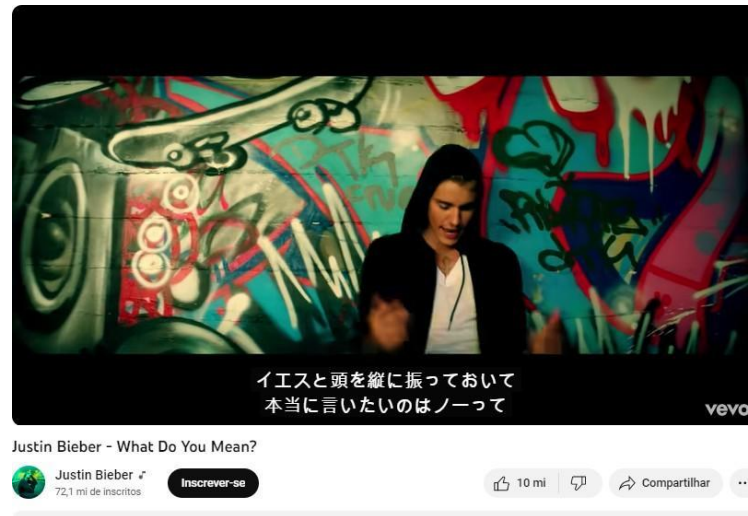
Figura 17: Clipe de The Heart Wants what it Wants



Fonte: Youtube (XXXX).

Selena Gomez no clipe oficial de *The Heart Wants What It Wants*, que menciona: *O futuro que temos é tão incerto (The future that we hold is so unclear) Mas eu não estou vivo até você ligar (But I'm not alive until you call) E eu apostarei as probabilidades contra tudo (And I'll bet the odds against it all)*, seguido do clipe *What do You Mean* de Justin Bieber que menciona: *Você é tão indecisa sobre o que digo (You're so indecisive of what I'm saying) Tentando pegar a batida, decida seu coração (Tryna catch the beat, make up your heart) Não sei se está feliz ou reclamando (Don't know if you're happy or complaining) Não quero que a gente acabe, por onde eu começo (Don't want for us to end, where do I start?)* (Vagalume, 2023).

**Figura 18: Clipe de What do You Mean**



*Fonte: Youtube (2015).*

O relacionamento teve seu desfecho quando *Justin Bieber* se casou com a modelo norte-americana *Hailey Baldwin* em 2018. O pedido de casamento ocorreu apenas dois meses após o término definitivo de sua relação com *Selena Gomez*. Mesmo após cinco anos de separação, ambos continuam sendo lembrados pelos fãs e abordados pela mídia, frequentemente envolvidos em polêmicas e coincidências relacionadas àquela época. Apesar das circunstâncias, a reputação de *Selena Gomez* permaneceu essencialmente positiva, e a artista concentrou sua atenção na promoção de discussões sobre saúde mental, o que sustentou sua relevância na esfera pública.

Em outros momentos, os famosos já foram celebrados por suas “virtudes” (sua ação conforme os valores e as normas vigentes – por exemplo, seu heroísmo, seu desprendimento) e sancionados por suas transgressões (uso de drogas, vida considerada promíscua). Comportamentos considerados desviantes, inclusive, eram, tanto quanto possível, ocultados (como a homossexualidade). Em nossos dias, os acontecimentos envolvendo as celebridades expõem rupturas e tensões, provocando reações polarizadas (Simões; Veiga França, 2019, p. 19).

Mesmo após cinco anos de casamento entre Hailey e Justin, a internet e os admiradores do ex-casal Selena Gomez e Justin Bieber persistem em criar teorias e tumultuar a vida dos envolvidos. Eles frequentemente se encontram na obrigação de se defender e expor seus posicionamentos de acordo com as realidades enfrentadas

nesta situação. Apesar dos esforços e do desgaste mental já mencionado, as teorias e apoiadores persistem incansavelmente.

Esses entendimentos acerca da popularidade do casal se fazem necessários à medida que compreendemos como isso impactou e continua a impactar a carreira, trajetória e reputação de Selena Gomez. Em seu documentário biográfico, intitulado *My Mind and Me* (Minha Mente e Eu), documentado pela Apple TV e lançado em 2022, a artista desabafa em diversos momentos a respeito do período em que as cenas foram gravadas, ou seja, o relacionamento com Bieber. Em uma confissão reveladora, ela se pergunta se algum dia será “boa o suficiente” por conta própria ou se sempre estará inextricavelmente ligada ao ex-namorado Justin Bieber (E! News, 2022).

As polêmicas recentes envolvendo o ex-casal *Selena Gomez e Justin Bieber* geram intensa especulação entre os fãs. A controvérsia surge da percepção dos admiradores de que a relação entre Hailey e Justin é altamente questionável, especialmente porque Justin estava comprometido com Gomez apenas dois meses antes de propor casamento a Baldwin. A cantora expressou seus sentimentos sobre esse fato por meio da música *Lose You to Love Me*, onde menciona explicitamente “em dois meses você nos substituiu”. Isso evidencia que, para ela, também foi uma surpresa o desenrolar desta narrativa (Globo, 2023).

Entendemos crise como uma ruptura na normalidade da organização; uma ameaça real ao negócio, à reputação e ao futuro de uma corporação ou de um governo. Em geral, as crises frustram as expectativas dos *stakeholders* e tem um efeito deletério perverso, por exigir energia para gerenciá-las, que poderia ser empregada para obter resultados e não para apagar incêndios (Forni, 2019, p. 7).

*Justin Bieber* pronunciou-se algumas vezes sobre *Selena Gomez* após o término do relacionamento, destacando-se quando enfatizou que a amou profundamente e que ela representou um capítulo significativo em sua vida, em resposta a um comentário no Instagram. Notavelmente, essa interação ocorreu quando um fã de Selena questionava o amor de Bieber por sua atual esposa, Hailey, sendo este apenas um dos muitos comentários semelhantes nas fotos de Justin e Hailey. Como resposta, o cantor canadense afirmou estar mais feliz do que nunca com seu casamento, um fato que ainda hoje suscita questionamentos por parte dos internautas (POPLine, 2019).

Esse relacionamento pode ser considerado uma crise devido à constante midiaticização, que polemizou vários momentos vividos pelo casal. Seus termos, amplamente documentados, e as ações de ambos os artistas influenciaram percepções públicas, frequentemente negativas, uma vez que havia diversas especulações sobre este ser um relacionamento tóxico. Na época, Justin Bieber enfrentava várias crises reputacionais relacionadas a prisão, abuso de drogas, acusações de traição em seu relacionamento com Selena Gomez, um estilo de vida questionável e condutas duvidosas em relação aos seus fãs (Duarte, 2018; Van Riel, 2014; Purebreak, 2022).

Diante desse contexto, a influência das atitudes do canadense reflete na imagem pública de Selena Gomez, com quem teve um relacionamento duradouro. Em alguns desses momentos, Selena esteve ativamente envolvida com comentários online, concedendo entrevistas que mencionavam sutilmente o ex, e, acima de tudo, retomando o relacionamento com o cantor em todas as oportunidades, apesar dos polêmicos envolvimento. Qualquer ação ou colaboração na qual o objeto esteja envolvido, seja de forma positiva ou negativa, pode sofrer impacto (Argenti, 2006; Duarte, 2018; Van Riel, 2014).

Além disso, uma polêmica gerenciada proativamente pela equipe de comunicação evitou que se transformasse em uma crise, quando o casal foi avistado em um bairro desfavorecido em Los Angeles, conhecido por sua associação com atividades relacionadas a drogas. Na época, especulações sugeriam que ambos estariam envolvidos em transações de drogas, pois, ao serem flagrados por um admirador com uma câmera, tentaram se esconder e deixaram o local apressadamente (Forni, 2019; Radar, 2017). Embora esses rumores nunca tenham sido esclarecidos, o que realmente capturou a atenção pública foi um encontro posterior dos dois em um passeio de bicicleta, cujas fotos de ambos sorrindo foram destaque em várias capas de revistas e sites de entretenimento (Revista Quem, 2017).

### **7.1.2 Dinâmica de rivalidade envolvendo Selena, Hailey e as irmãs Kardashian-Jenner**

Como mencionado anteriormente, *Selena Gomez* e *Justin Bieber* compartilharam um relacionamento público e intenso que persistiu por cerca de 10

anos, marcado por vários terminos e reconciliações (O Globo, 2023). Atualmente, o cantor canadense está casado com a modelo norte-americana *Hailey Baldwin*, que agora adota o nome *Hailey Bieber*. O astro experimentou um relacionamento marcado por idas e vindas com ambas, em uma cronologia complexa e cheia de especulações sobre infidelidade, uma vez que Justin iniciou um namoro com Hailey imediatamente após o término com Selena (O Globo, 2023; Gshow, 2023).

Reiterar esse contexto é fundamental, pois a crise que envolve Hailey e Selena está centrada em um elemento comum: o ícone pop *Justin Drew Bieber*. Baldwin e Bieber inicialmente desenvolveram uma amizade, por meio das conexões com *Kendall* e *Kylie Jenner*, amigas de ambos. O que começou como uma amizade evoluiu para um relacionamento, e os momentos compartilhados por esse não-casal foram amplamente documentados nas redes sociais (Los Angeles Times, 2023; Revista Monet, 2023).

A sequência de eventos relacionados às irmãs Jenner antecedeu os desentendimentos com Hailey. Selena Gomez, *Kendall* e *Kylie* desenvolveram uma amizade após um dos terminos da cantora com Justin. Naquela época, era comum observar o trio em eventos em Los Angeles e viagens. No entanto, a amizade abruptamente sofreu abalos. Entre acusações e especulações, o principal motivo apontado foi o alegado envolvimento de Gomez com álcool e drogas, o que incomodava as irmãs, embora isso nunca tenha sido expresso de maneira direta. Outra especulação que alimentava os rumores era o suposto envolvimento de *Kylie* com Justin, ex-namorado de Selena, com quem ela tinha um histórico de relação tumultuada (Los Angeles Times, 2023; Revista Monet, 2023).

Nesse contexto, um dos eventos supostamente motivadores das declarações das irmãs Jenner foi a internação também supostamente realizada por Selena Gomez, a qual afirmou ser para tratar de sua saúde mental.

Contudo, de acordo com especulações da época, circulavam boatos de que, na verdade, a cantora estaria em uma clínica de reabilitação responsável por seu cuidado. A única versão confirmada é que a cantora foi de fato internada em uma clínica, embora tenha sido categoricamente negado que isso ocorreu devido a abuso de substâncias (Revista Capricho, 2014).

Ao longo dos anos, Hailey, uma amiga próxima de Kendall e Kylie, comprometeu-se com Justin Bieber, e as irmãs apoiaram e incentivaram fortemente o sucesso do casal, mesmo diante de críticas direcionadas à modelo por seu relacionamento com um homem que, segundo alguns internautas, não a amava (Globo, 2014, 2019). Ao longo dos cinco anos de casamento do casal Bieber, as irmãs Jenner permaneceram presentes e envolvidas.

Especulações sarcásticas envolvendo Baldwin e Gomez são comuns nas redes sociais, especialmente por meio da interpretação de declarações ou conteúdos controversos como formas de ataque. Um exemplo recente ocorreu no início do ano, quando Selena compartilhou um vídeo no TikTok narrando um incidente em que acidentalmente removeu excessivamente<sup>4</sup> os pelos de sua sobrancelha, classificando-o como um "acidente" (Revista Monet, 2023).

Algum tempo depois, Kylie compartilhou em seu Instagram uma foto que tinha como enfoque seu rosto, com a legenda "Isso foi um acidente?", levando os internautas a interpretarem como uma provocação sutil. Juntamente com essa postagem, para aumentar os rumores, a caçula das irmãs Kardashian-Jenner postou uma captura de tela de uma vídeo chamada entre ela e Hailey Bieber, e o recorte da imagem era a área dos olhos. Estes dois acontecimentos bastaram para que surgisse uma crise (Revista Monet, 2023).

Qualquer evento negativo exposto ao escrutínio público, não importa a natureza ou a intensidade, acaba vulgarmente caracterizado como crise. Hoje, pela velocidade da informação e diversificação dos meios de divulgação, não existe fato negativo imune ao domínio público. Às vezes, um evento simples, mas perigoso, pode realmente ser sinal de crise. Mas depende de como ele cai no mundo on-line e como vai ser tratado (Forni, 2019, p. 10).

Antes destes acontecimentos, já existiam outras especulações envolvendo interações na internet, flagradas pelos telespectadores. No entanto, este teria sido o estopim para desencadear a crise. Kylie negou que aquilo seria uma indireta e recebeu como resposta um incentivo de Selena, que dizia "Concordo, Kylie. É tudo

---

<sup>4</sup> Kendall e Kylie são filhas do campeão olímpico em atletismo Bruce Jenner com a socialite e empresária Kris Jenner. Kendall atua como modelo e empresária, enquanto Kylie é empresária e influenciadora.



desnecessário. Sou fã de Kylie!”, negando qualquer tipo de constrangimento entre as duas (Gshow, 2023; Revista Monet, 2023).

As crises também podem surgir em circunstâncias, muitas vezes, totalmente alheias à participação da corporação. A sociedade interconectada desencadeia crises fora do controle da organização. Nem por isso deveriam ser ignoradas nos planos de prevenção. Muito ao contrário, não se trata aqui de crises surpreendentes, mas provocadas por terceiros (Forni, 2019, p. 10).

Diante desse cenário, Hailey Bieber e Kylie Jenner foram alvo de inúmeros comentários negativos nas plataformas de mídia social, sendo comumente apelidadas de "Meninas Malvadas", uma alusão ao filme americano. No caso de Hailey, a avalanche de comentários foi mais intensa e incluiu ameaças, levando a modelo a buscar a intervenção de Selena Gomez. Esta última foi solicitada a pedir aos seus admiradores que cessassem tais comportamentos. A cantora se pronunciou por meio de seu Instagram em nome de Hailey Bieber pedindo para que os comentários de ódio parassem (Gshow, 2023).

Diante desses eventos, e possivelmente influenciados por eles, alguns comentários online sugeriram que Selena talvez apresente um complexo de vítima. Isso se evidencia pelo fato de que, diante das situações, ela tende a se proteger excessivamente e se colocar em uma posição de vulnerabilidade excessiva. Essa abordagem pode ser considerada uma das fraquezas em sua estratégia de comunicação, aspecto que será discutido mais adiante (Duarte, 2018; Forni, 2019).

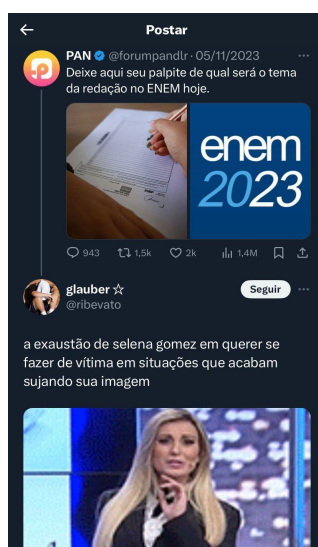
**Figura 19: Comentário negativo sobre Selena Gomez**



Fonte: TikTok (2023).

Captura de tela de vídeo divulgado no TikTok (Figura 19) que discute a possibilidade de Selena Gomez adotar uma postura de vítima diante de desafios e crises.

**Figura 20: Comentário negativo sobre reputação de Selena Gomez**



Fonte: Twitter (2023).

Captura de tela de um comentário em uma publicação do Twitter (Figura 20) que, de forma irônica, expressa a opinião de que Selena Gomez adota uma postura de vítima.

### 7.1.3 Selena Gomez e Saúde Mental

Em 2022, como mencionado anteriormente, Selena Gomez lançou seu documentário biográfico intitulado “My Mind and Me”, o qual explora os desafios enfrentados pela cantora em relação à sua saúde mental. A produção teve início em 2016 e abrange, inclusive, sua trajetória com o diagnóstico de transtorno bipolar. Em 2018, quando foi internada pela segunda vez em um hospital psiquiátrico, Selena Gomez recebeu o diagnóstico de bipolaridade. Segundo informações do site do médico e especialista *Drauzio Varella*, o *transtorno bipolar* é um *distúrbio psiquiátrico que se caracteriza pela alternância, por vezes abrupta, entre episódios de depressão e momentos de euforia, com períodos assintomáticos intercalados* (Drauzio Varella, 2021; Documentário My Mind and Me, 2022).

Antes do documentário vir a público, a revelação deste diagnóstico veio por parte da cantora, em uma live sobre saúde mental em parceria com a também cantora, atriz e ex-Disney *Miley Cyrus*. Na ocasião, Selena disse: “Quando eu tenho mais informação, isso me ajuda, eu não fico assustada quando passo a conhecer algo [...]”.

Este documentário desempenhou um papel crucial na trajetória de Selena Gomez, pois abordou de maneira aberta e honesta todas as suas vulnerabilidades ao longo dos últimos anos. Retomando pontos discutidos anteriormente, percebe-se que o fato de a artista se posicionar de forma transparente, assumindo suas características humanas e distanciando-se da percepção sobrenatural muitas vezes associada às celebridades, a aproxima ainda mais de seu público (Duarte, 2018; Forni, 2019; Rojek, 2008; Van Riel, 2014).

Selena Gomez não apenas reconhece abertamente sua bipolaridade, mas também se envolve ativamente em projetos e causas relacionadas à saúde mental, incorporando essa característica como parte integrante de sua imagem pública. A cantora e atriz compartilha no documentário experiências de enfrentamento de

períodos de depressão e psicose. Diante desses relatos francos, ela reconhece ter magoado pessoas próximas durante esses desafios.

Apesar da referência positiva, em alguns casos, podem acontecer tropeços durante o percurso. Muito recentemente, no mês de outubro de 2023, Selena Gomez envolveu-se em uma polêmica que tem repercutido bastante em suas redes sociais. É de conhecimento que há um conflito entre Palestina e Israel que se estende há mais de 70 anos, no entanto, tem se intensificado cada vez mais, gerando ainda mais comoção pública.

Nesse cenário, após diversas celebridades expressarem seus posicionamentos e disponibilizarem recursos para ajudar as vítimas da guerra, Selena Gomez se manifestou de forma tardia, adotando uma posição considerada polêmica. Nas mídias sociais, alguns internautas alegaram que sua declaração era ambígua e confusa, conforme observado na figura 22.

Na publicação em questão, Selena diz: *“Tenho feito uma pausa nas redes sociais porque meu coração se parte ao ver todo o horror, ódio, violência e terror que está acontecendo no mundo. Pessoas sendo torturadas e mortas ou qualquer ato de ódio contra qualquer grupo é horrível. Precisamos proteger todas as pessoas, especialmente as crianças, e acabar com a violência para sempre. Sinto muito se minhas palavras nunca serão suficientes para todos ou para uma hashtag. Simplesmente não posso suportar pessoas inocentes se machucando. É isso que me deixa doente. Eu gostaria de poder mudar o mundo. Mas uma postagem não fará isso”* (Instagram, 2023).

Embora Gomez tenha se posicionado de maneira proativa em outros momentos em apoio à Palestina, como em 2014, quando fez uma publicação em seu Instagram, sua mais recente declaração não foi bem recebida (Terra, 2014). Alguns internautas argumentam que, dada a visibilidade significativa da cantora e atriz, ela poderia empregar estratégias mais eficazes para se envolver com o ativismo.

**Figura 21: Postagem de Selena Gomez do ano de 2014 no Instagram**



*Fonte: Terra (2014).*

Em 2014, em sua conta no Instagram, Selena Gomez compartilhou uma foto com a mensagem “Reze por Gaza”, instando Israel a interromper a invasão terrestre na Faixa de Gaza. Entretanto, diante de comentários negativos de internautas que a acusaram de tomar partido no conflito e de uma hashtag difamatória surgindo nas redes sociais, Selena optou por se posicionar novamente em outra imagem: “Para ser clara, não estou escolhendo um lado. Estou apenas orando por paz e humanidade para todos” (Terra, 2014).

**Quadro 3: Crises enfrentadas por Selena Gomez**

<b>Crise</b>	<b>Situação vivida</b>
Polêmicas envolvendo o relacionamento com Justin Bieber	Relacionamento tumultuado e completamente exposto pela mídia.
Interpretação de internautas devido a conteúdos postados por Selena Gomez, Kylie Jenner e Hailey Bieber.	Interações com seguidores nas mídias sociais.
Polêmicas envolvendo seu quadro de bipolaridade	Selena abriu para discussão pública a sua jornada de saúde mental.
Falta de pronunciamento de Selena diante de conflito internacional	Selena optou por não se pronunciar diante do conflito para preservar sua saúde mental.

*Fonte: Da Autora (2023).*

A partir do contexto em que se compreende a personalidade de Selena Gomez como uma marca, uma vez que seu nome e imagem estão intrinsecamente ligados ao domínio público, podemos observar que existem marcas que permanecem firmemente arraigadas no imaginário coletivo, independentemente do decorrer do tempo. No entanto, outras marcas, enfraquecidas em termos de identificação, reputação e ideologias, acabam por se desvanecer no espaço temporal atual. O resultado positivo ou negativo pode estar diretamente relacionado com as estratégias adotadas para preservar a imagem e a reputação (Argenti, 2006; Forni, 2019).

## 7.2 ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE CRISE ADOTADAS PARA PRESERVAR SUA IMAGEM E REPUTAÇÃO DE SELENA GOMEZ

Por meio das lentes proporcionadas pelos teóricos como Soares (2014; 2015), que argumenta que as celebridades contemporâneas frequentemente transcendem as fronteiras tradicionais das mídias, influenciando várias formas de cultura e entretenimento, e em consonância, verifica-se que Gomez conquistou sucesso em várias esferas da indústria do entretenimento, incluindo música, cinema e televisão.

Portanto, é fundamental compreender previamente que Selena Gomez alcança o público em diversas esferas, abrangendo todos os setores relacionados à indústria do entretenimento. Em essência, conforme Berbereia (2020) observa, as celebridades tornam públicos momentos significativos de suas vidas privadas para promover suas imagens nas discussões públicas. Diante desse contexto, percebe-se que a crise tem a tendência de repercutir negativamente para aquele que apresenta maiores indícios, resultantes de suas atitudes anteriores.

Jenkins (2009) cunhou o termo *transmídia* para descrever o fenômeno em que uma narrativa se expande para outros dispositivos midiáticos, conectando-se e desenvolvendo um todo.

Diante desse cenário, compreende-se que a mídia tem moldado a imagem de Selena Gomez de maneiras diversas. Assim, é crucial reconhecer a existência de um contexto social dramático que configura uma espécie de roteiro performático. Em outras palavras, trata-se de estratégias cuidadosamente planejadas para alterar a

trajetória da celebridade, afastando-a da zona de perigo, ou seja, da crise, a fim de facilitar a percepção do público sobre uma nova identidade (Berbereia, 2020).

A equipe de comunicação de Selena Gomez, responsável pelo que Duarte define como um eficiente planejamento e orquestração do gerenciamento de imagem que podem assegurar a predominância positiva da celebridade (Duarte, 2018), teve que agir diante das circunstâncias que marcam a carreira da celebridade.

Diante de eventos como o relacionamento com Justin Bieber, as controvérsias envolvendo outras figuras influentes e a atenção voltada para sua saúde mental, uma das estratégias mais eficazes no gerenciamento da imagem e reputação de Selena Gomez é estabelecer conexões consistentes com seu propósito e com as mensagens que têm sido associadas a ela ao longo de sua trajetória. Isso implica que, conforme argumentado por autores como Argenti (2006) e Prado (2017), a eficácia das estratégias implementadas antes das crises desempenha um papel mais significativo e contribui mais do que aquelas executadas posteriormente, uma vez que estas se baseiam no princípio fundamental de manter uma imagem positiva.

Argenti (2006), Duarte (2018) e Forni (2019), concordam que ações sugeridas e implementadas pela equipe organizacional, realizadas com eficiência e consistência ao longo da trajetória artística da celebridade e antecipando-se a crises potenciais, tendem a ser mais eficazes. O caso de Selena Gomez, o que impede que as crises, mesmo que ocorram de maneira abrupta e intensa, afetem significativamente a maioria de seu público são as pequenas e grandes atitudes que a estrela adota, agindo de forma autêntica e sem a pressão de ser compelida a fazê-lo. Um exemplo claro disso é o fato de que ela se posiciona em causas de ativismo social, de maneira voluntária, sem a necessidade de ser instigada.

**Quadro 4: Resumo das estratégias adotadas por Selena Gomez**

Situação	Estratégia
Relacionamento conturbado com Justin Bieber	Presença midiática, ações para gerar comoção pública, discurso de amor, bondade e respeito ao próximo.
Selena Gomez vs Hailey Bieber vs Irmãs Jenner	Maior inserção em causas e debates sociais, apelo para nostalgia dos fatos com auxílio dos fãs, intervalo do uso das redes sociais.

Saúde Mental	Diálogo aberto com o público, debates sobre saúde mental, doações para a causa de saúde mental e presença no assunto, exposição de documentário que evidencia sua trajetória, entrevistas concedidas para tratar o assunto.
--------------	---

*Fonte: Da Autora (2023).*

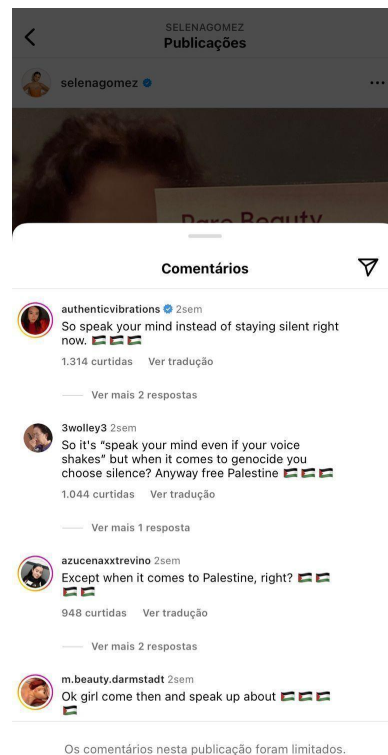
Por outro lado, o que ocorre, como evidenciado recentemente na postagem em que ela aborda o conflito na Faixa de Gaza (Figura 21), é que quando ela não expressa seu ativismo de maneira eficiente e explícita, sua comunidade começa a questionar de maneira negativa. Como mencionado anteriormente, Selena Gomez já havia se manifestado sobre o assunto antes de se tornar urgentemente relevante (Argenti, 2006; Duarte, 2018).

No entanto, o fato de ela não ter agido de maneira eficaz diante dessa urgência, transformou a situação em uma crise, resultando em repercussões negativas. A recente medida adotada por Selena e sua equipe para conter esses comentários, a fim de preservar a saúde mental da artista, foi restringir os comentários em seu perfil no Instagram. No entanto, ainda é possível visualizar alguns deles.

Apesar do incidente, a maioria de seu público não foi impactada significativamente. Para justificar esse entendimento, Forni (2019) argumenta que é durante a crise que as organizações colhem os frutos da qualidade do capital de confiança adquirido antes da crise. É crucial enfatizar que a reputação é um ativo vulnerável, suscetível a oscilações e reviravoltas, exigindo que a equipe de comunicação esteja pronta para enfrentar, direcionar e orientar situações de crise.



**Figura 22: Comentários criticam postura de Selena Gomez diante de conflitos internacionais.**



*Fonte: Instagram (2023).*

Capturas de tela de comentários em publicações recentes do Instagram de Selena Gomez (Figura 22), mesmo com restrições, indicam que a falta de um posicionamento eficaz diante dos recentes eventos em escala internacional decepcionou os internautas e frustrou suas expectativas em relação a ela.

Contudo, um dos elementos, como já mencionado anteriormente, que aproxima Selena do público e contribui positivamente para sua reputação, é sua consistência em permanecer autêntica. Um exemplo claro disso é quando viveu um relacionamento tumultuado com o cantor canadense Justin Bieber. Ela expressou abertamente sentimentos, frustrações e expectativas comuns a qualquer pessoa que já tenha experimentado um amor que não deu certo.

A discografia de Gomez conecta os ouvintes à sua persona, pois ela aborda perspectivas comuns, inerentes à experiência humana. Uma estratégia fundamental adotada por Selena Gomez consiste em fornecer esclarecimentos frequentes à mídia. Isso envolve suas declarações públicas e composições artísticas, nas quais

ela aborda de maneira artística algumas de suas experiências, permitindo que seus espectadores interpretem essas narrativas (Argenti, 2006; Rojek, 2008; Van Riel, 2014).

Outro aspecto positivo relacionado às estratégias adotadas por sua equipe de comunicação é o fato de que Selena mantém, em sua maioria, relacionamentos positivos e duradouros, especialmente no que diz respeito a outras celebridades. Sua amizade com Taylor Swift, uma figura extremamente influente, permite que os fãs de Selena também se tornem apreciadores de Taylor, e vice-versa. Isso ocorre porque a amizade delas, evidenciada por meio das redes sociais, flagras em passeios e comentários mútuos em entrevistas, reforça o carinho e a admiração que têm uma pela outra, promovendo, assim, uma maior aproximação entre seus respectivos grupos de fãs (Hollywood Forever, 2022).

Não apenas a cantora norte-americana Taylor Swift, mas também colegas de cena em seus trabalhos como atriz e amigos de sua infância no Texas. Um exemplo que merece ser mencionado é o da atriz e cantora Miley Cyrus, também ex-Disney, com quem Selena teve atritos durante sua época como estrela pop da Disney. Hoje em dia, ambas são amigas e trocam elogios públicos nas redes sociais (POPLine, 2023; UOL, 2023).

Sua participação em eventos que marcaram a cultura pop dos anos 2000 também foi fundamental para sua reputação. Observar seu crescimento diante da pressão pública promove um senso de identificação e confiança no que ela tem a dizer. Isso se deve ao fato de que Selena possui um alto nível de credibilidade, uma vez que todos os projetos nos quais se propôs a participar foram bem executados (Marie Claire, 2019).

Seja na música, na atuação, na carreira empresarial ou na produção — afinal, Gomez foi produtora executiva da bem-sucedida série da *Netflix*, *13 Reasons Why*, que aborda de maneira impactante, porém real, questões relacionadas à saúde mental. Selena alcança positivamente seus objetivos, e essa série pode ser considerada um case de sucesso para sua reputação, já que gerou amplo debate e alcançou grande audiência. É importante destacar que uma parte dos lucros provenientes das vendas da trilha sonora da segunda temporada da série foi destinada a instituições de caridade (Folha de S. Paulo, 2018).

Os diversos exemplos mencionados ao longo desta pesquisa evidenciam de forma ativa o comprometimento de Selena Gomez e sua equipe de comunicação em preservar sua reputação por meio das mensagens transmitidas pela sua persona. É notável observar que, mesmo enfrentando a desafiadora transição de estrela teen para estrela pop, ela e sua equipe conseguiram contornar a situação de maneira eficaz. Isso é percebido no imaginário dos consumidores, conforme analisado por meio de netnografia e comentários nas mídias sociais, onde Selena é vista como um ícone em todas as eras por sua habilidade de deixar uma marca duradoura (Marie Claire, 2019). Seja por meio da música, atuação ou moda, ela não apenas marcou presença, mas também revelou a capacidade de se adaptar às mudanças sem perder a essência de sua mensagem inicial (Duarte, 2018).

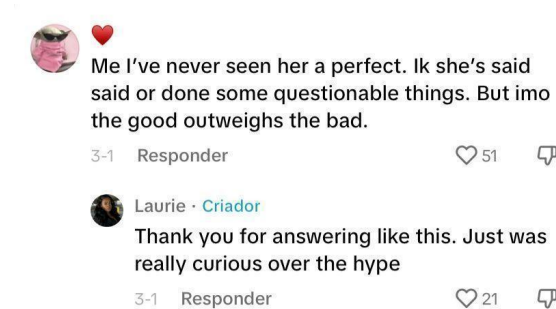
**Figura 23: Comentários em um vídeo do TikTok que destaca Selena Gomez durante o VMA 2023**



*Fonte: TikTok (2023).*

Comentários afetuosos surgiram em um vídeo do TikTok que destaca as expressões faciais de Selena Gomez durante o VMA 2023 (Figura 23). Os internautas consideraram o vídeo icônico devido à autenticidade de suas expressões, que incluíram insatisfação com algumas apresentações do evento.

**Figura 24: Comentário no TikTok que justifica críticas à imagem de Selena Gomez**



*Fonte: TikTok (2023).*

Captura de tela de um comentário no TikTok que justifica críticas à imagem de Selena Gomez (Figura 24), argumentando que ela não é perfeita e já tomou atitudes questionáveis, mas enfatizando que as boas ações são mais relevantes do que as falhas.

Atualmente, Selena Gomez é reconhecida como uma figura significativa na defesa da saúde mental. Suas iniciativas não apenas refletem objetivos pessoais, mas também abordam questões de grande relevância social, destacando a importância de discutir a saúde mental em espaços públicos. Sua presença nas redes sociais e envolvimento em projetos profissionais reiteram seu comprometimento, mantendo-se alinhada à imagem positiva já associada à sua reputação (Argenti, 2006).

### 7.3 GESTÃO DE CRISE NO ENTRETENIMENTO - ESTRATÉGIAS PARA PRESERVAR A IMAGEM E REPUTAÇÃO DE ARTISTAS EM MOMENTOS DE RISCO

A gestão de crise no contexto do entretenimento é uma área de extrema importância, dada à natureza pública e muitas vezes escrutinada da vida dos artistas. Este campo de estudo e prática concentra-se nas estratégias destinadas a preservar a imagem e a reputação dos artistas em períodos de adversidade e risco (Berbereia, 2020).

A gestão de crise no entretenimento torna-se crucial devido à exposição constante dos artistas aos olhos do público, sujeitando-os a uma ampla gama de ameaças à sua imagem, incluindo exposição excessiva na mídia, falta de

privacidade, pressões da indústria do entretenimento e julgamentos públicos. As estratégias adotadas para a gestão de crise no entretenimento geralmente se concentram em antecipar e mitigar possíveis crises antes mesmo de ocorrerem (Forni, 2019).

Isso envolve a implementação de práticas consistentes ao longo da carreira do artista, com o objetivo de construir uma base sólida de credibilidade e confiança junto ao público. Autores como Argenti (2006), Duarte (2018) e Forni (2019) destacam a importância de ações proativas da equipe organizacional, realizadas de forma eficiente e constante ao longo da trajetória artística do artista. Além disso, a gestão de crise no entretenimento abrange a capacidade de reagir rapidamente a situações emergenciais, adotando estratégias que minimizem danos à imagem do artista.

A transparência, a humanização da imagem, o uso estratégico das redes sociais para comunicação direta com os fãs e a colaboração com organizações filantrópicas são algumas das táticas comumente empregadas. Essas estratégias não apenas abordam a crise imediata, mas também visam manter ou reconstruir a confiança do público.

É vital compreender que a gestão de crise no entretenimento vai além da resolução de problemas imediatos; ela contribui para a construção de uma narrativa contínua ao longo da carreira do artista. Estudiosos, como Duarte (2018), Argenti (2006) e Van Riel (2014) observam que a eficácia das estratégias adotadas antes das crises interfere e contribui mais significativamente do que aquelas executadas após a ocorrência do problema. Portanto, o sucesso na gestão de crise no entretenimento reside na implementação consistente de práticas positivas ao longo do tempo, estabelecendo uma reputação robusta que possa resistir aos desafios inevitáveis no mundo do entretenimento.

A adoção de ações benéficas, especialmente aquelas de cunho filantrópico, a interação regular com o público, comportamentos exemplares, participação em doações e contribuições sociais, e uma manifesta preocupação com questões sociais pertinentes representam algumas das estratégias empregadas pelas equipes de gerenciamento de crise.

No contexto de Selena Gomez, a implementação de estratégias adequadas resulta em diversos benefícios para a celebridade. Ela mantém sua posição como uma referência para seu público, alcançando milhões de pessoas através de suas plataformas de mídia social. Atualmente, detém o título de mulher mais seguida no *Instagram*, contando com 430 milhões de seguidores. No *TikTok*, sua audiência é de 59 milhões de espectadores, enquanto no *Twitter*, ela conta com 66 milhões de seguidores.

Como cantora, Selena Gomez encontra-se atualmente envolvida na produção de seu quarto álbum de estúdio, conforme anunciado em junho deste ano por meio de sua conta no *Instagram* (POPLine, 2023). Em agosto de 2023, o álbum lançou seu primeiro single intitulado *Single Soon*. Vale ressaltar que seu último trabalho fonográfico foi o álbum *Rare*, lançado em 2020. No âmbito da atuação, Selena desempenha o papel de Mabel na série de televisão de comédia e mistério intitulada *Only Murders in the Building*, que estreou em 2021 nas plataformas de streaming *Hulu* e *Star+*. A produção recebeu 17 indicações ao *Emmy Awards* em 2022<sup>5</sup>.

Gomez mantém sua relevância na indústria independentemente das crises que possam surgir. Seu legado construído até agora é de extrema importância para que, no imaginário das pessoas, conforme defendido por Duarte (2018), ela permaneça como uma persona benevolente, atenta às causas humanitárias e profundamente conectada com seu público.

A pesquisa empreendida sobre a gestão de imagem e reputação de Selena Gomez revela uma complexa teia de estratégias utilizadas ao longo de sua carreira para preservar uma imagem pública positiva (Rojek, 2001). A netnografia e a análise de conteúdo das mídias sociais emergem como ferramentas cruciais para compreender a percepção do público, evidenciando como as interações online e os comentários contribuem para moldar a reputação de uma celebridade na era digital (Jenkins, 2009).

A constância de Selena em manter-se autêntica e real diante de seu público identifica-se como um ponto forte em sua gestão de imagem. Neste contexto, esta pesquisa destacou a importância de uma abordagem proativa e autêntica,

<sup>5</sup> Os Emmy Awards são uma premiação anual em que a Academia de Artes e Ciências Televisivas dos Estados Unidos elege as séries, minisséries e telefilmes que mais se destacaram dentro de suas categorias. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/emmy>

ressaltando que a construção e manutenção de uma reputação sólida são fundamentais para enfrentar desafios sem comprometer a lealdade do público (Argenti, 2006).

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa foi impulsionada pelo objetivo geral de examinar as estratégias de gestão de crise adotadas para preservar a imagem e reputação de Selena Gomez. Ao longo do desenvolvimento do estudo, tornou-se evidente que os objetivos incluíam uma análise aprofundada das estratégias de gestão de crise empregadas para preservar a imagem e reputação de Selena Gomez, bem como uma exploração da influência de sua imagem pessoal e profissional nos debates da cultura popular, utilizando a metodologia da netnografia.

No âmbito dos objetivos específicos, buscou-se contribuir academicamente ao analisar as situações de crise enfrentadas por Selena Gomez ao longo de sua carreira, examinar as estratégias de gestão de crise adotadas para preservar sua imagem e reputação e obter insights sobre a gestão de crise na indústria do entretenimento, destacando as estratégias eficazes que podem ser aplicadas para preservar a imagem e reputação de artistas em momentos de risco.

Durante a pesquisa, são utilizados conceitos e definições de autores como Argenti (2006), Duarte (2018), Forni (2019), Prado (2017), Van Riel (2014), entre outros, para embasar a análise sobre a reputação de celebridades no universo artístico. A partir da revisão bibliográfica, são identificadas as principais ameaças à reputação de celebridades na indústria do entretenimento, como a exposição excessiva na mídia, a falta de privacidade, a pressão da indústria e a exposição a críticas e julgamentos públicos.

Na revisão teórica desta pesquisa, procurou-se identificar autores relevantes que abordassem as temáticas em questão. A saber: Cultura Pop (Hall, 2016, 2020; Machado, 2021; Soares, 2014, 2015, 2023; Storey, 2015); Celebridades (Lilti, 2018; Rojek, 2001, 2008; Simões e Veiga França, 2019, 2020; Torres, 2012; Veiga França, 2014); Crise e Gestão de Imagem (Argenti, 2006; Duarte, 2018; Forni, 2019).

Conforme abordado neste estudo, os autores consultados ofereceram insights valiosos sobre assessoria de comunicação, relacionamento com a mídia, gestão estratégica de crises e manutenção da reputação. Teóricos como Argenti (2006), Duarte (2018) e Forni (2019) foram fundamentais para elucidar o funcionamento dos serviços de comunicação. Sob a perspectiva desses autores, a temática em questão é reforçada por meio da comunicação empresarial. Além disso,





significativas para a compreensão dos estudos relacionados à cultura das celebridades, sua ascensão e a lógica social por trás desses fenômenos foram fornecidas por autores como Rojek (2001), Soares (2014) e Hall (2020).

Além desses, Simões e Veiga França (2019) proporcionaram insights valiosos sobre a cultura das celebridades e os elementos que orientam esse fascínio na sociedade. Por outro lado, teóricos como Prado (2017) e Van Riel (2014) abordaram em seus estudos a perspectiva do que torna a reputação um ativo tão precioso na gestão de imagem. Jenkins (2009) desempenhou um papel fundamental para compreender a convergência de mídia e aplicar suas teorias em um contexto contemporâneo.

Na dimensão empírica do trabalho, os procedimentos metodológicos foram a Netnografia e a análise de conteúdos. A netnografia permitiu uma imersão virtual nas interações online relacionadas à artista, fornecendo insights valiosos sobre a percepção do público em relação a eventos específicos. A análise crítica de conteúdo das mídias sociais contribuiu para a compreensão das mensagens transmitidas pela equipe de Selena Gomez e como essas mensagens eram recebidas e interpretadas pelos seguidores.

Os materiais que contribuíram para o esclarecimento desta pesquisa foram essencialmente obtidos de plataformas digitais. Conteúdos coletados através de comentários nas mídias sociais desempenharam um papel crucial no entendimento do impacto público da reputação de Selena para os espectadores. Muitas das informações sobre a vida de Selena Gomez, necessárias para a pesquisa, foram encontradas em fontes de jornalismo de celebridades, que cobrem notícias relacionadas a figuras públicas.

Algumas das estratégias adotadas pela equipe de comunicação de Selena Gomez incluem a humanização de sua imagem e a colaboração com causas sociais. Essas medidas antecedem possíveis crises, portanto, a pesquisa aborda a natureza dos riscos em um contexto mercadológico. Reconhecendo a imprevisibilidade inerente a essas situações, o estudo busca identificar estratégias e práticas recomendadas que visam mitigar potenciais impactos adversos na reputação das celebridades.

Como primeiro objetivo específico, que consistiu na análise das situações de crise enfrentadas por Selena Gomez ao longo de sua carreira, foram obtidos resultados por meio de uma abordagem netnográfica, análise de comentários nas redes sociais e revisão de materiais teóricos e investigativos. Os principais resultados destacam crises significativas na trajetória da cantora, como o relacionamento com o cantor canadense Justin Bieber, desentendimentos entre Gomez, Hailey Bieber e as irmãs Jenner, e sua batalha com a saúde mental, que repercute em diversas áreas de sua vida pessoal e profissional.

O segundo objetivo específico deste trabalho está centrado em examinar as estratégias de gestão de crise adotadas para preservar a imagem e reputação de Selena Gomez. Ao conduzir esta pesquisa, por meio de referências teóricas e uma análise das estratégias e táticas empregadas pela indústria do entretenimento, aliadas à percepção obtida por meio da netnografia, foi constatado que a gestão comunicacional da atriz e cantora fundamenta-se em na gestão de sua reputação.

Adicionalmente, a principal estratégia utilizada por Selena e sua equipe de comunicação consiste na confiança estabelecida em seu relacionamento com o público e a constância em se envolver com causas relacionadas à saúde mental - sendo reconhecida como uma ativista em uma causa frequentemente invisibilizada - que contribuem para a manutenção de sua imagem positiva. Isso ocorre mesmo diante de seus erros, que, em comparação com suas boas ações, tornam-se praticamente irrelevantes, conforme analisado por meio de comentários online.

Por fim, para alcançar insights sobre a gestão de crise na indústria do entretenimento, com ênfase nas estratégias eficazes aplicáveis para preservar a imagem e reputação de artistas em momentos de risco, foi imprescindível fundamentar-se nas referências teóricas do estudo. Por meio de uma abordagem diversificada, que inclui a compreensão equilibrada entre estudos que enriquecem a compreensão do fenômeno das celebridades e sua gestão de comunicação, combinada com a aplicação da netnografia, foi possível perceber a indústria do entretenimento como uma potência significativa na manipulação. Afinal, ela é composta por equipes de profissionais habilidosos preparados para lidar da melhor forma possível com potenciais crises, embora não seja uma tarefa fácil.

O objetivo geral desta pesquisa foi alcançado ao analisar as estratégias de gestão de crise adotadas por Selena Gomez para preservar sua imagem e reputação. Através da netnografia, investigou-se a influência de sua imagem pessoal e profissional nos debates da cultura popular. Concluiu-se que a credibilidade em torno do nome de Selena é resultado de anos de trabalho e sua constante relevância social em debates importantes, mantendo-a em uma posição de destaque na indústria do entretenimento. Mesmo diante de transições significativas em sua carreira e sendo uma figura presente em diversos polos da indústria, especialmente na música e no cinema, a personalidade conseguiu manter sua importância no cenário artístico.

Como sugestão para futuras pesquisas e abordagens teóricas, é relevante ressaltar que há uma escassez de estudos que abordam o gerenciamento de imagem e reputação na carreira de celebridades. A maioria das referências teóricas concentra-se em exemplos institucionais relacionados a empresas e organizações, o que dificulta a compreensão do processo durante a investigação, uma vez que estamos lidando com a gestão de carreiras de indivíduos suscetíveis a erros e que demandam uma atenção constante.

Diante desse contexto, este trabalho lança luz sobre outras abordagens que podem enriquecer o campo acadêmico, como pesquisas específicas sobre a comunicação no universo das celebridades. Além disso, propõe-se a análise de outros casos influentes na indústria do entretenimento, como as crises enfrentadas por Taylor Swift ao longo de sua carreira e sua indiscutível relevância social, a ascensão de Rihanna e sua transição entre diferentes pólos da indústria do entretenimento, ou até mesmo a percepção de Justin Bieber e Britney Spears como marcas e casos de crescimento diante das câmeras de sucesso.

Com a pesquisa foi possível desenvolver um entendimento mais aprofundado sobre a complexidade dos fatores e fenômenos que permeiam a indústria do entretenimento. Neste contexto, destaca-se a compreensão das abordagens teóricas que podem fundamentar certos comportamentos percebidos pela população. A sutileza dessas ações torna-se mais evidente graças ao conhecimento adquirido por meio das referências consultadas durante a realização desta pesquisa. É necessário que se amplie os estudos neste tema para que seja possível preparar os profissionais de comunicação para a atuação neste campo rico em

oportunidades.

## REFERÊNCIAS

AFP-Relaxnews. **Fashion Network**. Selena Gomez lança coleção de moda com a Coach. Traduzido por Novello Dariella. 13 de mar. de 2018. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/selena-gomez-lanca-colecao-de-moda-com-a-coach,957636.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Altmann, Eduarda. **O sucesso da Rare Beauty**: a marca de celebridade mais popular. [20 jul. 2023]. Disponível em: <https://selenagomez.com.br/o-sucesso-da-rare-beauty-a-marca-de-celebridade-mais-popular-atualmente>. Acesso em: 20 out. 2023.

Altmann, Eduarda. Selena Gomez Brasil. **O sucesso da Rare Beauty**: a marca de celebridade mais popular atualmente. 20 jul., 2023. Disponível em: <https://selenagomez.com.br/o-sucesso-da-rare-beauty-a-marca-de-celebridade-mais-popular-atualmente>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Argenti, Paul A. Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2014.  
BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

Benetti, M.; Storch, L.; Finatto, P. Jornalismo de revista, meta-acontecimento e dispositivo de autoridade. *In*: Leal, B. S.; Antunes, E.; Vaz, P. B. (org.). Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos. Florianópolis: Insular, 2011. v. 2. p. 55-78.

BRETAS, B. Interações cotidianas. *In*: Guimarães, C.; França, V. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 29-42.

Breve, Giovanna. **Os Feiticeiros de Waverly Place**: Selena Gomez se arrepende de perder contato Atriz passou por momentos delicados que abalaram sua saúde mental após sucesso com a série. [28.02.2023, ÀS 20H58]. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/selena-gomez-feiticeiros-waverly-place-contato>. Acesso em: 20 out. 2023.

Caras Digital. Atualidades. Grata! Após polêmica com Kylie Jenner e Hailey Bieber, Selena Gomez agradece apoio dos fãs. Selena Gomez estava há duas semanas sem postar nada em seu Tik Tok e recebeu uma enxurrada de comentários positivos sobre sua volta. **CARAS Digital**. [Publicado em 06/03/2023, às 14h47]. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/atualidades/apos-polemica-com-kylie-jenner-e-hailey-bieber-selena-gomez-agradece-apoio-dos-fas.phtml>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Charaudeau, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

**Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável**. (cood). São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em: <https://www.usmagazine.com/celebrity-news/pictures/justin-bieber-and-selena-gomez-the-way-they-were-20121011/>. Acesso em: 20 out. 2023.

Coronato, Giulia. Looks. **As fórmulas fashion infalíveis dos looks da Selena Gomez**. 02/06/2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/as-formulas-fashion-infaliveis-dos-looks-da-selena-gomez/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

D'zurilla, Christie. **Entertainment & Arts. What's happening with Selena Gomez, Kylie Jenner and Hailey Bieber on the socials?** March 7, 2023. [1:07 PM PT]. Disponível em: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/story/2023-03-07/selena-gomez-hailey-bieber-kylie-jenner-eyebrows-timeline>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Duarte, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.

Eve, Holly. A executiva que ajuda Selena Gomez a criar uma marca com propósito. Elyse Cohen, VP de impacto social e inclusão da Rare Beauty, criou a ideia de promover saúde mental junto com a maquiagem assinada pela cantora. **Forbes**. Forbes Mulher. 13 de setembro de 2023. [Atualizado há 2 meses]. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2023/09/selena-gomez-assina-mas-essa-executiva-foi-quem-criou-o-storytelling-da-rare-beauty/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Exame. Negócios. Selena Gomez vai se juntar a Rihanna no clube de bilionários de Hollywood. A sua marca de maquiagens Rare Beauty deve encerrar o ano com receita de US\$ 300 milhões. O valor atual do negócio é estimado em US\$ 1,2 bilhão. **Agência o Globo**. [Publicado em 22 de julho de 2023, 16h19.]. Disponível em: <https://exame.com/negocios/selena-gomez-vai-se-juntar-a-rihanna-no-clube-de-bilionarios-de-hollywood/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Fiske, John. **Understanding popular culture**. Routledge, 2010. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/Understanding\\_Popular\\_Culture/0\\_bFBQA\\_AQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1](https://www.google.com.br/books/edition/Understanding_Popular_Culture/0_bFBQA_AQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1). Acesso em: 20 out. 2023.

Fonseca, Ana Luiza. Hugo Gloss. Filmes. **Selena Gomez recusou papel principal em 'Camp Rock', e motivo fofo envolve Demi Lovato; vem descobrir!** David DeLuise afirmou que Selena já estava em ascensão e queria dar uma chance para a amiga. Hugo Gloss, c2023. [Publicado em 08/11/2022 às 14:40.]. Disponível em: <https://hugogloss.uol.com.br/filmes/selena-gomez-recusou-papel-principal-em-camp-rock-e-motivo-fofo-envolve-demi-lovato-vem-descobrir/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Forni, João José. **Gestão de crises e comunicação**: o que os gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

França, V. V. **Debate seduções do cotidiano**. 2010. Disponível em: <http://mletrasufsj.blogspot.com.br/2010/10/pares-indissociaveis-midia-e-cotidiano.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

G1. Por que Selena Gomez e Justin Bieber terminaram pela terceira e última vez? “Acordo de paz” entre supostas rivais, Selena e Hailey Bieber, esposa de Justin, trouxe à tona motivo da separação do casal mais comentado dos anos 2000. **Ela**. 01/04/2023. 12h57. [Atualizado há 7 meses]. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/noticia/2023/04/por-que-selena-gomez-e-justin-bieber-terminaram-pela-terceira-e-ultima-vez.ghtml>. Acesso em: 19 nov. 2023.

G1. Redação Marie Claire. Dolce & Gabana. Moda. Selena Gomez: como a cantora mantém o posto de it-girl. Mesmo dando umas sumidinhas da mídia, Selena é sempre referência de estilo. Revista Marie Claire. 06 nov., 2019. [06H00 atualizado em 11 abr., 2022 - 17H27]. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2019/11/selena-gomez-como-cantora-mantem-o-posto-de-it-girl.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

G1. Se perdeu na treta? Veja um resumo em 6 atos do que rolou entre Selena Gomez, Hailey Bieber e Kylie Jenner nas redes. De sobranças a vídeos antigos: muitas publicações e indiretas foram feitas pelo trio ao longo da semana – e reunimos tudo aqui. **Revista Monet**. 25/02/2023. [12h02. Atualizado há 8 meses]. Disponível em: <https://www.google.com/url?q=https://revistamonet.globo.com/celebridades/noticia/2023/02/se-perdeu-na-treta-veja-um-resumao-em-6-atos-do-que-rolou-entre-selena-gomez-hailey-bieber-e-kylie-jenner-nas-redes.ghtml&sa=D&source=docs&ust=1700272016397222&usg=AOvVaw0KhFY5u2BxemHeUDJfzi5V>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Gadelha, Ana Louise. Selena Gomez, Hailey Bieber e Kylie Jenner: entenda a polêmica. As discussões entre as três famosas são motivadas por indiretas, seguidores no Instagram e vídeos no TikTok. **Portal O POVO**. Mar. 01, 2023. [11:53]. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/divirtase/2023/03/01/selena-gomez-hailey-bieber-e-kylie-jenner-entenda-a-polemica.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Gold, Jessica. Fundo **Rare Beauty, de Selena Gomez, promete arrecadar US\$ 100 milhões para saúde mental**. Quando finalizado, projeto será um dos maiores fundos de entidade corporativa em apoio à saúde mental. Forbes. 27 de julho de 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/beleza/noticia/2022/07/selena-gomez-fala-sobre-chegada-d-a-rare-beauty-ao-brasil-saude-mental-autoestima-e-redes-sociais.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Grossberg, Lawrence. Estudos culturais no tempo futuro: como é o trabalho intelectual que o mundo exige hoje. Durham e Londres: Duke University Press Books, 2010. **Revista Ensaios**, v. 16, jan-jun, p. 193-199. 2020. Comunicação Corporativa. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ensaios/article/view/44480/27612>. Acesso em: 10 out. 2023.

Hall, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro, Lamparina Editora, 2020. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/A\\_identidade\\_cultural\\_na\\_p%C3%B3s\\_modernidad/ALXkDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1](https://www.google.com.br/books/edition/A_identidade_cultural_na_p%C3%B3s_modernidad/ALXkDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1). Acesso em: 20 out. 2023.



Hall, Stuart. Cultura e representação. **Organização e revisão técnica:** Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016. 260 p. Disponível em: [https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/HALL\\_Cultura\\_e\\_Representação\\_-\\_2016.pdf](https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/HALL_Cultura_e_Representação_-_2016.pdf). Acesso em: 19 nov. 2023.

Jenkins, Henry; Alexandria, Susana L. de. **Cultura da convergência**. 2. ed. 2009.

Justin Bieber fala sobre Selena Gomez e admite que não foi um bom namorado para ex-Disney. Ir para a notícia: Justin Bieber fala sobre relacionamento com Selena Gomez e admite que não foi um bom namorado. Reprodução, **Youtube**. [17 fev., 2020. [às 15h15]. Disponível em: <https://www.purebreak.com.br/midia/justin-bieber-fala-sobre-selena-gomez-e-357346.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Lambrequim. Investigações musicais. **A ascensão da Música Latina no mercado mundial**. 27 de julho de 2022. Disponível em: <http://lambrequim.com.br/a-ascensao-da-musica-latina-no-mercado-mundial/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Maia, Aline; Azevedo, Marcella; Pereira, Cláudia. Celebidades do Passinho: mídia, visibilidade e reconhecimento dos jovens da periferia. **Intercom**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR. 2 a 5/9/2014. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1255-1.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Marie Claire. Rare Beauty, marca de Selena Gomez, esgota produtos em novo lançamento no Brasil. Sucesso entre as brasileiras, a Rare Beauty acaba de lançar os novos (e desejados!) *lip oils* da marca. Entre as oito cores da linha, três esgotaram no dia do lançamento. **Revista Marie Claire**. 12/04/2023. [12h02. Atualizado há 7 meses]. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/beauty-tudo/noticia/2023/04/rare-beauty-marca-de-selena-gomez-esgota-produtos-em-novo-lancamento-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Mitroff, Ian I.; Anagnos, Gus. Managing crises before they happen: what every executive and manager needs to know about crisis management. Amacon, 2005.

Paiva, Rafaela. Separação de Justin Bieber levou Selena Gomez a deixar as redes sociais: "Coração partido". Cantora refletiu sobre os anos longe das redes sociais e sobre o diagnóstico de transtorno bipolar. 4 out., 2023. [17h13]. Terra. Entretê. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/separacao-de-justin-bieber-levou-selena-gomez-a-deixar-as-redes-sociais-coracao-partido,8c32440677092e775a45426ebcc59a-cbc2pb2eq9.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Paiva, Rafaela. **Separação de Justin Bieber levou Selena Gomez a deixar as redes sociais:** "Coração partido" Cantora refletiu sobre os anos longe das

redes sociais e sobre o diagnóstico de transtorno bipolar. [4 out. 2023 - 17h13].

Pinto, Sheila Ferreira. Para onde estamos indo nos Estudos Culturais? [Resenha].

Prado, Elisa. **Gestão da reputação**: riscos, crise e imagen Corporativa. São Paulo: Aberje, 2017.

Riel, Cees; B. M. Van. **Reputação**: o valor estratégico do engajamento de stakeholders. Tradução Cristina Yamagami. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

Rodrigues, Samuel. Selena Gomez Brasil. **Buzz feed news**: como a Rare Beauty abriu debate crítico sobre a falta de inclusão na indústria da beleza. 20 abr., 2023. Disponível em:  
<https://selenagomez.com.br/buzzfeed-news-como-a-rare-beauty-abriu-debate-critico-sobre-a-falta-de-inclusao-na-industria-da-beleza>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Rodrigues, Samuel. **Selena Gomez entra na lista dos 25 ativistas de saúde mental mais prestigiados pela Verywell Mind**. 05 maio, 2023. Disponível em:  
<https://selenagomez.com.br/selena-gomez-entra-na-lista-dos-25-ativistas-de-saude-mental-mais-prestigiados-de-2023-pela-verywell-mind>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Rojek, Chris. **Celebrity**. London EC1 3JU, UK: Editora Reaktion Books, 2001.

Rossi Bárbara. **Selena Gomez fala à Elle Brasil sobre beleza e saúde mental**. A cantora e empresária, fundadora da Rare Beauty, que desembarca por aqui em agosto, bateu um papo com a gente sobre sua relação com o espelho e compartilhou seus segredos de skincare e maquiagem. 21 de julho de 2022. Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/selena-gomez-beleza-e-autoestima>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Russo, Alex; (Selena Gomez). Critica. **Os Feiticeiros de Waverly Place**: o filme (Wizards of Waverly Place: The Movie). Host Geek, c2023. Disponível em:  
<https://www.oficialhostgeek.com.br/critica-os-feiticeiros-de-waverly-place-o-filme-wizards-of-waverly-place-the-movie/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Sampaio, Adriana de Oliveira; Camandro Marcus Feris, Claudine Carvalho (org.). **COMUNICAÇÃO corporativa e reputação: Construção e Defesa da Imagem Favorável**. Salvador: EDUERA, 2023.

Selena Gomez Brasil. **Cantora, compositora, atriz, empreendedora e ativista**. Conheça Selena Gomez. SGBR. Criação e desenvolvimento por Livzzle e Lannie.D c2020 - Selena Gomez Brasil. Disponível em: <https://selenagomez.com.br/about>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Selena Gomez Brasil. **Cantora, compositora, atriz, empreendedora e ativista**. Conheça Selena Gomez. c2020. Disponível em: <https://selenagomez.com.br/about>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Significados. Expressões Populares. **Significado de Fandom**. [s. l.; s. n.], 2023.

Staff, Weekly. **Justin Bieber and Selena Gomez**: a timeline of their on-off relationship. Celebrity News. [March 6, 2023].

Steffen, L. S.; Henriques, M. N.; Lisboa Filho, F. F. Análise cultural-midiática como protocolo teórico-metodológico de pesquisas em comunicação. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 43, n. 3, p. 21–39, set. 2020.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/interc/a/Jf4VcrCqtKwpLLW5jrN6Rwn/?lang=pt>. Acesso em: 15 out. 2023.

Stephany, Maria. Beleza. Selena Gomez fatura US\$ 70 milhões por ano em marca de blush. **Lorena**. 22 jul. 2023 - 09h48. [Atualizado em 22 Jul. 2023 - 09h48].

Disponível em:

<https://lorena.r7.com/categoria/beleza/Selena-Gomez-fatura-US-70-milhoes-por-ano-em-marca-de-blush>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Storey, John. **Cultural theory and popular culture: an introduction**. 7th. ed.

Routledge, 2015. 289 p. Disponível em:

[https://books.google.com/books/about/Cultural\\_Theory\\_and\\_Popular\\_Culture.html?id=IV0argEACAAJ](https://books.google.com/books/about/Cultural_Theory_and_Popular_Culture.html?id=IV0argEACAAJ). Acesso em: 19 nov. 2023.

Storey, John. **Teoria cultural e cultura popular**: uma introdução. Tradução:

Pedro Barros. Edições Sesc São Paulo, 2015. 512 p. Disponível em:

[https://issuu.com/edicoessescsp/docs/trecho\\_teoriacultural](https://issuu.com/edicoessescsp/docs/trecho_teoriacultural). Acesso em: 20 out. 2023.

Terra. **Selena Gomez é novo ícone de estilo e designer da Adidas**. [21 nov. 2012. 17h20]. Disponível em:

<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/autocuidado/moda/selena-gomez-e-novo-icone-de-estilo-e-designer-da-adidas,7b26c2ee6432b310VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

Terra. **Selena Gomez posta foto sobre invasão em Gaza e gera revolta**. 19 jul. 2014. [13h48. Atualizado às 13h54]. Disponível em:

<https://www.terra.com.br/diversao/gente/selena-gomez-posta-foto-sobre-invasao-em-gaza-e-gera-revolta,690cfb6538f47410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Torres, Leonardo. Justin Bieber. **Justin Bieber escreve texto em resposta a post de que ele “se casou com Hailey Baldwin, mas ama Selena Gomez”**. Portalpopline. 26/03/2019. [12:59]. Disponível em:

<https://portalpopline.com.br/justin-bieber-escreve-textao-em-resposta-a-post-de-que-ele-se-casou-com-hailey-baldwin-mas-ama-selena-gomez/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

Vogue. Beleza. Selena Gomez fala sobre a chegada da Rare Beauty ao Brasil, saúde mental, autoestima e redes sociais. A marca de maquiagem lançada pela cantora desembarca no país no dia 3 de agosto com 14 produtos. No bate-papo exclusivo, a artista contou ainda quais itens acredita que serão os favoritos dos brasileiros. **Redação Vogue**. 20 jul. 2022. [11h23. Atualizado em 20 jul. 2022. 16H04]. Disponível em:

<https://vogue.globo.com/beleza/noticia/2022/07/selena-gomez-fala-sobre-chegada-d-a-rare-beauty-ao-brasil-saude-mental-autoestima-e-redes-sociais.html>. Acesso em: 19 nov. 2023.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada  
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564  
E-mail: [prograd@pucrs.br](mailto:prograd@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)