

# UNIVERSIDAD SIGLO 21



**Trabajo Final de Grado. Manuscrito científico**

**Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales**

**Cultura de la cancelación: su impacto en la imagen de**

**figuras públicas.**

*Cancel culture: its impact on the image of public figures.*

- **Autora:** Celina Gómez Sadir
- **Legajo:** RPI02424
- **DNI:** 43139572
- **Tutora:** Carolina Cerruti
- Córdoba, noviembre 2022

## Índice

<b>Agradecimientos</b>	<b>2</b>
<b>Resumen</b>	<b>3</b>
Palabras clave	3
<b>Abstract</b>	<b>4</b>
Keywords	4
<b>Introducción</b>	<b>5</b>
Pregunta	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos	18
<b>Métodos</b>	<b>19</b>
<b>Resultados</b>	<b>23</b>
<b>Discusión</b>	<b>28</b>
<b>Referencias</b>	<b>38</b>
Artículos y tweets consultados	41
<b>Anexos</b>	<b>46</b>

## **Agradecimientos**

*A mi mamá, mi papá y mi hermano Leo que me apoyaron siempre, en especial estos últimos cuatro años a pesar de la distancia, me acompañaron durante los momentos más difíciles y festejaron conmigo los más felices.*

*A Quintín, Beto, Gorda y Trufa que estudiaron al lado mío durante todo 2020.*

*A Inés y a Belén que me guiaron todos estos años y me hicieron reír hasta en los días más estresantes.*

*A todos mis compañeros que recorrieron conmigo este camino. En especial a Vale que no solo me acompañó estos años, sino que también se volvió una amiga incondicional que aguantaba hasta mi mal humor previo a cada parcial y se sentaba a estudiar conmigo, hacer esta carrera sin ella hubiera sido imposible.*

*A mi tutora, Carolina Cerruti quien me guio durante este proceso. Y al profesor que me hizo amar la profesión, Osvaldo Salas.*

## Resumen

En el presente trabajo se realizó una caracterización del fenómeno de la cultura de la cancelación en redes sociales y su impacto en la imagen de una figura pública. Para ello, se llevó a cabo una investigación del tipo descriptiva con una metodología cualitativa y se seleccionó de manera no probabilística e intencional a seis casos de cancelaciones de diferentes figuras públicas. Mediante el análisis textual de dichos casos, se obtuvieron resultados que permitieron comprobar que la gravedad del acto y la respuesta ante la crisis por parte de los afectados, son los elementos más importantes a la hora de analizar una cancelación. Otra conclusión muy importante que arrojaron los resultados es que la opinión pública juega un papel muy importante dentro de este fenómeno, coincidiendo así con los antecedentes expuestos. Estos hallazgos permitieron responder a la pregunta inicial de la investigación y, a su vez, sirven de base para futuras investigaciones.

***Palabras clave:*** cultura de la cancelación, opinión pública, crisis, figura pública.

## **Abstract**

This paper characterises the phenomenon of the cancel culture on social media and its impact on the image of a public figure. For this purpose, a descriptive research was carried out with a qualitative methodology and six cases of cancellations of different public figures were selected in a non-probabilistic and intentional way. Through the textual analysis of these cases, results were obtained that showed that the seriousness of the act and the response to the crisis on the part of those affected are the most important elements when analysing a cancellation. Another very important conclusion drawn from the results is that public opinion plays a very important role in this phenomenon, thus coinciding with the above-mentioned background. These findings allowed us to answer the initial research question and, in turn, serve as a basis for future studies.

*Keywords:* cancel culture, public opinion, crisis, public figure.

## Introducción

En el presente trabajo se desarrolló una investigación sobre el fenómeno de la cancelación y sus efectos en la imagen de figuras públicas presentes en las redes sociales. La “cultura de la cancelación” se denomina como tal hace relativamente poco tiempo, sin embargo, podemos ver que éste fenómeno se viene desarrollando desde siempre, con la salvedad de que fue adaptándose al modelo de comunicación predominante de cada época.

Con el paso de los años la comunicación ha ido evolucionando. Desde los modelos hasta los métodos de comunicación que utilizamos las personas han cambiado drásticamente en los últimos 10 años.

Los llamados nuevos medios, aquellos que nos “proporcionan información a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación” (Austin y Doust, 2008), trajeron consigo un fenómeno revolucionario del ámbito de la comunicación: las redes sociales.

Tomando como referencia a Lozares (1996, pág. 108) podemos definir a las redes sociales como “un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales”. Por su parte, Celaya (2008) agrega que estos actores utilizan las redes sociales para publicar y compartir información de diversa índole, ya sea personal o profesional con terceros conocidos o desconocidos.

Siguiendo a Austin y Doust (2008, pág. 11), los nuevos medios, en especial las redes sociales, se caracterizan por “la democratización en la creación, publicación, distribución y consumo de contenidos multimedia. Cualquier usuario puede generar

información, así como comentar y compartirla”. Esta doble funcionalidad hace que los usuarios de las redes sociales se vuelvan consumidor y creador de contenido a la vez.

Las redes sociales han logrado convertirse en un espacio virtual en donde los usuarios pueden no solo conectar entre ellos sino compartir diversos aspectos de su personalidad. Es en este contexto que las redes sociales se posicionan como la versión digital de aquella plaza pública en donde antiguamente los ciudadanos se juntaban a discutir temas de actualidad y de interés político. Es incluso una versión mejorada de ese ámbito pues se pueden compartir opiniones e intercambiar palabras con usuarios de todo el mundo. Incluso, podríamos decir que hoy en día, las redes sociales se han convertido en uno de los campos por excelencia de formación de la opinión pública.

Tomando a Arnoletto (2007) citado en Robles Espinosa en su tesis de grado titulada “Las redes sociales como elementos expresivos de la opinión pública” el año 2011, vemos que, según el autor la opinión es un fenómeno psicosocial que se forma a través de la interacción entre individuos y grupos de una sociedad. Además, plantea que el concepto de opinión pública tiene dos acepciones:

- Por un lado, es entendida como la suma de las opiniones individuales de los miembros de la sociedad sobre un asunto determinado. La valoración predominante de este conjunto de opiniones es la que formará la opinión pública.
- Por otro lado, la opinión pública es entendida como la opinión de sectores considerados más informados, mejor calificados que los demás y, por ende, influyentes. Y gracias a estas características es que tienen la posibilidad de formación de la opinión pública.

Arnoletto también agrega que la cultura de la sociedad influye en la formación de la opinión pública. Son sus valores y creencias los que sustentan esta construcción social. Y es aquí en donde los medios de comunicación social juegan un papel importante, porque son ellos quienes hacen una lectura sobre lo que ocurre pudiendo reforzar, o no, creencias y actitudes ya existentes en la sociedad.

Pero entonces, ¿son las redes sociales las que forman la opinión pública y los medios las que las replican? No necesariamente. Los medios de comunicación y las redes sociales prestan el lugar para que se desarrolle este fenómeno, pero como bien lo plantea el autor, son los mismos individuos de una sociedad los que forman la opinión pública. Y, dentro de las redes sociales, encontramos diversos actores que jugarán un papel importante en esta construcción.

Hay algunos personajes que destacan por su alcance, y que, por ende, podríamos ubicar dentro de la segunda acepción planteada por Arnoletto.

Por un lado, tenemos a los líderes de opinión o influencers y por el otro a las figuras públicas que, a los fines de este trabajo, serán tomados como dos actores diferentes del ámbito de las redes sociales.

El término “líder de opinión” es acuñado por primera vez en 1955 por Katz y Lazarsfeld en su investigación “Personal Influence”. Los autores propusieron la teoría del *Two Step Flow* en donde la influencia de los medios se ve intervenida por los llamados líderes de opinión. Estos individuos pueden ejercer influencia sobre los demás por su capacidad para seleccionar, modificar y transmitir información. De esta manera se volvieron un factor multiplicador mucho más eficaz que los medios.

Túnez y Costa (2014), posteriormente agregan que los líderes de opinión son quienes plantean los temas de interés público que luego serán seguidos por las demás

personas. Estos líderes cristalizan los sentimientos de sus seguidores y tienen la capacidad de manipular sus opiniones a favor de sus propios intereses.

Por otra parte, Warren y Brandeis (1890) entendían como figura pública a aquellas personas que ocupaban un cargo público o que desempeñaban o intentaban acceder a funciones públicas. Sin embargo, en el contexto actual y más específicamente en el ámbito de las redes sociales, una figura pública puede definirse como “una persona que, por sus logros, fama o modo de vida, o por adoptar una profesión o vocación que da al público un interés legítimo en sus quehaceres, asuntos, carácter, se ha transformado en un personaje público” (Prosser, 1960). Es decir, hoy en día no se necesita tener un cargo público para ser considerado una figura pública, basta con tener una actividad profesional que alcance cierta publicidad o trascendencia colectiva. Un ejemplo de esto serían los actores, cantantes, bailarines, deportistas, políticos, *socialites*, etc. La diferencia entre una figura pública y un líder de opinión está en su grado de influencia. No toda figura pública es necesariamente un influencer para su comunidad. Esto no quiere decir que no existan individuos que por su calidad de figura pública se conviertan en líderes de opinión y viceversa.

Las figuras públicas ostentan una imagen pública que se puede equiparar a la de las organizaciones. Siguiendo a Avilia (1999, pág. 99) “consideramos imagen al registro o representación que una persona hace de una entidad. (...) Este “retrato” que se hacen las personas acerca de las instituciones es lo que llamaremos imagen institucional. La imagen es la materia prima con la que trabaja el relacionario constituyéndose en su fundamental objeto de estudio”. Dentro de esta definición entendemos que una entidad puede ser tanto una empresa, como una ONG o incluso un personaje individual como lo es un líder de opinión/influencer o una figura pública.

A su definición de imagen, Avilia (1999), también agrega la idea de estatus social. Según el autor, la imagen de una entidad habla del lugar que ésta ocupa dentro de la sociedad y en la mente de las personas. El estatus le es otorgado por sus colegas de acuerdo a cómo es valorado en base al sistema biopsicoaxiológico y a las necesidades existentes del momento. Esta posición dentro de la sociedad es, al fin y al cabo, una construcción mental desarrollada en base a características físicas, creencias y valores vigentes, educación, poder adquisitivo, etc.

En síntesis, la imagen de una figura pública es un esquema mental desarrollado por sus públicos como resultado de un proceso acumulativo de información, que posee dos características: es fragmentario (reciben mucha información en partes) y discontinuo (la información se recibe en diferentes tiempos, espacios y circunstancias) (Capriotti. 1992). Es decir que todos los comportamientos, actitudes, acciones y comentarios que una figura pública tenga frente a la sociedad a lo largo de su vida pública van a contribuir a esta construcción de imagen. Y he aquí el principal problema.

Dentro de una organización tradicional “muchas veces acaecen situaciones extremas que interrumpen las tareas habituales y, en consecuencia, se requiere de la máxima concentración y puesta en acción por parte de los directivos, para dar las respuestas adecuadas a lo acontecido. A ese escenario se lo denomina crisis organizacional” (Yesuron, 2018 pág. 2). En estas situaciones parte del trabajo de un relacionista público, consiste en evitar que las consecuencias negativas que ocasione la crisis afecten permanentemente a la organización. Es decir, que no dañen su imagen.

Piñuel (1997) por su lado, afirma que una crisis es un cambio repentino entre dos situaciones causado por un “acontecimiento súbito (inesperado o extraordinario) frente al cual una organización tiene que reaccionar comprometiendo su imagen y su

equilibrio interno (como organización) y externo (como institución) ante sus públicos” (pág.167).

La definición propuesta por Saura (2005) agrega que esta situación de crisis tiene consecuencias en las funciones de la entidad y genera un impacto negativo en los medios, en la imagen que tiene la opinión pública del afectado, en sus resultados y viabilidad. Esto no quiere decir que una crisis de imagen como tal pueda atentar contra la vida de una figura pública, pero sí puede terminar con la parte de su vida (la pública) que el público consume.

Una crisis, en el caso de una figura pública puede impactar en dos niveles, en su imagen y su reputación. En su trabajo final de grado de 2019 titulado “Análisis sobre las características de las crisis reputacionales en influencers digitales, su gestión y consecuencias” para la Universidad Católica de Uruguay, Ottati expone que:

“las redes sociales aumentaron la frecuencia con la que suceden las crisis puesto que alzaron el valor de la opinión de los ciudadanos. En cualquier momento un internauta puede dejar una opinión negativa o compartir información perjudicial. Estos tipos de contenidos son más propensos a alcanzar un mayor número de visualizaciones e interacciones que el resto” (2019, pág. 8).

La autora agrega que estos contenidos no necesariamente generan un daño inmediato. Pero el internet funciona como un gran archivador y, por ende, la información que se guarda allí puede salir a la luz semanas, meses e incluso años más tarde causando efectos perjudiciales.

Sumado a esto, se puede observar que gracias al auge de los nuevos medios y a la cantidad de información circundante, estas crisis se han vuelto más frecuentes. Los usuarios de internet poseen los medios y herramientas necesarias para expresar su

opinión de forma constante, lo cual multiplica todavía más la información. Estas opiniones pueden ser tanto positivas como negativas.

En este contexto, Costa (citado en Gutierrez, 2015) “sostiene que la identidad y la imagen están expuestas a presiones y situaciones arriesgadas como no lo habían estado nunca antes de ahora, por la fuerza que adquiere la opinión y la contestación social a través de los medios masivos” (p.11). Las redes sociales son un espacio abierto a los comentarios de todo el mundo. Estas interacciones crearon comunidades que hasta cierto punto fortalecieron la imagen de las figuras públicas expuestas en redes sociales, porque les dieron seguidores, aprobación, apoyo y un espacio para darse a conocer y generar así una conexión personal con su público. Sin embargo, también las volvieron completamente vulnerables a la opinión pública. Estas figuras públicas no son quienes ostentan el poder en esta relación, porque dependen por completo del apoyo y la aprobación del resto de los usuarios de internet. Son sus seguidores quienes le otorgan el estatus de figura pública, y son sus mismos seguidores quienes pueden sacárselo.

Por último, en su trabajo final de grado, Ottati llega a la conclusión de que “las crisis en influencers son propensas a generar efectos emocionales en los públicos porque despiertan reacciones negativas que dañan la imagen del influencers” (2019, pág. 57). Además, Ottati incorpora la idea de que la imagen del afectado puede recuperarse o no dependiendo de la manera en cómo se lleve a cabo la gestión de crisis.

Hoy en día existe una crisis de imagen específica que estos personajes deben trabajar en evitar: la cancelación.

Si bien es un fenómeno que existe desde siempre, no fue hasta la última década que se lo denominó como tal. Tomando como referencia a De Masi citado en Burgos y Hernández Díaz en su artículo titulado “La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de

las comunidades de usuario?” (2021 pág. 146), se denomina “cultura de la cancelación a:

“Retirar apoyo público o financiero a aquello que vaya en contra de un precepto moral o una causa social, o que interpele a la corrección política con un dicho o una acción. “Cancelar” es activar campañas en contra de una persona, una empresa, un producto o un grupo identificado con una actividad, como el arte o la política. El objetivo es marcar, dejar un signo de alerta en el presente y a futuro. Las iniciativas para “cancelar” se potencian en las redes sociales a través de hashtags, fotos y videos o “escraches” que se vuelven campañas en contra de “ese” o “eso” que atenta contra ideas o instituciones. Un linchamiento virtual y público” (2020).

De la Torre (2019), también citado en Burgos y Hernández Diaz (2021), agrega que:

“Se trata de hacer desaparecer, “cancelar”, lo que consideramos injusto o inadecuado, de modo que no tengamos que lidiar con ello. Este método de cancelación se utiliza, por lo general, en contra de personajes públicos y famosos a los que se castiga por sus actos retirándoles el apoyo. También se cancelan películas, conferencias, videojuegos y cualquier obra de arte que no pase los filtros de la corrección política del momento”.

Éste fenómeno, como se mencionó anteriormente, ha existido siempre. Sin embargo, podemos decir que se volvió una práctica cuasi común gracias al uso de las redes sociales como herramienta de cancelación. La primera gran cancelación de la década de 2010 se dio con el movimiento #MeToo. Este movimiento cobró relevancia en 2017 cuando la actriz Alyssa Milano animó a las mujeres a través de Twitter a

compartir sus historias de acoso sexual bajo el hashtag “MeToo”. La actriz escribió este tuit con el objetivo de exponer ante el mundo la magnitud de la situación que el New York Times relataba en su último reportaje. La publicación denunciaba a Harvey Weinstein, productor de Hollywood, quien llevaba años acosando y abusando sexualmente de mujeres trabajadoras de la industria. Aunque inicialmente el movimiento buscaba que todas las mujeres compartieran sus historias, en la práctica, los casos que cobraron mayor relevancia fueron los de mujeres pertenecientes al círculo de Hollywood.

Como bien destaca Manzano Zambruno en su investigación para la Universidad de Sevilla realizada el año 2019 y titulada “¿Es el #MeToo un movimiento? Una revisión sobre el concepto ‘Movimiento Social’ y su relación con las redes sociales”, el adversario de este movimiento no se percibe. No hay una dimensión abstracta del enemigo, sino que “se desglosa en hombres en particular que tienen en común que son poderosos e influyentes y que, además, tienen una relación laboral con las mujeres a quienes acosan, normalmente de jefe-empleada” (2019, pág. 28). El ataque no era en contra del acoso sexual en sí, sino que se volvió un ataque directo a sus practicantes, fue una cacería con nombres y apellidos.

La autora también destaca que “la principal estrategia de actuación es, obviamente, el hashtag #MeToo” (2019, pág. 28) es decir, es un movimiento que se desarrolló a través de la red social Twitter.

En su conclusión, Manzano vuelve a mencionar que:

“Al enemistarse con hombres en calidad de individuos y no como parte de un grupo social, se pone en peligro la continuidad del movimiento, pues se paraliza cada vez que se derriba a uno de los victimarios que se denuncia. Esto

supone, a su vez, un obstáculo para formular objetivos concretos y un proyecto de futuro, los cuales quedan empobrecidos al nivel de destronar a los violadores y acosadores de turno, sin ahondar en propósitos más ambiciosos como dismantelar el sistema que hace posible que haya hombres que actúen de ese modo.” (2019, pág. 30).

La investigación hecha por Manzano es tomada para este trabajo porque deja al descubierto dos conclusiones importantes. En primer lugar, que, en el ámbito de las redes sociales, en especial en Twitter, cuando se cancela a alguien, la situación cobra mayor relevancia si involucra a figuras públicas ya sea que ésta sea la víctima o el victimario. Y, en segundo lugar, concluye que, incluso desde un principio, las cancelaciones son personales. En un intento por hacer justicia social, los usuarios que “cancelan” a una figura pública, se ensañan con la persona y no con la causa en sí.

Manzano también menciona el uso de Twitter y los hashtags como herramienta principal de esta práctica. Tomando como referencia a Carbonell citado en Cabrera Peña y a Jiménez Cabarcas en su artículo “La cultura de la cancelación en redes sociales: Un reproche peligroso e injusto a la luz de los principios del derecho penal.” publicado en la Revista chilena de derecho y tecnología en el año 2021, podemos ver que,

“(…) el discurso público hace años únicamente se practicaba en plazas públicas, en las calles o, con mucha fortuna, por medios de comunicación públicos convencionales. Con la llegada de las redes sociales, los debates se construyen a través de estos medios, como ocurre en Twitter, llegando a más cantidad de usuarios que están localizados en diferentes partes, lo que puede también influir en el aumento de la participación social” (2016: 12).

Hoy en día, Twitter se ha vuelto una plaza pública digital en donde los usuarios debaten abiertamente sobre el comportamiento de las figuras públicas y lo que es considerado como moral o políticamente correcto. Como consecuencia, las personas denunciadas son marginadas de la sociedad, “apartadas de sus trabajos, señalados y censurados, aún por publicaciones de hace años atrás o después de haber manifestado su vergüenza y ofrecido disculpas por lo dicho o hecho” (Barba, 2019, citado en Cabrera Peña y a Jiménez Cabarcas, 2021).

En sus reflexiones, Cabrera Peña y a Jiménez Cabarcas sostienen que:

“La cancelación afecta negativamente a las personas contra las cuales se dirige, pudiéndose percibir cómo la sociedad, a través de redes sociales, tacha y juzga los actos que considera inadecuados, sin que exista un filtro o medidas que impidan un ejercicio desmesurado de la cancelación, excediendo incluso los principios del derecho penal” (2021, pág. 291).

En dicha investigación, queda asentado que las cancelaciones no se dan sólo en el caso de delitos como ocurría en el caso del movimiento #MeToo, sino que ocurren incluso en casos en los que “el cancelado” ha manifestado, comendado o participado de un acto considerado inmoral por la mayoría. Esto es gracias al poder que tiene Twitter como red social y como principal espacio de expresión de la opinión pública.

En este sentido, Pérez Salamanca en sus tesis del año 2013 para la Universidad Santo Tomás titulada “Formas y dinámicas de la construcción de opinión pública en la red social Twitter” concluye que:

“En el campo de Twitter, se democratiza la construcción de opinión pública, adquieren acceso nuevas voces que fueron silenciadas en la época de la opinión pública referida únicamente por aquellos con capital simbólico representativo dentro de

determinado campo, aquellos que son la opinión pública formal. Las luchas dentro del campo Twitter se dan por la visibilidad de sus tuits, la cantidad de seguidores, estos nuevos opinión leaders necesitan de la cooperación interactiva con otros usuarios para poder establecer un TT, una posición frente a algo” (2013, pág. 101).

Esta investigación deja en evidencia que Twitter es uno de los principales espacios de formación de la opinión pública, en la cual participan todo tipo de usuarios: anónimos, con pocos seguidores o líderes de opinión con una gran comunidad que los respalde. Claro está que son éstos últimos quienes más poder de influencia tienen sobre los temas que se debaten en este contexto y sobre las conclusiones sobre los mismos.

En relación a los líderes de opinión, Guerrero en su tesis para la Universidad del Salvador titulada “Los Tuitsars: Líderes de opinión en Twitter” realizada en el año 2017 plantea la hipótesis de que los “tuitstars”, como ella los llama, actúan como líderes de opinión expresando sus posturas en este medio digital, y las mismas luego son retomadas por la opinión pública. En su conclusión, la autora sostiene que:

“(…) puede decirse que la hipótesis se verificó parcialmente, ya que los tuitstars actuaron en parte como líderes de opinión. En base a las caracterizaciones de Lazarsfeld y Jensen de líder de opinión, los tuitstars no cumplieron con todos los requisitos. Sin embargo, todos se mostraron interesados por el tema, se mantuvieron firmes en su opinión y compartieron sus opiniones e intereses en la red social. También se presentaron con capacidad de producir confianza y afianzamiento de los lazos de comunicación hacia seguidores reales y potenciales, desde soportes virtuales individuales y ajustados a los intereses y deseos. Por eso, los tuitstars deberían reforzar ciertos aspectos para poder considerarlos quizás en un futuro como líderes de opinión

para Lazarsfeld y Jensen, con pautas como la tendencia gregaria, el carisma y la convocatoria y la generación de contenidos que otros consumen” (2017, pág. 17).

Entonces, estos pseudo-líderes de opinión de Twitter son quienes de alguna manera establecen o fundan la opinión pública del medio. Y, gracias al apoyo de todos sus seguidores, esa opinión es propagada por toda la plataforma convirtiéndose en un Trending Topic<sup>1</sup>.

Retomando el concepto de las cancelaciones, y luego de todo lo planteado anteriormente, podemos decir que éste fenómeno se desarrolla en su mayoría en Twitter. Esta red social en particular se ha vuelto el espacio idóneo para el linchamiento digital. A través de un hashtag los usuarios y en especial los líderes de opinión de la plataforma se expresan en torno a una situación en particular, pudiendo formar una opinión pública sobre el tema. De esta manera y gracias a la presión social es que las figuras públicas que son canceladas por sus conductas inmorales son marginadas de la sociedad por periodos indeterminados. Es decir, una cancelación puede tener diferentes extensiones.

Sumado a esto, como se plantea desde el concepto de crisis organizacional, la extensión de una crisis va a determinar el grado de las consecuencias de la misma. Otro factor importante es el manejo de la situación, es decir la respuesta de sus protagonistas. Estos elementos determinarán la imagen posterior del afectado y sus posibilidades de recuperación.

Entonces, resulta interesante analizar las características que pueden tener las crisis de figuras públicas y sus consecuencias en la imagen de las mismas.

---

<sup>1</sup> Un trending topic (tendencia, tema de tendencia o tema del momento en español, y TT en forma abreviada) es una de las palabras o frases más repetidas en un momento concreto en una red social. [https://es.wikipedia.org/wiki/Trending\\_topic](https://es.wikipedia.org/wiki/Trending_topic)

***Pregunta***

¿Qué características tienen las cancelaciones que afectaron la imagen de una figura pública, en los últimos 10 años?

***Objetivo General***

Caracterizar el fenómeno de la cultura de la cancelación en redes sociales en los últimos 10 años y su impacto en la imagen de una figura pública.

***Objetivos Específicos***

- Determinar los elementos tales como actitudes, prácticas, comentarios o eventos que llevan a la cancelación de una figura pública.
- Establecer una tipología de las cancelaciones.
- Analizar el efecto ocasionado por una cancelación en la imagen de las figuras públicas.
- Analizar la imagen actual de figuras públicas que superaron una cancelación en el pasado.

## Métodos

### *Ficha Técnica*

<b>Tipo de Investigación</b>	Descriptiva
<b>Metodología/Alcance</b>	Cualitativa
<b>Técnica de recolección de datos</b>	Análisis textual: <ul style="list-style-type: none"> <li>- análisis de contenido</li> <li>- análisis de discurso</li> <li>- análisis de datos cualitativos</li> </ul>
<b>Instrumento</b>	Cuadro de análisis
<b>Corpus</b> (Conjunto lo más extenso y ordenado posible de datos o textos científicos, literarios, etc., que pueden servir de base a una investigación.) <sup>2</sup>	Material digital sobre las cancelaciones de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cancelación de Taylor Swift</li> <li>- Cancelación de Johnny Deep</li> <li>- Cancelación de Kevin Spacey</li> <li>- Cancelación de Travis Scott</li> <li>- Cancelación de Doja Cat</li> <li>- Cancelación de J. K. Rowling</li> </ul>
<b>Criterio Muestral</b>	No Probabilístico: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opinático intencional</li> </ul>

La investigación que se llevó a cabo es del tipo **descriptiva** con el objeto de describir, valga la redundancia, el fenómeno de la cancelación, sus características, elementos, tipos y efectos posibles.

Para caracterizar este fenómeno, la investigación se realizó bajo una **metodología cualitativa** la cual, “busca principalmente la ‘dispersión o expansión’ de los datos e información” (Hernández Sampieri, pág. 10).

En pos de cumplir los objetivos planteados con anterioridad, se utilizó como técnica de recolección de datos el **análisis textual** que, “tiene como estrategia principal el abordaje de la investigación, el contrastar o generar teoría a partir de textos, como puente de encuentro con la empírica (realidad)” (Lectura 1 del Módulo 3 de RPI

<sup>2</sup> Extraído de <https://dle.rae.es/corpus>

Aplicadas). Rut Vieytes (2004, pág. 292), citando a Victor Armony, plantea una subclasificación del análisis textual que será utilizada para analizar los diferentes textos tomados para esta investigación:

- Análisis de contenido
- Análisis de discurso
- Análisis de datos cualitativos
- Análisis estadísticos de datos textuales.

Como instrumentos de análisis, se confeccionaron dos cuadros de análisis que plantean una serie de categorías necesarias para desglosar semánticamente los textos seleccionados.

El corpus elegido para dicho análisis fueron los textos **sobre cancelaciones ocurridas a figuras públicas de los últimos 10 años**. Entendido como todos aquellos artículos periodísticos archivos multimedia, documentos y otra información relevante

De este corpus se extrajo una muestra bajo un **criterio muestral no probabilístico por propósito**, debido a que hay cancelaciones específicas cuya repercusión es necesaria a los fines de esta investigación. Es decir, sólo se tomarán las cancelaciones más importantes de los últimos 10 años a artistas reconocidos internacionalmente con el objeto de encontrar material diverso sobre el tema. Además, para seleccionar los textos a analizar se tomarán en cuenta datos como el alcance y seriedad del medio (en el caso de artículos y trabajos de investigación), y las interacciones (en el caso de material de redes sociales).

La muestra elegida para desarrollar este trabajo se compone de los textos referidos a las cancelaciones de:

- **Taylor Swift:** En 2016 Kanye West (rapero estadounidense) lanzó la canción

“Famous” en donde llamaba “zorra” a la cantante. Taylor inmediatamente habló en contra del tema, alegando que era irrespetuoso, y que no había dado su consentimiento para que su nombre apareciera en dicha canción. En respuesta, se filtró la grabación de una llamada telefónica entre ambos artistas en donde se daba a entender que Taylor en realidad sí había dado su permiso. Fue entonces que todo el internet se pronunció a favor de Kanye West en esta disputa y comenzaron a atacar a la cantante en redes sociales.

- **Johnny Deep:** En 2016 en medio de su divorcio, la actriz Amber Heard lo acusó públicamente de maltrato físico. Esta denuncia se agravó cuando salieron a la luz fotos de su ahora exmujer con golpes y moretones en la cara. De esta manera, no solo los fanáticos cancelaron al actor, sino que también fue apartado de proyectos de las franquicias de Piratas del Caribe y de Animales Fantásticos.
- **Kevin Spacey:** Tras ser acusado por al menos veinte hombres diferentes de acoso y abuso sexual el actor tuvo que retirarse del mundo del espectáculo por casi cuatro años. Estas acusaciones desembocaron en el movimiento #MeToo utilizado en aquel entonces para demostrar apoyo a las víctimas de abuso.
- **J. K. Rowling:** La autora de Harry Potter fue repudiada por los usuarios de internet numerosas veces gracias a sus *tweets* catalogados como transfóbicos. Sin embargo, la gota que colmó el vaso fue en 2020 cuando se pronunció en Twitter a favor de una mujer que también compartía comentarios transfóbicos.
- **Travis Scott:** Durante su presentación en el festival de Astroworld de 2021 se desencadenó una estampida humana que acabó con la vida de ocho personas. Los usuarios de internet comenzaron a cancelar al cantante debido a que lo acusaban de ignorar los gritos de advertencia del público del show y de no haber

frenado la estampida a tiempo.

- **Doja Cat:** Este año (2022), durante su gira por Latinoamérica, la cantante fue cancelada por sus fanáticos paraguayos. Sus seguidores aseguraban que, además de cancelar su show debido al fuerte temporal de esa noche, ni siquiera salió a saludar a quienes la estaban esperando bajo la lluvia. Luego de estas acusaciones Doja Cat publicó una serie de *tuits* que la llevaron a ser cancelada definitivamente por todos sus fanáticos latinoamericanos.

## Resultados

Para esta investigación se tomaron en cuenta seis casos de cancelaciones a seis figuras públicas distintas. Tres mujeres y tres hombres: Taylor Swift, Johnny Deep, Kevin Spacey, J. K. Rowling, Travis Scott, Doja Cat.

A continuación, la presentación de resultados se hará en base a la guía de categorías que se tuvieron en cuenta para el análisis. A su vez, las mismas, fueron elaboradas para responder a los objetivos específicos de la investigación.

### 1. **Motivo de cancelación:** Actitudes, comentarios, acciones, eventos, etc.

Podemos ver que las cancelaciones se hicieron en torno a acciones, actitudes y comentarios. Por un lado, tenemos las acciones que podemos distinguir entre ilegales y legales. En el caso de las acciones ilegales, por ser actos que objetivamente están mal y son inaceptables, fue más probable que la cancelación se hiciera efectiva y las consecuencias de la misma fueron más graves

Por el otro, tenemos las actitudes y comentarios que tomaremos como una categoría conjunta debido a que la emisión de un comentario o un mensaje particular presupone una actitud determinada. En los casos analizados, sólo las actitudes/comentarios moralmente cuestionables fueron canceladas. Es decir, la violación de una norma moral implícita fue necesaria para que el público cancele a una figura pública. El problema es que no todas las culturas y no todas las personas tenemos la misma idea sobre lo que es moral y lo que no. Es entonces que para algunos grupos de la sociedad cierta actitud/comentario fue digna de cancelar a la figura pública, y para otro grupo no lo fue. Este tipo de cancelaciones no tuvieron consecuencias ni tan graves ni tan prolongadas como las que tuvieron las relacionadas con una acción ilegal.

### 2. **Gravedad del acto:** ¿Hizo algo ilegal o solo algo moralmente cuestionable?

¿Puede ir preso?

Las cancelaciones, abarcan tanto casos en los que la figura pública cometió un acto ilegal como si no.

- 3. Duración de la crisis en los medios:** ¿Por cuánto tiempo se trató el tema en los medios? Se tuvo en cuenta el “momento pico” de la cancelación y las noticias que se publicaron con posterioridad.

La duración de la crisis en los medios depende de las categorías anteriores ya que en los casos de ser una acción ilegal las noticias sobre el tema se extienden en paralelo con los casos judiciales (los cuales pueden durar años). En cambio, en casos de actitudes moralmente cuestionables la crisis tiene un promedio de duración de 6 meses en los medios.

- 4. Sentimiento positivo de noticias y comentarios:** Adjetivos positivos usados.

- 5. Sentimiento negativo de noticias y comentarios:** Adjetivos negativos usados.

La mayoría de los artículos y noticias tomados para esta investigación buscaban ser lo más neutral posibles. Esto no quiere decir que en el trasfondo de cada nota no se pudiera leer la posición que tomaba cada medio con respecto a cada caso. Pero, sí se cuidaron mucho de emitir opiniones explícitas. Por lo tanto, los adjetivos encontrados con los que se denominaba a cada figura pública luego de su cancelación, son en su mayoría encontrados en comentarios y *tweets* del público ya sea en apoyo o en repudio a sus acciones/actitudes. Es así como podemos ver que es el mismo público el que, guiado por la información que los medios le provee, tiene la potestad de cancelar a la figura pública.

Además, se observó como en la mayoría de los casos los comentarios positivos o de apoyo al sujeto cancelado son inexistentes o de muy bajo alcance.

## 6. Repercusión:

- a. Cantidad de notas
- b. Alcance del medio

Por supuesto, las cancelaciones que implican actos ilegales generan muchas más noticias y artículos en los medios debido a su extensión temporal. En cambio, las cancelaciones que no implican la violación de una ley por lo general cuentan con menos cantidad de noticias y medios tratando el tema.

En cuanto al alcance del medio, podemos observar que depende de la gravedad del acto y de la popularidad de la figura pública. A mayor gravedad, más medios de gran alcance trataron el caso.

Por otro lado, los casos en los que el sujeto cancelado tenía una carrera importante y de años, fueron tratados por los medios de gran alcance. En cambio, si el sujeto del caso no era “tan importante” o reconocido internacionalmente, sólo lo trataban en medios de bajo alcance y locales.

## 7. Emisión de respuesta

- a. ¿Hubo mensaje?
- b. ¿Cuánto tiempo tardó en decirlo?

En todos los casos analizados, el sujeto afectado emitió respuesta. Sin embargo, los tiempos fueron distintos, algunos respondieron de manera inmediata, otros tardaron años en responder.

## 8. Mensaje: ¿Qué dijo? ¿Se hizo cargo? ¿Pidió disculpas?

La mayoría de los mensajes emitidos se hicieron a través de redes sociales, Twitter o Instagram.

Cada caso fue distinto, algunos se hicieron cargo de sus acciones y pidieron

disculpas, otros defendieron su postura.

**9. Daños:** ¿Qué consecuencias tuvo la cancelación en su vida?

Dependiendo de la gravedad del caso, las figuras públicas sufrieron diferentes consecuencias. A algunos les cancelaron proyectos en desarrollo, amigos y colegas les dieron la espalda, sus números en redes sociales cayeron drásticamente, las productoras rescindieron sus contratos y además el público rechazó los productos como canciones, películas y demás que lanzaron con posterioridad a su cancelación.

Por el contrario, cuando la gravedad del caso es menor, las consecuencias son más leves y tienden a desaparecer al poco tiempo. Como, por ejemplo: caída de seguidores en redes sociales, comentarios negativos en Twitter, caída en las ventas de sus productos, etc.

**10. Tiempo de “exilio”:** ¿Cuánto tardaron en dejar atrás el problema y volver a trabajar con normalidad?

En algunos casos pasaron años y siguen sin poder trabajar con normalidad hasta hoy en día. En cambio, en otros, en los que el motivo de cancelación fue mucho más leve y no implicaba un acto ilegal, se tardaron entre 0 y 6 meses en volver a su ritmo normal de trabajo.

**11. Impacto de sus productos post-cancelación:** ¿Sus películas/canciones son bien recibidas? ¿Siguen siendo rentables?

Podemos ver como esta categoría depende de 3 factores: la gravedad del acto, la respuesta y el tiempo de exilio.

Una vez transcurrido el tiempo de exilio, el público dejó la cancelación atrás y los números en ventas de la figura pública se regularizaron e incluso crecieron con respecto a su momento pre-cancelación. Pero este crecimiento en las ventas depende del

tipo de respuesta.

Aquellas figuras públicas que asumieron sus actos, pidieron disculpas, o se comprobó su inocencia, recuperaron la rentabilidad de sus productos. En cambio, las figuras que no asumieron la responsabilidad de sus actos, no se recuperaron de la cancelación en términos de números de ventas y proyectos exitosos y su imagen quedó permanentemente ligada a los hechos.

### **12. Imagen posterior:** ¿Qué hacen hoy en día? ¿Cómo es su carrera?

Las carreras de las figuras públicas analizadas en cada caso se vieron afectadas en diferentes medidas. Hoy en día, algunos recuperaron su imagen previa e incluso la mejoraron obteniendo nuevamente el cariño de sus seguidores. Pudieron volver a trabajar con normalidad ya que sus productos son aceptados por el público general.

Por el contrario, en algunos casos la imagen de la figura pública quedó permanentemente dañada afectando así su vida laboral y personal para siempre.

La imagen posterior de los afectados por una cancelación, en los casos analizados, depende de: su respuesta (sí asumieron la culpa y pidieron disculpas o no), el tiempo de exilio y sus acciones posteriores (si hicieron algo para redimirse o no).

## Discusión

Luego de observar los resultados obtenidos en esta investigación, podemos decir que se logró realizar una vasta caracterización de la cultura de la cancelación en redes sociales y de cómo la misma impactó en la imagen de las figuras públicas expuestas.

A partir de los casos examinados, se pueden determinar los elementos que llevan a la cancelación de una figura pública, cumpliendo así uno de los objetivos específicos de esta investigación. En primer lugar, tenemos las acciones, es decir el acto llevado a cabo por la figura pública. Las mismas no necesariamente se desarrollan en el ámbito de las redes sociales, sino que pueden ocurrir en cualquier otro espacio como la vía pública, en un escenario en un show, en la residencia de los sujetos involucrados, etc. Sin embargo, en el contexto actual y por su característica de figura pública, las acciones de los sujetos analizados fueron llevadas a discusión en redes sociales.

Una distinción importante a tener en cuenta sobre este elemento en particular, es que las acciones pueden ser tanto legales como ilegales. Siendo las últimas, mucho más graves y por ende las que tienen más y peores consecuencias. También, es importante destacar que a los fines de esta investigación no se tuvo en cuenta el desarrollo en el ámbito legal de las cancelaciones que implican una acción ilegal. Esto se debe a que el fenómeno de la cancelación se da en su mayoría en redes sociales, por lo que sólo se tuvieron en cuenta juicios y sentencias legales en la medida en que tuvieron presencia en nuevos medios.

Como segunda categoría de elementos que llevan a la cancelación de una figura pública, tenemos los comentarios y actitudes. Los mismos, como se mencionó anteriormente, deben ser moralmente cuestionables. Para ser cancelado, se debe violar públicamente una norma moral. Las normas morales dependen siempre del contexto, es

decir, del lugar y la época en la que se genere el comentario/actitud. El público no reacciona de la misma forma un comentario machista hoy en 2022 a como lo hacía cincuenta años atrás. El mismo comentario tampoco será tomado de la misma forma en Argentina que en el medio oriente.

A estos dos elementos ya expuestos en el apartado de resultados, podemos agregar uno que excede a cualquier cancelación particular. Para ello, retomamos lo que decían Austin y Doust (2008). En las redes sociales se genera la democratización de contenidos, es decir, cualquiera puede crear, publicar y distribuir información. Gracias a esta característica es que se puede desarrollar el fenómeno de las cancelaciones. Los usuarios en internet pueden expresar sus opiniones sobre determinados temas y, en el ámbito de las redes sociales, es indistinto si son conocidos o no, si tienen muchos o pocos seguidores, o si son influencers o no. Es decir que, para que se genere el fenómeno de la cancelación, es fundamental que primero exista un espacio de discusión abierto al público de todo tipo. De esta manera, podemos distinguir la predominancia de una de las dos acepciones de opinión pública de las que hablaba Arnoletto (2007) citado en Robles Espinosa (2011).

Por un lado, tenemos la opinión pública como la suma de opiniones individuales. Las redes sociales son el ámbito en donde se reúnen estas opiniones que por sí solas no tendrían ningún poder de influencia. En cambio, en conjunto forman la opinión pública que tiene el poder de cancelar a un individuo o no.

La segunda acepción, en este caso, queda casi sin efecto. Si bien es más probable que el público se sume a la opinión de los considerados más informados o un líder de opinión/influencer, no es necesaria la presencia del mismo para la creación de una opinión pública y la consecuente cancelación.

A partir de esta información, podemos establecer tres tipologías de cancelaciones.

La primera se toma en base al motivo de la cancelación, es decir, lo expuesto en el primer objetivo de esta investigación:

- **Acciones:** es toda aquella cancelación que involucre un acto o la omisión del mismo (una no-acción) por parte del sujeto cancelado. Algo importante a tener en cuenta es que para que se dé la cancelación, el acto debe tomar carácter público. Un ejemplo de este tipo de cancelación puede ser la de Kevin Spacey y la de Johnny Deep.
- **Actitudes y comentarios:** los comentarios son aquellas actitudes y opiniones expresados verbalmente. En su mayoría son manifestados en el ámbito de los nuevos medios, pero esto no quita que puedan darse en otros ámbitos, Un ejemplo de este tipo de cancelación son las cancelaciones de Taylor Swift y J.K. Rowling.

La segunda tipología se establece en base a la gravedad del acto:

- **Legal:** es toda aquella cancelación que involucre un acto o comentario que no rompa con una ley pero que sí es considerado inmoral y rechazado por la sociedad. Las cancelaciones de tipo legal dependen del contexto en donde se desarrollen. Un ejemplo de este tipo de cancelación son las cancelaciones de Taylor Swift y J.K. Rowling.
- **Ilegal:** es toda aquella cancelación que involucre un acto de carácter ilegal, es decir, que rompa una ley y/o atente contra la seguridad pública. Estas cancelaciones suelen tener consecuencias más graves que la tipología anterior. Un ejemplo son las cancelaciones de Kevin Spacey y

la de Johnny Deep.

La tercera y última tipología se corresponde con el impacto de la cancelación en la imagen de la figura pública y el manejo de la crisis.

- **Daños Permanentes:** es toda aquella cancelación que impacte en la imagen de la figura pública de manera permanente. Es decir, cuyos daños afecten al sujeto más allá del pico de la crisis y que, en mayor o menor medida, continúa teniendo consecuencias en su vida laboral y personal, aunque el tema ya no esté en el foco de los medios. Por lo general, este tipo se caracteriza por involucrar una acción ilegal o un mal manejo de crisis. Un ejemplo es la cancelación de Kevin Spacey.
- **Imagen Recuperada:** es toda aquella cancelación cuyos daños no impacten en la imagen de la figura pública más allá del pico de la crisis. Por lo general, este tipo se caracteriza por involucrar una buena gestión o manejo de crisis. Un ejemplo es la cancelación de Taylor Swift.

Los daños ocasionados por una cancelación en la imagen de las figuras públicas, fueron distintos en todos los casos analizados. Sin embargo, todos comparten algunas características básicas.

En primer lugar, todos los casos tuvieron repercusión en la red social Twitter a través de un hashtag creado por los mismos usuarios. El mismo llegó a ser tendencia en todas las ocasiones. Esta característica reafirma la teoría de Manzano (2019) de que el hashtag es la herramienta principal del fenómeno de la cancelación.

Por otra parte, también podemos confirmar lo que decía Carbonell citado en Cabrera Peña y a Jiménez Cabarcas (2021):

“(...) el discurso público hace años únicamente se practicaba en plazas públicas,

en las calles o, con mucha fortuna, por medios de comunicación públicos convencionales. Con la llegada de las redes sociales, los debates se construyen a través de estos medios, como ocurre en Twitter, llegando a más cantidad de usuarios que están localizados en diferentes partes, lo que puede también influir en el aumento de la participación social” (2016: 12).

En los casos analizados, Twitter se volvió el ámbito de discusión del público, pudiendo expresar allí sus opiniones para posteriormente formar una opinión generalizada (opinión pública) que llevó a la cancelación de los individuos.

Los comentarios negativos en Twitter y la pérdida de apoyo del público trajeron consigo otras consecuencias como, por ejemplo:

- La cancelación de proyectos en desarrollo, como por ejemplo las películas de Kevin Spacey que nunca salieron a la luz.
- Pérdida de apoyo por parte de amigos y colegas.
- Pérdida masiva de seguidores en redes sociales.
- Pérdida de contratos con diferentes productoras, como por ejemplo el caso de Johnny Deep quien perdió sus contratos con Disney y Warner.
- Rechazo por parte del público hacia sus productos como canciones, películas, series, shows, etc.

Estas últimas no se dan todas en todos los casos, pero es muy posible que se dé más de una a la vez. La combinación de las mismas depende completamente de la gravedad del asunto y del manejo de crisis.

El manejo de crisis juega un papel fundamental en el impacto en la imagen de las figuras públicas canceladas. En los casos analizados, se puede ver que siempre que hubo una buena respuesta (pidiendo disculpas sinceras y/o haciéndose cargo del asunto)

por parte de la figura pública los daños de la cancelación sobre su imagen fueron leves y desaparecieron con el tiempo.

Por otro lado, además de una buena respuesta, se necesita una buena estrategia de Relaciones Públicas. Algunas de las figuras analizadas, utilizaron su tiempo de exilio para realizar campañas o acciones individuales que contribuyeron a reconstruir su imagen, recuperando así el apoyo del público. Un ejemplo de esto es el caso de Travis Scott, quien utilizó su tiempo fuera de los escenarios para dedicarse al Proyecto HEAL cuyo pilar principal fue el apoyo financiero a la seguridad en los conciertos en vivo (Grupo de Trabajo de Seguridad de Eventos de la USCM). Fue así que recompuso su imagen, se hizo cargo de la situación y realizó diversas acciones para evitar que vuelva a ocurrir una tragedia de tal magnitud.

De esta manera, los resultados de esta investigación reafirman lo que decía Ottati en su trabajo final de grado de 2019 titulado “Análisis sobre las características de las crisis reputacionales en influencers digitales, su gestión y consecuencias” para la Universidad Católica de Uruguay: “(las crisis) tienen el potencial de dañar la imagen, la reputación y de ocasionar daños económicos como se ha visto. La profundidad del daño puede depender del volumen de interacción negativa por parte de todos los públicos y de los medios de comunicación, así como la gestión del influencer y su plan de acción para recuperar la confianza” (2019, pág. 55).

Por ende, podemos afirmar que el efecto ocasionado por una cancelación en la imagen de las figuras públicas siempre es negativo en un principio. Sin embargo, la durabilidad de estos efectos y la imagen posterior dependen, en la mayoría de los casos, del manejo de crisis que tenga la figura pública. Algunos de los casos expuestos, como por ejemplo el de Taylor Swift y el de Travis Scott, supieron manejar bien tanto el

tiempo de exilio como sus acciones y/o campañas durante ese tiempo logrando así regresar a los escenarios con una imagen más sólida que cuenta nuevamente con el apoyo del público (incluso más que previo a su cancelación).

Actualmente, luego de sus cancelaciones, cada uno de los sujetos analizados se encuentra en diferentes situaciones. Aquí se distinguen aquellos casos que lograron superar la cancelación (imagen recuperada) y los que no (daños permanentes).

Podemos decir que Taylor Swift, Travis Scott y Doja Cat superaron por completo los daños ocasionados por su cancelación. Así sea que pasaron años o meses, gracias a su buen manejo de crisis pudieron recuperar su imagen.

Por el contrario, J.K. Rowling y Kevin Spacey continúan pagando socialmente por sus actos. En primer lugar, por su mal manejo de la crisis respondiendo con evasivas, sin hacerse cargo de la situación y/o tardando tantos años en dar una respuesta concreta. Pero, además, el caso particular de Kevin Spacey involucra un acto delictivo muy grave por lo que es muy difícil, prácticamente imposible, que recupere su imagen previa.

Por su parte, Johnny Deep parece estar recuperando lentamente su imagen previa a la cancelación. Sin embargo, sigue siendo un caso muy reciente y también involucra una acusación muy grave, por lo que no podemos sacar conclusiones muy concretas sobre si esta cancelación va a tener o no daños permanentes en él como figura pública.

El primer grupo, que logró superar la cancelación con éxito, recuperando así su imagen y el apoyo del público. De esta manera, se estabilizaron sus números en redes sociales, las ventas volvieron a subir y sus agendas volvieron a llenarse de proyectos.

El segundo grupo, el perteneciente a la categoría de "daños permanentes", no corre la misma suerte.

Recordemos que Avilia (1999, pág. 99) define a la imagen como el "registro o representación que una persona hace de una entidad". Agrega además la idea de estatus, que es el lugar que esta entidad ocupa dentro de la sociedad y en la mente de las personas. Esta posición es, al fin y al cabo, una construcción mental desarrollada en base a un proceso acumulativo de información como características físicas, creencias y valores vigentes, educación, poder adquisitivo, etc.

El elemento clave de esta definición es la construcción mental que tiene la sociedad sobre las figuras públicas analizadas. El grupo que no logra superar la cancelación, no lo hace porque su imagen va a estar por siempre asociada a los sucesos que ocasionaron la crisis en un principio. Sus acciones o sus dichos suponen valores y creencias que los definen, por lo que, forman parte del imaginario colectivo en la construcción de su imagen como persona y como figura pública.

Habiendo detallado los cuatro objetivos específicos de este Trabajo Final de Grado, podemos decir que el objetivo general se cumplió. Sin embargo, eso no quiere decir que la investigación no tenga sus falencias.

En primer lugar, encontramos el posible sesgo que conlleva una investigación en donde la muestra es tomada con un criterio muestral no probabilístico-opinático intencional.

En segundo lugar, la limitación de tiempo y de recursos hicieron que el corpus de cancelaciones tomado sea pequeño para poder abarcar todos los casos en profundidad, pero es importante destacar que se buscó seleccionar casos diversos con el fin de obtener toda la información pertinente para realizar esta caracterización. Quizás se podrían obtener resultados más profundos que los resultados del presente trabajo si se tomaran más casos, de diferentes momentos de las redes sociales, figuras públicas de

diferentes países, etc.

Y, en tercer lugar, relacionado a lo anterior, para obtener un análisis más detallado de la imagen actual de las figuras públicas tomadas, se podría haber hecho una encuesta al público. Sin embargo, realizar una encuesta de tal magnitud requiere de más tiempo y recursos. Así, se podría abarcar a la mayor cantidad de gente posible, de diferentes países, fanáticos y no fanáticos de las figuras públicas, además se podría entrevistar a líderes de opinión que hayan participado activamente en las cancelaciones.

En resumen, y a pesar de las limitaciones mencionadas, se logró una caracterización detallada de la cultura de la cancelación en redes sociales y de cómo la misma impactó en la imagen de las figuras públicas expuestas.

La cultura de la cancelación es un fenómeno que busca aislar y separar de la sociedad a personajes que representan valores y creencias consideradas inmorales. El mismo funciona exponiendo al sujeto cancelado en redes sociales invitando a los demás usuarios de internet a quitarle el apoyo público o financiero. El objetivo principal es marcar una acción o una actitud que va en contra de la moral de una sociedad determinada y de un momento determinado. Las herramientas principales son las redes sociales (principalmente Twitter), un hashtag que pueda hacer tendencia, y fotos y/o videos como evidencia. Las víctimas principales de este fenómeno son figuras públicas, personas que por sus cualidades personales o profesión particular se encuentran expuestas al ojo público.

No todas las cancelaciones tendrán la misma duración, o las mismas consecuencias, todo dependerá de las capacidades de manejo de crisis que tenga el afectado y de la gravedad del asunto.

Podemos decir que se comprueba que es posible recuperarse de una cancelación,

algunos de los casos expuestos lograron recomponer su imagen pública con éxito. Sin embargo, no es la regla, y así como queda expuesto en este trabajo, habrá muchos otros que en un futuro no logren sobreponerse. ¿Qué sucede con estos casos? ¿Es posible separar el arte del artista y seguir consumiendo sus productos, aunque no compartamos (e incluso rechacemos) sus valores? Aunque se recuperen, ¿su imagen no queda marcada en cierta medida? ¿Qué tanto puede olvidar el público?

Sin duda es un fenómeno del que queda mucho por descubrir, estos interrogantes pueden ser resueltos en investigaciones futuras con el fin de seguir enriqueciendo la teoría sobre la cultura de la cancelación.

## Referencias

- Amatriain, L., Carriles, P., Mastandrea, P. B., & Schneider, U. (2021). *Cultura de la cancelación. Reflexiones frente al empuje hacia lo inmediato*. Ética y Cine. Recuperado de: <https://eticaycine.org/TheMorning-Show>
- Austin, T. y Doust, R. (2008). *Diseño de nuevos medios de comunicación*. España: Blume.
- Burgos, E., & Hernández, D. G. (2020). *La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario?* Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado de: <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20035/Art%C3%A1culo%20La%20cultura%20de%20la%20cancelaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Cabrera Peña, Karen Isabel, & Jiménez Cabarcas, Carlos Alberto. (2021). La cultura de la cancelación en redes sociales: Un reproche peligroso e injusto a la luz de los principios del derecho penal. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 10(2), 277-300. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2021.60421>
- Capriotti, P. (1992). *La Imagen de Empresa*. Barcelona: El Ateneo.
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta: España.
- Guerrero, M. V. (2017). *Los tuitstars: Líderes de opinión en Twitter*. [Tesis de grado, Universidad del Salvador]. Recuperado de: <https://racimo.usal.edu.ar/5806/1/P%C3%A1ginas%20desde5000252875-Los%20tuitstars%20%201%C3%ADderes%20de%20opini%C3%B3n%20en%20twitter.pdf>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. D. F., MX: McGraw-Hill. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Katz. E. y Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The party Played by People in the Flow of Mass Communication*. New York: Free Press. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Andreas-Hepp-3/publication/328078453\\_KatzLazarsfeld\\_1955\\_Personal\\_Influence/links/5e4c8e4b92851c7f7f456bd2/Katz-Lazarsfeld-1955-Personal-Influence.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Andreas-Hepp-3/publication/328078453_KatzLazarsfeld_1955_Personal_Influence/links/5e4c8e4b92851c7f7f456bd2/Katz-Lazarsfeld-1955-Personal-Influence.pdf)
- Lozares, C. “La teoría de redes sociales”, Papers. *Revista de Sociología*, n° 48, 1996: 103-126. Recuperado de: <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares>
- Manzano Zambruno, L. (2019). ¿Es el #MeToo un movimiento? Una revisión sobre el concepto “movimiento social” y su relación con las redes sociales. En G. Paredes Otero (Ed.), *Investigar las redes sociales. Un acercamiento interdisciplinar* (pp. 15-34). Sevilla: Egregius. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7175284>
- Ottati Aycart, C. (2018). *Análisis sobre las características de las crisis reputacionales en influencers digitales, su gestión y consecuencias*. [Trabajo final de grado, Universidad Católica del Uruguay]. Recuperado de: <https://liberi.ucu.edu.uy/xmlui/bitstream/handle/10895/1768/52898.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez Salamanca, J. C. (2013). *Formas y dinámicas de la construcción de opinión pública en la red social Twitter*. [Tesis de grado, Universidad Santo Tomás]. Recuperado de:

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/21934/2013jaiderperez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Piñuel, J. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid, España: Síntesis. Recuperado de: [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-08-11-Pinuel\\_Raigada\\_Comunicacion\\_Gestion\\_Organizaciones\\_indice.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-08-11-Pinuel_Raigada_Comunicacion_Gestion_Organizaciones_indice.pdf)
- Prosser, W. (1960). Privacy. *California Law Review*, 48 (3), pp. 383-423. Recuperado de: [https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2104&context=faculty\\_publications](https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2104&context=faculty_publications)
- Ramos, J. (2019). *Marketing de Influencers*. XinXii: Berlín.
- Robles Espinosa, F. D. J. (2011). *Las redes sociales como elementos expresivos de la opinión pública*. [Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/99395/Ensayo%20Felipe%20Robles.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saura, M. (2005). *La gestión y la comunicación de crisis en el sector de alimentación y bebidas*. Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas: Madrid. Recuperado de: <https://summa.upsa.es/high.raw?id=0000029156&name=00000001.original.pdf>
- Túnñez, L. M., & Costa-Sánchez, C. (2014). *Comunicación Corporativa: Claves y escenarios*. Editorial UOC: Barcelona.
- Vieytes R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. 1o Edición. Buenos Aires.

- Warren S. y Brandeis L. (1890). The Right of Privacy. *Harvard Law Review IV* (5). Recuperado de: [https://www.jstor.org/stable/1321160?origin=crossref#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1321160?origin=crossref#metadata_info_tab_contents)
- Yesuron, J., (2018). Crisis en espectáculos públicos: Gestión de la información desde la óptica empresarial y periodística. *Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21*, (2). Recuperado de: [https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19873/anio11\\_nro\\_2\\_yesuron\\_ferreyra.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19873/anio11_nro_2_yesuron_ferreyra.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

*Artículos y tweets consultados.*

Caso Taylor Swift:

- <https://www.complex.com/music/2016/07/taylor-swift-shady-list/>
- <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2016/07/18/la-nueva-guerra-de-kim-kardashian-y-taylor-swift-por-un-video-en-snapchat/>
- <https://www.revistagq.com/noticias/articulos/kim-kardashian-taylor-swift-kanye-west/24301>
- <https://www.semana.com/gente/articulo/kim-kardashian-farandula-dividida-con-taylor-swift/487665/>
- <https://www.vanityfair.com/style/2016/07/kim-kardashian-taylor-swift-feud-snapchat-famous-call>
- <https://edition.cnn.com/2016/06/17/entertainment/taylor-swift-kim-kardashian-gq/index.html>
- <https://people.com/celebrity/kanye-west-did-not-call-taylor-swift-for-approval-over-bitch-lyric/>
- <https://time.com/4411055/kanye-west-taylor-swift-kim-kardashian-feud/>
- [https://twitter.com/search?q=\(%23kimexposedtaylorparty%20OR%20%23taylorswiftisoverparty\)%20min\\_faves%3A500%20lang%3Aen%20-filter%3Areplies&src=typed\\_query](https://twitter.com/search?q=(%23kimexposedtaylorparty%20OR%20%23taylorswiftisoverparty)%20min_faves%3A500%20lang%3Aen%20-filter%3Areplies&src=typed_query)
- <https://twitter.com/hxzzy8/status/754939535444676608>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Look\\_What\\_You\\_Made\\_Me\\_Do#Desempe%C3%Blo\\_comercial](https://es.wikipedia.org/wiki/Look_What_You_Made_Me_Do#Desempe%C3%Blo_comercial)
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Taylor\\_Swift%27s\\_Reputation\\_Stadium\\_Tour](https://es.wikipedia.org/wiki/Taylor_Swift%27s_Reputation_Stadium_Tour)

### Caso Johnny Deep

- <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-36403396>
- <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37094613>
- <https://www.usatoday.com/story/life/movies/2016/05/31/whats-next-johnny-depp-v-amber-heard-divorce/85198580/>
- <https://www.theguardian.com/film/2016/aug/05/johnny-depp-amber-herd-domestic-violence-divorce>
- <https://www.forbes.com/sites/legalentertainment/2016/12/15/johnny-depp-claims-breach-refuses-to-pay-amber-heard/?sh=2038c8174751>
- <https://www.gq.com.mx/entretenimiento/articulo/caso-johnny-depp-amber-heard-linea-del-tiempo-declaraciones-juicio>
- <https://elpopular.pe/espectaculos/2022/05/30/johnny-depp-pasara-todas-marcas-l-e-dieron-espalda-actor-130737>
- <https://www.eltiempo.com/cultura/entretenimiento/johnny-depp-sus-escandalos-y-fracasos-en-el-cine-556666>
- <https://elpais.com/gente/2020-11-04/johnny-depp-la-caida-al-abismo-de-un-idolo.html>
- <https://smoda.elpais.com/celebrities/vips/johnny-depp-escandalo-piratas-caribe/>
- <https://elpais.com/cultura/2021-09-22/johnny-depp-una-sola-frase-en-contra-es-suficiente-para-hundirte-y-no-hay-defensa.html>
- <https://www.elmundo.es/loc/celebrities/2021/06/09/60bf62aafdddfa3188b463c.html>
- <https://www.elmundo.es/cultura/cine/2022/06/08/629f3d9b21efa0610c8b45f1.html>
- <https://www.ecartelera.com/noticias/primera-imagen-johnny-depp-rey-luis-xv-francia-70090/>
- <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a37705532/johnny-depp-festival-san-sebastian/>
- <https://www.heraldobinario.com.mx/tendencias/2022/6/15/dior-es-la-unica-marca-que-apoyo-johnny-depp-por-que-razon-no-abandono-al-actor-como-disney-26335.html>
- <https://www.infobae.com/que-puedo-ver/2022/01/28/johnny-depp-volvera-al-cine-en-2022-sera-luis-xv-de-francia/>

### Caso Kevin Spacey

- <https://abcnews.go.com/Entertainment/choose-now-live-gay-man-kevin-spacey-emotional/story?id=50804057#:~:text=%22I%20have%20a%20lot%20of,been%20deeply%20inappropriate%20drunken%20behavior.%22>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/kevin-spacey-provokes-furious-twitter-backlash-anthony-rapp-apology-gay-admission-1052847/>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/bizarre-kevin-spacey-video-sparks-bewilderment-1171611/>
- <https://www.dw.com/es/cancelan-la-serie-house-of-cards-tras-esc%C3%A1ndalo-con-kevin-spacey/a-41179672>
- <https://www.vox.com/culture/2017/11/3/16602628/kevin-spacey-sexual-assault->

- [allegations-house-of-cards](https://www.mdzol.com/mdz-show/2022/8/5/la-increible-suma-en-millones-de-dolares-que-kevin-spacey-debera-pagar-la-produccion-de-house-of-cards-263974.html)
- <https://www.mdzol.com/mdz-show/2022/8/5/la-increible-suma-en-millones-de-dolares-que-kevin-spacey-debera-pagar-la-produccion-de-house-of-cards-263974.html>
- <https://cineoculto.com/2018/08/fracasa-en-taquilla-la-nueva-pelicula-de-kevin-spacey-recauda-618-dolares-en-dos-dias/>
- <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/en-silencio-kevin-spacey-s-e-enfrenta-a-la-justicia-y-a-un-futuro-cada-vez-mas-complicado-nid14072022/>
- <https://www.perfil.com/noticias/modo-fontevecchia/kevin-spacey-regresara-a-hollywood-tras-las-denuncias-modof.phtml>
- <https://smoda.elpais.com/celebrities/vips/kevin-spacey-fin-carrera-fracaso-taquilla/>
- <https://www.pauta.cl/ocio/kevin-spacey-pierde-papel-en-1242-gateway-to-the-west-abuso-sexual-cargos#:~:text=Kevin%20Spacey%20perdi%C3%B3%20su%20rol,sexual%20en%20el%20Reino%20Unido.>
- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46677010>
- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41926677>
- [https://elpais.com/cultura/2018/01/23/television/1516695038\\_774593.html](https://elpais.com/cultura/2018/01/23/television/1516695038_774593.html)
- <https://edition.cnn.com/2017/10/30/entertainment/kevin-spacey-allegations-anthony-rapp/index.html>
- [https://www.cadena3.com/noticia/pasen-y-vean/despues-de-estar-cancelado-4-aos-vuelve-kevin-spacey\\_293092](https://www.cadena3.com/noticia/pasen-y-vean/despues-de-estar-cancelado-4-aos-vuelve-kevin-spacey_293092)
- <https://www.perfil.com/noticias/modo-fontevecchia/kevin-spacey-regresara-a-hollywood-tras-las-denuncias-modof.phtml>

#### Caso J.K. Rowling

- <https://www.theguardian.com/books/2020/jun/22/authors-quit-jk-rowling-agency-over-transgender-rights>
- <https://www.newsweek.com/jk-rowling-book-sales-trans-comments-1519442>
- <https://variety.com/2020/film/news/jk-rowling-book-sales-harry-potter-1234708777/>
- <https://www.republicworld.com/lifestyle/books/harry-potter-book-sales-drastringly-drop-as-jk-rowling-faces-backlash.html>
- <https://www.mdzol.com/entretenimiento/2022/9/6/j-k-rowling-acaba-de-lanzar-un-nuevo-libro-que-contiene-un-personaje-cancelado-por-transfobia-272332.html>
- <https://www.infobae.com/leamos/2022/06/26/jk-rowling-y-la-polemica-que-empieza-con-un-like-en-twitter-es-transfobica-la-autora-de-harry-potter/>
- <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-53944773>
- <https://www.usatoday.com/story/entertainment/celebrities/2019/12/19/j-k-rowling-transgender-comments-maya-forstater-glaad-response/2701579001/>
- <https://www.today.com/popculture/j-k-rowling-responds-backlash-over-tweets-about-trans-people-t183896>
- <https://www.nbcnews.com/feature/nbc-out/j-k-rowling-faces-backlash-after-tweeting-support-transphobic-researcher-n1104971>
- <https://edition.cnn.com/2019/12/20/uk/jk-rowling-transgender-tweets-scli-intl-gbr/index.html>

- <https://unherd.com/thepost/defend-rowling-defenders/>
- [https://www.washingtonpost.com/opinions/has-jk-rowling-figured-out-a-way-to-break-our-cancel-culture/2019/12/31/10798748-2bf3-11ea-bcb3-ac6482c4a92f\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/has-jk-rowling-figured-out-a-way-to-break-our-cancel-culture/2019/12/31/10798748-2bf3-11ea-bcb3-ac6482c4a92f_story.html)
- <https://www.vox.com/culture/2019/12/19/21029852/jk-rowling-terf-transphobia-history-timeline>
- <https://variety.com/2020/film/news/jk-rowling-transphobic-tweets-controversy-1234627081/>
- <https://www.dw.com/en/cancel-culture-war-inflamed-by-letter-on-open-debate-signed-by-j-k-rowling/a-54089091>
- <https://www.theguardian.com/books/2020/jun/14/jk-rowling-from-magic-to-the-heart-of-a-twitter-storm>
- <https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2020/09/30/jk-rowling-fantastic-beasts-3-johnny-depp-warner-bros-eddie-redmayne-x-men-terminator-divergent-transphobia-harry-potter/?sh=8bc2efc2215a>
- <https://www.nationalreview.com/corner/j-k-rowling-cant-be-cancelled/>
- <https://www.mic.com/p/has-jk-rowlings-transphobia-killed-harry-potter-29592431>

#### Caso Travis Scott

- <https://www.milenio.com/espectaculos/musica/travis-scott-regresa-escenarios-tragedia-astroworld>
- <https://edition.cnn.com/2022/05/15/entertainment/travis-scott-billboard-music-awards/index.html>
- <https://www.complex.com/music/travis-scott-astroworld-everything-done-since-festival-tragedy/o2-arena>
- <https://www.independentespanol.com/noticias/publico-travis-scott-tragedia-astroworld-b1964980.html>
- <https://qz.com/2086400/brands-may-reconsider-their-connection-to-travis-scott-following-astroworld/>
- <https://cnnespanol.cnn.com/2021/11/11/58-demandas-tragedia-astroworld-funcionarios-organizadores-travis-scott-trax/>
- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-59223587>
- <https://www.elfinanciero.com.mx/espectaculos/2021/11/24/familiares-de-victimas-demandan-a-travis-scott-y-organizadores-de-astroworld/>
- <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-59205570>
- [https://twitter.com/search?q=travis%20scott%20min\\_faves%3A1000%20lang%3Aen%20since%3A2021-10-01%20until%3A2022-01-31&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=travis%20scott%20min_faves%3A1000%20lang%3Aen%20since%3A2021-10-01%20until%3A2022-01-31&src=typed_query&f=top)

#### Caso Doja Cat

- <https://cnnespanol.cnn.com/2022/03/23/lluvias-inundaciones-paraguay-festival-afuncionico-orix/>
- <https://heraldodemexico.com.mx/tendencias/2022/3/25/fans-cancelan-doja-cat-por-mentir-apoyar-comentarios-racistas-tras-su-visita-paraguay-390383.html>

- <https://www.infobae.com/america/peru/2022/04/01/doja-cat-enfrenta-a-sus-fans-en-twitter-y-revela-el-dia-de-su-retiro/>
- <https://www.musicmundial.com/2022/03/25/cancelan-brutalmente-a-doja-cat-por-actitud-despectiva-y-xenofoba-hacia-sus-fans-de-paraguay/>
- <https://indiehoj.com/noticias/doja-cat-se-disculpa-por-haber-dicho-que-se-retiraria-de-la-musica/>
- <https://www.caraotadigital.net/caraota-show/cancelada-rapera-estadounidense-doja-cat-desato-un-escandalo-en-paraguay>
- <https://www.pagina12.com.ar/410811-que-paso-con-doja-cat-en-paraguay>
- <https://www.ismorbo.com/doja-cat-se-gana-la-enemistad-de-sus-fans-en-paraguay-y-amenaza-con-renunciar-a-la-musica/>
- [https://www.huffpost.com/entry/doja-cat-claims-she-quits-music\\_n\\_623e174de4b090818b36d82f](https://www.huffpost.com/entry/doja-cat-claims-she-quits-music_n_623e174de4b090818b36d82f)
- <https://www.latimes.com/entertainment-arts/music/story/2022-03-25/doja-cat-i-quit-fighting-with-fans-paraguay-concert>
- <https://tn.com.ar/musica/noticias/2022/03/28/doja-cat-se-arrepintio-de-sus-dichos-contra-los-fans-paraguayos-y-lamento-como-fue-su-show-en-brasil/>
- [https://twitter.com/search?q=doja%20cat%20min\\_faves%3A1000%20lang%3Aes%20since%3A2022-03-01%20until%3A2022-05-31&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=doja%20cat%20min_faves%3A1000%20lang%3Aes%20since%3A2022-03-01%20until%3A2022-05-31&src=typed_query&f=top)

## Anexos

Cuadro 1		
		Caso Taylor Swift
Motivo de cancelación		Mentira ante el público
Duración de la crisis en los medios		Abril de 2016 hasta febrero de 2017. 10 meses.
Gravedad del acto		Actitud moralmente cuestionable
Sentimiento positivo de noticias		Víctima e inocente.
Sentimiento negativo de noticias		Ruin, miserable, sospechosa, víctima, serpiente, manipuladora, “no es una niña inocente”, “juega el papel de víctima”, mentirosa, hipócrita.
Hashtag	Nombre	#KimExposedTaylorParty - #TaylorSwiftIsOverParty
	Trending Topic	Si
Repercusión	Cantidad de Notas	Miles
	Alcance del medio	Medios internacionales serios con gran alcance y medios de farándula con alcance medio.
Emisión de respuesta	¿Hubo respuesta?	Si
	Tiempo que tardó	La respuesta fue inmediata.

	en responder	
Mensaje	<p>Representante: "Kanye en ningún momento nos llamó para que aprobáramos la letra, sino para que Taylor posteara su single Famous en su cuenta de Twitter. Ella se negó y le advirtió sobre lanzar una canción con un mensaje tan misógino. Taylor nunca supo que la letra realmente decía "yo convertí a esa **** en famosa", ha alegado un representante de la cantante en un comunicado.</p> <p>Taylor Swift: "¿Dónde está el vídeo de Kanye comentándome que me llamará 'perra' en la canción? No existe porque no pasó. Tú no puedes controlar la reacción emocional de una persona a la que insultas frente al mundo entero. Por supuesto que quería que me gustara la canción. Quería tener una relación amistosa. Él prometió que me dejaría escucharla, pero nunca lo hizo. Me mostré colaborativa en la llamada, pero no puedes aprobar una canción que nunca has escuchado. Ser retratada falsamente como una mentirosa cuando nunca llegué a conocer la historia completa o llegué a escuchar la canción es difamación. Me gustaría que me excluyeran de una narrativa en la que nunca quise tomar partido y se remonta ya a 2009".</p>	
Daños	Debido al acoso en Twitter que recibió, la cantante se alejó de todos los medios, cerró sus cuentas en redes sociales y se mantuvo oculta del ojo público por meses.	
Tiempo de "exilio"	6 meses: Desaparece en febrero de 2017 y vuelve en agosto de 2017. La última vez que se la ve en público fue en su presentación antes del Super Bowl de 2017. Y en marzo dejó de publicar contenido en redes sociales.	
Impacto de sus productos post-cancelación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En agosto de 2017 volvió a las redes sociales para anunciar que su nuevo álbum saldría a la venta el 10 de noviembre de ese mismo año.</li> <li>- El primer single de este álbum salió a la luz a finales de agosto. La canción a solo horas de ser lanzada, rompió el récord de ser el vídeo lyric más visto en la historia de YouTube en su primer día de lanzamiento, con 19 millones de reproducciones. Se convirtió en la canción más escuchada en Spotify en sus primeras 24 horas, con un total de 8 millones de reproducciones. Además, la canción subió al número #1 del Billboard Hot 100, con ventas superiores a las 353.000 copias y más de 84 millones de streams.</li> </ul>	

	<p>- Una vez lanzado a la venta el álbum, llegó a vender dos millones de copias tan solo en su primera semana. Además, alcanzó el número 1 en múltiples listas alrededor del mundo.</p> <p>- Con su primera gira mundial luego de la cancelación, Reputation Stadium Tour, logró recaudar \$345.7 millones, convirtiéndose en la gira más exitosa de Swift hasta la fecha y la gira con mayor recaudación en la historia de Estados Unidos y América del Norte hasta ese momento.</p>
Imagen posterior	<p>En un principio todos los usuarios de redes sociales atacaron a la cantante. El acoso se volvió tan masivo que tuvo que retirarse de redes sociales y dejar de aparecer en público por un tiempo. Sin embargo, en su primer producto post-cancelación logró capitalizar el odio que se había ganado en su momento. Esto se logró gracias a que su estrategia no fue intentar ocultar lo sucedido sino hacerle frente y contar su versión de los hechos a través de su música. Los medios más amarillistas estuvieron meses publicando artículos descifrando todas las pistas y referencias a Kanye West y Kim Kardashian que Taylor Swift escribió en sus canciones. El público también se interesó en esta especie de juego y fue así como Taylor logró vender millones de copias.</p>

Cuadro 2	
Caso Johnny Deep	
Motivo de cancelación	Maltrato físico a su pareja
Duración de la crisis en los medios	Abril-mayo de 2016 a agosto de 2022
Gravedad del acto	Delito
Sentimiento positivo de noticias	Víctima, buen hombre, talentoso, sensible, cariñoso.

Sentimiento negativo de noticias		“Golpeador de esposas”, drogadicto y alcohólico, violento, abusador.
Hashtag	Nombre	#johnnydepp #amberheard #deepvheard #Istandwithamberheard
	Trending Topic	Si
Repercusión	Cantidad de Notas	Miles
	Alcance del medio	Medios serios y de alcance internacional: BBC, USA Today, The Washington Post, Forbes, etc.
Emisión de respuesta	¿Hubo respuesta?	Si.
	Tiempo que tardó en responder	Si bien sus abogados trataron el tema desde su lugar, el actor no emitió un mensaje público hasta pasados dos años de la primera denuncia de Amber Heard.
Mensaje		Entrevista para British GQ: <a href="https://www.gq-magazine.co.uk/article/johnny-depp-interview-2018">https://www.gq-magazine.co.uk/article/johnny-depp-interview-2018</a>
Daños		El actor perdió sus contratos con Warner Bros y Disney por lo que fue despedido de los proyectos en los que estaba trabajando en ese momento (Piratas del Caribe y Animales Fantásticos). Además, muchas marcas se rehusaron a trabajar de nuevo con él. Por otra parte, luego de las denuncias, Netflix tomó la decisión de sacar todas las películas del actor de su plataforma.
Tiempo de “exilio”		Estuvo dos años sin trabajar (2020 a 2022). Su último trabajo fue El fotógrafo de Minamata, película sobre la vida del reportero de guerra W. Eugene Smith, que se estrenó en los Estados Unidos, en muy pocas salas, en diciembre de 2021. Luego de las acusaciones y la cancelación del actor, la única marca que estuvo dispuesta a trabajar con él fue Dior. La misma lo mantuvo como la cara del perfume Sauvage. El prestigioso periódico británico The Guardian estima que el acuerdo entre Johnny Depp y Dior le valió al actor un ingreso de entre 3 y cinco millones de dólares.

Imagen posterior	<p>Si bien el veredicto del jurado fue a favor de Johnny Deep, existe y va a existir siempre una parte del público que crea en la versión de los hechos de Amber Heard. Por esta razón su imagen quedó marcada para siempre perdiendo la confianza de una gran porción del público.</p> <p>“Fred Cook, director del Centro para Relaciones Públicas de la Universidad del Sur de California (USC), cree que el juicio no favoreció la imagen de ninguno de los dos, pero supondrá una mayor limitación para ella por haber salido ‘derrotada’ del proceso y por su menor tirón en taquilla en comparación con su ex marido. ‘Sus oportunidades de carrera se verán limitadas debido a esto, al menos a corto plazo’, afirmó. Un diagnóstico reservado para ambos”.</p>
Impacto de sus productos post-cancelación	El primer proyecto en el que participó luego de su cancelación fue “Jeanne du Barry” que llegará a los cines en 2023.

Cuadro 3	
Caso Kevin Spacey	
Motivo de cancelación	Abuso sexual
Duración de la crisis en los medios	5 años: Con un pico de noticias entre finales de 2017 y mediados de 2018, las noticias sobre las acusaciones contra Kevin Spacey y sus recientes fracasos profesionales se extienden desde 2017 hasta hoy en día, 2022.
Gravedad del acto	Delito
Sentimiento positivo de noticias	-
Sentimiento negativo de noticias	Perturbador, violador, abusador, pedófilo, cobarde.

Hashtag	Nombre	#KevinSpaceyIsOverParty
	Trending Topic	Si
Repercusión	Cantidad de Notas	Miles
	Alcance del medio	Medios de alto alcance e internacionales: BBC, Hollywood Reporter, DW, France 24, ABC News etc.
Emisión de respuesta	¿Hubo respuesta?	Si.
	Tiempo que tardó en responder	Inmediato.
Mensaje	<p>"Tengo mucho respeto y admiración por Anthony Rapp como actor. Estoy más que horrorizado al escuchar esta historia. Sinceramente, no recuerdo el encuentro... Pero si me comporté entonces como él describe, le debo la más sincera disculpa por lo que habría sido un comportamiento ebrio profundamente inapropiado.</p> <p>Como saben los más cercanos a mí, he tenido relaciones tanto con hombres como con mujeres. He amado y tenido encuentros románticos con hombres a lo largo de mi vida, y ahora elijo vivir como un hombre gay."</p> <p>Ésta disculpa le valió muchas críticas del público por intentar justificar los supuestos abusos con su orientación sexual.</p> <p>Las acusaciones contra el actor siguieron apareciendo con el pasar del tiempo. Y en diciembre de 2018 publicó un video en su canal de YouTube a modo de disculpa. El mismo fue repudiado por el público al igual que su disculpa inicial.</p> <p><a href="https://youtu.be/JZveA-NAIDI">https://youtu.be/JZveA-NAIDI</a></p>	
Daños	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Luego de la acusación Netflix decidió cancelar la serie del actor "House of Cards".</li> <li>- La productora de la serie tuvo que acortar y modificar la temporada final, por lo que las pérdidas se</li> </ul>	

	<p>le atribuyen al actor quien tuvo que pagar un resarcimiento de 29,5 millones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Su participación en la película “Todo el poder del dinero” fue literalmente borrada. Aunque la película estaba lista para estrenar, los productores tomaron la decisión de borrar las escenas de Kevin Spacey y regrabarlas con Christopher Plummer.</li> <li>- Además muchas personas pertenecientes a la industria le dieron la espalda en apoyo a las víctimas.</li> <li>- Como en términos legales estas acusaciones todavía no están resueltas, el actor sigue perdiendo proyectos y trabajos hasta hoy en día.</li> <li>- Repudio en redes sociales.</li> </ul>
Tiempo de “exilio”	4 años, de 2018 a 2022.
Imagen posterior	<p>Desde su cancelación (201) y hasta hoy en día (2022) toda la industria de Hollywood le dio la espalda. Por esta razón, para seguir trabajando tuvo que tomar propuestas de producciones extranjeras y de menor calibre.</p> <p>El público estadounidense y el británico lo repudian fuertemente. En consecuencia, las productoras y los directores de estos países no convocan al actor para sus proyectos. Las veces que lo hicieron, se arrepintieron despidiendo al actor en medio de la producción.</p>
Impacto de sus productos post-cancelación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A mediados de 2018 luego de su cancelación, lanzó la película Billionaire Boys Club la cual sólo logró recaudar 618 dólares en su primer fin de semana de estreno.</li> <li>- Su primera película luego de la cancelación fue “Peter Five Eight”. Esta producción fue mucho más modesta que las producciones a las que estaba acostumbrado el actor. Se espera su estreno para enero de 2023.</li> <li>- En el 2021 protagonizó “El hombre que dibujó a Dios” una producción italiana independiente. Sin embargo, no llegó a la postproducción por las acusaciones en su contra.</li> <li>- Recientemente (2022) Kevin Spacey perdió su rol protagónico en la película "1242-Gateway to the West" del director húngaro Péter Soós. El productor de la película, Bill Chamberlain de Chelsea Pictures declaró que el actor será reemplazado luego de que fuese acusado de cinco casos de abuso sexual en el Reino Unido.</li> </ul>

Cuadro 4		
Caso J. K. Rowling		
Motivo de cancelación	Comentarios y actitudes transfóbicas.	
Duración de la crisis en los medios	6 meses. Desde junio de 2020 hasta finales de ese mismo año.	
Gravedad del acto	Comentarios moralmente cuestionables	
Sentimiento positivo de noticias	-	
Sentimiento negativo de noticias	Idiota, persona incómoda, psiquiátrica, “mató su carrera”, “no la extrañaremos”, es una terrible persona, estúpida, desagradable.	
Hashtag	Nombre	#JKRowlingIsOverParty #TransIsBeautiful #TransRightsAreHumanRights #jkrowlingisaterf
	Trending Topic	Si
Repercusión	Cantidad de Notas	Miles
	Alcance del medio	Medios de gran alcance: BBC, USA Today, Today, Variety, NBC News, CNN, Forbes, The Guardian, etc.
Emisión de respuesta	¿Hubo respuesta?	Si.
	Tiempo que tardó en responder	Inmediato.
Mensaje	"Vístete como quieras. Llámame como quieras. Acuéstate con cualquier adulto que te acepte. Vive tu	

	<p>mejor vida en paz y seguridad. ¿Pero obligar a las mujeres a dejar sus trabajos por afirmar que el sexo es real? #IStandWithMaya #ThisIsNotADrill"</p> <p>"Me cuesta expresar la conmoción e incredulidad que siento al leer esta sentencia. Mi creencia, tal y como expuse en mi declaración como testigo, es que el sexo es un hecho biológico y es inmutable. Hay dos sexos. Los hombres son masculinos. Las mujeres son femeninas. Es imposible cambiar de sexo. Esto se entendía hasta hace muy poco como hechos básicos de la vida".</p>
Daños	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repudio en redes sociales.</li> <li>- Luego de la cancelación las ventas de la saga de Harry Potter en Estados Unidos cayeron.</li> <li>- Cuatro autores pertenecientes a su firma literaria renunciaron en apoyo a la comunidad LGBTQ+.</li> <li>- Muchos actores, incluyendo a los protagonistas de las películas de Harry Potter le dieron la espalda repudiando sus comentarios transfóbicos. De esta manera, también fue apartada de la reunión del elenco por los 20 años de Harry Potter.</li> <li>- Además tuvo que devolver el premio Ripple of Hope de la organización Robert F Kennedy Human Rights a pedido de la presidenta de la organización, Kerry Kennedy. La misma dijo que las opiniones expresadas por Rowling "disminuían la identidad" de las personas trans.</li> </ul>
Tiempo de “exilio”	-
Imagen posterior	<p>Hoy en día sigue trabajando con normalidad, pero como bien lo plantean los medios es “una persona incómoda”.</p> <p>Como en ningún momento mostró arrepentimiento por sus opiniones controversiales, no todo el mundo acepta trabajar con ella y sus comentarios siguen siendo repudiados por los usuarios de Twitter.</p>
Impacto de sus productos post-cancelación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recientemente (2022) lanzó un libro que contiene un personaje que es cancelado por comentarios transfóbicos al igual que ella. La novela se llama The Ink Black Heart. El mismo tuvo el 50% de aceptación del público y tiene un puntaje de 1.9 en Google, lo cual demuestra que la mayoría del público rechaza esta nueva oferta de la escritora.</li> </ul>

Cuadro 5		
Caso Travis Scott		
Motivo de cancelación	Negligencia durante su show.	
Duración de la crisis en los medios	Desde noviembre de 2021 a diciembre de 2021 fue el momento más crítico de la crisis. Sin embargo, se publicaron noticias sobre el tema hasta mayo de 2022. Total: 7 meses.	
Gravedad del acto	Actitud moralmente cuestionable	
Sentimiento positivo de noticias	Algunos lo defendieron alegando que la situación no fue su culpa sino de los organizadores y la seguridad del evento solamente.	
Sentimiento negativo de noticias	Culpable, idiota, perturbador, descuidado, terrorífico.	
Hashtag	Nombre	#TravisScottIsOverParty #travisscottconcert #travisscottddiedpeopledied #astroworldfest #astroworld
	Trending Topic	Si
Repercusión	Cantidad de Notas	Miles
	Alcance del medio	Medios de gran alcance: CNN, BBC, CNN Español, GQ, CNBC, The Washington Post, etc.
Emisión de respuesta	¿Hubo respuesta?	Si
	Tiempo que tardó en responder	1 día
Mensaje	“Estoy absolutamente devastado por lo que sucedió anoche. Mis oraciones están con las familias y	

	<p>todos aquellos afectados por lo que sucedió en Astroworld Festival.          La policía de Houston tiene todo mi apoyo mientras siguen mientras continúan investigando la trágica pérdida de vidas          Me comprometo a trabajar junto con la comunidad de Houston para sanar y apoyar a las familias que lo necesitan. Gracias a la policía de Houston, al departamento de bomberos y al parque NRG por su respuesta y apoyo inmediatos.          Los quiero a todos”.</p>
Daños	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repudio en redes sociales.</li> <li>- Las familias de las víctimas demandaron no solo a los organizadores del evento sino también a Travis Scott. Se estima que casi 2.800 víctimas presentaron alrededor de 387 demandas que luego fueron tomadas como una misma causa.</li> <li>- Marcas como Anheuser-Busch, Dior y Nike retrasaron o cancelaron definitivamente las colaboraciones que tenían con Travis Scott.</li> </ul>
Tiempo de “exilio”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se lo volvió a ver en público 3 semanas después de la tragedia.</li> <li>- En diciembre, 1 mes más tarde, dio su primera entrevista. En la misma se abrió emocionalmente y contó cómo vivió la tragedia.</li> <li>- Ese mismo mes anunció una alianza con los alcaldes de Estados Unidos para lanzar una campaña que fomente la realización de conciertos seguros.</li> <li>- En marzo, anunció los detalles del Proyecto HEAL. Se destinaron 5 millones de dólares para el proyecto y se establecieron cuatro pilares: Becas HBCU, salud mental, ampliación del Centro de Diseño Juvenil CACT.US y financiación del Grupo de Trabajo de Seguridad de Eventos de la USCM.</li> <li>- En mayo de 2022 se presentó en los Billboard Music Awards. Ésta fue su primera presentación oficial desde la tragedia.</li> <li>- En agosto de 2022 realizó su primer concierto oficial en solitario.</li> </ul>
Impacto de sus productos post-cancelación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En abril de 2022 lanzó una canción titulada “Hold That Heat”. La canción alcanzó a entrar en las listas de Billboard Hot 100 de varios países en simultáneo.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si bien, en su momento Nike retrasó una colaboración con el artista, en mayo de 2022 decidieron continuar y presentaron las Nike Air Max 1 “Cactus Jack”. TMZ dijo en ese momento que se estimaba que esta colección tenía el potencial de hacer "millones de dólares en ganancias".</li> <li>- En julio de 2022 también salieron a la venta unas zapatillas que el cantante hizo en colaboración con Jordan llamadas Travis Scott x Air Jordan 1 Low Reverse Mocha.</li> <li>- Dior también retrasó, en su momento, una colaboración que tenía con el artista. Sin embargo, en julio de 2022 continuaron trabajando juntos y lanzaron la colección de ropa que tenían planeada.</li> <li>- En agosto realizó su primer concierto oficial en solitario en el O2 Arena de Londres frente a 20 mil personas. El concierto fue todo un éxito ya que vendieron todas las entradas.</li> </ul>
Imagen posterior	Si bien, los primeros meses luego de su cancelación fueron difíciles, hoy en día ha vuelto a trabajar con normalidad. Casi todos sus productos lanzados con posterioridad a la tragedia fueron un éxito, agotó conciertos, y otros artistas y organizadores de eventos lo siguen convocando para presentarse en sus shows.

Cuadro 6	
Caso Doja Cat	
Motivo de cancelación	Destrato para con su público
Duración de la crisis en los medios	Menos de 1 mes: de marzo a abril de 2022
Gravedad del acto	Actitud moralmente cuestionable
Sentimiento positivo de noticias	-
Sentimiento negativo de noticias	Decepcionante, manipuladora, diva, patética, xenófoba, racista, clasista.

Hashtag	Nombre	#dojacatisoverparty #dojacancelada #dojacatvsparaguay
	Trending Topic	Si
Repercusión	Cantidad de Notas	Decenas
	Alcance del medio	Pocos medios de alto alcance, muchos medios de farándula y poco alcance.
Emisión de respuesta	¿Hubo respuesta?	Si
	Tiempo que tardó en responder	Fue inmediato
Mensaje	<p>Doja Cat a través de Twitter</p> <p>“Hubo una tormenta en Paraguay y el show se canceló. Cuando salí del hotel a la mañana siguiente, no había nadie en la puerta esperando por mí. Ni siquiera una. Hablen su mier..”</p> <p>“No lo lamento”</p> <p>“Vine aquí porque sabía que había algo nuevo. Gente nueva. Nuevas cosas. Nuevas historias que aprender. Vine y no di lo suficiente. Necesito dar más porque me he dado cuenta de que he estado tomando mucho. Tomando de casi todos los que están leyendo esto”</p> <p>“No me estoy desacreditando. Me parto el culo. Lo sé. Es agotador, pero no sufro por gente como tú. Mi sufrimiento viene de mí misma. No de los demás”</p>	
Daños	Perdió alrededor de 200.000 seguidores en Instagram y se ganó el odio de twitter latinoamérica.	
Tiempo de “exilio”	-	
Impacto de sus productos post-cancelación	- Sus canciones y shows posteriores a esta cancelación no se vieron afectados debido a que la mayoría de su público pertenece a países de habla anglosajona. Por esta razón, el público, o no se enteró de la controversia o no le dio mucha importancia.	

Imagen posterior	<ul style="list-style-type: none"><li>- Luego de los hechos la cantante quedó con la etiqueta de “la artista más odiada de Paraguay”.</li><li>- Muy poco tiempo después de su problema con el público paraguayo entró en otra controversia con uno de los actores de Stranger Things lo cual le valió otra cancelación esta vez por parte del público estadounidense.</li><li>- Con dos cancelaciones al hombro, Doja Cat es considerada por su público como una artista infantil y con actitudes de diva.</li></ul>
------------------	--