

Cultura de la cancelación: su impacto en la imagen de figuras públicas

Gomez Sadir, Celina
Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales
celigomezadir@gmail.com

UNIVERSIDAD
SIGLO 21
OPEN LAB 2024

Tema-Pregunta

Hoy en día existe una crisis de imagen específica que las figuras públicas deben evitar: la cancelación. Aunque el término “cultura de la cancelación” es relativamente reciente, el fenómeno en sí ha existido siempre, evolucionando y adaptándose a los distintos modelos de comunicación a lo largo de la historia. Con el auge de las redes sociales, la cancelación se ha vuelto una práctica casi cotidiana. Estas plataformas se convirtieron en herramientas poderosas para amplificar dicho fenómeno. Por ello, resulta interesante analizar las características que pueden tener las crisis de figuras públicas y sus consecuencias en la imagen de las mismas.



Objetivo - 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.

Discusión

La investigación analizó seis casos de cancelación de figuras públicas: Taylor Swift, Johnny Depp, Kevin Spacey, J. K. Rowling, Travis Scott y Doja Cat. Se identificaron dos principales causas de cancelación: las acciones y los comentarios o actitudes de las figuras expuestas.

A su vez, se establecieron tres tipologías de cancelaciones: en base al motivo, en base a la gravedad del acto y en base a sus consecuencias.

El trabajo también destaca la relevancia de Twitter en la difusión de las cancelaciones, utilizando hashtags para movilizar la opinión pública.

Aunque la recuperación es posible, dependerá de la gravedad del acto y la capacidad de manejo de crisis de la figura afectada.

Si bien se logró realizar una caracterización base de este fenómeno, la cultura de la cancelación continúa evolucionando y planteando nuevos interrogantes.

Principales resultados

Durante la investigación se evaluaron las causas de las cancelaciones, distinguiendo entre actos ilegales y comentarios moralmente cuestionables. Las cancelaciones por actos ilegales generaron consecuencias más graves y duraderas, mientras que las basadas en actitudes o comentarios tuvieron menor impacto y una duración mediática promedio de seis meses.

La cobertura de los medios fue más extensa en los casos de ilegalidad. Todas las figuras emitieron una respuesta, aunque los tiempos y enfoques variaron. Las consecuencias incluyeron la cancelación de proyectos, pérdida de seguidores y rechazo del público.

Las figuras que asumieron responsabilidad o demostraron inocencia lograron recuperar su imagen y ventas. En cambio, quienes no enfrentaron las acusaciones sufrieron daños permanentes en su carrera. La recuperación estuvo relacionada a la gravedad del caso, la respuesta dada y las acciones posteriores.

Método Investigación cualitativa, descriptiva. Tipo no probabilístico, muestreo intencional.

Bibliografía

- 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].
- Burgos, E., & Hernández, D. G. (2020). La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario? Universidad Católica Andrés Bello.