



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

## **ANÁLISE DO CASO PUGLIESI: investigação do webjornalismo como ferramenta do gerenciamento de crise de imagem**

Júlia Reis Carvalho<sup>1\*</sup>

Fernanda Gomes da Costa e Queiroz<sup>2\*\*</sup>

### **RESUMO**

Este trabalho aborda o webjornalismo como uma ferramenta de auxílio ao gerenciamento de crise de imagem. O estudo descreve a atuação de portais de notícias na construção da reputação de uma personalidade e comenta a ausência de uma assessoria de imprensa. Esse propósito será conseguido através da análise de conteúdo em jornalismo, a fim de interpretar notícias de modo qualitativo e quantitativo. A análise comprovou o impacto dos webjornais na vida dos leitores em contexto pandêmico de fragilidade psicológica. O artigo comentou a repercussão da crise e evidenciou a relevância da influenciadora digital Gabriela Pugliesi nas redes sociais. A pesquisa pode ser considerada de interesse acadêmico e social, pois investiga simultaneamente duas áreas jornalísticas: o webjornalismo e a assessoria de imprensa, além de analisar um caso real de crise de imagem.

---

<sup>1\*</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas (UNIS/MG). Email: [julia.carvalho1@alunos.unis.edu.br](mailto:julia.carvalho1@alunos.unis.edu.br)

<sup>2\*\*</sup> Professora do Centro Universitário do Sul de Minas (UNIS/MG). Email: [fernanda.queiroz@unis.edu.br](mailto:fernanda.queiroz@unis.edu.br)



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

**Palavras-chave:** Crise de Imagem. Webjornalismo. Assessoria de Imprensa. Pandemia. Caso Pugliesi.

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com uma pesquisa do Grupo Luminare, os sites de notícias já estão no terceiro lugar na lista de prioridades de consumo jornalístico dos brasileiros (LUMINARE, 2020). Por consequência, o webjornalismo tornou-se referência de informações durante o contexto pandêmico da Covid-19. Essa expansão impactou no consumo de informações no cotidiano, que agora deixa de ser exclusividade das televisões e jornais impressos.

Através da análise de cinco webjornais populares, será possível entender a relação do webjornalismo com a construção da imagem de uma personalidade famosa através do conteúdo textual. A estruturação dá-se da seguinte forma: as notícias relacionam o nome de um sujeito a um acontecimento positivo e isso repercute como engajamento na rede social do indivíduo. Esta pesquisa explora um possível poder da mídia em direcionar a atenção do público e impactar na forma como as pessoas enxergam determinada pessoa.



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

Os noticiários digitais podem colaborar para que uma personalidade se reerga após uma falha em seu posicionamento? Para entender essa possibilidade, será analisado o caso de Gabriela Pugliesi diante do furo da quarentena pela pandemia da Covid-19. Portanto, o próximo tópico contextualiza o histórico pandêmico e explica quem é essa influenciadora digital que possui uma fama conflituosa, caracterizada por quatro crises de imagem.

## 2 CASO PUGLIESI

Gabriela Leda Ferreira, conhecida como Gabriela Pugliesi, é uma blogueira *fitness* que ficou conhecida por compartilhar nas redes sociais sua rotina saudável. Começou a praticar exercícios físicos e frequentar academias aos 14 anos, pois estava acima do peso e sofria pressões estéticas. Em 2011, criou uma conta no Instagram para compartilhar a vida com os amigos. Em apenas um mês conquistou mais de 60 mil pessoas acompanhando suas postagens. Após 10 anos de carreira na internet, seu perfil nas mais populares redes sociais conta com 4,7 milhões de seguidores do mundo inteiro.

### 2.1 Covid-19: contexto social potencializador

Gabriela foi uma das primeiras famosas a contrair o coronavírus no Brasil. Ela se infectou no casamento da irmã, Marcela Minelli, que aconteceu em 07 de março de 2020. O evento, para



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

500 pessoas, foi em um resort de luxo em Itacaré, na Bahia. Outros convidados também testaram positivo para a doença, dentre eles, famosas como Preta Gil e Fernanda Paes Leme.

Após divulgar que estava infectada pela Covid-19, segundo monitoramento feito pela Revista Glamour, a influenciadora ganhou 144.298 mil seguidores no Instagram de um dia para o outro. Na noite anterior à publicação de Gabriela, o perfil da musa *fitness* contava com 4.271.017 seguidores (GLAMOUR, 2020).

## 2.2 Histórico de crise: um perfil polêmico

Pugliesi já se envolveu em grandes conflitos de imagem por diferentes motivos, sendo questionada frequentemente pelo teor não-profissional nas dicas de saúde que compartilha. Publicando a rotina no Instagram, a blogueira se considera a pioneira no mundo das influenciadoras digitais, conforme contou em entrevista ao G1 (NEVES, 2017).

Gabriela causa muita polêmica pela forma como se manifesta na rede. A primeira foi em 2014, quando a influenciadora separou do marido Thiago Pugliesi - de quem usa o sobrenome - e foi acusada por ele de traição. No final de 2015 vem a segunda crise, quando “foi acusada de dar dicas impróprias em seu Snapchat sobre como permanecer focada na dieta” (SÁ, 2017). A terceira crise foi em 2017, quando o Conselho de Educação Física acusou a blogueira de atuar



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

sem formação na área (SALLES, 2017). Na última ocasião, ela estaria exercendo ilegalmente a profissão de educadora física na praia da Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.

Mesmo com tantos riscos envolvendo a imagem e carreira, a musa *fitness* não deixa de evitar polêmicas, o que é perigoso no mundo digital. Diferentes estatísticas apontam que mais de 3/4 das pessoas acreditam mais em um *digital influencer* que considere ser referência em algum tema, do que na propaganda de uma empresa (PARENTE, 2015). Ou seja, um profissional com relevância digital como Pugliesi deve estar atento à sua conduta, pois uma informação negativa sobre seu comportamento pode atingir milhares de pessoas em minutos e comprometer uma imagem.

### **2.3 Crise de imagem: festa clandestina em meio à pandemia**

Em abril de 2020, dois meses após o início da pandemia no Brasil, a influenciadora digital Gabriela Pugliesi publicou uma série de imagens no Instagram mostrando uma festa realizada na sua casa com amigos próximos. Na época, segundo a Forbes Brasil, ela contava com cerca de 4,5 milhões de seguidores só no Instagram (CALAIS, 2020). Nas publicações, a blogueira estaria festejando enquanto compartilhava uma mensagem que desdenhava do coronavírus. Rapidamente as imagens viralizaram e o público reprovou o desrespeito às regras de confinamento. Pugliesi foi



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

fortemente criticada dentro e fora das redes sociais com alegações de falta de empatia com os milhares de infectados e mortos pelo vírus no mundo.

Na mesma noite em que Gabriela aglomerava com amigos, o Brasil confirmou 58.509 casos e 4.016 mortes por Covid-19, sendo 346 óbitos em apenas 24 horas. São Paulo, onde ela estava, seguia com a situação mais preocupante do país. Mais à frente, o governo estadual confirmou que haviam 20.004 casos confirmados e 1.667 mortes pela doença (SANARMED, 2020).

Mesmo com as recomendações de distanciamento social da Organização Mundial da Saúde (OMS), uma festa aconteceu. Em 25 de abril de 2020, um sábado durante a noite na casa da influenciadora na capital paulista. No local, além de Gabriela e seu namorado, estavam pelo menos seis pessoas. Para a *digital influencer*, “meia dúzia de amigos”.

Nas imagens divulgadas, é possível vê-la com um copo de bebida em mãos, enquanto uma música bem alta toca ao fundo na televisão. Em um dos vídeos, a influenciadora usa palavras obscenas expressando uma frase similar à “Dane-se a vida”. Ela se diverte com os amigos, postam *selfies* e a noite é finalizada normalmente.

Os *stories* de Pugli começaram a ser compartilhados entre as pessoas e cada vez mais o número de visualizações aumentava. Parente (2015) explica que “quanto mais um *post* é lido, propagado, comentado ou são feitas marcações, mais é compreendido como ‘relevante’ figurando com prioridade nas buscas e *timelines*”. Dessa forma, as postagens de Gabriela alcançaram mais



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

peças em menos tempo, gerando engajamento do público e movimentando os comentários nas redes sociais.

### **3 WEBJORNALISMO: portais de notícias como referência de informação**

Uma pesquisa do Grupo Luminare, feita após o primeiro semestre de isolamento social, apontou um aumento no consumo de notícias através de portais na internet. A cada 10 pessoas, pelo menos 7 consomem mais matérias digitais que antes das restrições de mobilidade. Ainda segundo a mesma pesquisa, 92% da população entrevistada lê semanalmente conteúdo de portais on-line. A praticidade de um jornal na palma das mãos é o que mais atrai o público, por isso o aparelho mais utilizado é o *smartphone*. As formas preferidas ao buscar por reportagens são acessando o navegador para digitar o site e clicando em notícias nas redes sociais.

No Brasil, o uso da internet cresceu em 2021, passando de 74% para 81% da população, o que representa 152 milhões de pessoas (DATAREPORTAL, 2021). Os dados são de uma pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação e foram divulgados em agosto de 2021. Esse número demonstra que as pessoas estão cada vez mais conectadas em busca de novidades e interações digitais.

Para Ferreira e Ravioli (2020) existem diversos motivos para o aumento do consumo de conteúdos jornalísticos na pandemia, como o aumento do tempo livre, surgimento de



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

preocupações, a vontade de conhecer a doença e descobrir curiosidades sobre o assunto. Outro motivo que facilitou o acesso dos brasileiros foi a rapidez com que conseguiam acessar informações instantâneas por meio dos sites. A gratuidade para o acesso também ajudou no processo.

#### **4 REDES SOCIAIS E SEUS USOS**

Na internet, as redes sociais podem ser consideradas como um espaço para se relacionar com outras pessoas e conteúdos ou como uma ferramenta de trabalho. No Brasil, a quantidade de usuários das redes aumentou de forma significativa desde o ano passado. Em janeiro de 2020, eram cerca de 140 milhões de usuários. O número cresceu em 10 milhões durante o período da pandemia. Ainda de acordo com o relatório, o número de usuários de mídias sociais no Brasil era equivalente a 70,3% da população total em janeiro de 2021.

O isolamento social imposto pela pandemia da Covid-19 afastou fisicamente milhares de pessoas no mundo. A solução encontrada para não perder o contato, e ainda continuar se relacionando socialmente, foi utilizar as redes sociais. Para muitos usuários que ainda resistiam à internet, não deu para se isolar do mundo virtual também. Outra possibilidade de uso da rede é o compartilhamento de informações factuais, portanto “divulgar notícia não é mais exclusividade dos meios de comunicação” (FORNI, 2011 apud BANZOLI, 2013, p. 54).



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

## 4.1 Gerenciamento de crises de imagem nas redes sociais

Uma crise de imagem pode ser definida como acontecimentos negativos que envolvem e podem atingir a reputação de uma determinada personalidade ou empresa. Para se ter uma boa reputação, é necessário ter uma boa imagem que é construída por meio da identidade. Teixeira (2011) explica que funciona como uma sequência: identidade gera imagem, que gera reputação.

A imagem é oriunda da opinião pública e da percepção que o público tem da organização. Uma identidade bem construída discursivamente, assentada sobre princípios e valores positivos e bem aceitos publicamente tende a produzir uma boa imagem e, conseqüentemente a longo prazo, uma boa reputação. (TEIXEIRA, 2011, p. 52).

Para lidar com uma crise é necessário conhecer quais são os riscos; se não há oportunidade de conhecê-los, é preciso ter, no mínimo, uma atitude ágil e assertiva. No caso da crise, a gestão elabora o processo de planos de ações de todas as etapas e, quando uma crise se desencadeia, chama-se gerenciamento de crise o processo de aplicação dos planos anteriormente traçados (TEIXEIRA, 2011, p. 121).

Segundo Parente (2015), o passo mais importante para evitar o alastramento de uma grande crise nas redes sociais é publicar uma “boa resposta imediata” do que uma “resposta excelente lenta”. Além de levar em consideração o conteúdo da mensagem, uma vez que ela



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

representa a personalidade ou empresa. Não responder ou deixar de se posicionar é um erro, pois as pessoas podem encarar como um fato verdadeiro, independentemente da veracidade ou culpabilidade dos envolvidos.

#### **4.2 Papel da assessoria: reação à crise de imagem do Caso Pugliesi**

Gabriela é vinculada à MAP Brasil, uma agência especializada em estabelecer negócios e relações entre marcas, artistas e personalidades do entretenimento. Os trabalhos comerciais são intermediados por essa equipe, que também presta assessoria e responde à imprensa. Um dos pilares da empresa promete “destreza na solução de problemas que possam surgir”, de acordo com o site da agência. Além disso, a musa *fitness* também responde os próprios comentários em suas páginas e perfis na internet. Ao se envolver no escândalo de uma festa clandestina, a influenciadora estava próxima de uma crise.

A assessoria de imprensa de Pugliesi, apesar de prometer destreza para resolver problemas, evitou em algumas oportunidades responder às dúvidas de jornalistas que a procuravam para receber uma nota oficial em nome da assessorada. Como resposta, a empresa informava que toda e qualquer manifestação da influenciadora viria através das redes sociais oficiais da blogueira. Atitudes como essas impediam criar uma ponte para terceirizar as informações e o contato de Gabriela com a sociedade. Os fãs, que procuravam pela agência para



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

esclarecerem seus questionamentos, também foram deixados sem informações ou qualquer nota de esclarecimento. É importante ter uma relação saudável com a imprensa, pois isso permite que, em momentos como o Caso Pugliesi, o assessor tenha mais flexibilidade ao fornecer informações e ganhe mais tempo para resolver o problema.

## 5 MATERIAL E MÉTODO

Foram selecionados cinco portais brasileiros de notícias, considerando os critérios: a) publicação frequente de conteúdos que representam o webjornalismo de entretenimento; e b) estar entre as “mídias mais conhecidas pelo público”, segundo o Luminare, que pesquisou o consumo de conteúdo on-line no Brasil em 2020. A ordem estabelecida não representa a colocação no ranking da pesquisa. Os portais selecionados foram G1, R7, Folha de S. Paulo, Terra e IG.

A matéria-prima da pesquisa são as webnotícias. Por isso, cada site de webjornalismo foi analisado individualmente com objetivo de captar os textos para o levantamento. Uma planilha foi idealizada com o intuito de reunir, de modo organizado e útil, todas as informações relevantes.

O ponto principal que define a seleção da notícia é se o corpo do texto menciona o termo “Gabriela Pugliesi”. Para identificar cada publicação foi utilizada a ferramenta de filtros de



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

pesquisa. Com o objetivo de simplificar ainda mais a coleta dos dados, foi usada também a ferramenta de ordenação de prioridades.

A análise de conteúdo em jornalismo foi empregada, pois é o método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens encontradas na mídia a partir de uma amostra dos “objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicações” (HERSCOVITZ, 2007 apud XAVIER; LUCENA, 2016, p. 8). A interpretação do material foi feita sob uma perspectiva qualitativa (a fim de entender o sentido geral dos textos) e em perspectiva quantitativa (a fim de explorar a frequência do conteúdo).

Foram captadas o total de 66 matérias dos cinco webjornais selecionados (G1, R7, Folha de S. Paulo, Terra e IG) que foram divulgadas entre os dias 26/04/2020 a 25/05/2020. O período pesquisado corresponde a 30 dias entre o acontecimento do Caso Pugliesi e os dias subsequentes ao início da crise de imagem. Essas publicações foram ordenadas pelo critério “recente” de modo a deixar as notícias organizadas cronologicamente. Isso possibilitou observar os vieses de cada portal de notícias ao contar a história de Pugliesi.

A quantidade de caracteres foi calculada levando em consideração a composição textual da webnotícia. Os anúncios comerciais foram medidos pelo caráter quantitativo através do uso do “Adblock” - uma extensão de navegador que permite bloquear comerciais indesejáveis. A



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

angulação do conteúdo foi definida através de averiguação qualitativa, onde o corpo do texto foi analisado brevemente.

Os pontos observados foram a) abordagem ou não abordagem do assunto “Caso Pugliesi”, b) menção sobre a festa, c) uso de termos pejorativos, d) excessividade em advérbios de intensidade e e) publicação de assuntos de outras naturalidades sobre a *digital influencer*. O intuito foi perceber em cada notícia o teor das palavras aplicadas e se de alguma forma teve juízo de valor.

## 6 RESULTADO E DISCUSSÃO

Através da pesquisa identificou-se que de cada portal analisado, todos abordaram o assunto usando uma perspectiva negativa. Além disso, todos noticiaram o assunto com relevância e intensidade apesar de sempre seguirem particularidades de linha editorial.

Das 66 amostras analisadas, pelo menos 58 delas apresentaram a notícia negativamente - isso é, 88% das matérias. Outras 8 abordaram o assunto de forma parcialmente neutra, ao comentar o tema de modo superficial. Todos os sites utilizaram imagens nas publicações, além de mídias extras como repostagens de redes sociais e vídeos. Somente a Folha não anexou mídia extra em nenhuma notícia. Além disso, todos os portais observados possuem anúncios e publicidades embutidos na composição da página na web.



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

O primeiro portal analisado foi o G1 que publicou 10 matérias sobre a Pugliesi, sendo 8 delas com perspectiva negativa. As publicações geralmente são feitas em horários mais populares como 12h e 18h. Em relação ao conteúdo, os textos atingem em média 4.294 caracteres. Geralmente, cada página de notícia tem por volta de 36 anúncios embutidos, para ganhar ainda mais alcance de público.

O R7 foi o segundo portal analisado e fez 9 publicações sobre o assunto, sendo todas elas através de uma ótica negativa. Os horários utilizados para divulgar matérias são durante o dia, até no máximo 18h. Quanto ao corpo do texto, somam em média 2.116 caracteres - um dado inferior ao primeiro colocado, o G1. Em cada página do R7 há em média 72,4 anúncios, sendo mais que o dobro do portal anterior.

A terceira análise foi da Folha de S. Paulo, o portal que mais publicou notícias entre os analisados. Foram 20 matérias, sendo 17 abordagens negativas e apenas 3 neutras. Apesar do baixo número, é o webjornal que publicou matérias caracterizadas como mais leves. A publicação é prioritariamente em horário noturno. Os textos ficam com 3.444 caracteres em média. A promoção comercial da Folha é a menor de todas analisadas, pois são apenas 16 anúncios em cada página de notícia.

O site Terra foi o quarto portal on-line analisado. Lá foram publicadas cerca de 11 matérias sobre Pugli, sendo 9 delas negativas. As publicações são feitas frequentemente durante a



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

tarde e até o início da noite. O conteúdo atinge em média 4.140 caracteres para compor suas reportagens. No portal Terra, cada notícia apresenta cerca de 193,5 anúncios para o leitor.

O último portal investigado é o site IG. Foram 16 matérias publicadas, sendo 15 delas negativas e apenas 1 com abordagem neutra. É durante o dia que geralmente os textos são divulgados. As reportagens geralmente contém 1.788 caracteres, considerado o portal com menos conteúdo textual. Quanto ao investimento nos anúncios comerciais, o IG se destaca entre outros analisados. São em média 194 anúncios em cada página de matéria do site, totalizando 1944 publicidades espalhadas na plataforma. Ao considerar todos os analisados, é o portal com menos texto e mais anúncios.

De modo geral, é possível interpretar que majoritariamente o posicionamento dos webjornais são contra Pugliesi. É importante ressaltar que todos se manifestaram com abordagens negativas, que nada ajudaram a distrair os leitores do foco analisado. O destaque na pesquisa foi para a quantidade de publicidade envolvida em cada página do site.

Uma matéria que possui investimentos publicitários, por consequência tem capacidade de alcançar mais pessoas e pode ter impacto em outros aspectos, como o estilo de vida de Pugliesi, por exemplo. É importante ter em mente que “no mercado de hiperconcorrência, o discurso jornalístico, em seus aspectos semânticos e morfológicos, é então cada vez mais marcado pela luta pela atenção do público e pelos favores dos anunciantes” (CHARRON; BONVILLE, 2016 apud XAVIER; LUCENA, 2016, p. 4).

This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

## 6.1 Impactos do Caso Pugliesi: reflexos da crise de imagem

Festejar em meio à pandemia, desrespeitando as regras de isolamento social, ficou mais caro do que Gabriela Pugliesi imaginava. Reincidente em crises de imagem, Pugli não contava que divulgar aquelas fotos e vídeos fossem gerar tanta repercussão envolvendo o nome dela. Além de ter a moral abalada, a influenciadora teve que arcar com a quebra de contratos milionários, perda de mais de 150 mil seguidores nas redes sociais e o cancelamento virtual.

Indignados, os internautas decidiram usar as plataformas digitais para cobrar publicamente empresas que patrocinavam a influenciadora. O objetivo era receber um posicionamento oficial das marcas, senão corriam risco de afetar a imagem da instituição também. Uma reportagem da Forbes detalhou que aproximadamente 12 marcas e empresas se manifestaram publicamente, desvinculando o trabalho que prestam da imagem de Pugli.

Empresas como HOPE, Baw, LBA, Body For Sure, Desinchá, Evolution Coffee, Rappi, Mais Pura e Liv Up romperam os contratos e se posicionaram nas redes. Além disso, marcas que tiveram vínculo recente ao acontecimento também se manifestaram contra a festa, como o caso da Copenhagen, Ambev e Fazenda Futuro. De acordo com uma pesquisa feita pela agência BRUNCH, o cancelamento desses contratos resultou em um prejuízo de cerca de R\$ 3 milhões:





This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

O prejuízo financeiro foi grande. Especialistas da BRUNCH, agência full service que gerencia a carreira de influenciadores digitais como MariMoon, Nath Finanças, Blogueira de Baixa Renda e Dora Figueiredo, calcularam, a pedido de Forbes, que as perdas podem chegar a R\$ 3 milhões com as quebras de contrato, que podem configurar, inclusive, pagamento de multas (CALAIS, 2020, s. p.).

Em 27 de abril, um dia após o acontecido, a musa *fitness* desativou a conta no Instagram, impedindo que as pessoas pudessem ver o perfil e as publicações que antes estavam disponíveis na rede. Além dos danos mercadológicos, ela teve impacto nas estatísticas de engajamento na internet. Uma reportagem da Folha diz que com a polêmica envolvendo a *digital influencer*, em apenas 2 dias após a festa “a procura pelo nome Gabriela Pugliesi teve um salto de 4.550% e se tornou um dos 10 termos que mais cresceu nas buscas”.

Uma reportagem da Veja mostrou que um dia após o evento, quando a notícia estourou, o nome da influenciadora foi o quarto termo mais buscado do Google no Brasil. De acordo com a matéria, a plataforma de pesquisa não divulga números precisos, mas registrou mais de 200.000 buscas por Gabriela Pugliesi nesse dia. Mesmo fora das mídias sociais, o nome dela continuou circulando na internet. Foram diversas webnotícias postadas a respeito do assunto, muitas delas com perspectivas negativas, assim como a presente pesquisa analisa.

A ausência e falta de explicações ao público fez com que os webjornais continuassem explorando o assunto, revelando aos leitores os desdobramentos do caso através das matérias em seus portais. Essa atitude já estava prevista no Manual de Gerenciamento de Crise que aconselha



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

a não negar informações à mídia, “senão a imprensa fará de tudo para descobrir por si mesma tudo o que puder sobre o tema, o que só irá complicar ainda mais a situação” (BANZOLI, 2011, p. 13).

Na tentativa de deixar o assunto esfriar, Pugliesi ficou fora das redes sociais por cerca de 3 meses. O ato pode ter sido considerado uma lacuna de silêncio para diminuir os comentários negativos e fazer com que os internautas esquecessem do acontecido. Entretanto, ao retornar para o Instagram em 20 de julho de 2020, a influenciadora não teve o impacto que imaginava. Com um vídeo de 13 minutos, ela se manifestou com um discurso onde pediu desculpas publicamente, retomando o assunto entre os comentários virtuais.

Em breve resumo, a quarta crise de imagem da carreira de Gabriela Pugliesi impactou de modo relevante o faturamento da influenciadora digital. Depois da queda expressiva nas relações comerciais e contratos publicitários, a imagem digital da musa *fitness* ainda está vinculada à “festa durante a pandemia furando a quarentena”. Além disso, ela se restringiu a fazer manifestações e emitir informações somente pelas redes sociais, negando contato direto com a imprensa. Por fim, mesmo com menos engajamento, a *digital influencer* voltou a sua vida normal e segue publicando conteúdos e dicas de saúde diariamente nas redes sociais.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

Através desta pesquisa é possível entender que os webjornais têm a capacidade de influenciar na construção da reputação de uma determinada personalidade. A hipótese foi comprovada através da análise qualitativa dos portais de notícias, que usaram termos pejorativos para caracterizar a imagem de Gabriela. Com grandes anunciantes, os portais on-line levaram à frente a cobertura jornalística do Caso Pugliesi, atingindo ainda mais pessoas e mantendo na mente do público uma visão negativa sobre a influenciadora.

Além disso, o estudo mostrou que a falta de comunicação da assessoria com a imprensa foi um dos principais erros no gerenciamento da crise. A reação não emergencial e pouco alarmante da equipe de Gabriela surpreendeu. Ao invés de lidar com a crise, assumir os riscos e manter um bom relacionamento com os veículos de comunicação, todos preferiram evitar manifestações. Não representar publicamente a assessorada foi um grave equívoco no gerenciamento feito pela assessoria. Ainda assim, os fãs acabaram afastados do assunto, o que aumentou a desconfiança e diminuiu a reputação da personalidade analisada.

O contexto social histórico da pandemia da Covid-19 sensibilizou ainda mais a mente dos leitores internautas. Ao estar fragilizado psicologicamente, é natural notar que uma pessoa socialmente isolada se preocupa e quer se informar com mais frequência. Tal ato influencia no crescimento do uso de smartphones, no acesso às mídias digitais e, ainda, na sobrecarga de informações. Para se informar com praticidade, conseqüentemente, aumentou o consumo do webjornalismo - nessa pesquisa, destacado como as notícias publicadas por portais on-line.



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

Com o acesso simples às reportagens, muitos portais aproveitaram o momento para receber muitas empresas interessadas em anunciar em suas páginas. Dessa forma, a publicidade foi embutida como valor comercial em muitas matérias divulgadas. Por trás dos textos, estão os anúncios pagos para continuar atraindo pessoas e atingindo novos leitores.

Para trabalhos futuros, a sugestão é coletar informações sobre o perfil do Instagram de Pugliesi para entender as taxas numéricas do engajamento de Gabriela, mostrando o antes e depois da desativação de sua conta. Na pesquisa, a observação seria para métricas específicas da rede social, a fim de entender o comportamento dos usuários em procurar pela influenciadora depois de uma crise negativa.

Portanto, esta pesquisa apresenta as diversas discussões sobre o assunto, embasada em grande parte por reportagens jornalísticas, estudos acadêmicos e sobretudo em artigos opinativos. A análise busca ressaltar a observação do contexto social vivido, munido por um estudo de caso de uma influenciadora digital brasileira. Além disso, tem como base a descoberta de uma vertente do jornalismo convencional, o webjornalismo, como ferramenta importante para a assessoria de imprensa.

## **ANALYSIS OF THE PUGLIESI CASE: investigation of web journalism as an image crisis management tool**



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

## ABSTRACT

**Keywords:** Image Crisis. Web Journalism. Press office. Pandemic. Pugliesi Case.

## REFERÊNCIAS

BANZOLI, Lucas. **Manual de gerenciamento de crises**. 2013. 64f. Dissertação (Tecnólogo em Comunicação Institucional) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/39210/manual%20de%20gerenciamento%20de%20crises.pdf?sequence=2&isAllowed=y>>. Acesso em: 01 set. 2021.

BATISTA JÚNIOR, João. Por trás do linchamento virtual de Pugliesi: ódio, likes e algoritmo. **Veja**, 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/veja-gente/por-tras-do-linchamento-virtual-de-pugliesi-odio-likes-e-algoritmo/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

CALAIS, Beatriz. Festa durante isolamento pode ter causado prejuízos de R\$ 3 milhões a Gabriela Pugliesi. **Forbes Brasil**, 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2020/05/festa-durante-isolamento-pode-ter-causado-prejuizos-de-r-3-milhoes-a-gabriela-pugliesi/>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

FERREIRA, Leticia. RAVIOLI, Manuela. **O jornalismo em tempos de pandemia**. São Paulo: Revista Plural, 2020, p.18-19. Disponível em: <[https://issuu.com/revistaplural/docs/plural\\_17\\_versao\\_digital\\_baixaresolucao](https://issuu.com/revistaplural/docs/plural_17_versao_digital_baixaresolucao)>. Acesso em: 26 ago. 2021.



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

GABRIELA Pugliesi desativa Instagram após polêmica sobre festa durante a pandemia. **Folha de S. Paulo**, 2020. Disponível em:

<<https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2020/04/gabriela-pugliesi-desativa-instagram-apos-polemica-sobre-festa-durante-a-pandemia.shtml>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

GABRIELA Pugliesi ganha seguidores após testar positivo para coronavírus. **Revista Glamour**, 2020. Disponível em:

<<https://revistaglamour.globo.com/Celebridades/noticia/2020/03/gabriela-pugliesi-ganha-seguidores-apos-testar-positivo-para-coronavirus.html>>. Acesso em: 01 set. 2021.

LUMINATE. **Consumo e pagamento por notícias digitais: oportunidades e desafios do modelo de assinaturas na américa latina**. São Paulo: [s.n.], 2020. Disponível em:

<<https://luminategroup.com/storage/981/Reporte-Consumo-e-Pago-de-Noticias-Digitais-Brasil-%28PT%29---Luminate-2020.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2021.

NEVES, Marília. Gabriela Pugliesi se diz pioneira no Instagram: “Quando comecei, ninguém publicava rotina. Só tinha paisagens.” **GI**, 2017. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/gabriela-pugliesi-se-diz-pioneira-no-instagram-quando-comecei-ninguem-publicava-rotina-so-tinha-paisagens.ghtml>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

PARENTE, Umehara. **Gestão de Crises em Redes Sociais: estratégias para prevenir, administrar ou reverter problemas**. 2. ed. Fortaleza: Umehara Parente, 2015.

SÁ, Paula Fernandes de. **Gabriela Pugliesi no Instagram: influenciadores digitais e a convergência dos meios**. 2017. 170f. Dissertação (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3847/3/PFSa.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2021.



This work approaches web journalism as a tool for image crisis management. The study experiences the role of news portals in building the reputation of a personality and comments on the lack of effective management by the press office. This purpose will be achieved through content analysis in journalism, to interpret news qualitatively and quantitatively. Analysis proved the impact of web newspapers on readers' lives in a pandemic context of psychological fragility.

The article commented on the impact of the crisis and highlighted the promotion of the digital influencer Gabriela Pugliesi on social networks. The research can be considered of academic and social interest, as it simultaneously investigates two journalistic areas: web journalism and press relations, in addition to analyzing a real case of an image crisis.

SALLES, Stéfano. Gabriela Pugliesi é denunciada ao MP por exercício ilegal da profissão. **O Globo**, Rio de Janeiro 2017. Disponível em:

<<https://oglobo.globo.com/rio/gabriela-pugliesi-denunciada-ao-mp-por-exercicio-ilegal-da-profissao-20954308>>. Acesso em: 01 set. 2021.

SANARMED. **Linha do tempo do Coronavírus no Brasil**. 2020. Disponível em:

<<https://www.sanarmed.com/linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

TEIXEIRA, Patrícia Brito. **Gestão e gerenciamento de crises na sociedade do risco**. 2011. 169f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011. Disponível em:

<<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Gest%C3%A3o-e-Gerenciamento-de-Crises.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2021.

XAVIER, Cintia; LUCENA, Larissa. Influência das métricas no webjornalismo: a identificação de títulos caça-cliques no portal G1 Amapá. **Revista Comunicare**, 2019. Disponível em:

<<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2019/12/influencia-das-m%C3%A9tricas-no-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2021.