

APÊNDICE K
RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

(INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 01/2018 - PROEN-PROEX-PROPPG-DTI-DGP)

RELATÓRIO PARCIAL/FINAL	
1. IDENTIFICAÇÃO	
Coordenador do Projeto/Orientador: Breno Rodrigo de Oliveira Alencar.	
Título do Projeto: O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil: estudo qualitativo a partir de práticas discursivas na imprensa e na rede social Twitter entre 2018 e 2021.	
Nome do(a) bolsista: Paulo Victor da Silva Ribeiro Arienny Carina Ramos Souza	
E-mail: breno.alencar@ifpa.edu.br	Celular: 91 981742301
Vigência do Projeto: 01/09/2022 a 30/09/2023	Período do relatório: 01/09/2022 a 30/09/2023

2. INTRODUÇÃO (no máximo duas laudas)
<i>Justificativa do trabalho com apresentação das principais problemáticas que cercaram o desenvolvimento da pesquisa.</i>
<p>No mundo da internet, principalmente no terreno das redes sociais, tem se tornado comum encontrar conteúdos que dizem respeito a uma pessoa que foi “cancelada”. A expressão diz respeito à chamada “cultura do cancelamento” termo que segundo Souza e Alencar (2021) apareceu pela primeira vez na imprensa brasileira em 2018, mas que se popularizou em 2019 ao ponto de ter sido eleita a “palavra do ano” pelo dicionário australiano Macquarie: “Por ser a captura de um aspecto importante do estilo de vida atual, ganhou seu nome e se tornou uma força poderosa; caracteriza-se pelo ato de riscar ou eliminar para tornar sem efeito.” (DEMARTINI, 2019).</p> <p>A ideia de cancelar alguém, contudo, tem origem em 2017 a partir no movimento #MeToo (#EuTambém, em português), campanha online encabeçado por celebridades hollywoodianas que reuniu testemunhos de mulheres vítimas de abuso sexual e estupro praticadas pelo produtor Harvey Weinstein. Após a repercussão bem sucedida do movimento, que resultou na demissão de Weinstein de sua própria produtora, expulsão da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas e sentenças judiciais que lhe renderam mais de 25 anos de prisão, o ato de cancelar manteve seu ímpeto e começou a se espalhar para outros campos</p>

da “vida no ciberespaço” como uma ideologia, que “vê a realidade como socialmente construída e definida pelo poder, opressão e identidade de grupo” (BEINER, 2020), mas também como uma forma de tornar o discurso público mais difuso e menos monopolizado chamando a atenção para causas como justiça social e preservação ambiental, tornando-se uma maneira de amplificar a voz de grupos oprimidos e forçar ações políticas de marcas (DOMINGOS, 2021) ou figuras públicas que ocupam posições de privilégio.

Este relatório, longe de pretender realizar qualquer julgamento de valor sobre o mérito destes e de tantos outros casos “cancelamentos”, se debruçou sobre os padrões que caracterizam este fenômeno social no ciberespaço, com especial atenção para a rede social Twitter. Ao longo da pesquisa, nosso intuito foi responder às perguntas: O que é a cultura do cancelamento? Existem padrões que orientam a prática do cancelamento? Se existem, quais são e como estes são mobilizados para que o cancelamento ocorra e seja eficaz? Há alguma variação no número de seguidores após o início do processo de cancelamento? A plataforma utilizada pelos “canceladores” possui recursos que favorecem a prática do cancelamento? O cancelamento possui temporalidade e eficácia limitada ao ciberespaço ou se perdura no tempo e afeta a vida *offline* do “cancelado”? Em que medida a prática do cancelamento no Brasil ecoa a moral ou reproduz ideologias e regras de sociabilidade que permeiam a sociedade brasileira?

Para responder estas perguntas, a pesquisa adotou como recorte teórico a discussão em torno dos conceitos de ritual e drama presentes nas obras de Turner (2005; 2008), Tambiah (2018) e Couldry (2005) a fim de identificar e compreender as regras ou vetores que cercam cada uma das etapas que antecedem, caracterizam e sucedem o cancelamento no tempo social do ciberespaço, mas sem que isso signifique isolar performances (rituais) específicas. Tínhamos como intuito avançar terreno sobre os chamados “rituais de mídia” ou “rituais mediatizados”, seja como “convenções e padrões de redes sociais específicos da plataforma e respostas a acontecimentos marcantes ... caracterizados pela convergência de práticas de audiência privada e pessoal com discurso público, em públicos em rede” (BURGESS et al., 2018, p. 230), seja como “fenômenos excepcionais e performativos da mídia que servem para sustentar e/ou mobilizar sentimentos coletivos e solidariedades sobre a base da simbolização e uma orientação subjuntiva para o que deve ou deveria ser” (COTTLE, 2006, p. 415).

Desejávamos, com isso, repensar as noções presentes no senso comum e na própria academia sobre o sentido do ritual quando este é aplicado a complexidade e impacto que as mídias digitais exercem sobre a contemporaneidade, observando se e de que modo os fenômenos observados no mundo virtual afetam a vida individual e coletiva no mundo *off-line*. Também pretendíamos observar se a prática do cancelamento ou, no limite, do linchamento virtual, encontra correspondência com as práticas de humilhação ou constrangimento público, analisando se as motivações (valores, crenças e normas sociais) presentes no espaço público também se encontram presentes no ciberespaço.

Para alcançar estes objetivos, nosso estudo lançou mão da seleção de casos de cancelamento com ampla repercussão midiática e social ocorridos no Brasil entre 2018, ano em que a expressão surge no vocabulário local, e 2021, mas em razão da observação de casos em 2022, incluímos este período. Para isso, recorremos, em um primeiro momento, a revisão bibliográfica com especial atenção para as ocorrências de cancelamento em publicações de jornais e sites brasileiros com a finalidade de identificar e analisar casos de maior repercussão; e, num segundo momento, aos comentários com mais curtidas e/ou retuítes de perfis (usuários) da rede social Twitter sobre os casos de maior repercussão. A escolha desta estratégia levou em conta o fato de que o conteúdo presente nesta rede social é limitado à 480 caracteres e possui rápida e fácil identificação por meio de palavras-chave, o que também favorece o processo de análise de conteúdo sugeridos por Bardin conforme demonstrado por Haskell (2021) em seu estudo sobre o cancelamento do ator norte-americano Kevin Spacey, acusado de assédio sexual em 2017, e Domingos (2021) em sua abordagem sobre a relação dos influenciadores digitais com suas marcas ou patrocinadores após os prejuízos financeiros causados pelo cancelamento.

3. OBJETIVOS

Definir o objetivo geral e os objetivos específicos perseguidos durante o desenvolvimento do projeto e as mudanças realizadas (caso tenham ocorrido) em razão de sua dinâmica e evolução.

3.1. Geral

Compreender a “cultura do cancelamento” no ciberespaço brasileiro em uma perspectiva ritual a partir da revisão bibliográfica e da análise qualitativa de casos com grande repercussão na mídia brasileira e de manifestações de usuários na rede social Twitter entre 2018 e 2021.

3.2. Específicos

- Reunir em um banco de dados, com fins de catalogação e análise qualitativa de matérias sobre a “cultura do cancelamento” ou que repercutem sua prática junto a personalidades públicas brasileiras;
- Identificar as motivações sociais que justificam as práticas e discursos associados a “cultura do cancelamento” no Brasil a fim de saber se os mesmos apresentam um padrão de recorrência;
- Verificar a existência de fases ou etapas que caracterizam sequências ordenadas e processos padronizados de ocorrência do cancelamento analisando sua eficácia, consequência e temporalidade.

3.3 Mudanças no objetivo:

- A ferramenta “Buzzmonitor Trends” foi incorporada à pesquisa em razão de suas vantagens metodológicas, como fornecimento de informações sobre o número de menções ao cancelado e a classificação dos comentários em “negativos”, “positivos” e “neutros”.
- Em virtude da indisponibilidade de ferramentas para formação de banco de dados a respeito dos casos de cancelamento para o período entre 2018 e 2020 a pesquisa foi ampliada passando a abranger também o período de 2022.
- Em virtude da análise comparativa dos casos de cancelamento gerar a hipótese de que existem tipologias para fenômeno, a pesquisa se dedicou a testar a mesma por meio da interpretação destes casos e da análise estatística.

4. METODOLOGIA

Relatar resumidamente a metodologia do projeto proposto, destacando as alterações metodológicas introduzidas posteriormente à aprovação do projeto.

A metodologia utilizada para realização desta pesquisa se baseou no estudo quanti e qualitativo acerca dos rituais que cercam a chamada “cultura do cancelamento” presente no ciberespaço. Em um primeiro momento, recorreremos a revisão bibliográfica por meio da leitura, fichamento, resumo e discussão em reuniões de orientação de casos de cancelamento identificados pela mídia. O objetivo era construir um banco de dados com as informações coletadas principalmente em torno das seguintes variáveis: indivíduo cancelado e seu status, período, origem e motivação do cancelamento e menções na rede social Twitter.

A identificação destas ocorrências teve como base os conteúdos relacionados às palavras-chaves “cultura do cancelamento”, “cancelamento”, “cancelar” e “cancelado”

veiculadas em sites de notícias, jornais de grande circulação e programas televisivos e radiofônicos entre os anos de 2018 e 2021, seguindo a metodologia de análise de conteúdo de Bardin (1994), segundo a qual, a caracterização e detalhamento das motivações que justificaram a prática do cancelamento bem como os impactos pessoal e profissional da mesma para o indivíduo “cancelado”.

Ao mesmo tempo, buscamos compreender o significado do cancelamento para estes veículos de comunicação em uma escala mais ampla, verificando se as práticas do cancelamento no Brasil poderiam ser comparadas aquelas praticadas em outros países ou regiões. Esta tarefa foi levada tomando como base 25 matérias extraídas de diferentes jornais online ou mídias digitais dos continentes asiático, europeu, africano e americano.

Ao final desta etapa realizamos a identificação, seleção e análise estatística de 18 casos de cancelamento que tiveram repercussão na mídia brasileira. Estes casos foram organizados no banco de dados criado no início da pesquisa, cuja sistematização segue algumas das proposições da análise do discurso de Florêncio (2009), e analisados em termos de tempo de exposição da personalidade cancelada, considerando a data inicial e final dos comentários a seu respeito, o contexto e a motivação que deram origem ao cancelamento e o número de menções na rede social que justificam o mesmo.

Para avaliar o alcance e o impacto do cancelamento na sociedade brasileira nos restringimos a rede social Twitter tendo como critério de seleção e classificação dos dados o padrão de interatividade própria desta rede, por meio dos “3 C’s: comentar, curtir e compartilhar” (PRETEAT, SILVA, TRISKA, & SCHLENBURG, 2012). Vale ressaltar que esta rede social, que no Brasil alcança 14,1 milhões de usuários, foi escolhida para servir de fonte a coleta de dados, por apresentar uma estrutura que, de acordo com os limites e alcances deste projeto, favorecerá o processo de pesquisa, uma vez que limita os autores de uma publicação (ou tuíte) a 480 caracteres e possui um sistema de busca que será de fácil manipulação pelos bolsistas. Seguindo o exemplo de outros pesquisadores que utilizaram esta plataforma como fonte para sua coleta de dados (VELASCO, 2020; HASKELL, 2021), a rede social Twitter permitiu avaliar o cancelamento em termos de imaginários, valores, crenças e opiniões capazes de produzir uma “consciência coletiva virtual” (ALPERSTAIN, 2019) acerca dos comportamentos sociais objetos deste estudo.

Os dados coletados nesta etapa foram sistematizados a partir da ferramenta Buzzmonitor Trends, software que permite análise e geração de relatórios com base no

histórico de termos. Com auxílio desta ferramenta foi possível compreender a temporalidade do ritual do cancelamento por meio da quantização dos *tweets* das respectivas personalidades pré-definidas pelo seu impacto social, a plataforma fornece dados e representações gráficas cuja análise permite notar que sua exposição pode durar dias ou semanas, uma vez que o fluxo de informações na rede pode oferecer novos temas ou alvos para o cancelamento. O cancelado, contudo, está sempre predisposto a ser cancelado novamente, o que pode representar novos ciclos de exposição na rede social.

Após a análise dos 18 casos de cancelamento com maior repercussão na mídia, selecionamos e nos dedicamos a refinar a análise de 6 deles, tendo em vista o objetivo de testar a hipótese de que existem 3 tipos de cancelamento, observados durante a pesquisa a partir da comparação de casos isolados, sendo eles: os canceláveis, aqueles que passam pelo processo de cancelamento, sofrem consequências na vida profissional e pessoal e continuam sendo alvos após o primeiro boicote; os revogados, aqueles que também passam por todo o processo do cancelamento, sofrendo consequências, mas conseguem reverter a situação e mudar sua imagem, sendo aceito novamente nas redes e; por fim, os incanceláveis, aqueles que sofrem apenas uma ameaça do cancelamento, mas por terem algum respaldo não têm perdas significativas e podem vir a ser defendidos por alguns indivíduos durante a tentativa do cancelamento. A análise dos casos de cancelamento será feita em cima dessa hipótese. Além disso, selecionamos, para cada caso, três tweets que mais repercutiram e, com a ajuda da ferramenta Buzzmonitor Trends, coletamos dados estatísticos convertidos em gráficos acerca do cancelamento nas redes sociais.

5. RESULTADOS OBTIDOS

Apresentar e discutir os principais resultados (parciais / finais) alcançados, apresentando a discussão teórica realizada e sua relação com os dados obtidos.

O cancelamento segundo a imprensa

A cultura do cancelamento é um fenômeno contemporâneo que tem suscitado intensos e controversos debates nos âmbitos social, político e midiático. Trata-se de um processo em que indivíduos ou grupos são alvo de críticas públicas e boicotes online devido a opiniões, comportamentos ou declarações consideradas inadequadas ou ofensivas por parte de determinados segmentos da sociedade. O presente relatório se propôs a analisar as motivações que alimentam a prática do cancelamento na imprensa, tomando como base 25

matérias extraídas de diferentes jornais online ou mídias digitais dos continentes Asiático, Europeu e Americano.

O surgimento do cancelamento como um fenômeno social e midiático que tem capturado a atenção e gerado debates acalorados em todo o mundo. Caracteriza-se pela rápida e implacável condenação pública de indivíduos comuns, celebridades, empresas e figuras públicas em geral, por suas ações, declarações ou crenças controversas, refletindo uma profunda transformação na dinâmica da sociedade contemporânea. O presente relatório se propõe a demonstrar como a imprensa tem abordado as motivações subjacentes à cultura do cancelamento, destacando os diversos contextos culturais e políticos que moldam essa prática e as complexidades inerentes a ela.

À medida que as mídias sociais se tornaram um terreno fértil para a disseminação rápida e ampla do cancelamento, o fenômeno atravessou fronteiras geográficas e culturais, assumindo formas diversas em diferentes partes do mundo. Neste relatório, examinou-se como a imprensa tem debatido o assunto em vários contextos e locais, incluindo a Ásia, a Índia, a Europa e a América Latina.

A análise apresentada neste relatório revela que as motivações por trás do cancelamento são multifacetadas e complexas. Em alguns casos, o cancelamento é impulsionado por questões de justiça social e moralidade, onde indivíduos e grupos buscam responsabilizar aqueles que perpetuam preconceitos ou estereótipos prejudiciais. Por outro lado, observa-se como o cancelamento também pode ser motivado por interesses políticos, busca de poder, conformidade ideológica, medo do linchamento virtual e uma luta por representatividade.

No entanto, ao mesmo tempo em que a cultura do cancelamento pode ser vista como um instrumento para promover a responsabilidade e a transparência, ela também apresenta aspectos sombrios, como o linchamento virtual, a exclusão social e a autocensura. Essas nuances nos levam a questionar se o cancelamento está promovendo um ambiente saudável de diálogo e debate ou se está sufocando vozes divergentes e levando a uma sociedade menos informada e aberta à discussão.

A cultura do cancelamento é um fenômeno complexo que desafia as noções tradicionais de liberdade de expressão, justiça social e responsabilidade pública. Este relatório buscou fornecer uma visão mais abrangente das motivações por trás desse

fenômeno, destacando como a imprensa tem desempenhado um papel crucial na documentação e no debate em torno dessa prática.

Análise das matérias

As matérias analisadas fornecem uma visão abrangente sobre o fenômeno da “cultura do cancelamento” em diferentes contextos culturais e políticos. Na China, por exemplo, a cultura do cancelamento é descrita como extremamente agressiva e hostil, tendo como alvo não apenas celebridades, mas também qualquer pessoa que seja considerada ofensiva à dignidade nacional. Essa abordagem é ilustrada por casos em que indivíduos foram postos em “listas negras” em questão de dias ou até mesmo horas após supostas ofensas (JONES, 2022).

A cultura do cancelamento no continente asiático se mantém sob intensa pressão social para a conformidade com normas culturais e ideológicas. O cancelamento é utilizado como uma ferramenta de controle social, buscando punir aqueles que se desviam dessas normas. Esse fenômeno, segundo Yang (2021) está intimamente ligado a uma mentalidade nacionalista, que exige lealdade inquestionável e conformidade com valores patrióticos.

A cultura do cancelamento também tem sido utilizada como uma estratégia para minar ou silenciar adversários políticos, através da disseminação de informações negativas e do boicote a figuras públicas. Para Lee (2021), isso mostra que o cancelamento pode ser motivado por interesses políticos e pela busca de poder.

O direito à privacidade também é uma questão fundamental para discussão sobre o fenômeno do cancelamento. Laidlaw (2017) destaca como o “shaming”¹ pode violar os direitos fundamentais de livre expressão. A autora disserta que a exposição pública e a perda de reputação decorrentes do cancelamento podem ter consequências devastadoras para os indivíduos afetados. Esse aspecto do cancelamento levanta questões éticas e jurídicas sobre a responsabilidade dos indivíduos e o papel dos Governos, das Corporações e das redes sociais na disseminação desse fenômeno.

No setor empresarial, especialmente no marketing de influência nas redes sociais, Lou e Yuan, (2019) analisam como o valor da mensagem e a credibilidade dos influenciadores afetam a confiança do consumidor em relação ao conteúdo de marca, mostrando como a

¹ Envergonhamento.

utilização de influenciadores pode influenciar positivamente ou negativamente a confiança do público em relação ao conteúdo de marca divulgado nas redes sociais.

Na Índia, onde o cancelamento tem ganhando cada vez mais destaque, Anil (2021) descreve como a cultura do cancelamento é alimentada por divisões políticas, religiosas e ideológicas, com grupos se mobilizando para cancelar indivíduos que discordam de suas opiniões. Essa tendência mostra como o cancelamento pode ser usado como uma arma para silenciar vozes divergentes e promover uma conformidade ideológica.

Na Europa, os diversos artigos publicados na imprensa oferecem uma ampla perspectiva sobre as motivações subjacentes à cultura do cancelamento no continente, destacando a complexidade desse fenômeno e suas múltiplas facetas. Nesse sentido, Ferraresi (2020) sugere que as motivações por trás desse fenômeno incluem, dentre outras coisas, a influência das redes sociais e a adoção de tendências culturais globais, evidenciando que a cultura do cancelamento é um fenômeno em constante evolução.

No entanto, embora o fenômeno esteja evoluindo, mas Boilait (2022) levanta uma questão fundamental ao questionar se a cultura do cancelamento está moldando uma geração de ignorantes. A jornalista aponta para as motivações que frequentemente impulsionam o cancelamento, incluindo a busca por pureza ideológica e o desejo de eliminar qualquer discordância. Essas motivações podem, de fato, contribuir para um ambiente de autocensura, onde o conhecimento e o debate saudável são sufocados.

O mesmo vale quando se fala de humor. Segundo Razzall (2022), o medo de ser cancelado leva comediantes e criadores de conteúdo a se autocensurarem, evitando temas sensíveis ou controversos. Isso ilustra como o cancelamento não se limita apenas ao campo ideológico, mas também afeta a criatividade e a expressão artística.

O cancelamento de vozes dissidentes ou polêmicas pode criar um ambiente onde apenas as opiniões populares são toleradas, resultando em uniformidade de pensamento. Isso sugere que a cultura do cancelamento não apenas silencia vozes discordantes, mas também pode levar a uma sociedade menos informada e aberta ao debate, e, nesse sentido, ao que Braghiroli (2021) classifica como “obscurantismo” social.

Por outro lado, existe um dilema entre a cultura do cancelamento como uma forma de justiça pública ou uma limitação à liberdade de expressão. Para Londoño (2022) isso ilustra como as motivações por trás do cancelamento podem variar, refletindo uma tensão constante entre a busca por responsabilização e a preservação da liberdade de expressão.

Do ponto de vista religioso, Westendarp (2002), destaca como o Papa Francisco criticou a cultura do cancelamento. O chefe da igreja católica argumentou que esse fenômeno pode levar ao fechamento do diálogo e da tolerância religiosa, evidenciando como as motivações por trás do cancelamento também podem ter implicações profundas na esfera religiosa e espiritual.

Tais implicações geram medo como uma motivação subjacente para a autocensura. Nesse sentido, Fairbanks (2022) esclarece como o medo do cancelamento pode levar indivíduos a se conformar com as normas predominantes e a evitar confrontos, mesmo quando têm opiniões divergentes.

Para a autora, a autocensura resultante desse medo pode ser prejudicial para a sociedade e destaca a necessidade de promover o debate aberto e a tolerância à divergência de opiniões. Ela também critica o papel das redes sociais na amplificação da cultura do cancelamento e sugere que as empresas de mídia social assumam uma maior responsabilidade na promoção de um ambiente de diálogo saudável.

A cultura do cancelamento na Europa se apresenta diversa e multifacetada, abrangendo desde o desejo de conformidade ideológica até o medo do cancelamento, passando pelo conflito entre justiça pública e liberdade de expressão. Essa complexidade reflete a natureza polêmica e em constante mudança desse fenômeno que continua a moldar e desafiar a sociedade europeia contemporânea.

Na imprensa latina, a cultura do cancelamento tem sido amplamente debatida, englobando uma série de motivações que impulsionam sua difusão nas redes sociais e na sociedade em geral. Concepções morais e de justiça social são uma dessas motivações.

As redes sociais se transformaram em um terreno onde os usuários sentem a necessidade de expor e condenar publicamente indivíduos ou empresas que violem seus princípios éticos, especialmente em relação a questões como racismo, sexismo, homofobia e outros preconceitos. Essas motivações refletem um desejo de uma sociedade mais justa e inclusiva, onde as vozes dos oprimidos são ouvidas e respeitadas (Peña e Cabarcas, 2021).

No entanto, essa busca por justiça social muitas vezes se transforma em uma espiral de intolerância e linchamento virtual. Os boicotes virtuais muitas vezes se distanciam de ações concretas e, em vez disso, alimentam ódio e divisões na sociedade (Molinero e Passos, 2019). Isso ocorre, segundo os autores, porque a cultura do cancelamento, em muitos casos, não visa o diálogo construtivo ou a reabilitação dos indivíduos, ou empresas em questão, mas

sim a punição pública e a exclusão social. Esse aspecto sombrio do cancelamento é exemplificado pelo comportamento de “linchadores” virtuais que se unem para atacar um alvo, muitas vezes sem considerar as complexidades das situações.

A pauta identitária também desempenha um papel significativo na cultura do cancelamento. Questões relacionadas à identidade racial, de gênero, sexual e étnica frequentemente desencadeiam o cancelamento de pessoas ou empresas percebidas como insensíveis ou ofensivas em relação a essas identidades. Nesse contexto, Gomes (2020) afirma que o cancelamento é visto como um meio de protesto contra a falta de representação ou a perpetuação de estereótipos prejudiciais na sociedade e na mídia.

Além disso, a cultura do cancelamento envolve a exposição de contradições e erros. A exposição pública de declarações ou ações passadas contraditórias ou hipócritas pode minar a credibilidade de uma pessoa ou empresa, tornando-se uma motivação adicional por trás do cancelamento (Kehl, 2020). Muitos acreditam que é importante destacar essas contradições para garantir que figuras públicas e empresas sejam responsáveis por suas palavras e ações, promovendo a transparência e a responsabilidade.

A questão da representatividade também desempenha um papel crucial na cultura do cancelamento. A representação inadequada ou estereotipada de grupos minoritários em filmes, mídia e cultura popular pode levar ao cancelamento de produtos ou produções que são percebidos como perpetuando estereótipos prejudiciais (Schwarcz, 2020). A busca por uma representação mais autêntica e respeitosa é uma motivação por trás do cancelamento em muitos casos, refletindo o desejo de uma sociedade que celebra a diversidade de maneira positiva.

A cultura do cancelamento na imprensa latina é, portanto, impulsionada por um misto de motivações, que variam desde a busca por justiça social e moralidade até a exposição de contradições, a pauta identitária e a luta por representatividade. No entanto, é importante reconhecer que esse fenômeno também pode levar à intolerância e ao linchamento virtual, destacando a necessidade de equilibrar a responsabilidade com o diálogo construtivo para promover uma sociedade mais justa e inclusiva.

Análise dos casos de cancelamento ocorridas no Twitter (2018-2022)

Cultura do cancelamento é uma expressão usada para se referir a uma forma de ostracismo em que alguém é empurrado para fora dos círculos sociais ou profissionais por

sua conduta ofensiva. Para ocorrer o cancelamento digital (ou o “linchamento virtual”, outro nome dado a este fenômeno) é necessário que haja

“uma multidão unida por algum sentido de pertencimento recíproco, motivado pela percepção de que todos estão identificados entre si por algum aspecto essencial da sua própria persona social. Um recorte comum, por meio do qual são separados e antagonizados, de um lado, o “nós”, de dentro do círculo, e, de outro, “eles”, os de fora. Em segundo lugar, há que haver uma motivação moral. O grupo que faz um linchamento digital, por sua vez, parte da premissa de que, pelo menos naquele ato especificamente, é moralmente superior a quem está sendo justificado” (GOMES, 2020).

O cancelamento, contudo, não ocorre de maneira espontânea como uma ação individual isolada. É sobretudo resultado do ativismo político de subculturas ou classes sociais estigmatizadas (podendo ou não estar reunidas na forma de *fandoms*) (NG, 2022) que agem através de um conjunto articulado de práticas a fim de tornar a iniciativa do cancelamento eficaz. De acordo com Mariana Sanches, funciona assim:

“um usuário de mídias sociais, como Twitter e Facebook, presencia um ato que considera errado, registra em vídeo ou foto e posta em sua conta, com o cuidado de marcar a empresa empregadora do denunciado e autoridades públicas ou outros influenciadores digitais que possam amplificar o alcance da mensagem.”

O “cancelamento”, neste sentido, é um ataque à reputação que diferentemente do *shaming* (“envergonhamento”) (MUIR, 2021) ameaça o emprego e os meios de subsistência atuais e futuros do cancelado. Extremamente frequente nos Estados Unidos, esta prática tem se tornado cada vez mais comum no Brasil apresentando como características principais: 1) ter como alvo pessoas públicas (políticos e celebridades); 2) funcionar como uma forma de patrulha comportamental e ideológica com vistas a censurar práticas e opiniões que atentem contra a moral coletiva, podendo ou não afetar a vida *offline* do indivíduo; e 3) ser realizada por comunidades virtuais – organizadas ou não –, unidas por algum sentido de pertencimento recíproco, que reivindicam o poder de controlar narrativas, imaginários e a própria opinião pública no ciberespaço.

Alguns casos recentes de cancelamento ocorridos no Brasil expõem estas características e permitem observar que o que aparentemente seria tratado como um fenômeno circunscrito ao ciberespaço teve impactos profundos para a reputação pessoal e profissional dos, assim chamados, “cancelados”.

Com vistas a identificar os casos de cancelamento que mais repercutiram na imprensa e opinião pública brasileira entre os anos de 2018 e 2022, a pesquisa apresenta o resultado de um levantamento realizado a partir de baco de dados com informações extraídas do site *Google Trends* e da rede social Twitter, a partir da análise realizada pela plataforma Buzzmonitor Trends, que resultou na identificação de 18 casos de cancelamento, onde as variáveis observadas foram: indivíduos alvo do cancelamento segundo status social; período do cancelamento; plataforma de mídia na qual se originou o cancelamento; motivação; e o número de menções. Os dados obtidos são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1: Identificação das personalidades canceladas na rede social Twitter entre 2018 e 2022 por período, origem e motivação do cancelamento e número de menções

Caso	Sujeito/Status	Período do cancelamento		Origem do Cancelamento	Motivação para o cancelamento	Número de menções no Twitter
		Início	Fim			
1	Nego Do Borel (ator/cantor)	08/07/2018	14/07/2018	Rede Social (Youtube)	Produzir música com falso apoio LGBTQI+	Indisponível ²
2	Felipe Neto (influenciador digital)	14/10/2019	03/11/2019	Rede Social (Twitter)	Fala homofóbica ao publicar uma foto pessoal de infância	Indisponível
3	Mc Gui (cantor)	21/10/2019	31/10/2019	Rede Social (Instagram)	Rir de criança por ter aparência semelhante a personagem de desenho animado	Indisponível
4	Bianca Andrade (Boca Rosa) (influenciadora digital)	17/01/2020	28/02/2020	Programa de Televisão (BBB)	Falta de posicionamento feminista durante reality show	Indisponível
5	Drauzio Varella (médico)	29/02/2020	17/03/2020	Programa de Televisão (Fantástico)	Abraçar detenta presa por estupro e assassinato de uma criança	Indisponível
6	Gabriela Pugliese (influenciadora digital)	26/04/2020	07/05/2020	Rede Social (Instagram)	Fazer festa clandestina durante a quarentena do Covid-19	Indisponível
7	Luisa Sonza (cantora)	29/04/2020	05/05/2020	Rede Social (Instagram)	Divórcio do humorista Whindersson Nunes	Indisponível
8	Líliá Moritz Schawarcz (professora)	02/08/2020	07/08/2020	Jornal Impresso	Opinião a respeito da cantora norte-americana Beyoncé	Indisponível
9	Karol Conka (cantora)	30/01/2021	24/02/2021	Programa de Televisão (BBB)	Oprimir colega durante reality show	59.220
10	Lumena (psicóloga)	26/02/2021	04/03/2021	Programa de Televisão	Oprimir colegas durante reality show	2.155.577

² A plataforma Buzzmonitor Trends dispõe do registro de menções no Twitter somente a partir de 2021.

				(BBB)		
11	Rodolfo (cantor)	03/04/2021	03/04/2021	Programa de Televisão (BBB)	Fala racista acerca de cabelo de colega em reality show	11.3245
12	Joice Hasselmann (política)	21/07/2021	25/07/2021	Redes sociais	Apoiar porte de armas durante período eleitoral	9.211
13	Maurício Souza (jogador)	25/10/2021	06/11/2021	Rede Social (Instagram)	Posicionamento homofóbico em relação a personagem da DC Comic	100.391
14	Jade Picon (atriz/ influenciadora digital)	08/01/2022	12/03/2022	Programa de Televisão (BBB)	Comportamento no Reality Show Big Brother Brasil	2.198.111
15	Monark (apresentador)	06/02/2022	15/02/2022	Redes Social (Youtube)	Comentário a respeito do nazismo	98.945
16	Rita Von Hunty (professora/ influenciadora digital)	07/05/2022	13/05/2022	Rede Social (Instagram)	Falar contra voto útil no primeiro turno das eleições de 2022	3.458
17	Antônia Fontenelle (influenciadora digital)	24/06/2022	29/06/2022	Rede Social (Instagram)	Exposição do estupro sofrido pela atriz Klara Castanho	20.136
18	Jade Picon (atriz/influenciadora digital)	12/08/2022	14/12/2022	Programa de Televisão (Novela)	Atuação na novela Travessia exibida pela TV Globo	769.005

Fonte: Pesquisa bibliográfica, Google Trtends e Plataforma Buzzmonitor Trends.

Em uma primeira análise dos dados é possível notar que a maioria dos indivíduos cancelados são mulheres (61%) e reconhecidos socialmente como artistas ou influenciadores digitais (66%). O tempo médio em que perdurou o cancelamento foi de 20 dias. Por sua vez, redes sociais (55%), em especial o Instagram (60%), e programas de televisão (38%), principalmente o reality show Big Brother Brasil (57%), são os principais contextos sociais de onde se origina o cancelamento, cuja principal motivação revelou ser comportamentos e opiniões a respeito de temas relacionados a grupos sociais marginalizados ou vítimas de preconceito, discriminação e violência.

A partir deste perfil, foi realizada uma seleção de casos de cancelamento que possuíam características em comum. Em seguida, a partir da coleta de dados estatísticos fornecidas pela plataforma Buzzmonitor Trends, realizamos uma análise quanti-qualitativa sobre o ritual do cancelamento na qual identificamos a presença de três tipos de cancelamento predominantes no ciberespaço: canceláveis, revogados e incanceláveis.

Tipo 1 - Canceláveis

Maurício Souza

Maurício Souza é ex-jogador de vôlei e medalhista olímpico pela Seleção Brasileira de Voleibol Masculino. Nasceu em 1974 em Belo Horizonte e atualmente é deputado federal por Minas Gerais, após ser eleito com 83.396 votos.

Em 12 de outubro de 2021 Maurício Souza publicou um print em seu Instagram ironizando reportagem em que DC Comics revela que o novo Superman, filho de Clark Kent e Lois Lane, é bissexual. “A é só um desenho, não é nada demais. Vai nessa que vai ver onde vamos parar...”, comentou Maurício Souza, ao republicar a imagem do beijo gay do super-herói nos quadrinhos de divulgação da HQ.

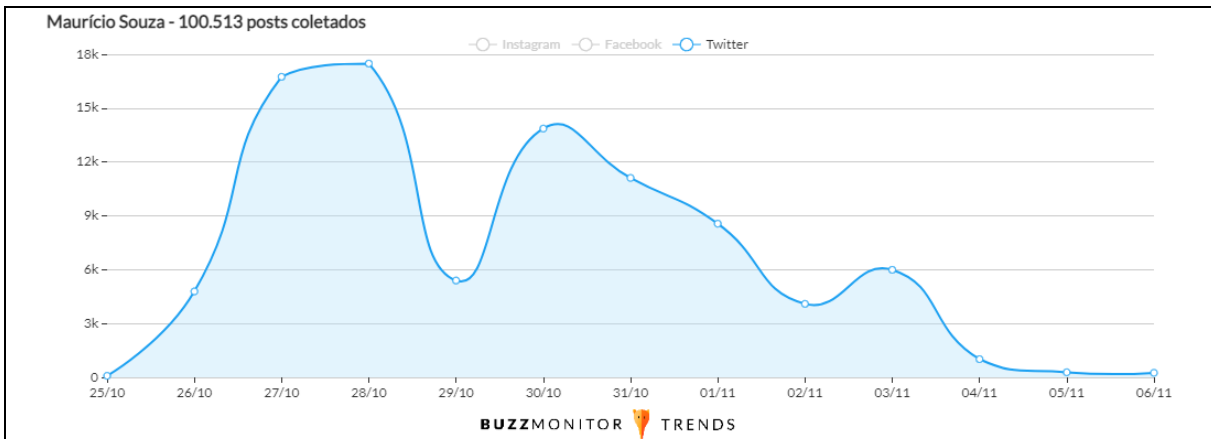
Imagem 1: Postagem feita por Maurício Souza em seu Instagram.



Fonte: Instagram.

O cancelamento repercutiu entre os dias 25/10/21 e 06/11/21. Assim, houveram diversas matérias na mídia, as quais divulgavam o repúdio de alguns atletas da Seleção Brasileira de Vôlei Masculino, em específico de Douglas Souza, e do restante do público brasileiro, porém, de acordo com essas matérias, Maurício recebeu apoio do ex-presidente Jair Bolsonaro e de seus filhos.

Imagem 2: Período do cancelamento de Maurício Souza.

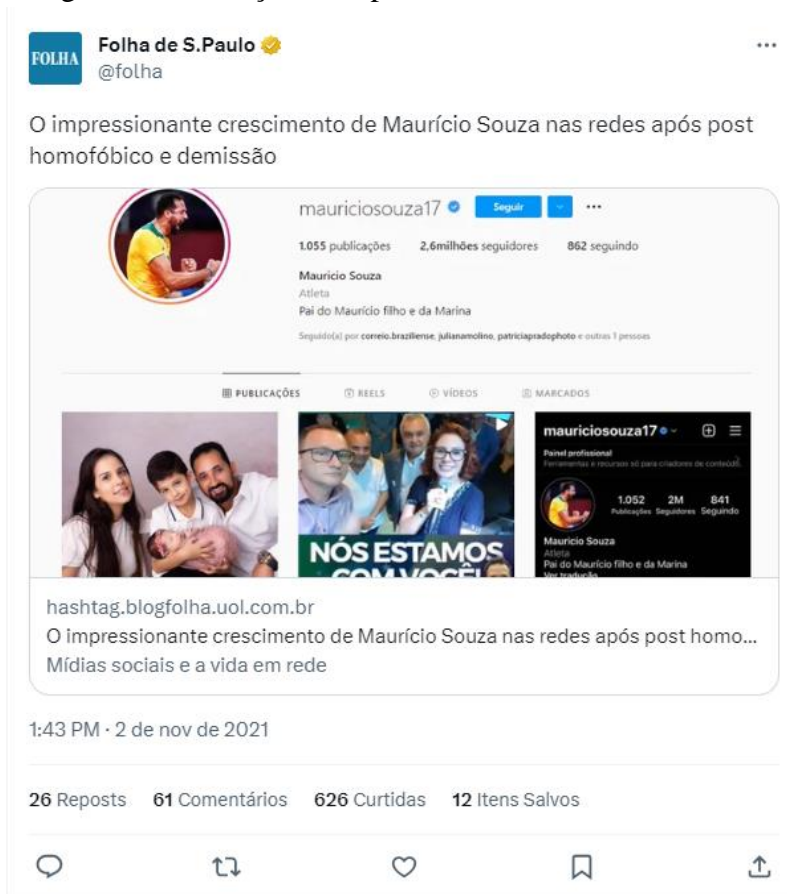


Fonte: Buzzmonitor Trends.

Os tweets que mais repercutiram sobre o boicote de Maurício Souza foram:

1. “O impressionante crescimento de Maurício Souza nas redes após post homofóbico e demissão” (publicado pela Folha de São Paulo, @folha, obteve 26 retweets, 61 comentários e 626 curtidas).

Imagem 3: Publicação feita pela Folha de São Paulo, @folha.



Fonte: Twitter.

2. “Seu eu fosse o Maurício Souza eu processava a Gerdau e a Fiat. Contrata bons advogados e vai pra cima. Calúnia, injúria e difamação mais a perda do emprego.” (publicado por usuário do Twitter, @TonyStarkMeta, obteve 487 retweets, 11 comentários e 2.856 curtidas).

Imagem 4: Publicação feita por usuário do Twitter, @TonyStarkMeta.



Fonte: Twitter.

3. “Após ser demitido por homofobia, Maurício Souza é indicado à homenagem por vereadora de Fortaleza” (publicado pela conta @diarionline, obteve 2 retweets, 13 comentários e 71 curtidas).

Imagem 5: Publicação feita pela conta Diário do Nordeste, @diarionline.

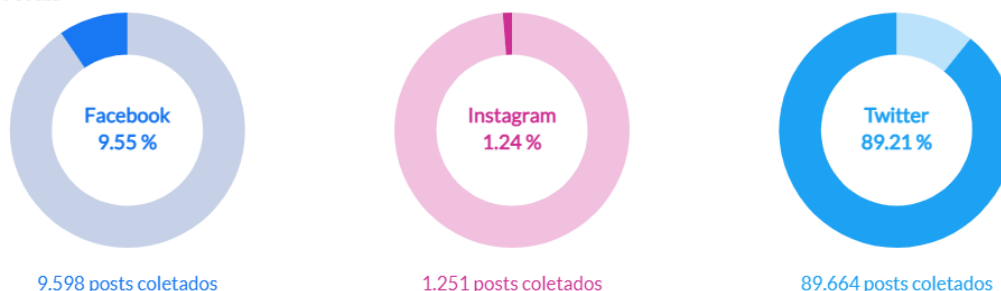


Fonte: Twitter.

Além disso, observamos que a principal rede social utilizada para falar sobre Maurício Souza foi o Twitter (89,21% dos posts) e 76,14% das publicações foram negativas.

Imagem 6: Distribuição de publicações feitas em redes sociais sobre Maurício Souza.

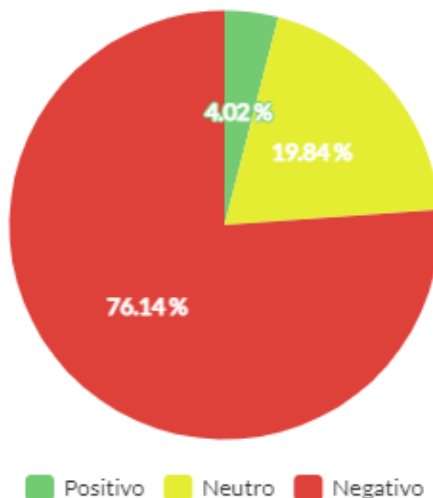
Maurício Souza



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Imagem 7: Classificação das publicações feitas acerca de Maurício Souza.

Maurício Souza



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Como consequência, Maurício perdeu o emprego no clube Minas Tênis, não foi mais convocado para a Seleção Brasileira de Vôlei, porém ampliou o número de seguidores em suas redes sociais e recebeu apoio do ex-presidente Jair Bolsonaro e de seus filhos, o que o levou a disputar e ser eleito deputado federal com 83.396 votos.

Monark

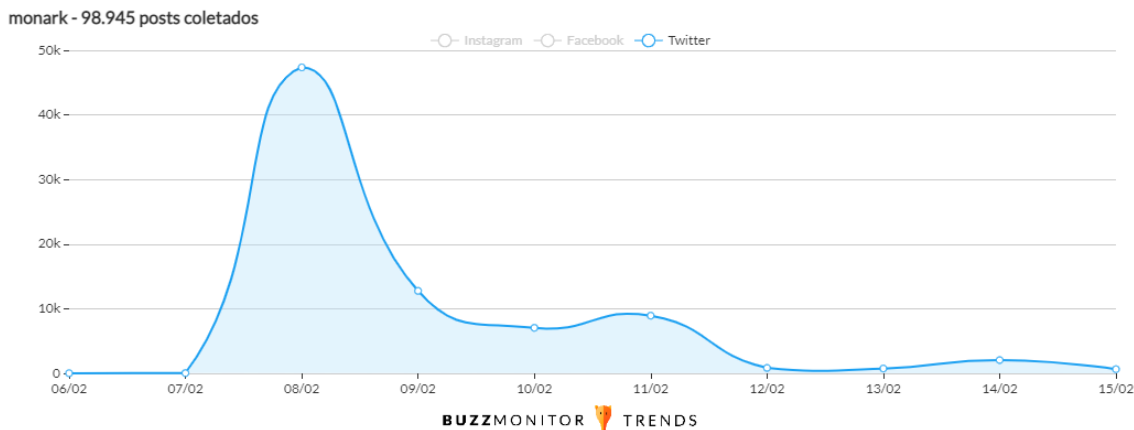
Bruno Monteiro Aiub, mais conhecido como Monark, é um youtuber brasileiro, nascido em 1990. Em 2009, começou a fazer vídeos de games no YouTube e compartilhando seus vídeos nas redes sociais em visibilidade naquele período. Além dos games, Bruno também compartilhava curiosidades sobre famosos e fatos inusitados. Por conta de toda a visibilidade alcançada nas redes digitais, Monark expandiu sua atuação nas plataformas e passou a integrar o Flow Podcast, em 2018, um dos mais famosos podcasts do Brasil.

Monark foi cancelado após falar sobre a criação de um partido nazista, fazendo um balanço moralista e defendendo a legitimidade de sua existência em comparação com um partido comunista, durante a gravação do Flow Podcast.

Após as falas do apresentador, Tabata Amaral tenta rechaça-lo logo em seguida, argumentando sobre as razões para não haver um Partido Nazista no Brasil. Em seguida, a fala repercute de forma imediata por toda a Internet, principalmente no Twitter, onde o nome do apresentador e do Podcast vão parar no *trending topics* entre o dia 07/02/2022 a

09/02/2022, majoritariamente. Nos dias seguintes, Monark recebe uma enxurrada de manifestações contra sua fala.

Imagem 8: Período do cancelamento de Monark.



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Os tweets que mais repercutiram sobre o boicote de Monark foram:

1. “Há um ano o Rogério Skylab alertava para a falta de compromisso de Monark ao microfone. ‘Aqui não é um botequim, tem uma multidão vendo’. Flow viria a ser um dos mais endinheirados do Brasil, e dos mais problemáticos também.” (publicado pela conta @felipecoazz, obteve 14 mil retweets, 4.409 comentários e 115 mil curtidas).

Imagem 9: Publicação feita pelo usuário @felipecoazz acerca de Monark.



Fonte: Twitter.

2. “Os Estúdios Flow, responsáveis pelo Flow Podcast, anunciaram a demissão de Monark após o apresentador defender a "criação de um partido nazista reconhecido pela lei" em programa na última segunda (7).” (publicado pela conta @tracklist, obteve 6.219 retweets, 681 comentários e 37,6 mil curtidas).

Imagem 10: Publicação feita pelo usuário @tracklist.

Os Estúdios Flow, responsáveis pelo Flow Podcast, anunciaram a demissão de Monark após o apresentador defender a "criação de um partido nazista reconhecido pela lei" em programa na última segunda (7).

4:48 PM · 8 de fev de 2022

681 6.219 37,6 mil 302

Fonte: Twitter.

3. “Flow Podcast desliga Monark após fala sobre nazismo” (publicação feita pela conta do G1, @g1, obteve 4.867 retweets, 1.087 comentários e 37,4 mil curtidas).

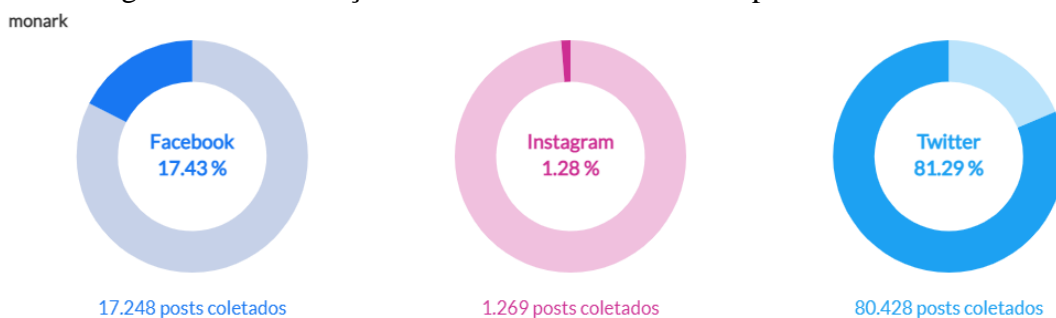
Imagem 11: Publicação feita pelo G1, @g1.



Fonte: Twitter.

Além disso, observamos que 81,39% das postagens feitas sobre esse caso foram no Twitter e 81,72% delas foram de cunho negativo.

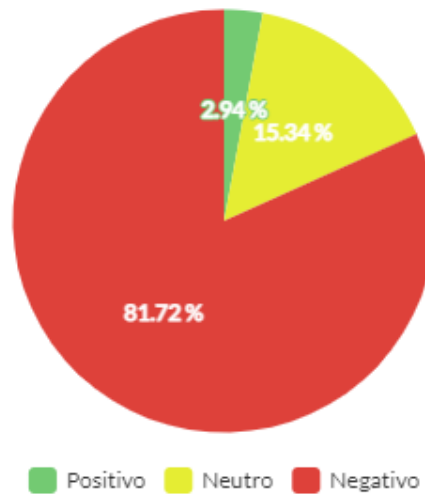
Imagem 12: Distribuição das redes sociais utilizadas para falar sobre Monark.



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Imagem 13: Classificação das publicações feitas acerca de Monark.

monark



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Como consequência profissional por conta de sua fala em defesa a criação de um partido nazista, Monark teve seu desligamento de ancorado do Flow Podcast, passando a ficar apenas nos bastidores do programa. Por ser um dos fundadores do programa, Monark sentiu diretamente os impactos profissionais. Nesse sentido, o programa passou a perder vários contratos de empresas, como a Ferj, Flash, Fatal Noel, Amazon etc. Já, no âmbito pessoal, Monark passou a ser investigado pelo Ministério Público de São Paulo, e pela Procuradoria Geral da República, a mando de Augusto Aras, no dia 08/02/2022.

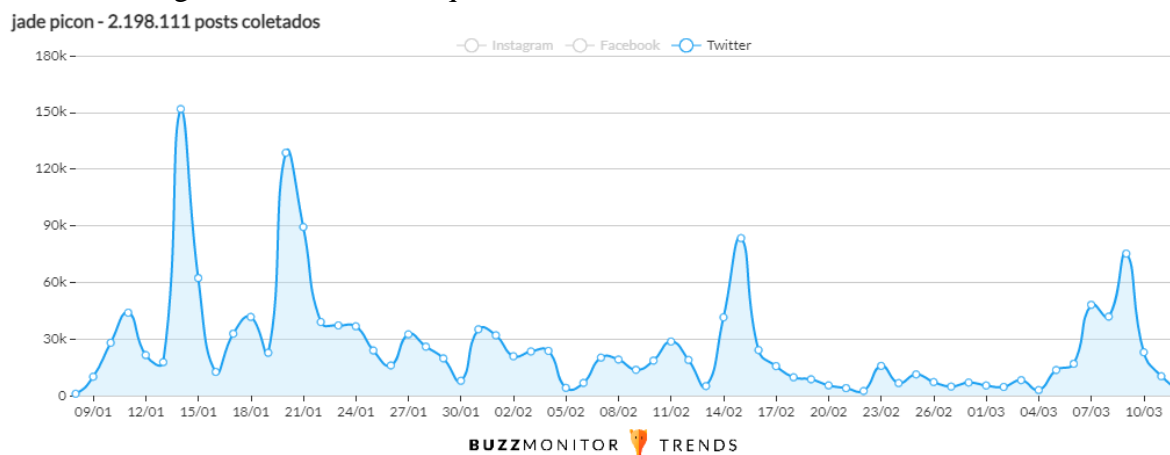
Jade Picon

Jade Picon Froes é uma influenciadora digital, atriz, empresária e modelo brasileira, nascida em 2001, em São Paulo. Iniciou sua carreira ainda bebê como modelo e desde então apostou em vários trabalhos, tendo obtido êxito, conquistando sua independência financeira aos 13 anos. Tornou-se conhecida nacionalmente ao participar de vídeos nas redes sociais ao lado de seu irmão e também influenciador e empresário Léo Picon. Aos 20 anos, somava mais de 13 milhões de seguidores nas redes sociais, um papel de protagonista na novela “Travessia” da rede globo e uma conta bancária milionária. Também foi uma integrante do grupo “camarote” da 22ª edição do reality show Big Brother Brasil.

A influenciadora foi constantemente cancelada por diversos motivos, muitas vezes até banais. Por exemplo, além de sair com índice de rejeição do reality show Big Brother Brasil 2022, após se mostrar contra o favorito da edição, Arthur Aguiar, Jade também sofreu

cancelamento ao ser convidada pelo podcast “PodDelas” e, durante sua participação, afirmar: “- Eu sou chata, eu posto uma foto com o look, pra mim ele desaparece da face da Terra. Essa roupa que vocês estão vendo aqui, eu nunca mais vou usar”. A fala viralizou e Jade foi criticada nas redes sociais e a influenciadora tentou se defender alegando que sua fala foi descontextualizada e que isso só se aplica a roupas de trabalho criadas por seu stylist, logo, não tem relação com roupas do dia a dia. Mais tarde, ela foi o rosto escolhido para fotografar uma coleção especial da Arezzo em alusão aos seus 50 anos no mercado. No entanto, a temática escolhida pela empresa foi a africana, e Jade não possui nenhuma característica fenotípica de pessoas da raça negra, o que levantou a ira de pessoas físicas e jurídicas que defendem os direitos das pessoas de cor. Logo mais, ao ser escalada para interpretar a personagem Chiara em “Travessia”, novela de Glória Perez, a empresária e influencer foi duramente criticada por não possuir formação ou experiência em teledramaturgia.

Imagem 14: Período em que Jade Picon foi mencionada nas redes sociais.

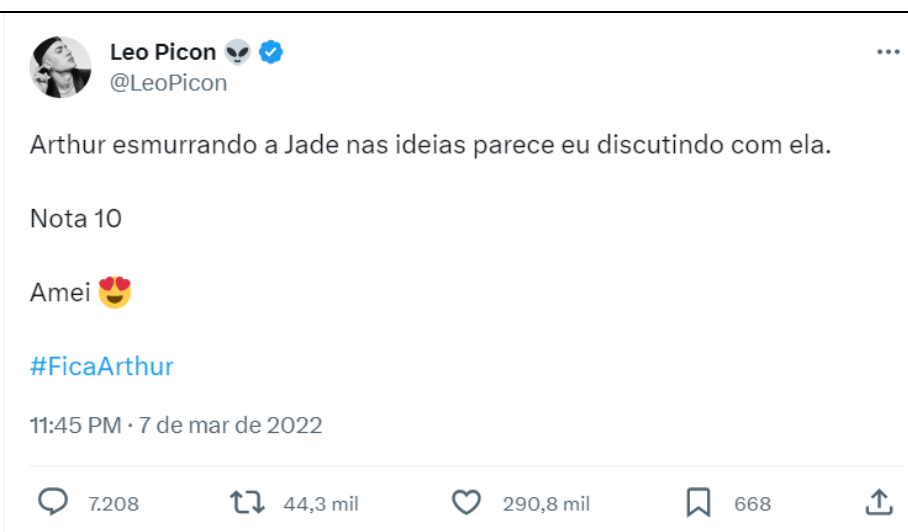


Fonte: Buzzmonitor Trends.

Os tweets que mais repercutiram sobre o cancelamento de Jade Picon foram:

1. “Arthur esmurrando a Jade nas ideias parece eu discutindo com ela. Nota 10. Amei 🍷. #FicaArthur” (publicado por @LeoPicon, obteve).

Imagem 15: Publicação de @LeoPicon.



Fonte: Twitter.

2. “fora jade picon pelo bem do bbb” (publicação feita por @acostumadinha, alcançou 96 comentários, 1.696 retweets e 18,5 mil curtidas).

Imagem 16: Publicação de @acostumadinha.



Fonte: Twitter.

3. “A MULHER DISPAROU 🚀 ...na rejeição #BBB22” (publicação feita por @vaidesmaiar, alcançou 224 comentários, 2.705 retweets e 32,8 mil curtidas).

Imagem 17: Publicação de @vaidesmaiar.

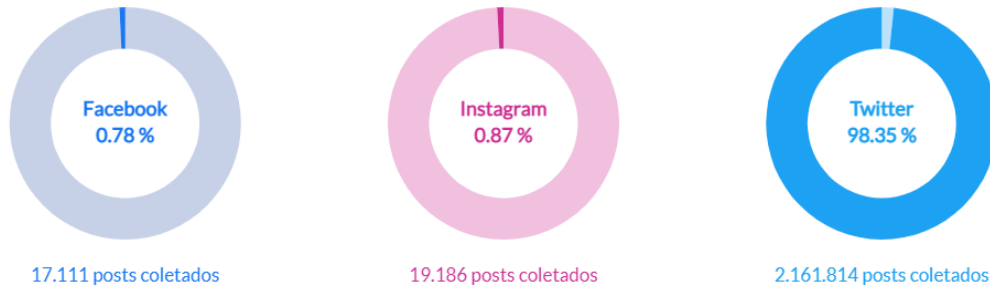


Fonte: Twitter.

Além disso, observamos que 98,35% das postagens feitas sobre esse caso foram no Twitter e 43,11% delas foram de cunho negativo e 40,64% neutro.

Imagem 18: Distribuição de redes sociais em que Jade Picon foi mencionada.

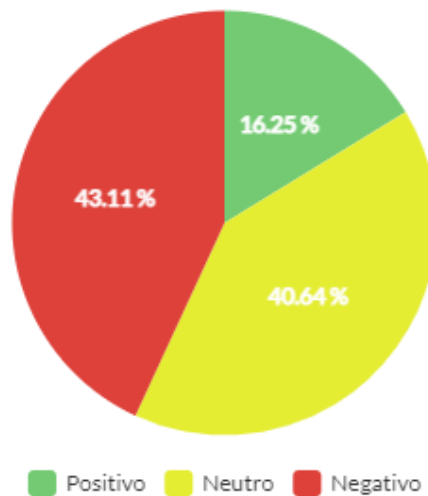
jade picon



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Imagem 19: Classificação de publicações feitas acerca de Jade Picon.

jade picon



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Como consequência dos cancelamentos citados, a influenciadora saiu do BBB22 com rejeição de quase 85% dos votos; foi criticada pela fala do Podcast e por ser elitista, embora também tenha sido defendida por outros que afirmaram a descontextualização proposital da fala de Jade; tanto a influenciadora quanto a empresa foram alvos de críticas, especialmente de militantes e organizações que levantam a bandeira da causa negra feminina e; houve

redução no tempo de atuação de Jade e sua conseqüente retirada do papel de protagonista, para um papel de antagonista.

Tipo 2 - Revogados

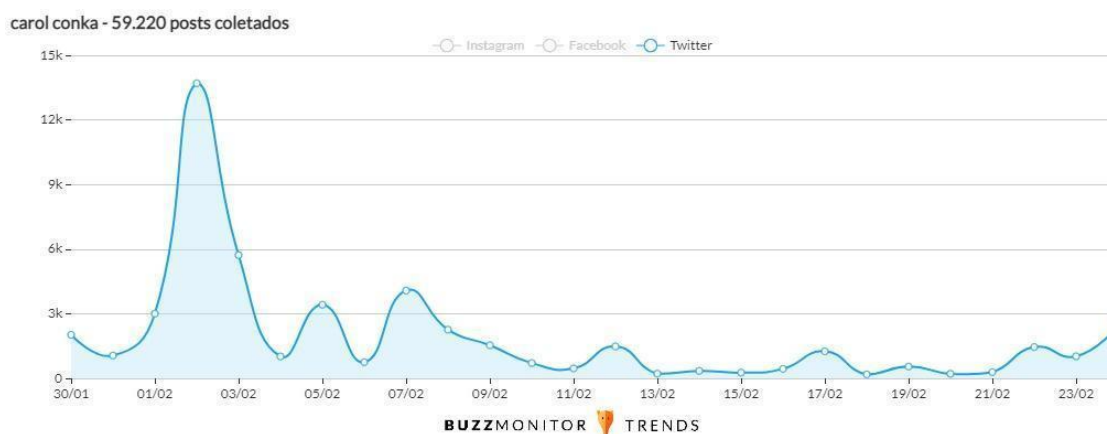
Karol Conká

Karoline dos Santos Oliveira, mais conhecida como Karol Conká, é uma rapper, modelo e apresentadora, a qual ficou conhecida por falar em suas músicas sobre pautas sociais, como o direito das mulheres negras, feminismo e etc.

Karol participou do reality Big Brother Brasil 2021, exibido pela TV Globo, onde integrava o grupo Camarote. Foi cancelada devido ao seu comportamento pejorativo dentro da casa do BBB, sendo acusada de violência psicológica contra alguns participantes, em específico o músico Lucas Penteadó.

No Twitter, a cantora apareceu nos *trending topics* entre os dias 30/01/2021 e 24/02/2021 e recebeu diversas ofensas racistas e foi ameaçada de morte por sua conduta no programa.

Imagem 20: Período do cancelamento de Karol Conká.

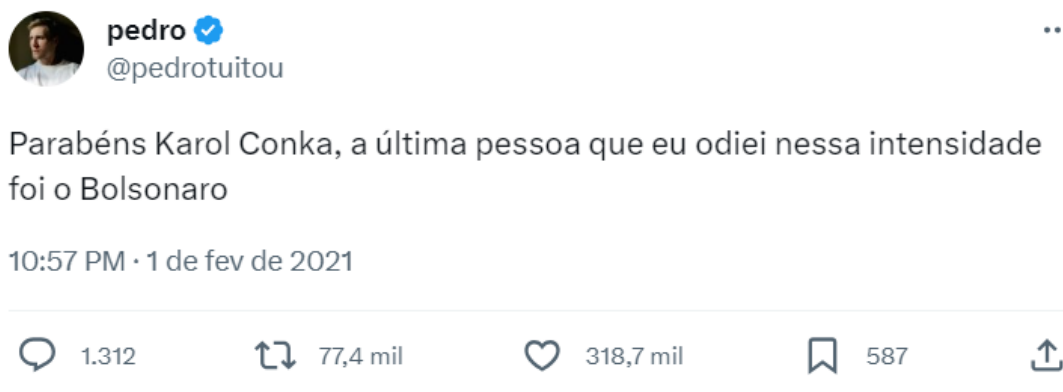


Fonte: Twitter.

Os tweets que mais repercutiram sobre o cancelamento de Jade Picon foram:

1. “Parabéns Karol Conka, a última pessoa que eu odiei nessa intensidade foi o Bolsonaro” (publicado por @pedrotuitou, alcançou 1.312 comentários, 77,4 mil retweets e 318,7 mil curtidas).

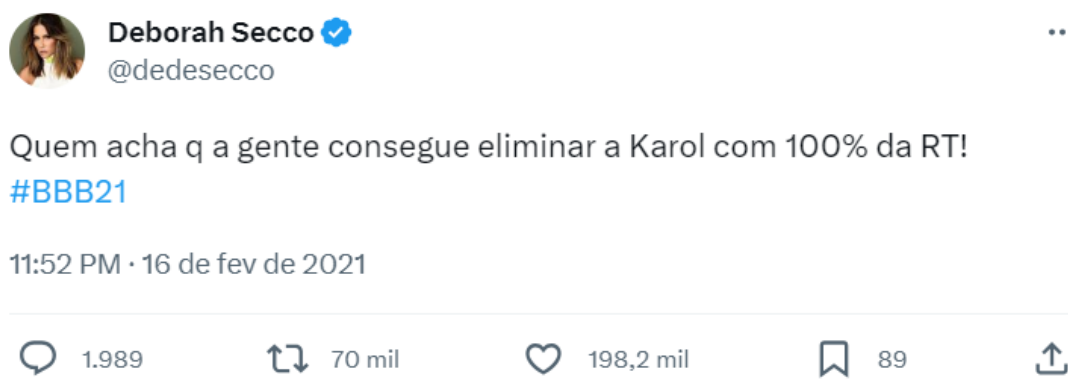
Imagem 21: Publicação de @pedrotuitou.



Fonte: Twitter.

2. “Quem acha q a gente consegue eliminar a Karol com 100% da RT! #BBB21”
(publicado por @dedesecco, alcançou 1.989 comentários, 70 mil retweets e 198,2 mil curtidas).

Imagem 22: Publicação de @dedesecco.



Fonte: Twitter.

3. “NÃO DIVIDAM VOTOS FOCO NA REJEIÇÃO MÁXIMA DA KAROL”
(publicado por @viniuusmoura, alcançou 286 comentários, 66 mil retweets e 183,9 mil curtidas).

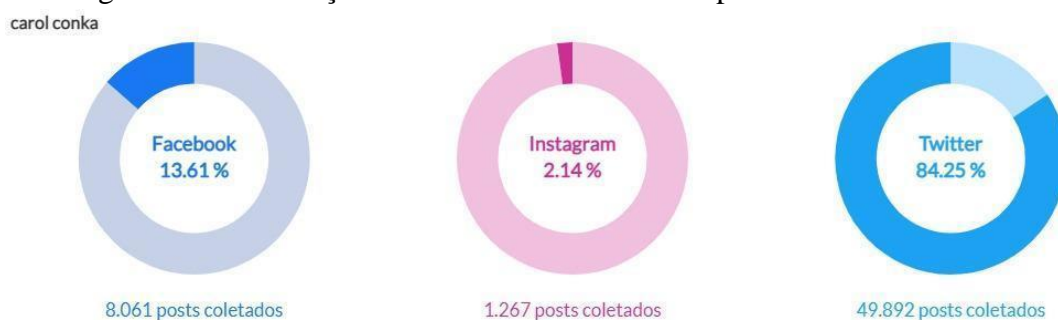
Imagem 23: Publicação de @viniuusmoura.



Fonte: Twitter.

Além disso, observamos que 84,25% das postagens feitas sobre esse caso foram no Twitter e 41,33% tinham caráter positivo, mas 40,33% foram negativas.

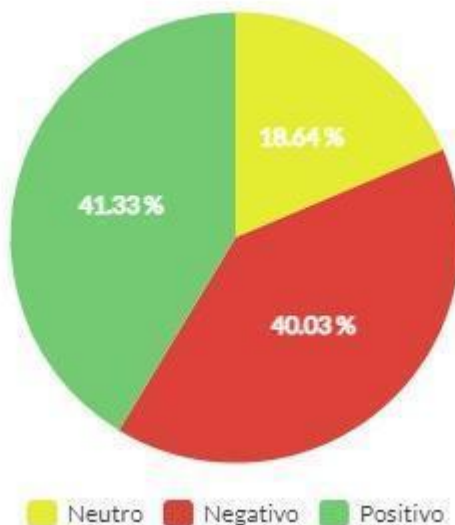
Imagem 24: Distribuição de redes sociais utilizadas para falar sobre Karol Conká.



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Imagem 25: Classificação de publicações feitas acerca de Karol Conká.

carol conka



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Como consequência profissional, Karol Conká teve um prejuízo de 5 milhões de reais considerando perdas com publicidade e seguidores no Instagram, shows, programas de TV e parcerias famosas. Já no âmbito pessoal, a cantora sofreu com problemas de depressão e cogitou a hipótese de se suicidar, devido a ataques racistas nas mídias digitais.

No entanto, um tempo depois Karol conseguiu reerguer sua imagem nas mídias, mostrando-se com uma imagem mais “angelical”, arrependida, conseguindo reverter as consequências de seu cancelamento e voltar para seu *status* social, alcançando, inclusive, os indivíduos que promoveram seu cancelamento.

Tipo 3 - Incanceláveis

Drauzio Varella

Antônio Drauzio Varella, mais conhecido como Drauzio Varella, nasceu em São Paulo, em 1943. É médico cancerologista formado pela USP e conhecido por divulgar informações sobre saúde pública.

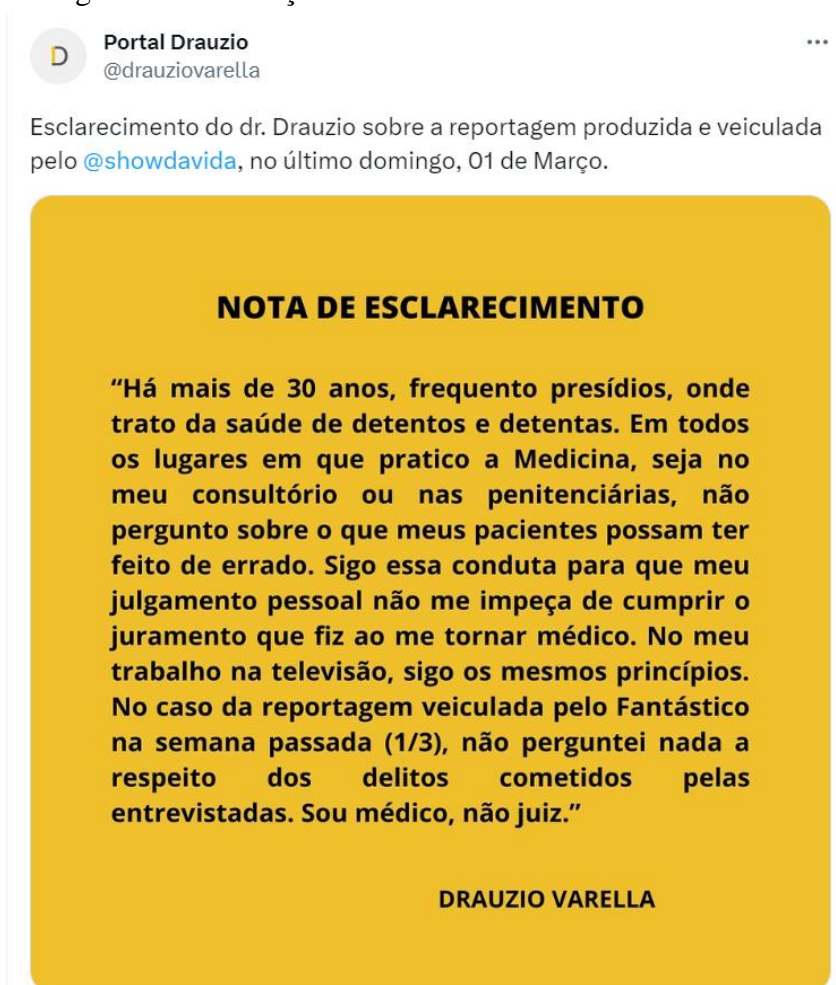
Drauzio sofreu uma tentativa de cancelamento entre os dias 01/03/2020 e 17/03/2020, após apresentar um quadro no Fantástico, programa da TV Globo, sobre mulheres trans que cumprem pena em meio a presos homens, onde o médico, durante sua entrevista com Suzy Oliveira, acusada de estupro de menor de 14 anos seguido de homicídio, a abraçou. Muitos telespectadores ficaram indignados com o abraço, devido ao crime cometido pela

entrevistada e também por estes crimes não terem sido divulgados durante o programa.

Os tweets que mais repercutiram sobre a tentativa de cancelamento de Drauzio Varella foram:

1. "Esclarecimento do dr. Drauzio sobre a reportagem produzida e veiculada pelo @showdavid, no último domingo, 01 de Março." (publicado por @drauziovarella, alcançou 12,2 mil comentários, 25,5 mil retweets e 107,4 mil curtidas)

Imagem 26: Publicação de esclarecimento de @drauziovarella.



Fonte: Twitter.

2. "Drauzio vem conversar diretamente com as pessoas que o acompanham - seja na TV ou nas redes sociais -, sobre sua participação na matéria do Fantástico veiculada no dia 01 de março." (publicado por @drauziovarella sobre, alcançou 12,2 mil comentários, 53,1 mil retweets e 189,2 mil curtidas).

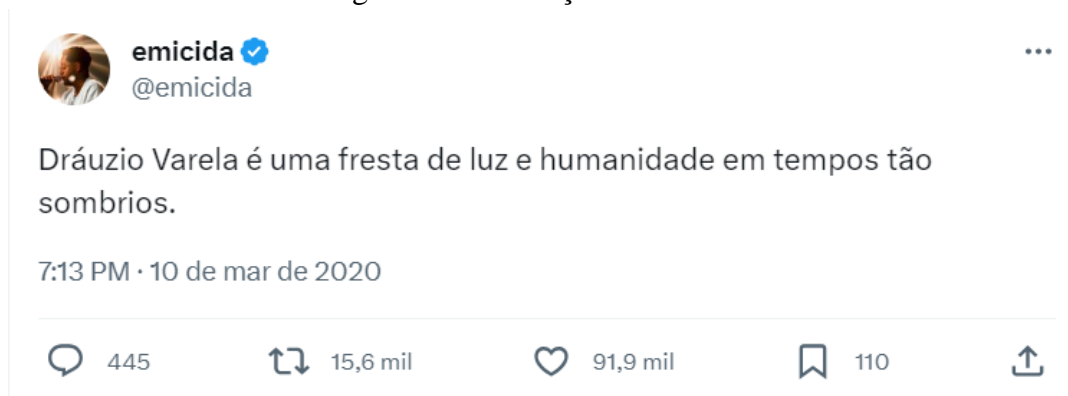
Imagem 27: Publicação de @drauziovarella sobre participação no Fantástico.



Fonte: Twitter.

3. "Dráuzio Varela é uma fresta de luz e humanidade em tempos tão sombrios."

Imagem 28: Publicação de @emicida.



Fonte: Twitter.

Sendo assim, o Dr. Drauzio Varella não sofreu consequências de seu cancelamento e, continuou sendo aclamado como pessoa e como profissional. E ainda assim, chegou a se retratar no Twitter a respeito do ocorrido.

Lilia Moritz Schwarcz

Lilia Katri Moritz Schwarcz, nascida em 1957, em São Paulo, é doutora em antropologia social pela Universidade Federal de São Paulo e é reconhecida no campo das ciências sociais no Brasil. Seu trabalho se destaca pelo aprofundamento em temas pertinentes à formação social brasileira, sobretudo em face às questões raciais e suas conexões com a historiografia nacional.

Lilia Schwarcz foi cancelada entre os dias 02/08/2020 e 07/08/2020, após publicar o artigo “Filme de Beyoncé erra ao glamourizar negritude com estampa de oncinha”, na Folha de S. Paulo. Por ser uma mulher branca falando de um assunto que diz respeito a pessoas negras, a historiadora foi criticada por não estar em seu “lugar de fala”, por outro lado, houveram também muitos comentários a seu favor devido ao seu respaldo acadêmico sobre a pauta tratada.

1. "A colunista BRANCA (pra variar) Lilia Moritz Schwarcz escreveu um ARTIGO na FOLHA DE SÃO PAULO, CRITICANDO a Beyoncé em #BlackIsKing, dizendo que a cantora ERROU ao realizar o que ela mesma classificou como 'glamorização da NEGRITUDE com estampa de oncinha'." (publicado por @anthunesarth, alcançou 386 retweets, 281 comentários e 3.764 curtidas).

Imagem 29: Publicação de @anthunesarth sobre o cancelamento de Lilia Schwarcz.



Fonte: Twitter.

2. "Via Instagram, IZA mandou recado direto pra jornalista Lilia Schwarcz. 'Que privilégio é esse que te faz pensar que você tem alguma autoridade para ensinar uma mulher negra como ela deve falar ou não sobre seu povo? Se eu fosse você, estaria com VERGONHA'. 🤔" (publicado por @anthunesarth, alcançou 2.403 retweets, 494 comentários e 16 mil curtidas).

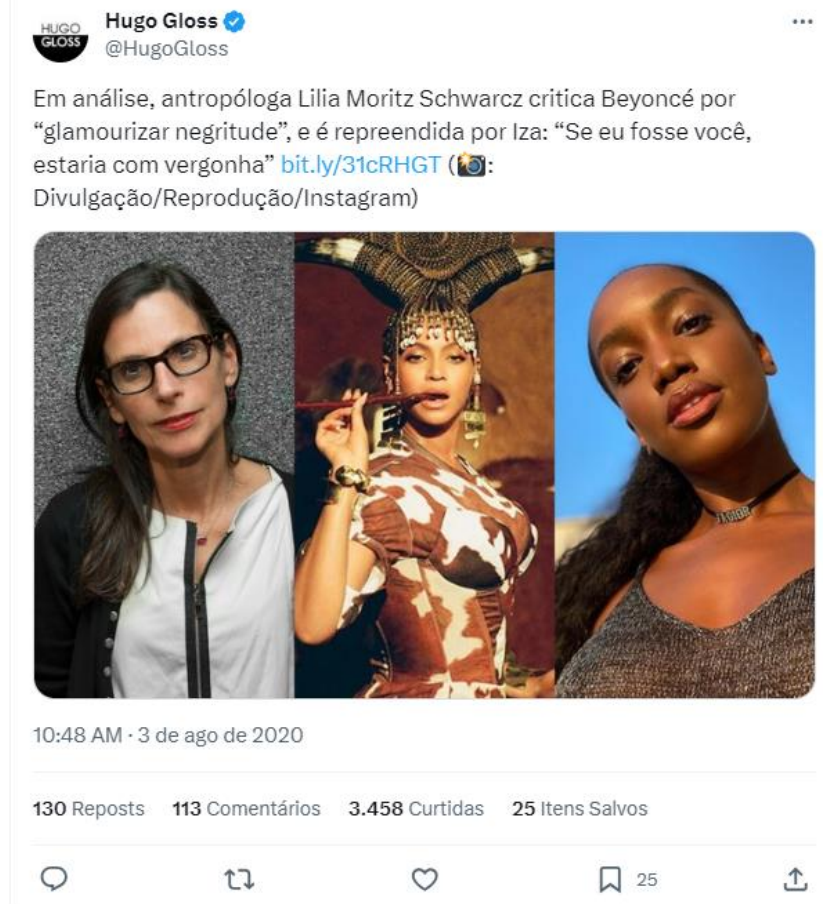
Imagem 30: Publicação de @anthunesarth acerca do posicionamento de IZA sobre Lilia Schwarcz.



Fonte: Twitter.

3. "Em análise, antropóloga Lilia Moritz Schwarcz critica Beyoncé por 'glamourizar negritude', e é repreendida por Iza: 'Se eu fosse você, estaria com vergonha' <http://bit.ly/31cRHGT> (📷: Divulgação/Reprodução/Instagram)" (publicado por @HugoGloss, alcançou 130 retweets, 113 comentários e 3.458 curtidas).

Imagem 31: Publicação de @HugoGloss.



Fonte: Twitter.

Apesar de ter sido muito criticada, Lilia também recebeu apoio por possuir respaldo acadêmico para tratar sobre o assunto, e ainda assim, se retratou no Twitter. Por fim, a antropóloga não sofreu consequências evidentes que tenham afetado sua vida profissional e/ou pessoal.

Redes sociais, *communitas* e o ritual do cancelamento

Em *O Processo Ritual: Estrutura e Antiestrutura*, Turner (2003) explora os conceitos de ritual, símbolo ritual, cerimônia e drama social. O autor descreve rituais como performances sociais que desafiam as normas estabelecidas, muitas vezes criando momentos efêmeros de antiestrutura, nos quais as hierarquias sociais tradicionais são temporariamente suprimidas. Esse conceito de antiestrutura ou *communitas*, é fundamental para entender como a cultura do cancelamento se manifesta nas redes sociais.

A rede social “X” (antigo Twitter), é uma plataforma que reúne pessoas de diversas origens, crenças, culturas, posicionamentos políticos, filosofias, etc. Nesse sentido, levanta-

se a hipótese de que o cancelamento enquanto fenômeno se assemelha a uma *communitas*. Em determinados momentos, os usuários se unem temporariamente em prol de uma causa comum, ou seja, o cancelamento. Durante esses momentos, as hierarquias sociais tradicionais são temporariamente superadas, e todos os participantes compartilham a responsabilidade de denunciar e expor os comportamentos ali considerados inaceitáveis ou inapropriados.

Além disso, em *Media rituals* (2005), Nick Couldry nos possibilita uma compreensão acerca da dimensão do poder simbólico das mídias, e durante a construção desta pesquisa, foi possível relacionar a teoria diretamente ao fenômeno do cancelamento no X. Couldry argumenta que as instituições midiáticas desempenham um papel central na construção da ordem social. No contexto do cancelamento, a rede social X desempenha um papel crucial, fornecendo o espaço e os meios para a denúncia pública e a disseminação de informações sobre o cancelamento. Isso amplifica o poder simbólico das mídias sociais, tornando essa plataforma um palco fundamental para a expressão e disseminação de ideias.

O conceito de “rituais midiáticos” de Couldry contribuiu para o entendimento sobre como a cultura do cancelamento se organiza. Determinados grupos de usuários do X utilizam práticas específicas, como a criação de hashtags, a divulgação de mensagens e a coordenação de esforços, para expor e denunciar indivíduos ou comportamentos que estão em desacordo com seus princípios éticos e/ou morais. Essas práticas organizadas inserem-se no conceito de rituais midiáticos e reforçam a ideia de que a mídia, neste caso as redes sociais, é central para a vida social.

Tanto Turner quanto Couldry destacam a complexa interação entre conflito e coesão social. Turner argumenta que os rituais não apenas gerenciam conflitos, mas também podem criar momentos de coesão social. Da mesma forma, o cancelamento no X, embora possa gerar conflitos e divisões, muitas vezes é percebido pelos participantes como uma forma de coesão social, onde eles se unem em prol de uma causa comum.

As teorias de ambos os autores oferecem uma rica perspectiva para entender o cancelamento nas redes sociais, especialmente no X. Elas nos permitem compreender como esse fenômeno contemporâneo se assemelha a rituais sociais, desafia hierarquias sociais, é impulsionado pelo poder simbólico das mídias sociais, envolve rituais midiáticos e cria complexas dinâmicas de conflito e coesão social. Logo, essas teorias auxiliam a desvendar a intrincada interseção entre cultura, mídia e sociedade nas redes virtuais.

O cancelamento, contudo, não ocorre de maneira espontânea como uma ação individual isolada. É sobretudo resultado do ativismo político de subculturas ou classes sociais estigmatizadas (podendo ou não estar reunidas na forma de *fandoms*) (NG, 2022) que agem através de um conjunto articulado de práticas a fim de tornar a iniciativa do cancelamento eficaz. De acordo com Mariana Sanches (2020), funciona assim:

“um usuário de mídias sociais, como Twitter e Facebook, presencia um ato que considera errado, registra em vídeo ou foto e posta em sua conta, com o cuidado de marcar a empresa empregadora do denunciado e autoridades públicas ou outros influenciadores digitais que possam amplificar o alcance da mensagem.”

O “cancelamento”, neste sentido, é um ataque à reputação que diferentemente do *shaming* (“envergonhamento”) (MUIR, ROBERTS e SHERIDAN, 2021) ameaça o emprego e os meios de subsistência atuais e futuros do cancelado. Extremamente frequente nos Estados Unidos, esta prática tem se tornado cada vez mais comum no Brasil apresentando como características principais: 1) ter como alvo pessoas públicas (políticos e celebridades); 2) funcionar como uma forma de patrulha comportamental e ideológica com vistas a censurar práticas e opiniões que atentem contra a moral coletiva, podendo ou não afetar a vida *offline* do indivíduo; e 3) ser realizada por comunidades virtuais – organizadas ou não –, unidas por algum sentido de pertencimento recíproco, que reivindicam o poder de controlar narrativas, imaginários e a própria opinião pública no ciberespaço.

De acordo com o levantamento bibliográfico realizado junto a imprensa brasileira, o principal alvo do cancelamento são artistas e figuras públicas que transitam pelas redes sociais ou participam de reality shows, como Big Brother Brasil, da TV Globo, e A Fazenda, da TV Record. Em uma análise preliminar, estes cancelamentos ocorrem em virtude de conflito com as chamadas “minorias sociais” ou comportamento que ofende a moral coletiva.

Conclusões

O presente relatório apresentou os resultados finais da pesquisa “O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil: estudo qualitativo a partir de práticas discursivas na imprensa e na rede social Twitter entre 2018 e 2021” que teve como objetivo principal identificar padrões de recorrência nos casos de cancelamento e compreender a “cultura do cancelamento” no ciberespaço brasileiro em uma perspectiva ritual a partir de revisão bibliográfica e da análise

qualitativa de casos com grande repercussão na mídia brasileira e de manifestações de usuários na rede social Twitter entre 2018 e 2021.

A metodologia empregada demonstrou que a cultura do cancelamento se encontra bastante presente no ciberespaço brasileiro e reflete os conflitos morais e sociais presentes nesta sociedade.

A partir da metodologia de revisão bibliográfica com base em matérias da imprensa foi possível constatar que o termo “cultura do cancelamento” surgiu em 2017 com os casos de assédio e abusos do produtor norte-americano Harvey Weinstein. Desde então criou desdobramentos e se popularizou no Brasil e no mundo sendo aplicado principalmente contra personalidades públicas que frequentam o ciberespaço, em especial as redes sociais.

Estes dados também permitiram constatar que o fenômeno da “cultura do cancelamento” é um tema complexo, multifacetado e amplamente debatido pela sociedade em diversos contextos culturais e políticos em todo o mundo. Este relatório examinou algumas espécies de motivações por trás deste fenômeno, destacando as diversas perspectivas que norteiam essa discussão. No entanto, é importante refletir criticamente sobre como esse fenômeno tem sido conduzido e como suas implicações se estendem para além do espaço digital.

É evidente que a cultura do cancelamento possui raízes profundas e que envolvem questões morais e de justiça social. Muitas vezes, as pessoas buscam expor e condenar publicamente aqueles que violam seus princípios éticos, especialmente quando se trata de questões sensíveis a temas como o racismo, o sexismo e a homofobia. Essa busca por justiça social é louvável e promove a conscientização e a responsabilidade.

No entanto, deve-se reconhecer que a cultura do cancelamento nem sempre promove um diálogo construtivo ou a reabilitação das pessoas ou empresas envolvidas. Em muitos casos, a punição pública e a exclusão social se tornam o foco principal, alimentando ódio e divisões na sociedade. Isso destaca a necessidade de equilibrar a responsabilidade com o desejo de promover um ambiente onde o debate saudável e a tolerância à divergência de opiniões sejam incentivados.

Além disso, a cultura do cancelamento muitas vezes se baseia na exposição de contradições e erros passados, o que pode ser uma ferramenta importante para garantir a transparência e a responsabilidade de figuras públicas e empresas. No entanto, também é necessário ter em mente que as pessoas podem evoluir e mudar ao longo do tempo, e é

importante permitir que as pessoas aprendam com seus erros e cresçam. A cultura do cancelamento não deve ser uma sentença perpétua.

Já em relação à pauta identitária e a busca por representatividade, essas também desempenham um papel crucial na cultura do cancelamento. A sociedade está cada vez mais atenta à representação adequada de grupos minoritários, o que é um passo importante em direção à celebração da diversidade. No entanto, é importante garantir que o cancelamento não se torne uma ferramenta excessivamente punitiva, mas sim uma forma de sensibilizar e educar sobre a importância da representatividade.

É urgente observar como a cultura do cancelamento tem o potencial de criar um ambiente onde apenas as opiniões populares são toleradas, levando à uniformidade de pensamento e à limitação da liberdade de expressão. A autocensura, motivada pelo medo do cancelamento, pode sufocar a criatividade, o debate saudável e a expressão artística.

A cultura do cancelamento é, portanto, um fenômeno complexo e controverso que reflete a interseção de muitos fatores sociais, culturais e políticos. Enquanto busca promover a justiça social, a responsabilidade e a representatividade, é fundamental que a sociedade encontre um equilíbrio entre esses objetivos e o respeito à diversidade de opiniões e a promoção do diálogo construtivo. O debate sobre a cultura do cancelamento deve continuar, mas com uma abordagem crítica e reflexiva que busque um entendimento mais amplo e uma sociedade mais inclusiva e justa.

Por meio da metodologia quali-quantitativa utilizando como base o número de menções na rede social Twitter e a plataforma de análise de redes sociais Buzzmonitor Trends também foi possível reunir 18 casos de personalidades que foram alvo de cancelamento na internet demonstrando se trata de ritual pois possui padrões de recorrência quanto à temporalidade, motivações e consequências, tendo como alvo mulheres, artistas e influenciadores digitais. O contexto social predominante de onde se origina o cancelamento são as redes sociais e programas de televisão e o período do cancelamento perdura, em média, 20 dias, sendo motivado principalmente por opiniões e/ou comportamentos que atentam contra grupos marginalizados ou vítimas de preconceito, discriminação e violência social.

O estudo destes casos também revelou a existência de uma tipologia em torno do ritual do cancelamento, na qual podemos identificar sujeitos “canceláveis”, “revogados” e “incanceláveis”. Neste sentido, uma pessoa que ofende intencionalmente um grupo ou conjunto de valores poderá ser cancelada de maneira episódica, mas também estará

predisposta a ser alvo de novo cancelamento a qualquer manifestação sua nas redes sociais. Este é o sujeito “cancelável”. Um outro tipo preliminarmente identificado é aquele sujeito que inicialmente é considerado cancelado, mas que é capaz de se regenerar aos olhos do público torna-se, na falta de um termo mais preciso, “revogado”. Por fim, aquele que mesmo cometendo um ato que ofenda a moral coletiva, de maneira intencional ou não, goza de ampla proteção social. Este tipo pode ser classificado como “incancelável”.

O cancelamento, neste sentido, não ocorre de maneira espontânea como uma ação individual isolada. É sobretudo resultado do ativismo político de subculturas ou classes sociais estigmatizadas que agem através de um conjunto articulado de práticas a fim de tornar a iniciativa do cancelamento eficaz atacando a reputação do indivíduo em questão ou ameaçando seus meios de subsistência atuais e futuros.

A partir desta análise é possível afirmar que a cultura do cancelamento está presente na rede social Twitter e que a partir do recorte temporal utilizado (entre 2018 e 2022) o mesmo possui recorrência, temporalidade e eficácia que não se limitam ao ciberespaço podendo se perdurar no tempo e afetar a vida offline do “cancelado”.

Além disso, a *communitas*, conforme delineada por Turner (2013), representa uma forma de comunidade que surge em momentos efêmeros, nos quais as hierarquias sociais tradicionais são temporariamente suprimidas, e todos os participantes compartilham a mesma responsabilidade ou não têm nenhuma. No X, essa dinâmica é evidente em várias situações.

Primeiramente, em momentos de discussões públicas ou eventos virais, os usuários do X, independentemente de sua origem, crenças ou culturas, se unem em torno de um tópico específico. Durante esses momentos, as hierarquias sociais tradicionais muitas vezes não desempenham um papel significativo. O X se torna um espaço onde a igualdade temporária prevalece, sem a distinção de status social.

Além disso, a plataforma frequentemente testemunha a criação de hashtags, tópicos ou eventos específicos que chamam a atenção da comunidade online. Esses agrupamentos temporários de usuários criam uma sensação de coletividade, independentemente das diferenças individuais. Assim como na *communitas*, os usuários do X se reúnem temporariamente em busca de um objetivo comum, criando uma atmosfera de unidade.

Um exemplo concreto dessa dinâmica é a o cancelamento, no qual os usuários do X se unem para denunciar comportamentos considerados prejudiciais. Durante esses episódios, os participantes compartilham responsabilidades e criam uma sensação de igualdade em sua

busca por justiça social online. Essa ideia se alinha com a ideia de *communitas* como uma forma de coletividade temporária que desafia as hierarquias sociais.

Portanto, é possível argumentar que o X, em certos aspectos, se assemelha a uma *communitas*, especialmente durante momentos de interação online em que as hierarquias sociais tradicionais são temporariamente suprimidas, e os usuários compartilham responsabilidades e objetivos comuns. No entanto, essa semelhança é condicional e ocorre dentro do contexto das interações online na plataforma, representando uma nova manifestação da *communitas* no mundo digital. Isso demonstra como esses conceitos antropológicos puderam ser aplicados de maneira interessante e reveladora ao compreender fenômenos contemporâneos nas redes sociais.

6. BIBLIOGRAFIA

ALENCAR, B.; SOUZA, P. Educação, cibercultura e mediatização do conhecimento: um estudo sobre o vocabulário social presente nas tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs) e sua influência na sociabilidade e aprendizagem de estudantes do Ensino Médio Integrado do Instituto Federal do Pará, Campus Belém. **Relatório Final de Pesquisa**, Edital 01/2020 – PIBICTI-PROPPG-IFPA-CNPq. Instituto Federal do Pará, Belém, 2021.

ALPERSTEIN, N. M. **Celebrity and Mediated Social Connections**. Cham: Palgrave Macmillan, 2019.

ANIL, Pratinav. **The rise of Indian cancel culture**. 2021. Disponível em: <https://www.spectator.co.uk/article/the-rise-of-indian-cancel-culture/>. Acesso em: 04 abr. 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994.

BEINER, A. Sleeping woke: Cancel culture and simulated religion. **Medium**. 2020. Disponível em <https://medium.com/rebel-wisdom/sleeping-woke-cancel-culture-and-simulated-religion-5f96af2cc107>. Acesso em: 23 mar. 2022.

BOILAIT, Eugénie. **La «cancelar cultura» fabrique-t-elle une génération d'ignorants?**. 2022. Le Figaro Vox. Disponível em: <<https://www.lefigaro.fr/vox/culture/la-cancel-culture-fabrique-t-elle-une-generation-d-ignorants-20220831>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

BURGESS, J.; MITCHELL, P.; MÜNCH, F. V. Social media rituals: The uses of celebrity death in digital culture. In: **A networked self and birth, life, death**. Routledge, 2018. p. 224-239.

BRAGHIROLI, Stefano. **Cultura do cancelamento: o caminho para o obscurantismo**. 2021. NOVA EUROPA. Disponível em: <<https://www.neweurope.eu/article/cancel-culture-the-road-to-obscurantism/>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

COTTLE, Simon. **Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent**. Media, culture & society, v. 28, n. 3, p. 411-432, 2006.

COULDRY, N. Media rituals: beyond functionalism. In. ROTHENBUHLER, E. W.; COMAN, M. (eds.) **Media anthropology**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2005, pp. 59-69.

DEMARTINI, F. A “cultura de cancelamento” foi eleita como termo do ano em 2019. Canaltech, 02 de dezembro de 2019 às 10h53. Disponível em <https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-cultura-de-cancelamento-foi-eleita-como-termo-do-ano-em-2019-156809/>. Acesso em: 30 set. 2023.

DOMINGOS, V. M. **Depois do cancelamento: O impacto na relação entre o seguidor e o influenciador digital e na percepção das marcas a ele associadas**. Tese de Doutorado. Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social, 2021.

FAIRBANKS, Eve. **Por que não fui cancelado?**. 2022. O Atlântico. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/10/fear-cancel-culture-free-speech/671828/>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

FERRARESI, Mattia. **Cancelar a cultura chega à França**. 2020. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/cancel-culture-comes-to-france-11581004454>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

FLORÊNCIO, A. M. G. et al. **Análise do discurso: fundamentos & práticas**. Maceió: Edufal, 2009.

GOMES, W. **O cancelamento da antropóloga branca e a pauta identitária**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/08/o-cancelamento-da-antropologa-branca-e-a-pauta-identitaria.shtml>. Acesso em: 30 set. 2023.

HASKELL, S. **Cancel Culture: A Qualitative Analysis of the Social Media Practice of Canceling**. Boise State University ProQuest Dissertations Publishing, 2021.

JONES, Jessica. **China’s Extreme Cancel Culture and Increasingly Hostile Online Environment**. 2022. Disponível em: <https://www.thechinastory.org/chinas-extreme-cancel-culture-and-increasingly-hostile-online-environment/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

KEHL, Maria Rita. **Lugar de “cale-se”!**. 2020. Combate ao Racismo Ambiental. Disponível em: <<https://racismoambiental.net.br/2020/08/11/lugar-de-cale-se-por-maria-rita-kehl/>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

LAIDLAW, E. B. Online shaming and the right to privacy. **Laws**, v. 6, n. 1, p. 3, 2017.

LEE, Alexander. **Cancel culture in Asia**. 2021. Durham Pro Bono Blog. Disponível em: <https://www.durhamprobonoblog.co.uk/post/cancel-culture-in-asia>. Acesso em: 20 jan. 2023.

LOU, Chen; YUAN, Shupei. **Marketing de influenciadores: como o valor e a credibilidade da mensagem afetam a confiança do consumidor no conteúdo da marca nas mídias sociais**. Journal Of Interactive Advertising, [SL], v. 19, n. 1, pág. 58-73, 2 jan. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/328620597_Influencer_Marketing_How_Message_Value_and_Credibility_Affect_Consumer_Trust_of_Branded_Content_on_Social_Media>. Acesso em: 09 jul. 2023.

LONDOÑO, Daniela Ricaurte. **A cultura do cancelamento, a justiça pública ou o limite do direito de expressão?** 2022. Universidad Ean. Disponível em: <https://universidadean.edu.co/blog/la-cultura-de-la-cancelacion-justicia-publica-o-limite-del-derecho-de-expresion>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

MOLINERO, Bruno; PASSOS, Úrsula. **Boicotes virtuais se descolam de atos concretos e alimentam a intolerância**. 2019. Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/12/boicotes-virtuais-se-descolam-de-atos-concretos-e-alimentam-a-intolerancia.shtml>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

MUIR, Shannon R.; ROBERTS, Lynne D.; SHERIDAN, Lorraine P. The portrayal of online shaming in contemporary online news media: A media framing analysis. **Computers in human behavior reports**, v. 3, p. 100051, 2021.

NG, E. **Cancel Culture: A Critical Analysis**. Athens, OH: Palgrave Macmillan, 2022

PEÑA, Karen Isabel Cabrera; CABARCAS, Carlos Alberto Jiménez. **A cultura do cancelamento nas redes sociais: uma reprovação perigosa e injusta à luz dos princípios do direito penal**. Revista Chilena de Derecho y Tecnología, [SL], v. 10, n. 2, pág. 277-300, 31 dez. 2021. Universidad de Chile. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2021.60421>. Disponível em: <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/60421/69618>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

PRETEAT, J.; SILVA, R. S.; TRISKA, R.; SCHULENBURG, H. Compreendendo a relação entre a *gestalt* e o design da informação na apresentação das ações curtir, comentar e compartilhar no Facebook. **Revista Travessias**, v. 6, n. 3, 2012.

RAZZALL, Katie. **¿Está la "cultura de la cancelación" acabando con el humor?**. 2022. BBC News Mundo. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59781709>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

SANCHES, M. **O que é a 'cultura de cancelamento'?** BBC Brasil, 25 de julho de 2020. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/geral-53537542>. Acesso em: 30 set. 2023.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Filme de Beyoncé erra ao glamorizar negritude com estampa de oncinha**. 2020. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/08/filme-de-beyonce-erra-ao-glamorizar-negritude-com-estampa-de-oncinha.shtml>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

TAMBLIAH, S. **Cultura, pensamento e ação social: uma perspectiva antropológica**. Petrópolis: Vozes, 2018.

TURNER, V. **Drama, campos e metáforas**. Niterói: EdUFF, 2008.

TURNER, V. **Floresta de símbolos: aspectos do ritual ndembu**. Niterói: EdUFF, 2005.

TURNER, V. **O Processo Ritual: estrutura e antiestrutura**. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2013. 199 p. Tradução de Nancy Campi de Castro e Ricardo A. Rosenbusch.

VELASCO, J. C. You are cancelled: Virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging. **Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities**, v. 12, n. 5, p. 48-68, 2020. Disponível em <http://rupkatha.com/V12/n5/rioc1s21n2.pdf>. Disponível em: 30 set. 2023.

WESTENDARP, Louis. **Papa Francisco ataca 'cancelar a cultura'**. 2022. POLÍTICO. Disponível em: <<https://www.politico.eu/article/pope-francis-cancel-culture-vatican-holy-see/>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

YANG, Bingqing. **China's Nationalist Cancel Culture**. 2021. The Diplomat. Disponível em: <https://thediplomat.com/2021/09/chinas-nationalist-cancel-culture/>. Acesso em: 23 jan. 2023.

7. APLICAÇÃO DETALHADA DOS RECURSOS

Caso envolva recursos financeiros, relatar quais recursos do orçamento foram executados e quais não foram com a devida justificativa.

A bolsa recebida mensalmente tem sido direcionada exclusivamente para gastos relacionados ao Instituto Federal do Pará. Constituem esses gastos mensais:

- Transporte coletivo (ida e volta);
- Alimentação;
- Material didático, livros em geral, apostilas e xerox;
- Pagamento de plano de internet móvel.

8. PRINCIPAIS PROBLEMAS E DIFICULDADES PARA A REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES

Verificou-se no decorrer do levantamento dos dados pelo Buzzmonitor Trends que há certa limitação para se filtrar palavras-chave ou o nome de indivíduos que irão compor a pesquisa. Daí também a necessidade de se utilizar também como referência as personalidades canceladas no ano de 2020.

9. DIVULGAÇÃO DO PROJETO EM EVENTO CIENTÍFICO

Título do trabalho: A CULTURA DO “CANCELAMENTO” NO CIBERESPAÇO SOB A PERSPECTIVA SOCIOANTROPOLÓGICA DE RITUAIS E DRAMAS EM TURNER, TAMBIAH E COULDRY;

Nome do evento: **8ª Semana Técnico-Científica do IFPA Campus Belém SETECI2022 (VII SITECC / V ECIDETEC / V MEIB)**

Local do evento: Instituto Federal do Pará – campus Belém

Período do evento: 30/11/2022 a 01/12/2022

Título do trabalho: A “CULTURA DO CANCELAMENTO” NO CIBERESPAÇO: ORIGENS, CAUSAS E EFEITOS

Nome do evento: **IV Edição do Seminário de Saberes, Linguagens e Oralidades da Amazônia (SALOA)**

Período do evento: 15/12/22 a 17/12/2022

Título do trabalho: A CULTURA DO CANCELAMENTO NAS REDES SOCIAIS ONLINE: UM ESTUDO QUALI E QUANTITATIVO A PARTIR DE MÁTERIAS NA IMPRENSA BRASILEIRA

Nome do evento: **II Simpósio Marajoara de Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia**

Período do evento: 27/03/23 a 30/03/2023

Título do trabalho: CULTURA DO CANCELAMENTO NO CIBERESPAÇO BRASILEIRO: REPERCUSSÕES, MOTIVAÇÕES E IMPACTOS DAS PERSONALIDADES CANCELADAS

Nome do evento: **V Encontro de Antropologia Visual da América Amazônica**

Período do evento: 12/09/23 a 15/09/2023

10. FOTOS DA PESQUISA / PUBLICAÇÃO / PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS / EQUIPE DO PROJETO

Imagem 1: reunião de orientação de bolsistas.



Fonte: bolsista Paulo Victor (06/09/2022).

Imagem 2: reunião de orientação de bolsistas.



Fonte: bolsista Paulo Victor (20/09/22).

Imagem 3: reunião de orientação de bolsistas.



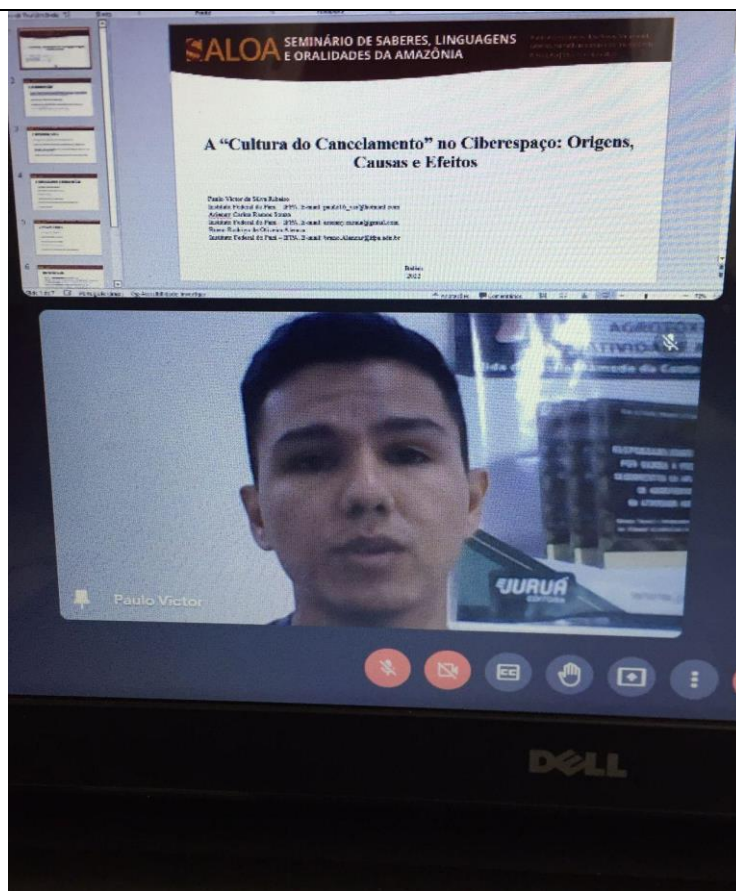
Fonte: bolsista Paulo Victor (21/12/2022).

Imagem 4: Apresentação de resumo simples na 8ª Semana Técnico-Científica do IFPA em 01/12/22



Fonte: bolsista Paulo Victor.

Imagem 5: Apresentação de resumo expandido no IV Seminário de Saberes, Linguagens e Oralidades da Amazônia (SALOA) do IFPA em 17/12/22



Fonte: bolsista Paulo Victor.

Imagem 5: Apresentação dos resultados parciais da pesquisa em palestra no II Encontro do Núcleo de Pesquisa em Educação e Cibercultura 16/05/2023



Fonte: bolsista Paulo Victor

Imagem 5: Apresentação dos resultados parciais da pesquisa em palestra no II Encontro do Núcleo de Pesquisa me Educação e Cibercultura 16/05/2023



Fonte: bolsista Paulo Victor

Imagem 6: Apresentação dos resultados parciais da pesquisa em palestra no x Semana de Ciências Humanas do IFPA/Campus Belém, 22/03/2023



Fonte: Breno Alencar

Imagem 7: Apresentação dos resultados finais da pesquisa na Mesa-Redonda 4 do V Encontro de Antropologia da América Amazônica (EAVAAM, 14/09/2023)



Fonte: Breno Alencar

Imagem 8: Apresentação dos resultados finais da pesquisa em Grupo de Trabalho no V Encontro de Antropologia da América Amazônica (EAVAAM, 14/09/2023)



Fonte: Paulo Victor

Imagem 9: Participação em sessão cineclubista para debate sobre saúde mental com base nos resultados da pesquisa (27/09/2023)



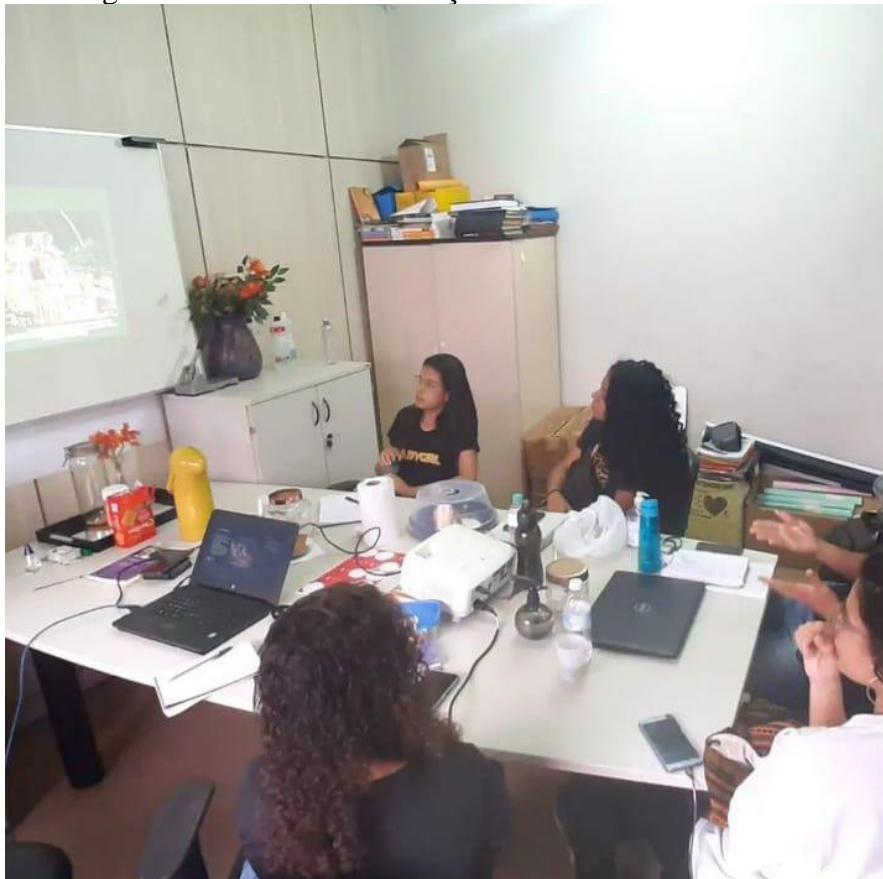
Fonte: Julie Christie Leal

Imagem 10: reunião de orientação de bolsistas em 30/09/2022



Fonte: Breno Alencar

Imagem 11: reunião de orientação de bolsistas em 02/11/2022



Fonte: Breno Alencar

Imagem 12: reunião de orientação de bolsistas em 06/02/2023



Fonte: Breno Alencar

Imagem 13: reunião de orientação de bolsistas em 06/02/2023



Fonte: Breno Alencar

Imagem 14: reunião de orientação de bolsistas em 30/06/2023



Fonte: Breno Alencar

CERTIFICADOS DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO

Imagem 6: Certificado de apresentação de resumo simples na 8ª Semana Técnico-Científica do IFPA em 01/12/22



Fonte: bolsista Paulo Victor.

Imagem 7: Certificado de apresentação de resumo expandido no IV Seminário de Saberes, Linguagens e Oralidades da Amazônia (SALOA) do IFPA em 17/12/22



Fonte: bolsista Paulo Victor.

Imagem 8: Certificado de apresentação de artigo no Simpósio Marajoara de Educação, Cultura Ciência e Tecnologia do IFPA em 30/03/2023



Imagem 10: Certificado de apresentação de resumo simples na 8ª Semana Técnico-Científica do IFPA em 01/12/22



Fonte: Bolsista voluntária Arienny Carina.

DIVULGAÇÃO DA PESQUISA NO SITE E NAS REDES SOCIAIS DO NUPEC

Projeto de Pesquisa “O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil” (13/09/2022)

Paulo Paulo Victor, bolsista de Iniciação Científica do NUPEC

O termo “cultura do cancelamento” surge em 2017 com os casos de assédio e abusos do produtor Harvey Weinstein. Desde então criou desdobramentos e se popularizou no Brasil sendo aplicado principalmente contra personalidades públicas. O projeto de pesquisa “O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil: estudo qualitativo a partir de práticas discursivas na imprensa e na rede social Twitter entre 2018 e 2021” aborda este fenômeno.

Trata-se de uma iniciativa do Núcleo de Pesquisa em Educação e Cibercultura (NUPEC) que será desenvolvido pelos bolsistas de iniciação científica Paulo Ribeiro e Ana Beatriz Veiga sob a orientação do antropólogo Breno Alencar com base nos estudos sobre “rituais” e “dramas” em Turner (2005; 2008), Tambiah (2018) e Couldry (2005).

Por meio do projeto, pretendemos repensar as noções presentes no senso comum e na própria academia sobre o sentido do ritual quando este é aplicado a complexidade e impacto que as mídias digitais exercem sobre a contemporaneidade, observando se e de que modo os fenômenos observados no mundo virtual afetam a vida individual e coletiva no mundo *off-line*. Também pretendemos observar se a prática do cancelamento ou, no limite, do linchamento virtual, encontra correspondência com as práticas de humilhação ou constrangimento público, analisando se as motivações (valores, crenças e normas sociais) presentes no espaço público também se encontram presentes no ciberespaço.

REFERÊNCIA

ALENCAR, Breno. **O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil: estudo qualitativo a partir de práticas discursivas na imprensa e na rede social Twitter entre 2018 e 2021**. 2021. Proposta de Projeto de Iniciação Científica e Tecnológica, Edital nº 05/2022 – PIBICTI/PROPPG/IFPA/CNPq. Instituto Federal do Pará, Belém, 2021. Acesso em: 13 set. 2022.

A história do Twitter (13/10/2022)

por Paulo Victor, bolsista de iniciação científica do NUPEC

A rede social “Twitter” foi desenvolvida por Jack Dorsey, Christopher I. Stone, Noah E. Glass, Jeremy LaTrasse e Evan Williams em 21 de março de 2006, em São Francisco, Califórnia. A ideia surgiu enquanto Dorsey, Stone e Williams trabalhavam na empresa de podcasting “Odeo” e estavam desenvolvendo um sistema interno de mensagens para a mesma. Dorsey foi responsável pela primeira mensagem (ou tweet) oficial lançada no que se tornaria mais tarde uma das maiores redes sociais do mundo. A frase curta dizia: “just setting up my twttr”.

No mesmo ano, a versão final do Twitter é lançada, os sócios Dorsey, Williams e Stone compram a Odeo e a transformam na “The Obvious Corporation”. Em março de 2007, durante o festival interativo South by Southwest em Austin, Texas, a empresa expõe em tempo real os tweets sobre o evento, chamando a atenção dos presentes. Depois do sucesso aparente, o Twitter recebe a infusão de capital de risco tornando-se uma corporação, fazendo de Dorsey o seu primeiro diretor executivo.

Nos anos seguintes, o Twitter vai alcançando o posto de rede social mais popular do mundo, sendo utilizada, por exemplo, para uma transmissão ao vivo da International Space Station em 2010 pelo astronauta Timothy Creamer ou quando influenciou o que viria a ser conhecido como “Primavera Árabe”. Em 2022, o Twitter cede 9,2% de suas ações ao bilionário Elon Musk, que as compra pelo valor aproximado de 44 bilhões de dólares, tornando-se desde então, seu maior acionista individual.

Referência

CNN BRASIL. Uma breve história do Twitter, empresa comprada por Elon Musk. 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/uma-breve-historia-do-twitter-empresa-comprada-por-elon-musk/>>. Acesso em: 12 out. 2022.

O cancelamento e seus impactos no marketing digital (08/11/2022)

Paulo Victor, bolsista de iniciação científica do Nupec

A cultura do cancelamento tem ganhado forças nas últimas décadas, contribuindo para a mudança na forma como muitos assuntos são conduzidos especialmente nas redes sociais. A internet se tornou a voz da justiça que dita as normas de boa convivência que devem ser seguidas por todos.

Embora seja costume associar a cultura do cancelamento a pessoas físicas, principalmente a pessoas públicas, mas, esse processo tem afetado cada vez mais as grandes empresas e marcas mundialmente conhecidas.

Um exemplo dessa circunstância foi o recente cancelamento sofrido para empresa Arezzo ao convidar a atriz e influenciadora digital Jade Picon para apresentar uma nova coleção de sandálias da marca.

A ideia era apresentar uma releitura de sandálias com o estilo africano dos anos 70, mas a empresa foi duramente criticada ao convidar para apresentar a ideia, uma atriz de cor branca e que claramente não se encaixa nos padrões étnicos de referência africana.

De maneira geral, as empresas estão buscando cada dia mais ter cuidado ao elaborar propagandas que possam conter interpretações equivocadas ou que não contemplem pessoas com representatividade dentro do aspecto que se pretende alcançar, afinal, “quem trabalha com imagem, internet, deve, acima de tudo, ter cautela e zelo com a forma que se comunica. O fato é: quanto mais visibilidade, mais pessoas irão te cancelar.

Referência

SANTOS, Alana. A cultura do cancelamento impacta o Marketing Digital?. 2020.

Disponível em: <[https://www.publicitarioscriativos.com/a-cultura-do-cancelamento-impacta-o-marketing-](https://www.publicitarioscriativos.com/a-cultura-do-cancelamento-impacta-o-marketing-digital/#:~:text=Ao%20errar%2C%20uma%20pessoa%20parece,em%202019%20pelo%20Dicionário%20Macquarie.>)

[digital/#:~:text=Ao%20errar%2C%20uma%20pessoa%20parece,em%202019%20pelo%20Dicionário%20Macquarie.>](https://www.publicitarioscriativos.com/a-cultura-do-cancelamento-impacta-o-marketing-digital/#:~:text=Ao%20errar%2C%20uma%20pessoa%20parece,em%202019%20pelo%20Dicionário%20Macquarie.>). Acesso em: 07 nov. 2022.

Resultados preliminares sobre o ritual do cancelamento no Twitter (2018-2021) (20/12/2022)

por Paulo Victor e Arienny, bolsistas de iniciação científica do Nupec

O projeto de pesquisa “O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil: estudo qualitativo a partir de práticas discursivas na imprensa e na rede social Twitter entre 2018 e 2021” é uma iniciativa do Núcleo de Pesquisa em Educação e Cibercultura (NUPEC) com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico (CNPq) e aprovado por meio de Chamada Pública junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação do Instituto Federal do Pará.

O objetivo principal do projeto é compreender a “cultura do cancelamento” no ciberespaço, associando-o à perspectiva de rituais a partir de recortes de casos famosos e manifestações no Twitter.

Até o momento, a equipe de pesquisadores têm se limitado a realizar a leitura, análise e fichamento da literatura indicada. A partir disso, constatou-se que existe um padrão ritualizado para que o cancelamento ocorra, sendo o Twitter, uma espécie de antiestrutura

semelhante ao que Turner (2003) classifica como “*communitas*”.

Além do processo de seleção e análise da literatura de base, tem-se realizado uma seleção de personalidades/celebridades com alto índice de rejeição social baseado em suas falas, posicionamento públicos e repercussão das mesmas na grande mídia nacional. Para tanto, a equipe utiliza uma ferramenta de consulta pública ao nome, chamada “Buzzmonitor Trends Tends”, filtrando assim o início, o ápice e o declínio das notícias vinculadas a esses personagens.

Referência:

ALENCAR, Breno. **O ritual e a cultura do cancelamento no Brasil: estudo qualitativo a partir de práticas discursivas na imprensa e na rede social Twitter entre 2018 e 2021**. 2021. Proposta de Projeto de Iniciação Científica e Tecnológica, Edital nº 05/2022 – PIBICTI/PROPPG/IFPA/CNPq. Instituto Federal do Pará, Belém, 2021. Acesso em: 15 nov. 2022.

ANIL, Pratinav. **The rise of Indian cancel culture**. 2021. Disponível em: <https://www.spectator.co.uk/article/the-rise-of-indian-cancel-culture/>. Acesso em: 04 abr. 2023.

BOILAIT, Eugénie. **La «cancelar cultura» fabrique-t-elle une génération d'ignorants?**. 2022. Le Figaro Vox. Disponível em: <<https://www.lefigaro.fr/vox/culture/la-cancel-culture-fabrique-t-elle-une-generation-d-ignorants-20220831>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

BRAGHIROLI, Stefano. **Cultura do cancelamento: o caminho para o obscurantismo**. 2021. NOVA EUROPA. Disponível em: <<https://www.neweurope.eu/article/cancel-culture-the-road-to-obscurantism/>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

DOMINGOS, Vanessa Marques. **Cultura de Cancelamento: definição e objetivo da cultura de cancelamento**. In: DOMINGOS, Vanessa Marques. **Depois do cancelamento: O impacto na relação entre o seguidor e o influenciador digital e na percepção das marcas a ele associadas**. 2021. 268 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Publicidade e Marketing, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, 2021. p. 14-19. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/14250/1/Dissertacao_Depois_do_Cancelamento.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2023.

DÓRIA, Pedro. **Não tem como dar certo: neste mundo de príncipes na vida, criamos uma sociedade de linchadores movida a ódio**. 2020. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/link/pedro-doria/nao-tem-como-dar-certo/>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

FAIRBANKS, Eve. **Por que não fui cancelado?**. 2022. O Atlântico. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/10/fear-cancel-culture-free-speech/671828/>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

FERRARESI, Mattia. **Cancelar a cultura chega à França.** 2020. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/cancel-culture-comes-to-france-11581004454>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

GOMES, Wilson. **O cancelamento da antropóloga branca e a pauta identitária.** 2020. Folha de S. Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/08/o-cancelamento-da-antropologa-branca-ea-pauta-identitaria.shtml>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

HOGG, Alec. **Nando's chickened out to 'cancel culture' – Majozi.** 2021. Disponível em: <https://www.biznews.com/undictated/2021/10/27/nandos-cancel-culture>. Acesso em: 05 abr. 2023.

JONES, Jessica. **China's Extreme Cancel Culture and Increasingly Hostile Online Environment.** 2022. Disponível em: <https://www.thechinastory.org/chinas-extreme-cancel-culture-and-increasingly-hostile-online-environment/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

KEHL, Maria Rita. **Lugar de "cale-se"!** 2020. Combate ao Racismo Ambiental. Disponível em: <<https://racismoambiental.net.br/2020/08/11/lugar-de-cale-se-por-maria-rita-kehl/>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

LAIDLAW, Emily B. **Online Shaming and the Right to Privacy.** 2017. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2075-471X/6/1/3>. Acesso em: 05 abr. 2023.

LEE, Alexander. **Cancel culture in Asia.** 2021. Disponível em: <https://www.durhamprobonoblog.co.uk/post/cancel-culture-in-asia>. Acesso em: 04 abr. 2023.

LOU, Chen; YUAN, Shupei. **Marketing de influenciadores: como o valor e a credibilidade da mensagem afetam a confiança do consumidor no conteúdo da marca nas mídias sociais.** Journal Of Interactive Advertising, [SL], v. 19, n. 1, pág. 58-73, 2 jan. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/328620597_Influencer_Marketing_How_Message_Value_and_Credibility_Affect_Consumer_Trust_of_Branding_Content_on_Social_Media>. Acesso em: 09 jul. 2023.

LONDOÑO, Daniela Ricaurte. **A cultura do cancelamento, a justiça pública ou o limite do direito de expressão?** 2022. Universidad Ean. Disponível em: <<https://universidadean.edu.co/blog/la-cultura-de-la-cancelacion-justicia-publica-o-limite-del-derecho-de-expresion>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

MOLINERO, Bruno; PASSOS, Úrsula. **Boicotes virtuais se descolam de atos concretos e alimentam a intolerância.** 2019. Folha de S. Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/12/boicotes-virtuais-se-descolam-de-atos-concretos-e-alimentam-a-intolerancia.shtml>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

PARENKOV, Daniil. **Cancel and Conquer? Cancel Culture in World Politics.** 2022. Disponível em: <https://valdaiclub.com/a/highlights/cancel-and-conquer-cancel-culture-in-world-politic/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

PEÑA, Karen Isabel Cabrera; CABARCAS, Carlos Alberto Jiménez. **A cultura do cancelamento nas redes sociais: uma reprovação perigosa e injusta à luz dos princípios do direito penal.** Revista Chilena de Derecho y Tecnología, [SL], v. 10, n. 2, pág. 277-300, 31 dez. 2021. Universidad de Chile. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2021.60421>. Disponível em: <<https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/60421/69618>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

RAZZALL, Katie. **¿Está la "cultura de la cancelación" acabando con el humor?**. 2022. BBC News Mundo. Disponível em: <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-59781709>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

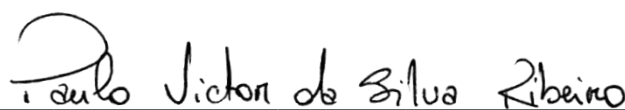
SANCHES, Marina. **O que é a 'cultura de cancelamento'?** 2020. BBC News Brasil em Washington. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-53537542>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Filme de Beyoncé erra ao glamorizar negritude com estampa de oncinha.** 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/08/filme-de-beyonce-erra-ao-glamorizar-negritude-com-estampa-de-oncinha.shtml>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

YANG, Bingqing. **China's Nationalist Cancel Culture: In China, celebrities can be blacklisted in the span of days – or even hours – for perceived offenses against national dignity.** 2021. Disponível em: <https://thediplomat.com/2021/09/chinas-nationalist-cancel-culture/>. Acesso em: 04 abr. 2023.

WESTENDARP, Louis. **Papa Francisco ataca 'cancelar a cultura'.** 2022. POLÍTICO. Disponível em: <<https://www.politico.eu/article/pope-francis-cancel-culture-vatican-holy-see/>>. Acesso em: 06 jul. 2023.

Belém/PA, 07 de outubro de 2023.



Bolsista do Projeto

Ciência do Coordenador/Orientador do Projeto