

Cultura do Cancelamento: entre ativismo digital, memes e discurso de ódio¹

Débora GIUNTI²
Luana INOCÊNCIO³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Ao compreender a cultura do cancelamento enquanto fenômeno que desafia dicotomias sociais na cultura digital, este trabalho busca investigar os tensionamentos sociais implícitos nas narrativas sobre cancelados, tecidas por interagentes (PRIMO, 2013) canceladores, que operam lógicas de representação, identidade e ativismo. Especificamente, busca-se investigar o contexto social dicotômico (denúncia/justiça social vs. discurso de ódio) da cultura do cancelamento, em sua interlocução com pertencimentos, disputas e representações (sub)culturais, implícitos nos processos de sociabilidade, produção de sentido e construção identitária no “Tribunal da Internet”. Para tanto, pretende-se realizar uma revisão bibliográfica exploratória, análise de conteúdo com suporte de procedimentos da análise de sites de redes sociais (SRSs) e observação de inspiração etnográfica digital. Mais do que expor publicamente atitudes e falas discriminatórias que reproduzem intolerâncias – como racismo, misoginia, homofobia, gordofobia e xenofobia -, a cultura do cancelamento vem sendo observada (INOCÊNCIO; REBOUÇAS, 2021) como um rechaço, sem direito de resposta, a quem rompe com a performance discursiva esperada pelos interagentes, o que se intensifica diante de atores sociais com papel presentificado na mídia e, portanto, expectativas geradas sobre si para a manutenção de certa coerência que sustenta uma aparente ordem social. Esse processo assemelha-se a boicotes e linchamentos, formas já seculares de punição, porém vai além ao ganhar força, alcance e complexidade com a interatividade dos SRSs, principalmente a partir de movimentos intensos e colaborativos (HOFF; TEIXEIRA; OLIVEIRA, 2020), por

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Graduada em Jornalismo e Letras pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano pela UFF. Pós-Graduada em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela UNESA. Pesquisadora do grupo de pesquisa LACCRI (UFF). E-mail: deboramoreira@id.uff.br

³ Professora de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenadora de Curso e Docente de Publicidade e Propaganda da Universidade Estácio de Sá. Bolsista de Pesquisa Produtividade UNESA. Doutoranda em Comunicação pelo PPGCOM/UFF. Coordenadora do grupo de pesquisa LACCRI (UFF). E-mail: luanainocencio@id.uff.br

vezes com memes que ironizam os envolvidos, por meio de *hashtags* no *Twitter*, que, quanto mais compartilhadas, mais atraem visibilidade à falha ou “gafe” – intencional ou não – em questão. Aos olhos hipervigilantes conectados no ambiente *online*, o deslize (in)voluntariamente publicado torna-se sinônimo de julgamento compartilhado e reparação frequentemente negada, uma dinâmica que instaura revisão constante de falas ou atitudes, medo, silenciamento. Com discursos que transitam entre ativismo digital e o ódio, interagentes buscam novos modos de se organizar em nome de justiça social para responsabilizar cancelados por posturas ideologicamente questionáveis, incluindo a associação ou o silêncio perante elas. Como resultado, canceladores, além de impor e cobrar posicionamentos de quem seguem ou por quem são seguidos, buscam limitar, ou até mesmo remover, seu capital social (BOURDIEU, 1985). Nessa perspectiva, percebe-se uma espécie de deslocamento de poderes, que reformula as atribuições de cada instituição social: ao Estado, que detinha o papel de punir, cabe apenas aplicar uma sanção legislativa, já que a figura de juiz está, agora, nas mãos de cada indivíduo, a mero clique de distância. Instaura-se o apelidado “Tribunal da Internet”. Quase antagônicas, algumas discussões sobre o fenômeno põem em xeque sua legitimidade, sua efetividade e até sua existência, já que, a longo prazo, os impactos materiais e simbólicos sobre seus alvos podem ser momentâneos ou sequer causar mudanças significativas nas dinâmicas discursivas e de disputa de poder, principalmente quando se direcionam a figuras públicas. Controversa e pouco precisa, a gênese do cancelamento também abre lacunas de pesquisa e requer investigação mais minuciosa para que, posteriormente, se possa compreender outras lógicas complexificadas que permeiam o processo. Um mapeamento inicial permite inferir que, apesar de comumente associada à popularização do movimento *Me Too*, em 2017, a origem da estruturação vigente do cancelamento, na verdade, parece remeter à década de 1990, quando produtos audiovisuais, como o filme “*New Jack City: A Gangue Brutal*”, associaram o verbo “cancelar” a agentes humanos, sobretudo mulheres, que, objetificadas e mercantilizadas, deveriam ser canceladas para que novas fossem “compradas” após término de relacionamento. Já apropriada ao ambiente digital, a ideia se reconfigurou e disseminou pelo *Black Twitter*, vasta rede da militância negra que se mobiliza para ampliar a visibilidade de pautas raciais tradicionalmente não cobertas pelos veículos de comunicação em massa, além de denunciar injúrias e crimes motivados por raça, por meio, principalmente, de *hashtags* como *#BlackLivesMatter* e *#ICantBreathe*. O indicativo de desaprovação logo evoluiu para se referir ao boicote profissional de figuras públicas ou marcas após

comportamentos individuais e coletivos julgados como condenáveis a partir das respectivas subjetividades dos que integram o Tribunal da Internet, tidas como superiores, desdobramentos esses que afetam as narrativas identitárias previamente construídas por e sobre cada sujeito. Em 2016, o termo “cancelamento” passou a ser amplamente utilizado para aludir a rupturas e invalidações de performances (POLIVANOV; CARRERA, 2019) na indústria do entretenimento estadunidense, cujo destaque se delineou em torno da palavra “*bitch*” a partir de um embate entre a estrela *pop* Taylor Swift e o *rapper* Kanye West. Embora ampla e corriqueiramente utilizado em língua inglesa, o vocábulo pode carregar intencionalidade e significado pejorativos de cunho sexista. Popularizado em 2017 em função de expor publicamente casos de violência sexual e comportamentos predatórios, o movimento *Me Too* é um dos poucos marcos de consenso associados à configuração das diferentes vertentes contemporâneas do fenômeno. Pouco após uma publicação do *The New York Times* com mais de 80 acusações contra o executivo Harvey Weinstein, a atriz Alyssa Milano sugeriu, em sua conta no *Twitter*, que todas as pessoas que tivessem sido sexualmente assediadas ou agredidas respondessem a seu tuíte com a *hashtag* #MeToo: em apenas 24 horas, meio milhão de sobreviventes se manifestaram. O *youtuber* branco Júlio Cocielo virou réu por injúria racial após associar um atleta negro a um arrastão na praia em 2018. A escritora J. K. Rowling, consagrada pela franquia Harry Potter, foi acusada de transfobia após sucessivos comentários preconceituosos sobre a comunidade transsexual em 2020. A influenciadora *fitness* Gabriela Pugliesi perdeu mais 100 mil seguidores e milhões de reais em contratos rompidos após gritar palavras de baixo calão reduzindo a importância da vida durante uma festa que infringia normas sanitárias impostas pela pandemia de Covid-19 em 2020. A *rapper* Karol Conká gerou expectativas de que, em uma sociedade na qual as vozes que normatizam condutas e relações de poder são brancas, masculinas, burguesas e heteronormativas, combateria opressões e seria subversiva no *Big Brother* Brasil 21 – com projeções não compactuadas, a cantora foi reduzida a seus erros e atacada pelo Tribunal da Internet. A lista de cresce a cada dia. Nesse cenário, identifica-se, aqui, os influenciadores digitais (TOMAZ, 2019) como figuras públicas que agregam capital social, sobretudo nas ambiências *online*, moldando estruturas sociais, estimulando comportamentos e formando opiniões. À medida que tais personas conquistam milhares de inscritos, tornam-se excelentes porta-vozes de empresas. Sinaliza-se, portanto, a possibilidade de um tipo de contato cada vez mais pessoalizado e segmentado com os consumidores, extremamente vantajoso para as empresas (KARHAWI, 2020). A partir de

uma perspectiva ampliada, esse recorte resulta de pesquisa previamente desenvolvida pelas autoras (GIUNTI; INOCÊNCIO, 2021), que se fundamentaram nas concepções goffmanianas sobre performances de si (GOFFMAN, 2009) para analisar a cultura do cancelamento pelo viés da ruptura de coerência expressiva e de fachadas, tendo em vista noções de hipervigilância, autenticidade e superexposição em SRSs. Cancelar tornou-se tão recorrente em espaços de interação e conversação em rede que passou a ser encarado como comportamento cultural – não se trata mais de um cenário possível e restrito a poucos, mas sim de uma certeza iminente que transforma qualquer ator social em potencial vítima. Ao evidenciar a cultura enquanto um conjunto de repertórios e valores compartilhados por um povo em seu cotidiano, Hall (2016) observa que esse denso complexo de práticas constituídas coletivamente pelas gerações, bem como seus intercâmbios de significados, é essencial para a estruturação de um senso comum, uma noção de pertencimento àquele grupo, a partir da qual se caracteriza determinado modo de vida comum a uma comunidade ou uma época. Em um cenário de expressividade e socialização possibilitado pela web 2.0, atores sociais se apropriam de SRSs para performar traços de suas personalidades ao passo que, concomitantemente, constroem suas identidades, um processo movido pelo que Sibilia (2008) chama de “imperativo da visibilidade”. Como consequência dessa necessidade pós-moderna de exposição pessoal, geram-se complexas interações que (des)constroem ou modificam laços, majoritariamente fracos, o que, por extensão, afeta as conexões em rede. Recuero (2009) defende que, junto a lógicas algorítmicas, esse processo também se entrelaça ao capital social referente aos valores de visibilidade, popularidade, autoridade e reputação, que são constantemente negociados e disputados. A partir de lógicas complexas que potencializam a replicação de conteúdo, a aproximação de comunidades e a interação em rede, os SRSs emergem como espaços de rápida mobilização coletiva e enfrentamento político, social e cultural. Articuladas a um contexto de fortalecimento de pautas sociais no ambiente digital, essas mobilizações em rede configuram-se como um caminho para romper com as estruturas de poder que tradicionalmente blindam agentes sociais privilegiados, no entanto, reproduzem paralelamente uma lógica punitivista que se fragiliza na medida em que podem estratificar ainda mais a sociedade, restringindo o livre debate ao invés de ampliá-lo. Ao tentar definir inocentes, culpados, punições e absolvições, os atores sociais se colocam na posição de corte suprema, formando uma espécie de tribunal da internet que, dotado de poder, tudo vê e julga. Com infinitos micropoderes invisíveis à espera de qualquer mínimo descuido, sustenta-se um estado

de vigilância constante, no qual os próprios interagentes monitoram, expõem, sancionam e disciplinam uns aos outros. É a partir dessa disciplina que o poder é utilizado como instrumento de controle onipresente (FOUCAULT, 1988).

PALAVRAS-CHAVE: cultura do cancelamento; redes sociais; memes; ativismo digital; influenciadores digitais.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, John. (Org.). **Handbook of theory and research for the sociology of education**. Nova York: Greenwood, 1985.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade:** a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

GIUNTI, Débora; INOCÊNCIO, Luana. Cultura do cancelamento e o tribunal da internet: rupturas de performances de Karol Conká no BBB21. In: **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: INTERCOM, 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3MvCzdH>>. Acesso em: 01 abr. 2022.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes, 2009.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. Puc. Rio, 2016.

HOFF, Tânia; TEIXEIRA, Lucas; OLIVEIRA, Adriana. Comida do futuro e cancelamentos no presente: disputas midiáticas no caso Paola Carosella. In: **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belém: 2020.

INOCÊNCIO, Luana; REBOUÇAS, Davi. Já que é pra tombar, TOMBEI!: cultura do cancelamento, o tribunal da internet e representação de marcas nos memes do “close errado” de Karol Conká no BBB 21. In: **Anais do VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Cotidiano**. Niterói: PPGMC UFF, 2021.

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora:** etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2020.

POLIVANOV, Beatriz; CARRERA, Fernanda. Rupturas performáticas em sites de redes sociais: um olhar sobre fissuras no processo de apresentação de si a partir de e para além de Goffman. In: **Revista InTexto**, v. 44, 2019, pp. 74-98.

PRIMO, Alex. **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer?** Youtubers, infância e celebridade. Salvador: Editora da UFBA, 2019.