

Cancelados, revogados e incanceláveis: a cultura do cancelamento na imprensa e nas redes sociodigitais*

Canceled, revoked and uncancellable: the culture of cancellation in the press and social-digital networks

Breno Rodrigo de Oliveira Alencar  

breno.alencar@ifpa.edu.br

Instituto Federal do Pará – IFPA

Paulo Victor da Silva Ribeiro  

paulo16_vsr@hotmail.com

Instituto Federal do Pará – IFPA

Wilma Beatriz da Cruz Alves  

wilmabia.alves@gmail.com

Instituto Federal do Pará – IFPA

Resumo

A cultura do cancelamento é uma expressão usada para se referir a uma forma de estigmatização social em que alguém é empurrado para fora dos círculos sociais ou profissionais devido a uma conduta considerada ofensiva pelos pares e pelo público em geral. Este artigo discute as características deste processo no ciberespaço a partir de uma pesquisa documental junto à imprensa e à rede sociodigital X entre os anos de 2018 e 2022. O objetivo foi demonstrar a presença de padrões e recorrências na prática do cancelamento contra personagens públicos sugerindo haver a existência de três tipologias principais: os cancelados, os revogados e os incanceláveis. Foram analisados 18 casos de cancelamento com grande repercussão na sociedade brasileira, dos quais 4 foram selecionados para indicar a existência destas tipologias. Os resultados alcançados indicam que a cultura do cancelamento, embora multifacetada, possui características próprias a cada tipo. De um modo geral, seus desdobramentos apontam para a relevância cultural e política do debate sobre o impacto das redes sociodigitais nos comportamentos sociais offline, uma vez que os resultados revelam a possibilidade de reação e manifestação da opinião públicas a práticas e discursos considerados moralmente ofensivos, em particular direcionados a grupos historicamente marginalizados e oprimidos.

Palavras-chave

cultura do cancelamento. imprensa. redes sociodigitais.


* Este artigo é reune uma parte dos resultados alcançados com a 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” financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) por meio do Edital nº 05/2022 – PIBICTI/PROPPG/IFPA/CNPq.

FLUXO DA SUBMISSÃO

Submissão do trabalho: 16/01/2024

Aprovação do trabalho: 18/04/2024

Publicação do trabalho: 14/05/2024

 10.46230/2674-8266-15-12395

COMO CITAR

ALENCAR, Breno Rodrigo de Oliveira; RIBEIRO, Paulo Victor da Silva; ALVES, Wilma Beatriz da Cruz. Cancelados, revogados e incanceláveis: a cultura do cancelamento na imprensa e nas redes sociodigitais. **Revista Linguagem em Foco**, v.15, n.3, 2024. p. 59-79. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/12395>.

Distribuído sob



Verificado com

Plagius
Detector de Plágio

Abstract

The culture of cancellation is an expression used to refer to a form of ostracism in which someone is removed from social or professional circles for their offensive conduct. This article discusses the characteristics of this process in cyberspace, based on a documentary survey of the press and the social-digital network X between 2018 and 2022. The objective was to demonstrate the presence of patterns and recurrences in the practice of cancellation against public figures, suggesting that there are three main types: canceled, revoked and uncancellable. A total of 18 cases of cancellation with major repercussions in Brazilian society were analyzed, of which 4 were selected to indicate the existence of these typologies. The results indicate that the culture of cancellation, although multifaceted, has characteristics specific to each type. In general, its implications point to the cultural and political relevance of the debate on the impact of socio-digital networks on offline social behaviour, since the results reveal the possibility of public reaction and expression of opinion to practices and discourses considered morally offensive, in particular to historically marginalized and oppressed groups.

Keywords

cancel culture. press. socio-digital networks.

Introdução

No mundo da internet, principalmente no terreno das redes sociais online ou sociodigitais, tem se tornado comum encontrar conteúdos que dizem respeito a uma pessoa que foi “cancelada”. A expressão tem relação com a chamada “cultura do cancelamento”, termo que se popularizou desde 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 um sujeito ou alguma prática para tornar sem efeito”. (DEMARTINI, 2019)

A ideia de cancelar alguém, contudo, tem origem em 2017 a partir do movimento #MeToo (#EuTambém, em português), campanha online encabeçada por celebridades hollywoodianas que reuniu testemunhos de mulheres vítimas de abuso sexual e de estupro praticadas pelo produtor Harvey Weinstein. Após a repercussão bem sucedida do movimento, que resultou na demissão de Weinstein de sua própria produtora, e conseguinte expulsão dele da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas dos EUA, além de sentenças judiciais que lhe renderam mais de 25 anos de prisão, o ato de *cancelar* começou a se espalhar para outros campos 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 da justiça social e da 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 artigo não busca realizar julgamentos de valor sobre o mérito de casos específicos de cancelamento, mas sim investigar os padrões que caracteri-

zam esse fenômeno sociodigital no ciberespaço, com foco especial na rede social X, anteriormente conhecida como Twitter. O objetivo principal é compreender e identificar os processos rituais que cercam as principais etapas da chamada "cultura do cancelamento" no ciberespaço, adotando uma perspectiva socioantropológica. Para alcançar os resultados apresentados neste trabalho, foram realizados dois levantamentos de natureza documental. A fim de aprofundar o debate sobre o conceito de cancelamento, reunimos e analisamos matérias publicadas em jornais online entre os anos de 2018 e 2021, com o objetivo de identificar, caracterizar e detalhar motivações e práticas do cancelamento em diferentes contextos culturais. Ao mesmo tempo, realizamos levantamento documental sobre a ocorrência de práticas do cancelamento divulgados pela imprensa brasileira (sites de notícias, jornais de grande circulação e programas televisivos e radiofônicos) que depois foram reunidos em um banco de dados utilizado com a finalidade de identificar os casos de maior repercussão. A identificação destas ocorrências teve como base os conteúdos relacionados às palavras-chaves "cultura do cancelamento", "cancelamento", "cancelar" e "cancelado" e a análise dos casos a partir das seguintes variáveis: indivíduo cancelado e seu status, período, origem e motivação do cancelamento.

Em um segundo momento, verificamos a repercussão destes casos na rede social X supracitada, (antigo Twitter) destacando aqueles com maior número de comentários, curtidas e retuïtes (PRETEAT; SILVA; TRISKA; SCHLENBURG, 2013). A escolha desta estratégia levou em conta o fato de que o conteúdo presente nesta rede social é limitado a 480 caracteres e possui rápida e fácil identificação por meio de palavras-chave, o que também favorece o processo de análise de conteúdo sugerido por Bardin (1994) conforme demonstrado por Haskell (2021) em seu estudo de caso sobre o cancelamento do ator norte-americano Kevin Spacey, acusado de assédio sexual em 2017, e por Domingos (2021) em sua abordagem sobre a relação dos influenciadores digitais com suas marcas ou patrocinadores após os prejuïzos financeiros causados pelo cancelamento.

Com base neste levantamento, realizamos a identificação, seleção e análise estatística e qualitativa de 18 casos de cancelamento que tiveram grande repercussão na mídia brasileira. A análise destes dados foi realizada com base na metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 1994) e netnográfica (KOZINETS, 2014). O objetivo foi identificar padrões e recorrências nos processos de cancelamento – contexto social e motivações, o tempo de exposição na imprensa e redes sociodigitais, considerando a data inicial e final das reações e comentários a seu respeito, e o número de menções – com vistas a produção de tipologias sociotéc-

nicas que foram categorizadas em cancelados, revogados e incanceláveis a partir de 4 casos emblemáticos.

A adoção desta metodologia teve como objetivo identificar a existência de fases ou etapas que caracterizam sequências ordenadas e processos padronizados de ocorrência do cancelamento analisando sua eficácia, consequência e temporalidade, avançando terreno, assim, sobre os chamados “rituais de mídia” ou “rituais mediatizados”, seja como “convenções e padrões de redes sociodigitais 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, MITCHELL, MÜNCH, 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).

Desejamos, com isso, repensar as noções presentes no senso comum e na própria academia sobre a cultura do cancelamento quando este reflete a complexidade e o 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 offline.

1 A cultura do cancelamento na imprensa e nas redes sociodigitais em geral

A cultura do cancelamento é um fenômeno contemporâneo que tem suscitado intensos e controversos debates nos âmbitos social, político e midiático que acabou por capturar 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 (ALENCAR *et al.*, 2022).

À medida em 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 artigo, examinou-se como a imprensa tem debatido o assunto em vários contextos e locais, revelando 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, em que 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.

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 ou manifestações contra medidas do próprio governo (JONES, 2022). 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. Exemplo disso foi o caso do ativista político e empresário asiático, Chen Qiushi, que durante os eventos relacionados aos protestos em Hong Kong em 2019-2020 e a pandemia da Covid-19, foi detido e silenciado pelas autoridades chinesas por supostamente espalhar informações falsas e perturbar a ordem social. 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 sociodigitais na disseminação desse fenômeno. Já no setor empresarial, especialmente no marketing de influência nas redes sociodigitais, 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 utilização de influenciadores pode influenciar positivamente ou negativamente a confiança do público em relação ao conteúdo de marca divulgado nas redes sociodigitais.

Na Índia, onde o cancelamento tem ganhando cada vez mais destaque,

1 Envergonhamento.

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 sociodigitais 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, 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 em prol de uma homogeneidade discursivo-ideológica das “bolhas” existentes nas redes sociodigitais. 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 e hegemonização discursiva como empobrecimento do diálogo e, conseqüentemente a monotetização de uma representação em ambientes mediatizados (MOTTA-ROTH; LOVATO, 2011; MOTTA-ROTH; SCHERER, 2012). 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 (2022), destaca como o Papa Fran-

cisco 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 sociodigitais 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 sociodigitais e na sociedade em geral. Concepções morais e de justiça social são uma dessas motivações. As redes sociodigitais 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; 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; 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, se-

xual 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 segmentos sociais organizados que celebram a diversidade de maneira positiva. A cultura do cancelamento na América 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.

2 A cultura do cancelamento no Brasil: análise de casos ocorridos no X (2018-2022)

O cancelamento se trata de um ataque à reputação que, diferentemente do “*shaming*” (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.

Com vistas a identificar os casos de cancelamento que mais repercutiram na imprensa e opinião pública brasileira entre os anos de 2021 e 2022, a pesquisa apresenta o resultado de um levantamento realizado a partir de banco de dados com informações extraídas do site *Google Trends* e da rede social X, a partir da análise realizada pela plataforma Buzzmonitor Trends², que resultou na identificação de 18 casos de cancelamento, dos quais 4 foram selecionados para este trabalho a fim de exemplificar a existência de três tipologias distintas de indivíduos. Os casos também foram escolhidos com base em critérios de relevância e representatividade, onde as variáveis observadas foram: a) indivíduos alvo do cancelamento segundo status social; b) período do cancelamento; c) plataforma de mídia na qual se originou o cancelamento; d) motivação; e e) o número de menções. Os dados obtidos são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 - Identificação das personalidades canceladas na rede social X 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 X
		Início	Fim			
1	Drauzio Varella (médico)	29/02/2020	17/03/2020	Programa de Televisão (Fantástico)	Abraçar detenta presa por estupro e assassinato de uma criança	Indisponível
2	Lilia Moritz Schawarcz (professora)	02/08/2020	07/08/2020	Jornal Impresso	Opinião a respeito da cantora norte-americana Beyoncé	Indisponível
3	Karol Conka (cantora)	30/01/2021	24/02/2021	Programa de Televisão (BBB)	Oprimir colega durante reality show	59.220
4	Maurício Souza (jogador)	25/10/2021	06/11/2021	Rede Social (Instagram)	Posicionamento homofóbico em relação a personagem da DC Comic	100.391

Fonte: Elaborada pelos autores.

2 Plataforma de monitoramento de mídias sociais que permite acompanhar, monitorar e analisar conversas e menções relacionadas a determinados tópicos nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram. Este recurso fornece históricos e insights sobre o engajamento do público, sentimentos associados a uma marca ou tópico, além de outras métricas relevantes. 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.

Em uma primeira análise dos dados, é possível notar que a maioria das personalidades canceladas são mulheres, que atuam no ramo do entretenimento como artistas, apresentadores ou influenciadores digitais. O tempo médio em que perdurou o cancelamento foi de 20 dias. Por sua vez, programas de televisão, principalmente o reality show *Big Brother Brasil*, e redes sociodigitais, em especial o Instagram e Youtube, são os principais contextos midiáticos em que se origina o cancelamento, cuja principal motivação revelou ser comportamentos e opiniões considerados negativos a respeito de temas relacionados a grupos sociais marginalizados ou vítimas de preconceito, discriminação e violência.

Uma observação mais detalhada destes casos, com base na análise quanti-qualitativa fornecida pela plataforma Buzzmonitor Trends, tornou possível a identificação de 3 tipos de cancelamento: a) um que se prolonga para além do período de maior exposição da pessoa cancelada e que atinge não só a vida online, mas também offline. A este tipo classificaremos como cancelável; b) outro que apesar de afetar a vida online e offline do cancelado é revertido em razão das causas do cancelamento reunirem motivações discriminatórias e/ou a conduta do indivíduo se ajustar às expectativas da opinião pública. Este tipo será classificado como revogado; e, por fim, c) aquele em que apesar da tentativa de cancelamento, a biografia ou conduta da personalidade goza de aprovação perante a opinião pública. Neste caso, o tipo identificado é classificado como incancelável.

Para cada um destes tipos, selecionamos um exemplo representativo de cancelamento, advertindo que mesmo ele é apenas uma ficção heurística com a qual, a partir do conceito de tipo ideal proposto por Weber (2012) o cientista social ordena uma série de aspectos recorrentes da realidade. Seguem abaixo as análises de quatro casos em que foi possível classificar os eventos a partir da identificação sugerida no parágrafo anterior.

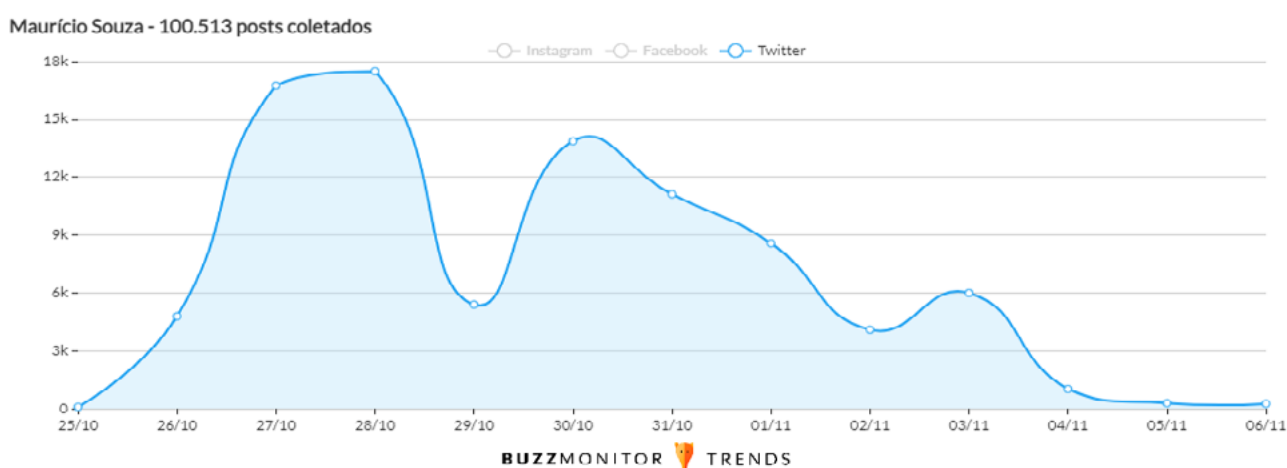
2.1 Maurício Souza: cancelável

Maurício Souza é ex-jogador de vôlei e medalhista olímpico pela Seleção Brasileira de Voleibol Masculino. Em 12 de outubro de 2021, ele publicou um *printscreen* 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 [sic]...”, comentou Maurício Souza, ao republicar a imagem do beijo gay do super-herói nos quadrinhos de divulgação da HQ.

O cancelamento repercutiu entre os dias 25 de outubro e 6 de novembro

de 2021. Neste período, diversas matérias na mídia repercutiram a polêmica e colegas de clube, entre eles Douglas Souza, rebateram o que consideraram se tratar de um comentário homofóbico. Em seguida, o Minas Clube, clube onde ele atuava, se manifestou em nota oficial defendendo a liberdade de seus atletas em se expressar livremente em suas redes sociodigitais. A nota impactou negativamente entre os patrocinadores do clube, como as empresas Fiat e Gerdau, que pressionaram por uma solução mais enérgica, o que levou ao afastamento temporário do atleta das atividades no clube. Segundo a matéria, o combinado era que o atleta se retratasse para ser integrado ao evento. Maurício, então, resolveu publicar uma postagem em sua conta no X, que possuía apenas 60 seguidores, ao passo que no Instagram, onde sua publicação com teor homofóbico repercutiu, ele possuía 249 mil seguidores. Em função da atitude do atleta, o Minas Clube decidiu pela sua demissão nos dias seguintes.

Imagem 1 - período do cancelamento de Maurício Souza.



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Os tweets que mais repercutiram sobre o boicote de Maurício Souza no período analisado foram:

1. “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 X, @TonyStarkMeta, obteve 487 retweets, 11 comentários e 2.856 curtidas).
2. “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).

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

Além disso, observamos que a principal rede social utilizada para cancelar Maurício Souza foi o X (89,21% dos posts), nas quais 76,14% das publicações foram negativas, o que demonstrou um alto índice de cancelamento.

Contudo, embora as consequências profissionais para Maurício tenham sido negativas, ele recebeu apoio do ex-presidente Jair Bolsonaro e de seus filhos e viu o número de seguidores em suas redes sociodigitais se ampliar o que o levou a disputar as eleições gerais de 2022 e ser eleito deputado federal com 83.396 votos³. Isso não o impediu de seguir sofrendo cancelamento nas redes sociodigitais devido sua postura conservadora e em alguns casos preconceituosa, fruto do alinhamento político-ideológico com a direita e extrema direita⁴.

2.2 Karol Conká: revogada

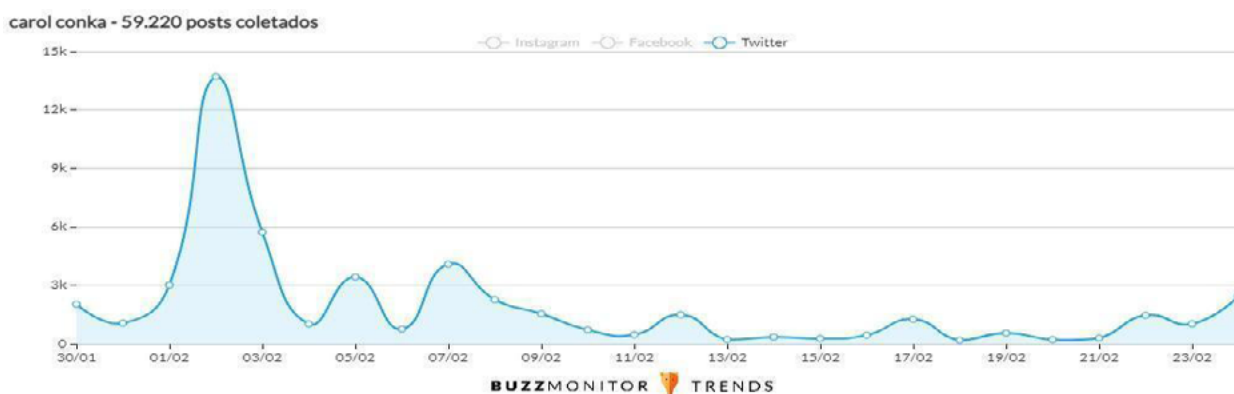
Karoline dos Santos Oliveira, mais conhecida como Karol Conká, é uma rapper, modelo e apresentadora, que ficou conhecida nacionalmente por falar em suas músicas sobre pautas sociais, como o direito das mulheres negras, feminismo e etc.

3 Aqui está um desdobramento importante: Maurício foi cancelado virtualmente, mas foi eleito politicamente a um cargo representativo.

4 A posição político-ideológico não é a única causa que justifica este tipo de cancelamento. O comportamento associado com estilos de vida ou estereótipos classificados pela opinião pública como negativos ou reprováveis também geram reações imediatas com consequências pessoais e profissionais. O cantor e compositor Mc Gui viu a venda de seus produtos e shows serem cancelados em virtude da acusação de praticar bullying contra Jully Collen, criança norte-americana que estava fazendo quimioterapia para o tratamento de uma leucemia e passeava pelo Parque da Disney fantasiada de personagem de desenho animado. A influenciadora Gabriela Pugliese perdeu R\$ 3 milhões em contratos após promover uma festa para amigos em sua casa em São Paulo em meio à pandemia de coronavírus em 2020. A cantora e influenciadora digital Luísa Sonza é alvo frequente de cancelamento, que vai desde sua aparência física e estilo musical até o término do casamento com o humorista Whindersson Nunes. Outro caso emblemático é o da influenciadora digital e atriz Jade Picon que revelou ser a personalidade cujo cancelamento teve o maior período de duração durante a pesquisa (187 dias), com início no reality show Big Brother Brasil, onde seu comportamento fora considerado elitista, e persistindo durante toda a novela Travessia, exibida pela TV Globo, ocasião em que pertencia ao elenco principal e sua inexperiência em dramaturgia fora duramente questionada.

Karol participou do reality Big Brother Brasil 2021, exibido pela TV Globo, em que integrava o grupo “camarote”. As reações ao seu comportamento começaram quando passou a ser acusada de violência psicológica contra alguns participantes, em específico o músico Lucas Pentead. No X, a cantora apareceu nos *trending topics* entre os dias 30 de janeiro a 24 de fevereiro de 2021, onde além de críticas, também recebeu diversas ofensas racistas e foi ameaçada de morte por sua conduta no programa.

Imagem 2 - Período do cancelamento de Karol Conká.



Fonte: Buzzmonitor Trends.

Os tweets que mais repercutiram sobre o cancelamento de Karol Conka 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).
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).
3. “NÃO DIVIDAM VOTOS FOCO NA REJEIÇÃO MÁXIMA DA KAROL” (publicado por @viniciusmoura, alcançou 286 comentários, 66 mil retweets e 183,9 mil curtidas).

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

seja, embora estivesse sofrendo um processo de críticas ao seu comportamento dentro do reality show, os posicionamentos favoráveis à rapper eram superiores durante todo o período em que sofreu cancelamento.

Como consequência do cancelamento virtual, Karol Conká foi eliminada do reality show com 99,17% de rejeição, um recorde do programa e um prejuízo para sua imagem, ocasionando perdas de contratos publicitários, cancelamento de participação em festivais e a suspensão de programa de TV que apresentava. Já no âmbito pessoal, a cantora sofreu com problemas de depressão e cogitou suicídio (Observatório dos Famosos, 2023, online).

Apesar das consequências negativas, o documentário *A Vida Depois do Tombo*, que narra a trajetória da cantora em sua vida após a eliminação no programa, foi lançado poucos meses depois. Na sequência, Conká lança um single, que foi considerado um sucesso comercial, e uma série para TV, que em sua primeira temporada abordou o tema da saúde mental. Tudo isso rendeu a Conká o título de personalidade brasileira mais pesquisada no Google no ano de 2021, demonstrando que, apesar de inicialmente ser alvo de cancelamento por sua conduta reprovável em um reality show, a indústria cultural da qual ela fazia parte tratou de reverter sua imagem negativa. Os dados coletados também demonstraram que o teor preconceituoso e discriminatório presente em boa parte das críticas dirigidas à artista reduziram a eficácia do cancelamento. Este mesmo processo também pode ser observado nos casos envolvendo os influenciadores digitais Felipe Neto, Bianca Andrade e Rita Von Hunty, a psicóloga Lumena Aleluia e os cantores Nego do Borel e Rodolffo Rios.

2.3 Drauzio Varella e Lília Schwarcz: incanceláveis

No dia 1º de março de 2020, o Fantástico, programa de televisão da TV Globo, exibiu um quadro sobre mulheres trans que cumprem prisão no sistema penitenciário do Estado de São Paulo. O quadro foi conduzido pelo médico cancerologista Drauzio Varella, conhecido nacionalmente por divulgar informações sobre saúde e por ser voluntário no sistema penitenciário desde 1989, conforme retratado no livro *Estação Carandiru* e no filme *Carandiru*, dirigido por Hector Babenco. Na reportagem acima, uma das entrevistadas era Suzy Oliveira, cujo relato emocionado de abandono familiar levou Drauzio Varella a abraçá-la, fato que comoveu o país e se tornou o assunto mais comentado nos dias seguintes. O médico, contudo desconhecia o fato de que a detenta, segundo revelado pela Secretaria de Administração Penitenciária do Estado de São Paulo, estaria cumprim-

do pena por estupro de um menor de 14 anos seguido de homicídio da vítima, o que alimentou severas críticas atitude do médico que teria ignorado a gravidade do crime cometido por Suzy.

Na contramão das críticas vorazes que foram vistas após o ocorrido, seguidores e pessoas públicas reagiram ao cancelamento do cancerologista, alegando que o intuito do quadro apresentado não era divulgar os crimes cometidos pelas entrevistadas, mas mostrar as situações desumanas que elas enfrentavam. Drauzio também se pronunciou nas redes sociodigitais, dizendo “[...] *Sou médico, não juiz*”. No X, apesar da repercussão, a tentativa de cancelamento de Drauzio não tomou grandes proporções, uma vez que ao lado de tuítes críticos a sua postura, um grande número de manifestações positivas acabaram por abafá-los. Além disso, Drauzio não sofreu impactos diretos do cancelamento sociodigital em sua vida pessoal e/ou profissional, uma vez que continuou exibindo o quadro e mantendo sua agenda profissional nos meses seguintes.

Outra tentativa de cancelamento que também fracassou, foi o caso da antropóloga e historiadora Lilia Katri Moritz Schwarcz, que, em 02 de agosto de 2020, publicou uma resenha sobre o filme *Black is King*, protagonizado pela cantora estadunidense Beyoncé: “Filme de Beyoncé erra ao glamourizar negritude com estampa de oncinha”, no Jornal Folha de São Paulo, e foi alvo de duras críticas por parte de influenciadores e membros do movimento negro e da comunidade científica. Com o objetivo de desautorizar as colocações de Schwarcz, cujas pesquisas e escritos versam sobre temas relacionadas à formação social brasileira e sua relação com as questões raciais, seus detratores alegavam, através de comentários e, posteriormente, em publicações na imprensa, que a pesquisadora não teria lugar de fala, e nesse sentido, experiência pessoal e vivências que influenciariam e legitimariam sua capacidade de discutir e compreender determinados temas.

Nesse contexto, Schwarcz teoricamente não teria a perspectiva adequada para julgar como Beyoncé deveria retratar a sua própria história enquanto mulher negra, nem para criticar os estereótipos africanos retratados na produção. O fato de Lilia Schwarcz ter assinado, em 2006, o manifesto “Todos têm direitos iguais na República Democrática”⁵, em que os signatários eram, contra o modelo de cotas raciais proposto pelo Governo Federal, também foi lembrado pelos usuários que denunciaram o histórico “racista” da autora. Notando a repercussão negativa de seu texto, Schwarcz fez uma publicação em seu perfil no Instagram

5 Folha de S. Paulo. “Confira a íntegra dos manifestos contra e a favor das cotas”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/foalha/educacao/ult305u18773.shtml>. Acesso em: 04 fev. 2024.

citando a importância do diálogo, do convívio entre opiniões divergentes sobre os mais variados temas e fez um pedido de desculpas público pela primeira vez sobre o tema.

Mesmo assim, ela foi alvo de cancelamento entre os dias 2 e 8 de agosto de 2020 e, apesar das críticas, Lília também recebeu apoio publicamente de seguidores e de seus pares, como o Professor Wilson Gomes (UFBA). Este escreveu em um artigo na mesma Folha de São Paulo, chamando atenção para o fato do cancelamento sofrido pela pesquisadora refletir uma disputa pelo monopólio do “mercado epistêmico” relativo à questão racial. A pesquisadora Maria Rita Kehl também se pronunciou sobre o caso em um artigo intitulado “Lugar de cale-se!”

O pedido de desculpas e a disposição para o diálogo, demonstrado pelo retorno ao tema com certa regularidade em suas redes sociodigitais e também em escritos posteriores em outros espaços, parecem ter freado o processo de cancelamento de Schwarcz que seguiu com sua produção acadêmica e atuação pública.

Considerações finais

O cancelamento, expressão que ganhou destaque nos últimos anos, revela uma dinâmica complexa de ostracismo social em resposta a comportamentos considerados inadequados para determinados grupos ou pela opinião pública. No entanto, ao analisar os casos específicos que ocorreram entre 2018 e 2022 no Brasil, fica evidente a profundidade e amplitude dessas situações, apesar da pouca temporalidade dos eventos e dos ritos de cancelamento. Os desdobramentos dos casos analisados demonstram que existe uma interseção cada vez mais simbiótica entre as mídias tradicionais, a política, as redes sociodigitais e a opinião pública. A reinvenção da imagem dos indivíduos cancelados por meio de documentários, programas e produções culturais destaca a fluidez e a volatilidade das narrativas que circundam o cancelamento.

As redes sociodigitais, como palco principal dessas dinâmicas, refletem tanto o poder de mobilização quanto a fragilidade das respostas coletivas. O volume de interações, positivas ou negativas, demonstra a influência dessas plataformas na propagação e na disseminação das narrativas que permitiram ou re-frearam o cancelamento. Além disso, a interseção entre cancelamento, defesa e os respectivos posicionamentos políticos se destaca, como evidenciado em casos como o de Maurício Souza. A polarização ideológica pode influenciar não apenas a extensão do cancelamento, mas também sua transmutação em capital políti-

co, ampliando o debate sobre a instrumentalização desses episódios.

O cancelamento, embora possa ser uma forma de responsabilização social, levanta questões éticas e morais. A ponderação entre a repreensão por atitudes nocivas e o potencial cerceamento da liberdade de expressão é um dos dilemas centrais nessa discussão, exigindo uma análise crítica e cuidadosa dos limites dessa prática. Nesse sentido, é fundamental promover a educação digital e a conscientização sobre os impactos das interações acerca de algumas postagens dentro das redes sociodigitais. O debate sobre o papel de mediação das plataformas, o compartilhamento responsável de informações e o engajamento crítico com o conteúdo veiculado são aspectos cruciais para uma convivência digital mais saudável e informada.

O cancelamento é multifacetado e revela a dinâmica fluida das relações sociais contemporâneas. O estudo desses casos não apenas forneceu uma compreensão mais profunda dessa prática, mas também destaca a importância de avaliar suas implicações éticas, políticas e culturais, bem como a necessidade de um diálogo aberto sobre as formas de responsabilização social em um mundo interconectado e digitalizado. A prática do cancelamento nas mídias sociais online vai além das narrativas individuais, exigindo uma reflexão mais ampla sobre as estruturas que o permeiam, convidando-nos a compreender não apenas o modo como percebemos os erros individuais, mas também como construímos e reconfiguramos as normas sociais em um contexto vez mais virtual e interligado.

As categorias emergentes do cancelamento – o cancelado, o incancelável e o revogável – revelam a dinâmica complexa por trás das interações sociais contemporâneas e da influência das redes sociodigitais na construção e desconstrução das reputações individuais. O cancelamento, muitas vezes exposto a uma série de consequências negativas que impactam sua vida pessoal e profissional, reflete a eficácia do cancelamento em seu sentido mais direto. Contudo, essa manifestação também apresenta facetas diversas, demonstrando que o cancelamento pode ser revertido, como no caso de Maurício Souza, que viu sua imagem ser transformada em capital político como contraponto ao engajamento realizado por alguns segmentos sociodigitais. Por outro lado, o incancelável, representado por figuras como Drauzio Varella e Lilia Schwarcz, sugere uma resiliência frente às tentativas de cancelamento. Esses indivíduos, devido à sua relevância social, à revisão dos posicionamentos críticos e/ou apoio de determinados grupos, resistiram às pressões do cancelamento, mantendo sua posição e comentários, apesar das críticas iniciais.

E, por fim, os sujeitos revogados evidenciam a volatilidade do cancela-

mento. Figuras como Karol Conká, inicialmente canceladas por condutas reprováveis, puderam reverter parte das críticas e se reconstruir na esfera pública por meio de produções culturais que ajudaram a reverter sua imagem negativa. Assim, a análise dessas categorias não apenas nos leva a compreender a diversidade de experiências e desdobramentos do cancelamento, mas também ressalta a importância de considerar a mutabilidade das percepções sociais e das oportunidades de redenção. O cancelamento, nesse sentido, não é um fim absoluto, mas um processo dinâmico permeado por nuances e possibilidades de transformação e ressignificação. É nesse contexto que o diálogo sobre a ética, o poder das redes sociodigitais e a responsabilidade social se torna ainda mais premente para uma convivência virtual e social mais saudável e inclusiva.

A compreensão e a reflexão contínua sobre as nuances do cancelamento são cruciais para uma sociedade mais informada, ética e empática, capaz de lidar com as repercussões das interações digitais na esfera pública e no tecido social como um todo. Este estudo nos lembra da complexidade e da fluidez das relações humanas e da necessidade de um olhar crítico e contextualizado diante dessas características contemporâneas.

Referências

A Vida Depois do Tombo. Direção: Patrícia Carvalho e Patricia Cupello. Produção de Estúdios Globo [S. L.]: Globoplay, 2021. (35 min).

ALENCAR, B. R. O.; RIBEIRO, P. V. S.; VEIGA, A. B. M.; SOUZA, A. C. R.; ALVES, W. B. C. **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**. 2022. 10 f. Projeto de Pesquisa. EDITAL n. 05/2022 – PIBICTI/PROPPG/IFPA/CNPq, Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Do Pará – IFPA, Belém, 2022. Disponível em: <https://nupecifpa.com/andamento/>. Acesso em: 13 fev. 2024.

ANIL, P. The rise of Indian cancel culture. **The Spectator**, Londres, 20 nov. 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**, São Francisco, 17 jul. 2020. Disponível em: <https://medium.com/rebel-wisdom/sleeping-woke-cancel-culture-and-simulated-religion-5f96af2cc107>. Acesso em: 23 mar. 2022.

BRAGHIROLI, S. Cancel culture: the road to obscurantism. **New Europe**, 2021. Nova Europa. Disponível em: <https://www.neweurope.eu/article/cancel-culture-the-road-to-obscurantism/>. Acesso em: 06 jul. 2023.

- BURGESS, J.; MITCHELL, P.; MÜNCH, F. V. Social media rituals: The uses of celebrity death in digital culture. *In*: PAPACHARISSI, Z. (Org.). **A networked self and birth, life, death**. London: Routledge, 2018. p. 224-239.
- BOILAIT, E. La cancelar cultura fabrique-t-elle une génération d'ignorants?. **Le Figaro Vox**, Paris, 31 ago. 2022. Disponível em: <https://www.lefigaro.fr/vox/culture/la-cancel-culture-fabrique-t-elle-une-generation-d-ignorants-20220831>. Acesso em: 06 jul. 2023.
- COTTLE, S. Mediatized rituals: beyond manufacturing consent. **Media, Culture & Society**, [S.L.], v. 28, n. 3, p. 411-432, mai. 2006. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0163443706062910>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443706062910>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- DEMARTINI, F. A “cultura de cancelamento” foi eleita como termo do ano em 2019. **Canaltech**, São Paulo, 02 dez. 2019. Disponível em <https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-cultura-de-cancelamento-foi-eleita-como-termo-do-ano-em-2019-156809/>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- 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**. 2021. 275 f. Dissertação (Mestrado em Publicidade e Marketing) - Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/14250>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- FAIRBANKS, E. Why Wasn't I Cancelled? **The Atlantic**, Washington, D.C., 24 out. 2022. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/10/fear-cancel-culture-free-speech/671828/>. Acesso em: 09 jul. 2023.
- FERRARESI, M. Cancel Culture Comes to France. **The Wall Street Journal**, Nova York, 6 fev. 2020. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/cancel-culture-comes-to-france-11581004454>. Acesso em: 09 jul. 2023.
- GOMES, W. O cancelamento da antropóloga branca e a pauta identitária. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 11 ago. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/08/o-cancelamento-da-antropologa-branca-e-a-pauta-identitaria.shtml>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- HASKELL, S. **Cancel Culture: A Qualitative Analysis of the Social Media Practice of Canceling**. 2021. 120 f. Dissertação (Mestrado em Artes em Comunicação) - Boise State University, Boise, 2021. Disponível em: <https://scholarworks.boisestate.edu/td/1851/>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- JONES, J. China's Extreme Cancel Culture and Increasingly Hostile Online Environment. **The China Story**, Camberra, 14 jun. 2022. Disponível em: <https://www.thechinastory.org/chinas-extreme-cancel-culture-and-increasingly-hostile-online-environment/>. Acesso em: 05 abr. 2023.
- OBSERVATÓRIO dos famosos. Karol Conká pensou em tirar a própria vida após rejeição no BBB 21. **Correio Braziliense**, Brasília, 09 mar. 2023. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2023/03/5079133-karol-conka-pensou-em-tirar-a-propria-vida-apos-rejeicao-no-bbb-21.html>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- KEHL, M. R. Lugar de “cale-se”!. *In*: **Combate Racismo Ambiental**, [S.L.], 11 ago. 2020. Disponível em: <https://racismoambiental.net.br/2020/08/11/lugar-de-cale-se-por-maria-rita-kehl/>. Acesso em: 06 jul. 2023.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. São Paulo: Penso Editora, 2014.
- LIDLAW, E. B. Online Shaming and the Right to Privacy. **Laws**, [S.L.], v. 6, n. 1, p. 3, 2017. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2075-471X/6/1/3>. Acesso em: 13 fev. 2024.

LEE, A. Cancel culture in Asia. In: **Durham Pro Bono Blog**, [S. L.], 25 jun. 2021. Disponível em: <https://www.durhamprobonoblog.co.uk/post/cancel-culture-in-asia>. Acesso em: 20 jan. 2023.

LONDOÑO, D. R. **La cultura de la cancelación, ¿justicia pública o límite del derecho de expresión?**. EAN - Escuela de Administración de Negocios. Bogotá, 2022. 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.

LOU, C.; YUAN, S. Influencer Marketing: How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media. **Journal Of Interactive Advertising**, [S. L.], v. 19, n. 1, p. 58-73, 2019. <http://dx.doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15252019.2018.1533501>. Acesso em: 09 jul. 2023.

MOLINERO, B.; PASSOS, Ú. Boicotes virtuais se descolam de atos concretos e alimentam a intolerância, **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 30 dez. 2019. 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.

MOTTA-ROTH, D.; LOVATO, C. dos S. O poder hegemônico da ciência no discurso de popularização da ciência. **Calidoscópico**, São Leopoldo, v. 9, n. 3, p. 251-268, set./ dez. 2011.
MOTTA-ROTH, D.; SCHERER, A. S. Expansão e contração dialógica na mídia: intertextualidade entre ciência, educação e jornalismo. **DELTA**, São Paulo, v. 28, n. spe, 2012.

MUIR, S. R.; ROBERTS, L. D.; SHERIDAN, L. P. The portrayal of online shaming in contemporary online news media: a media framing analysis. **Computers In Human Behavior Reports**, [S. L.], v. 3, p. 01-12, jan. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958820300518?via%3Dihub>. Acesso em: 13 fev. 2024.

PEÑA, K. I. C.; CABARCAS, C. A. J. A cultura do cancelamento nas redes sociais: uma re-provação perigosa e injusta à luz dos princípios do direito penal. **Revista Chilena de Derecho y Tecnología**, [SL], v. 10, n. 2, p. 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. **Travessias**, Cascavel, v. 6, n. 3, 2013. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/7197>. Acesso em: 13 fev. 2024.

RAZZALL, K. ¿Está la "cultura de la cancelación" acabando con el humor?. **BBC News Mundo**, Londres, 07 jan. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59781709>. Acesso em: 05 jul. 2023.

SCHWARCZ, L. M. Filme de Beyoncé erra ao glamourizar negritude com estampa de oncinha. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 2 ago. 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.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva, vol.1. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

WESTENDARP, L. Pope Francis hits out at 'cancel culture'. **Politico**, Arlington, 10 jan. 2022. Disponível em: <https://www.politico.eu/article/pope-francis-cancel-culture-vatican-holy-see/>. Acesso em: 06 jul. 2023.

YANG, B. China's Nationalist Cancel Culture. **The Diplomat**, Tóquio, 5 set. 2021. Disponível em: <https://thediplomat.com/2021/09/chinas-nationalist-cancel-culture/>. Acesso em: 23 jan. 2023.

Sobre os autores

Breno Rodrigo de Oliveira Alencar - Doutor(a) em Sociologia e Antropologia. Professor(a) do Curso de Licenciatura em História do Instituto Federal do Pará (IFPA); Belém-PA; E-mail: breno.alencar@ifpa.edu.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4896717603786046>. OrcID: <https://orcid.org/0000-0002-1194-8986>

Paulo Victor da Silva Ribeiro - Pós-Graduando em Saberes, Linguagens e Práticas Educacionais na Amazônia (IFPA). Graduando em Letras - Língua Portuguesa (IFPA). Bacharel em Direito (ESMAC); Belém-PA; E-mail: paulo16_vsr@hotmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6995109262963779>. OrcID: <https://orcid.org/0000-0002-5841-4500>.

Wilma Beatriz da Cruz Alves - Graduanda em Terapia Ocupacional. Universidade da Amazônia (UNAMA); Técnicas em Desenvolvimento de Sistemas, Instituto Federal do Pará (IFPA); Belém-PA; E-mail: wilmabia.alves@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9680837544157418>. OrcID: <https://orcid.org/0009-0006-7567-5952>