

CANCELAMENTO: EM BUSCA DE UMA DEFINIÇÃO SOCIOCULTURAL

Cancellation: in search of a sociocultural definition

Cancelación: en busca de una definición sociocultural



artigo

Luiz Henrique Silva de Castro

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela mesma universidade.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7657-5095>

E-mail: luizhenriquescastro@gmail.com

Guilherme Barbacovi Libardi

Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, Brasil

Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Doutor e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6502-7285>

E-mail: gblibardi@gmail.com

RESUMO Partindo da popularização do debate em torno da cultura do cancelamento nas ambiências digitais e nos espaços da mídia tradicional, este artigo tem como objetivo discutir sobre a dimensão cultural do cancelamento. Nos interrogamos se as ações que caracterizam um cancelamento, em conjunto, podem caracterizar, de fato, uma cultura. Para tanto, por meio de pesquisas bibliográficas e documentais, apresentamos algumas conceituações e reflexões recentes acerca da cultura do cancelamento para, em seguida, avaliarmos este objeto desde uma abordagem sociocultural. Concluímos que o cancelamento não possui espessura suficiente para ser nomeado como cultura, mas, sim, como uma prática cultural caracterizada por táticas de resistência e negociação.

PALAVRAS-CHAVE Cultura do cancelamento, Estudos culturais, Consumo

ABSTRACT Based on the popularization of the debate around the cancel culture in digital environments and traditional media spaces, this study aims to discuss the cultural dimension of cancellation by questioning whether the actions that characterize a cancellation can indeed collectively constitute a culture. For this, by a bibliographic and documentary research, this study describes some recent conceptualizations and reflections on cancel culture to then evaluate this phenomenon based on a sociocultural approach. We conclude that cancellation lacks sufficient depth to be named as culture, configuring a cultural practice characterized by tactics of resistance and negotiation.

KEYWORDS Cancel culture, Cultural studies, Consumption.

RESUMEN A partir de la popularización del debate en torno a la cultura de la cancelación en el entorno digital y en los espacios de los medios de comunicación tradicionales, este artículo tiene como objetivo discutir la dimensión cultural de la cancelación. Nos preguntamos si las acciones que caracterizan la cancelación, en conjunto, pueden realmente constituir una cultura. Para ello, utilizamos investigaciones bibliográficas

Como citar este artigo:

CASTRO, L. H. S. de; LIBARDI, G. B. Cancelamento: em busca de uma definição sociocultural. *Signos do Consumo*, São Paulo, v 16, n. 1, p. 1-14, jan./jun. 2024.

Submetido: 30 abr. 2024

Aprovado: 25 jun. 2024

y documentales para presentar algunas conceptualizaciones y reflexiones recientes sobre la cultura de la cancelación, y luego evaluamos este fenómeno desde un enfoque sociocultural. Concluimos que la cancelación no dispone de suficiente profundidad para nombrarse como cultura, sino más bien como una práctica cultural caracterizada por tácticas de resistencia y negociación.

PALABRAS-CLAVE Cultura de la cancelación, Estudios culturales, Consumo

INTRODUÇÃO

Este texto tem como objetivo discutir a cultura do cancelamento desde um ponto de vista sociocultural. Portanto, trata-se de uma discussão que toma o referido fenômeno como objeto teórico, o que implica a retirada deste dos discursos do senso comum. Nas palavras de Lopes (2014, p. 128), significa que “os ‘fatos’¹ não devem se impor absolutamente como verdade – como se impõem nas práticas sociais correntes – e deve-se fazer um esforço para objetivá-las, isto é, colocar os fatos em seu lugar teórico [...]”. Portanto, como dissemos, realizamos este exercício a partir de uma posição teórica vinculada à abordagem sociocultural, o que remete ao compromisso de nos debruçarmos sobre a cultura do cancelamento sem abrir mão de problematizações que levem em consideração a sua inserção social e cultural, privilegiando sobretudo o lugar do sujeito nesse processo. Inspirados por essa abordagem, nos filiamos aos Estudos Culturais como matriz epistemológica para construir as considerações acerca do nosso objeto:

Os estudos culturais se preocupam com práticas, instituições e sistemas de classificação que permitem que uma população adquira valores, crenças, competências [...]. Além disso, os estudos culturais buscam desenvolver formas de pensar sobre cultura e poder que possam ser utilizadas por agentes na busca por mudanças. (Barker, 2004, p. 43, tradução nossa)

Antes de adentrarmos nossas reflexões, cabe apresentar sumariamente a maneira como a cultura do cancelamento ocorre no mundo social. A título de exemplo, podemos citar o cancelamento da rapper Karol Conká, recorde absoluto de rejeição na vigésima primeira edição do reality-show *Big Brother Brasil*, com 99,17% dos votos (Padilha, 2021). Durante sua participação no programa, os acontecimentos e falas da artista eram frequentemente replicados nas mídias sociais por meio de clipes do *pay-per-view* do reality-show, transmitidos em tempo real pelo serviço de streaming Globoplay, muitas vezes sem o devido contexto das interações. Paralelamente, os episódios controversos de Karol eram destacados nas transmissões ao vivo do programa, alcançando um vasto público. Desde pessoas anônimas nas redes sociais digitais, até perfis de “fofocas” e veículos da imprensa tradicional repercutiam o seu “mal comportamento” na casa, celebrando o suposto declínio da carreira de Karol Conká (Putti, 2021). Como resultado, programas de TV e organizadores de festivais musicais rescindiram contratos e participações da artista, buscando distanciar-se da imagem negativa associada a ela (Festival Rock the Mountain..., 2021; Festival Rec-Beat..., 2021). Portanto, de um lado, as decisões empresariais isolaram a rapper de oportunidades de trabalho,

1. No nosso caso, as ações de cancelamento.

enquanto, de outro, a audiência se entretinha com o clima de hostilidade direcionado à artista.

Ela foi apelidada de “*Jaque Patombá*” pelos internautas, uma tática utilizada para evitar mencionar seu nome nas mídias sociais. O apelido é uma alusão ao seu maior sucesso musical, “Tombei”. Uma conta no Instagram foi criada com essa referência, visando superar o número de seguidores da cantora, que na época era de 1,3 milhões, com a descrição de ser “[...] o maior mutirão já realizado do BBB” e o nome de usuário @rejeicaodakarol, o perfil rapidamente acumulou 2 milhões de seguidores em menos de um mês.



Figura 1. Perfil Instagram “Jaque Patombá”.
Fonte: Cancelamento... (2021).

Além de enfrentar comentários odiosos e racistas nas redes sociais, Karol Conká viu pessoas próximas a ela, incluindo produtores musicais, funcionários e familiares, serem alvo de ameaças. A rapper emergiu como a principal antagonista dessa edição e, após sua eliminação, enfrentou um ambiente hostil e complexo que impactou além de sua trajetória profissional.

Apesar de ser um fenômeno cada vez mais recorrente, as discussões acerca do cancelamento ainda são escassas no Brasil. Em âmbito nacional, foram encontrados apenas 13 trabalhos registrados na Biblioteca de Teses e Dissertações da CAPES² sobre o tema. Realizamos a pesquisa no repositório sem um recorte temporal específico, a fim de identificar a maior quantidade possível de trabalhos.

A primeira busca foi por meio da palavra “cancelamento”, resultando em um total de 833 trabalhos. Em seguida, filtramos por área de conhecimento, considerando que grande parte dos trabalhos que utilizavam o termo estavam ligados à engenharia, economia e áreas correlatas, sem relação com o fenômeno. As áreas de conhecimento selecionadas foram: a) ciências sociais aplicadas; b) linguística, letras e artes; c) ciências humanas; e d) multidisciplinares. Com esse filtro, obtivemos um corpus de 150 trabalhos. Na segunda busca, utilizamos os operadores booleanos com o AND, “cultura” AND “cancelamento”, e encontramos 53 trabalhos. Durante a coleta, fizemos a leitura dos títulos e resumos de todas as pesquisas e, a partir disso, filtramos aquelas que, de fato, debruçavam-se sobre o tema. No Quadro 1 aponta-se como esta pesquisa se conecta com esse contexto.

2. Plataforma digital que tem como principal intuito facilitar o acesso a informações sobre teses e dissertações defendidas junto a programas de pós-graduação do país. O Banco de Teses faz parte do Portal de Periódicos da Capes/MEC.

AUTOR	IES	ÁREA	TÍTULO	TIPO
Elisandra Pereira	UNESP	Educação	Educação profissional e racismo: Descobrimos a influência da cultura do cancelamento através da pedagogia histórico-crítica	Dissertação
Tadeu de Oliveira Silva	UFRN	Ciências Sociais	Linchamentos virtuais e cultura do cancelamento: os casos Patrícia Campos Mello e Lilia Schwarcz	Dissertação
Iure Cesar Meirelles Martins de Oliveira	Estácio	Direito	O fenômeno do cancelamento pela ótica da liberdade de expressão	Dissertação
Kaique de Souza Mancoso	UFC	Comunicação	Cancelar ou não cancelar, eis a questão: uma análise das características da cultura do cancelamento através do julgamento de celebridades no twitter	Dissertação
Eduardo Madella Mendes Silva	UFRJ	Administração	Quando o like vira ódio: o massacre das marcas humanas na cultura do cancelamento	Dissertação
Carolina Oliveira Grossini	UFRGS	Administração	“Cancelamento” virtual: o boca a boca negativo e a intenção de boicote’	Dissertação
Tamires de Assis Lima Martins	UNESP	Educação	A “cultura do cancelamento” como tema de sociologia no ensino médio’	Dissertação
Camila da Silva Schmitt	UDESC	Administração	Cancelamento: veneno ou remédio? a dose ideal para a marca pessoal de infoprodutores	Tese
Rafaela de Carvalho Tabasnik	Unisinos	Comunicação	“O Brasil tá vendo”: os enquadramentos sobre a cultura do cancelamento nas relações performáticas entre o Big Brother Brasil 21 e as audiências do Twitter’	Dissertação

AUTOR	IES	ÁREA	TÍTULO	TIPO
Kely Priscila Barbosa Ramos	ESPM	Comunicação	Conflitos discursivos e seu consumo na cultura do cancelamento: O caso Karol Conká	Dissertação
Ana Carolina dos Santos	UFF	Linguagem	A cultura do cancelamento nas redes sociais: análise do ethos sob a perspectiva da semiolinguística	Dissertação
Jacqueline Ausier Domingues	USP	Comunicação	Da veneração ao repúdio: como a cultura do cancelamento transformou a imagem pública de J.K Rowling em comunidades digitais de fãs no Brasil.	Dissertação
Cristina Carla Salvador	Unisinos	Direito	Liberdade de expressão: uma reflexão sobre os seus limites na experiência brasileira	Dissertação

Quadro 1. Pesquisas encontradas em repositórios sobre cancelamento.

Fonte: Elaborado pelos autores.

É essencial dedicar-se às investigações das produções acadêmicas brasileiras, pois tal análise nos possibilita explorar as tendências predominantes nas pesquisas e compreender os resultados alcançados para progredir no campo do conhecimento. A revisão de literatura sobre a cultura do cancelamento abrange diversos estudos que analisam o fenômeno em diferentes contextos. As investigações destacam a efemeridade do fenômeno, revelando sua repercussão na educação, liberdade de expressão, comportamento nas redes sociais digitais e reputação pública. Em comum, os trabalhos ressaltam a volatilidade e a intensidade das reações nas plataformas digitais, evidenciando o papel central dessas mídias na disseminação e amplificação do cancelamento. Apenas quatro dessas pesquisas se propõem a estudar o fenômeno a partir da Comunicação, e todos os estudos se referem ao fenômeno como “cultura”. As discussões suscitadas aqui buscam contribuir com o tema ao abordar questões relacionadas à cultura do cancelamento desde uma perspectiva sociocultural, ou seja, considerando os aspectos subjetivos inerentes às práticas dos atores sociais ao mesmo tempo que explora como elas se cruzam com as estruturas de poder (Reguillo, 2005). Dessa forma, ao nos vinculamos aos Estudos Culturais para enfrentar a questão, este artigo não apenas amplia a discussão teórica sobre o cancelamento, mas também sugere um direcionamento para estudos subsequentes.

ANTECEDENTES E CONTEXTO DO CANCELAMENTO

Um marco inicial para o que hoje reconhecemos como cancelamento ocorreu nos anos 1980 na Universidade de Stanford, quando o termo ainda não existia. Na época, cerca de 500 estudantes e professores se mobilizaram para exigir a eliminação de uma disciplina que incluía, em sua ementa, leituras obrigatórias de clássicos como Shakespeare e Platão. Os manifestantes argumentavam que esses conteúdos perpetuavam uma visão eurocêntrica, branca e masculina, associada a práticas imperialistas e colonialistas (Wolf, 2020). Apesar das reivindicações válidas do grupo, Wolf (2020) critica essa ação, sugerindo que ela introduziu novas formas de controle político em ambientes acadêmicos, os quais deveriam fomentar debates importantes para a sociedade, em vez de ceder à censura. Com a expansão das mídias sociais, era apenas uma questão de tempo até que essas práticas evoluíssem.

A cultura do cancelamento, conforme a entendemos hoje, surgiu nos Estados Unidos, por volta de 2017, impulsionada pelo movimento *#MeToo*, em um contexto marcado por denúncias de assédio sexual em Hollywood. O movimento ganhou seguidores globalmente, os quais protestavam contra essas condutas e exigiam punições para os envolvidos. Segundo Nguyen (2020, p. 7), a “cultura do cancelamento” é “[...] um fenômeno crescente de ativismo nas redes sociais, que levou muitos indivíduos a promoverem o boicote a diversas pessoas, empresas e sistemas que estão em desacordo com seus valores sociais”. Conforme Nakamura, em uma entrevista concedida a Jonah E. Bromwich (2020, tradução nossa), o fenômeno promove uma espécie de “boicote cultural”, um “acordo” para não amplificar, tornar visível ou financiar uma pessoa cancelada. A pesquisadora também destaca que o cancelamento pode ter um caráter punitivo em certos casos, resultando em danos significativos na vida pessoal dos cancelados.

Originalmente concebido como um método para penalizar figuras públicas por comportamentos repulsivos ou criminosos, sem recorrer à violência ou ao discurso de ódio, o cancelamento pode, por vezes, degenerar em uma forma de linchamento virtual, impulsionado pelo anonimato oferecido pela internet. Esse fenômeno pode resultar no apagamento total de um indivíduo na esfera pública. Chiou (2020) oferece uma reflexão pertinente sobre a evolução dessa prática nas mídias digitais:

É como se fosse uma faca de dois gumes. A mídia social oferece a possibilidade das pessoas responsabilizarem facilmente alguém por seu mau comportamento e aumenta a conscientização sobre a injustiça. As opiniões a favor da cultura do cancelamento postulam que é semelhante ao ativismo, usando plataformas online para criticar pessoas influentes por promover a intolerância. Por outro lado, a cultura do cancelamento às vezes pode se tornar um vigilantismo digital, pois muitas vezes os defensores do cancelamento de figuras públicas acreditam que eles têm um alto nível moral – eles têm o direito até de depreciar ou humilhar alguém com base no que consideram como politicamente correto. No entanto, essas humilhações públicas em muitas ocasiões podem ser excessivas e se tornam uma maneira de julgamento e rejeição contra qualquer um que tenha um ponto de vista sociopolítico diferente. (Chiou, 2020, p. 297, tradução nossa)

De acordo com Eve Ng (2020), a cultura do cancelamento, como é conhecida hoje, baseia-se na ideia de retirar qualquer tipo de apoio – seja por meio de visualizações, seguidores, compras de produtos, streaming, entre outros – a indivíduos acusados de comportamentos ou declarações problemáticas e/ou inaceitáveis. Esse movimento de boicote é visto como uma forma de justiça social, ligada a questões como racismo, homofobia, xenofobia, sexismo e bullying. Nguyen (2020) descreve o cancelamento como uma manifestação de ativismo nas mídias sociais, que fomenta o boicote a pessoas, empresas e instituições que não estão alinhadas com os valores sociais predominantes.

Rodrigues (2020) caracteriza a cultura do cancelamento como um “[...] acerto público de contas, um pedido de ajuste de comportamentos em face de alguma transgressão social que não foi adequadamente abordada pelos canais tradicionais”. Segundo Specimille e Barbosa (2020, p. 14), o ato de cancelar pode ocorrer em qualquer grupo social, seja de esquerda, direita, religioso ou acadêmico, já que “[...] uma simples discordância em relação a um discurso dentro do grupo pode ser suficiente para motivar o cancelamento”.

No entanto, em uma entrevista concedida à revista *Carta Capital*, o psicanalista e professor titular do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, Christian Dunker, destacou as complexidades envolvidas no fenômeno do cancelamento. Ele alerta para o uso, por vezes exagerado, dessa prática, mas enfatiza que tal exagero não implica necessariamente em invalidação:

Há que se distinguir o cancelamento, ato político e estrategicamente bem-posto, do cancelamento autocrático, que produz a sensação de moralismo. Toda vez que cancelo simplesmente porque ‘eu não faria assim’, pressupondo que o outro deva agir exatamente como eu ajo, eu estou indo contra a inclusão, a universalização do diálogo. E, ainda mais grave, ao me retirar do debate, o cancelado pode se beneficiar e criar um ambiente ainda mais tóxico, machista, violento e, portanto, aumentar a coerência identitária do seu grupo, o que seria péssimo. (Cancelamento..., 2020)

Também em entrevista para a *Carta Capital* (Cancelamento..., 2020), a antropóloga Izabel Accioly argumenta que o cancelamento desempenha um papel crucial ao responsabilizar indivíduos por suas declarações e comportamentos nas mídias sociais, especialmente quando se trata de celebridades. Contudo, ela ressalta que as críticas devem ser fundamentadas e deve-se evitar a mentalidade de “comportamento de manada”. De acordo com Specimille e Barbosa (2020), as figuras públicas, artistas e influenciadores são frequentemente os principais alvos devido à sua grande visibilidade e à maneira como suas vidas pessoais são expostas e comercializadas para um vasto público. Como resultado, tais sujeitos estão “susceptíveis a críticas e julgamentos de toda a internet, o que pode levar à perda de seguidores, engajamento e até mesmo ao cancelamento de contratos com patrocinadores” (Specimille; Barbosa, 2020, p. 16).

Por outro lado, Christian Dunker (Cancelamento..., 2020) observa que transformações sociais envolvem desafios e retrocessos: “Como vamos criar uma cultura na internet, completamente nova, sem que apareçam em algum momento transgressões, barreiras, barbáries, excessos? É próprio do novo [...]”.

Com base nesta apresentação conceitual da cultura do cancelamento sob uma abordagem interdisciplinar, recorreremos agora ao aparato teórico dos Estudos Culturais, a fim de delimitar as especificidades do fenômeno no âmbito das práticas.

O CANCELAMENTO ENQUANTO PRÁTICA

Continuamente referida pelo senso comum como cultura do cancelamento, aqui, consideramos o cancelamento uma prática cultural. É sabido, a partir de Stuart Hall (1997), que a tendência de nomear qualquer atividade social como “cultura” é algo típico do nosso tempo, dada a espessura que a dimensão cultural adquire nos problemas econômicos, sociais e políticos que atravessam o mundo capitalista ocidental. Assim, nos deparamos com expressões como “cultura do trabalho”, “cultura do futebol”, “cultura da maternidade”, e assim por diante. Frente a isso, Hall (1997, p. 32) conclui: “o que isto sugere é que cada instituição ou atividade social gera e requer seu próprio universo distinto de significados e práticas – sua própria cultura”. A compreensão de Hall destaca que essas “culturas” são caracterizadas por regimes simbólicos internos, por um funcionamento próprio e complexo, composto por agentes e práticas que organizam um “universo” inteligível. Posta essa acepção, não adotamos a nomenclatura “cultura” para descrever o cancelamento, pois entendemos que tal prática não incorpora a amplitude e a sustância que o termo tradicionalmente implica, ou seja, o cancelamento não é uma “cultura”.

Jacks, Toaldo e Oikawa (2016) propuseram uma discussão a respeito das práticas culturais com base nas concepções de De Certeau (1994), que as qualifica como táticas. Para o autor, o conceito de tática é empregado como um jogo dos acontecimentos, que são transformados em ocasiões, uma maneira de os mais fracos subverterem as estratégias planejadas pelos mais poderosos:

Tática como um cálculo que não pode contar com um próprio, nem portanto com uma fronteira que distingue o outro como totalidade visível. A tática só tem por lugar o do outro. Ela não dispõe de base onde capitalizar os seus proveitos, preparar suas expansões e assegurar uma independência em face das circunstâncias, [...] a tática depende do tempo, vigiando para “captar no voo” possibilidades de ganho. O que ela ganha, não o guarda. Tem constantemente que jogar com os acontecimentos para o transformar em “ocasiões”. [...] Muitas práticas cotidianas são do tipo tática. E também, de modo mais geral, uma grande parte das “maneiras de fazer”. (De Certeau, 1994, p. 46)

De Certeau reconhece a resistência em relação ao que é oferecido pela produção cultural tida como “dominante”, os comportamentos são moldados pelos contextos sociais em que os indivíduos estão inseridos, sendo estruturados pelas “modalidades de ação” ou “formalidades” que refletem o ambiente e o contexto. No entanto, as práticas culturais vão além dessas modalidades estabelecidas.

“As maneiras de fazer” e “os modos de emprego” representam como os indivíduos (re)criam e adaptam comportamentos para se alinhar com os ambientes em que estão inseridos, modificando, ou substituindo, métodos existentes de ação. As práticas culturais dos consumidores derivam de um processo de “fazer com” o que está disponível, adaptando-o aos seus

próprios métodos e interesses. (De Certeau, 1994 *apud* Jacks; Toaldo; Oikawa, 2016).

Dáí pode-se entender que as práticas culturais são fruto das ações humanas que se configuram e reconfiguram no confronto entre “poderes instituídos” e os sujeitos que, a partir de suas táticas, buscam ajustar-se a seus cenários e circunstâncias. Na sociedade atual, essa reconfiguração ocorre também a partir das possibilidades que surgem com a crescente utilização das tecnologias digitais e a formação de redes telemáticas, as quais potencializam as ações táticas dos sujeitos em um nível planetário. (Jacks; Toaldo; Oikawa, 2016, p. 7)

Nesse contexto, entendemos que o cancelamento surge como uma prática decorrente da capacidade dos indivíduos de resistir e/ou negociar com as estratégias dominantes, refletindo os valores éticos e/ou morais vigentes em uma determinada cultura e sociedade.

AS PRÁTICAS DE CANCELAMENTO E AS SUAS RELAÇÕES COM O CONSUMO E A CIDADANIA

Toaldo e Jacks (2013), buscando estimular o debate sobre as diferenças entre consumo cultural, consumo midiático e estudos de recepção, sugerem que consideremos as práticas como integrantes do consumo cultural. Utilizando seis teorias de Nestor Garcia Canclini, as pesquisadoras introduzem modelos de discussões que exploram as interpretações de consumo do pesquisador:

“o consumo como lugar de reprodução da força de trabalho e de expansão de capital”, “como o lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social”, “como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos”, “como sistema de integração e comunicação”, “como cenário de objetivação dos desejos”, “como processo ritual”. (Canclini, 1993 *apud* Toaldo, Jacks, 2013, p. 4)

Canclini entende o consumo cultural como “[...] o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e troca, ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica” (Canclini, 1993, p. 34, tradução nossa). De acordo com o autor, o consumo é a dimensão com as maiores capacidades de conseguir explorar aspectos não econômicos da lógica capitalista, como é o caso dos estudos de recepção, apropriação, audiências e usos. Para o pesquisador, o consumo vai além das simples trocas mercantis, passando a integrar uma ampla gama de interações socioculturais “[...] produzidas em torno de bens e objetos simbólicos que produzem significados, representam diferenciação, compartilhamento, comunicam escolhas, posicionamentos da situação dos indivíduos no mundo, satisfazem desejos” (Canclini, 2005 *apud* Toaldo, Jacks, 2013, p. 5).

Canclini (2020) sugere que a relação entre consumo e cidadania ocorre principalmente devido à desconfiança dos indivíduos nas instituições políticas, levando-os a buscar outras formas de exercer a cidadania. Portanto, ser cidadão não se relaciona apenas com direitos garantidos pelo estado aos nascidos em determinado território, mas

também envolve práticas sociais e culturais que definem o sentido de pertencimento. Segundo o pesquisador, tanto os direitos civis quanto os sociais são fundamentais para a constituição da cidadania, e o consumo está diretamente ligado a esses direitos, contribuindo para a construção da identidade e para os rituais de diferentes grupos culturais. Embora o foco deste artigo não seja explorar esses conceitos detalhadamente, uma breve introdução à visão do pesquisador sobre essas relações é necessária para contextualizar nossa análise sobre as práticas de cancelamento.

Segundo o autor, as tradicionais formas de sermos cidadãos, moldadas pelo poder midiático, agora, passam por uma reinvenção com o surgimento das redes sociais digitais. No século XX, o liberalismo contribuiu para a crença de que a cidadania se manifestava por meio da pertença a uma comunidade territorial. Nesse contexto, os direitos eram vistos como garantidos por governos, partidos políticos e sindicatos. Contudo, essa noção de cidadania, como um exercício universal para a gestão dos bens comuns, começou a ser questionada devido à exclusão de grupos significativos da sociedade que não podiam exercê-la, como indígenas e mulheres sem direito ao voto. Dessa forma, os encarregados de governar, incapazes de garantir os direitos, acabaram se abstendo da participação política necessária e de seus deveres associados.

Ainda sob a ótica de Canclini (2020), os avanços na mídia têm efeitos ambivalentes sobre a cidadania: por um lado, ampliam a participação social; por outro, podem neutralizá-la. Com a emergência da televisão e o declínio da imprensa como mediadora central, surgiu a videopolítica, um formato em que as regras do espetáculo televisivo remodelaram a política. A discussão pública e a formação de opiniões, que anteriormente ocorriam em espaços públicos, como praças e ruas, foram deslocadas para as telas, resultando no distanciamento dos políticos em relação aos eleitores e aos tradicionais palanques partidários. Simultaneamente, a mídia de massa fomentou uma “tendência do senso comum global neoliberal”, delegando funções cruciais dos estados-nação para entidades e corporações internacionais.

O avanço da televisão, a erosão do poder dos Estados e a crescente descrença nos partidos políticos são fenômenos interconectados, segundo o pesquisador. A perda de influência dos governos e das instituições na direção da vida social coincide com a formação de um novo acordo entre as indústrias, as corporações de comunicação e a sociedade. A mídia, seguida pelas plataformas de comunicação digital, começou a exercer mais poder que os Estados, atuando como agentes transnacionais de intercâmbio cultural mais significativos.

Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, os cidadãos voltaram-se para o rádio e a televisão em busca de serviços, justiça, reparações ou simples cuidados que as instituições não forneciam. No entanto, Canclini (2020) adverte que não se deve afirmar que a mídia anulou o impacto das demandas sociais ou comprometeu as autoridades. As instituições privadas de comunicação cativam os indivíduos por oferecerem um espaço de escuta, criando a impressão de que as burocracias são desnecessárias, ainda que nem sempre são eficazes. Nos estudos pré-digitais sobre o uso do rádio e da televisão no final do século passado, observou-se que a mídia facilitou a formação de grupos de cidadãos – grupos de autoajuda, redes de ouvintes, associações de bairro e circuitos de intercâmbio e debate sobre necessidades coletivas, formando o que Canclini descreve como “microesferas públicas”.

Com a chegada das mídias sociais, observa-se um padrão similar: diante do descrédito nas instituições governamentais e judiciais, bem como no rádio e na televisão, que se mostram incapazes de esclarecer casos de crimes, corrupção e enriquecimentos ilícitos, a ideia de mídia é revigorada – armada com o poder de suas filmagens e gravações –, assumindo o papel de testemunha privilegiada e rápida, ao mesmo tempo que preenche o vácuo de credibilidade pública. Nesse contexto, a mídia, muitas vezes, substitui a justiça na atribuição de culpa, sem necessariamente esclarecer se lida com evidências concretas ou simulações. Canclini (2020) argumenta que, nesse cenário, as mídias sociais expandem a função da justiça ao incorporar outras funcionalidades.

Primeiramente, a distribuição generalizada de microfones e câmeras sugere que qualquer um pode atuar como cidadão ativo, denunciante ou até mesmo juiz, o que empodera o indivíduo, mas também cria desafios de privacidade e segurança. Essa exposição constante aumenta a sensação de insegurança, pois qualquer ação, desde incidentes banais até transgressões graves, pode ser capturada em vídeo e disseminada amplamente. Por fim, a sensação de vulnerabilidade e impotência cresce, à medida que nossas comunicações pessoais podem ser interceptadas e nossos dados pessoais, processados por algoritmos, podem ser usados para influenciar nosso comportamento como consumidores e cidadãos, destacando uma perda de controle sobre nossa própria privacidade e autonomia.

Apropriando-se das teorias de Zizi Papacharissi, Canclini (2020) argumenta que, inicialmente, os indivíduos tornam-se “cidadãos midiaticizados” devido à remodelação da cidadania pela mídia. No entanto, com a expansão do espaço social e das interações na internet, são transformados em “cidadãos monitorados”, cada indivíduo atua tanto como observador quanto como observado. Canclini (2020) sugere que a verdadeira emancipação não emergirá automaticamente desse novo cenário de comunicação, uma vez que o cerne do problema reside nas instituições, que devem trabalhar para reconquistar a confiança dos cidadãos. Ele enfatiza que é crucial governar com o objetivo de controlar danos e restaurar a confiança. A transformação nas relações entre o público e o privado no consumo cultural cotidiano exige um novo tipo de responsabilidade cívica, ajustada às mudanças nas condições sociais contemporâneas.

Ao tentar caracterizar essas práticas, o estudo realizado pela agência de comunicação Mutato (2020) sobre o cancelamento reforça os pontos discutidos por Canclini (2020):

Precisamos começar falando que a “cultura do cancelamento” é apenas um novo envelopamento de algo que já conhecemos e experienciamos durante décadas: o linchamento, o boicote, o ódio e a humilhação. Estes comportamentos podem ser observados em sociedades em que o Estado não possui credibilidade ou não se apresenta de forma efetiva, então a população se torna o júri, juiz e executor. (Mutato, 2020, p. 6)

Nesse sentido, propomos considerar o cancelamento uma prática cultural em que, por meio do consumo, os indivíduos tentam exercer uma forma de justiça.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, levantamos uma discussão teórica em torno da “cultura do cancelamento”, tensionando a expressão desde uma abordagem sociocultural. Com base em uma análise circunscrita ao referencial teórico dos Estudos Culturais, percebemos que o fenômeno em voga não possui envergadura a ponto de ser reconhecido como uma “cultura”. Argumentamos, em vez disso, que o cancelamento se caracteriza como uma prática cultural, ou seja, resultante da capacidade de resistência dos indivíduos frente à estratégia dominante, no espectro dos valores de determinada cultura.

Todavia, apoiando-se no que observamos até agora, notamos que as práticas de cancelamento são bastante complexas. Por um lado, é legítimo interromper o consumo de produtos midiáticos de um artista, celebridade ou marca, cujos posicionamentos não concordamos. Por outro, devemos enfrentar a perigosa dicotomia que a internet promove, criando uma falsa sensação de justiça em que indivíduos se sentem aptos a julgar e monitorar uns aos outros. É necessário discutir os valores éticos e morais aplicados nesses julgamentos, especialmente numa sociedade repleta de discriminação relacionada aos marcadores sociais da diferença. Consequentemente, o cancelamento pode, facilmente, tornar-se uma ferramenta hegemônica que perpetua a intolerância.

As pesquisas encontradas proporcionam uma compreensão abrangente das diferentes facetas do cancelamento e suas implicações em diversos contextos. As investigações destacam a complexidade e a volatilidade do fenômeno, revelando suas repercussões na educação, liberdade de expressão, comportamento nas redes sociais e reputação pública. No entanto, verifica-se uma lacuna na literatura no que diz respeito à análise do cancelamento sob a perspectiva dos Estudos Culturais, focalizando a dimensão das práticas socioculturais. Futuras pesquisas podem explorar, empiricamente, os impactos do cancelamento em suas dimensões psicossociais e como ele se manifesta em plataformas digitais emergentes. Além disso, é fundamental investigar como o cancelamento perpetua e/ou desafia relações de poder e explorar perspectivas comparativas entre diferentes contextos. Abordando essas brechas, tais pesquisas podem aprofundar a compreensão do cancelamento como uma prática sociocultural complexa, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes de gestão e resposta a esse fenômeno nas redes sociais digitais, por exemplo. Dessa forma, este artigo não apenas amplia a discussão teórica sobre o cancelamento, mas também fornece um direcionamento para estudos subsequentes, o que fortalece a base teórica e prática para a análise desse fenômeno.

O exercício de teorizar sobre uma prática tão presente no cotidiano demonstrou ser uma tarefa desafiadora, principalmente pela escassez de uma literatura crítica vinculada a abordagens socioculturais do consumo. Dito isso, consideramos que o esforço deste texto representa um passo inicial para um debate que é objeto de disputa de diversos campos de conhecimento, mas sobre o qual a Comunicação ainda pouco se debruçou. Como reforçamos ao longo do texto, aqui, nosso olhar se deu pelas lentes dos Estudos Culturais. Porém, outras tradições teóricas podem contribuir substancialmente para o estudo do cancelamento, como a Semiótica, a partir da análise das manifestações visuais e verbais das práticas; ou mesmo a Economia Política da Comunicação, lançando um olhar sobre a circulação do cancelamento pela perspectiva da estrutura das redes.

REFERÊNCIAS

- BARKER, Chris. *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. London: SAGE Publications, 2004.
- BROMWICH, Jonah E. Why 'Cancel Culture' Is a Distraction. *The New York Times*, New York, 2020. Artigo resultante do Podcast "The Daily ". Disponível em: <https://nyti.ms/3Kzbvbw>. Acesso em: 2 out. 2023.
- CANCLINI, Néstor García. *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Bielefeld: Bielefeld University Press, 2020. Disponível em: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783839448915/html>. Acesso em: 23 abr. 2024.
- CANCLINI, Néstor García. *El consumo cultural en México*. México: Grijalbo, 1993.
- CANCELAMENTO nas redes sociais vai da represália ao linchamento. *Carta Capital*, São Paulo, 18 ago. 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/cancelamento-nas-redes-sociais-vai-da-represalia-ao-linchamento/>. Acesso em: 4 fev. 2024.
- CHIOU, Rocco. We Need Deeper Understanding About the Neurocognitive Mechanisms of Moral Righteousness in an Era of Online Vigilantism and Cancel Culture. *Ajob Neuroscience*, [s.l.], v. 11, n. 4, p. 297-299, 1 out. 2020.
- CORREIO BRASILIENSE. Polêmicas de Karol Conká no BBB21 fazem GNT cancelar exibição de programa com a rapper. *Correio Braziliense*, Brasília, 2 fev. 2021. Disponível em: <bit.ly/3x0eg1H>. Acesso em 30 de dez. 2023.
- DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- FESTIVAL ROCK THE MOUNTAIN cancela participação de Karol Conká. *G1*, 7 fev. 2021. Disponível em: <http://glo.bo/3RFR3vq>. Acesso em: 30 de dez. 2023.
- FESTIVAL REC-BEAT suspende exibição de participação de Karol Conká: 'Atitudes vão contra princípios basilares'. *G1*, 2 fev. 2021. Disponível em: <http://glo.bo/3Hwa3HW>. Acesso em: 30 de dez. 2023.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. *Educação & Realidade*, [s. l.], v. 22, n. 2, 1997.
- JACKS, Nilda Aparecida; TOALDO, Mariângela Machado; OIKAWA, Erika. Práticas Culturais e Ciber culturais: para pensar a relação com as tecnologias. *E-Compós*, [s. l.], v. 19, n. 1, p. 1-16, 27 abr. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3Qvk62q>. Acesso em: 20 mar. 2022.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- MUTATO. #01 Cultura do Cancelamento: O que é? Do que se alimenta? Como se reproduz?. *Mutato*, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://www.muta.to/01-cultura-do-cancelamento>. Acesso em: 3 fev. 2023.
- NG, Eve. No Grand Pronouncements Here: reflections on cancel culture and digital media participation. *Television & New Media*, [s. l.], v. 21, n. 6, p. 621-627, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1527476420918828>. Acesso em: 14 fev. 2023.
- NGUYEN, Brandon. *Cancel Culture on Twitter: The Effects of Information Source and Messaging on Post Shareability and Perceptions of Corporate Greenwashing*. 2020. Dissertação (Mestrado em Business Administration, Management, And Operations) - University of Pennsylvania, Filadélfia, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3KCE5sY>. Acesso em: 2 fev. 2024.
- REGUILLO, Rossana. Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. *Redes.com: Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, [s. l.], n. 2, p. 189-199, 2005.
- RODRIGUES, Cristiano. Pode o cancelado cancelar? *Gama Revista*, São Paulo, 11 ago. 2020. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/sociedade/pode-o-cancelado-cancelar/>. Acesso em: 9 mar. 2024.
- SPECIMILLE, Patricia; BARBOSA, Otavio Luis. A Internet nunca esquece: Consequências da "Cultura do Cancelamento" no debate público. *Revista Pet Economia UFES*, Vitória, v. 1, n. 2, p. 13-17, 2020.
- PADILHA, Alice. Quais foram os maiores índices de rejeição do BBB? *GQ*, [s. l.], 17 fev. 2021. Disponível em: <http://glo.bo/3OThvzU>. Acesso em: 21 abr. 2024.

PUTTI, Alexandre. Caso Karol Conká: qual o limite da 'cultura do cancelamento'? *Carta Capital*, 24 fev. 2021. Disponível em: <http://bit.ly/3i3pKb0>. Acesso em: 30 dez. 2023.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 22., 2013, Salvador. *Anais [...]*. Salvador: Compós, 2013. p. 1-9. Disponível em: <https://bit.ly/3ITdXA7>. Acesso em: 2 maio 2021.

WOLF, Eduardo. O ground zero do cancelamento. *Cult: Dossiê A Cultura do Cancelamento*, São Paulo, v. 258, n. 2, p. 18-24, 1 mai. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3vwNRZu>. Acesso em: 20 ago. 2023.

