

---

**A Cultura do Cancelamento e Suas Facetas:  
Justiça Social, Intransigências e Disputas Narrativas**

**The Cancel Culture And Its Facets:  
Social Justice, Intransigence And Narrative Disputes**

Bianca Dias da HORA<sup>150</sup>  
Milena Fagundes MARTINS<sup>151</sup>

Em 2019, o dicionário Macquarie elegeu o termo *cancel culture* (cultura do cancelamento) como a palavra do ano<sup>152</sup>, sob a seguinte definição: “atitudes dentro de uma comunidade que exigem ou provocam a retirada do apoio a uma figura pública, [...], geralmente em resposta a uma acusação de atitude ou comentário socialmente inaceitável”<sup>153</sup>. Desde então, o assunto tem reverberado nas redes sociais digitais e na mídia tradicional.

Esta entrevista tem como objetivo apresentar algumas proposições e caminhos para se pensar o cancelamento a partir dos estudos em comunicação digital. Para isso, as autoras conversaram com a pesquisadora Issaaf Karhawi que tem circulado pela mídia para tratar do tema em questão. Issaaf Karhawi é doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Atua como pesquisadora no Grupo de Pesquisa em Comunicação e Mídias Digitais, COM+ (ECA-USP), e como docente na Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC-ECA-USP). Além disso, Karhawi é autora do livro *De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira* (Editora Sulina, 2020) e reconhecida como uma das principais referências nas pesquisas sobre influenciadores digitais no país<sup>154</sup>. Nesta entrevista, realizada de forma remota, Karhawi aponta as principais características da cultura do cancelamento, apresenta possíveis razões para sua consolidação, as particularidades dos influenciadores cancelados e discute os impasses entre a justiça social e a intransigência.

---

<sup>150</sup> Recém-graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM); e-mail: [biancadhora@outlook.com](mailto:biancadhora@outlook.com)

<sup>151</sup> Recém-graduada em Comunicação Social – Rádio, TV e Internet pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM); e-mail: [milena.fgnds@gmail.com](mailto:milena.fgnds@gmail.com)

<sup>152</sup> Disponível em: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year/2019>. Acesso em: 04 abril 2021.

<sup>153</sup> Trecho traduzido: “The attitudes within a community which call for or bring about the withdrawal of support from a public figure, [...], usually in response to an accusation of a socially unacceptable action or comment”.

<sup>154</sup> Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/11/01/indicacoes-de-leitura-sobre-influenciadores-e-trabalho>. Acesso em: 04 abril 2021.

**Alguns autores apresentam um cenário que parece ter dado origem à cultura do cancelamento: por volta de 2013, um movimento de alunos de universidades dos Estados Unidos questionava a postura de professores frente a pautas identitárias e políticas relacionadas a minorias sociais. Esse poderia ser um ponto de origem da cultura do cancelamento? E o que fez esse fenômeno ser pautado também no ambiente digital?**

Acho importante pensar que a chamada cultura do cancelamento não surge como uma erupção sem precedentes nas mídias digitais, mas como reflexo de contextos, disputas de poder, guinadas discursivas. Assim, esse movimento mencionado na pergunta – que foi nomeado como *call out culture* – pode, sim, estar associado à origem do cancelamento nas redes sociais digitais (LUKIANOFF, HAIDT, 2018). A locução verbal inglesa, *call out*, pode significar *chamar a atenção de alguém, desafiar alguém* ou *gritar*. Mas mesmo esse movimento é sucessor de uma mudança importante que vislumbramos: a reordenação dos espaços de emissão da mídia. O digital permitiu a entrada de sujeitos, até então anônimos, no polo de produção. O discurso hegemônico, portanto, passa a ser questionado, substituído, atravessado, colocado em tensão frente às pautas de grupos minoritários.

Outra leitura é feita por autores que associam o surgimento da cultura do cancelamento ao movimento #metoo, de 2017. Na época, mulheres se uniram e denunciaram mais de 200 homens influentes da indústria cinematográfica hollywoodiana por assédio sexual<sup>155</sup>. Após demissões e processos instaurados, o movimento #metoo foi responsável também por colocar em discussão novas formas de ativismo. Ainda que o *feminismo de hashtag* não carregue práticas comuns da militância, como filiação a instituições ou articulação de manifestações, ele é necessário para a disseminação de pautas por meio de performances públicas e práticas de políticas de visibilidade (CLARK-PARSONS, 2019).

Então, a cultura do cancelamento, em certa medida, é resultado dessas mudanças. Uma forma de marcar que algumas práticas e falas não cabem mais, não são mais toleradas, coerentes com os tempos em que vivemos. E se é impossível, hoje, desassociar o *real* do *virtual*, o *off-line* do *on-line*, o caminho natural dessas reivindicações seria, claro, as redes sociais.

---

<sup>155</sup> The New York Times. “MeToo Brought Down 201 Powerful Men”, 29 de outubro de 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/23/us/metoo-replacements.html>. Acesso em: 04 abril 2021.

---

### **Em sua perspectiva, como você definiria a cultura do cancelamento, então?**

Com o risco de incorrer na simplificação, o cancelamento é uma forma de silenciamento de uma figura pública, ou mesmo de anônimos, que resulta de uma situação de rechaço a partir da identificação de uma falha, seja ela de caráter, seja atrelada a questões sociais, culturais. Costuma-se colocar entre as razões do cancelamento também injúrias raciais, discurso de ódio, intolerância religiosa e homofobia, mas deve-se estabelecer claras distinções entre aquilo que é previsto como crime, daquilo que é considerado incoerente ou equivocado nas redes. De todo modo, o cancelamento é uma resposta a atitudes e/ou discursos considerados desalinhados com o momento histórico e social que vivemos – além de, frequentemente, atos discriminatórios. Uma pesquisa, da agência Mutato (CULTURA DO CANCELAMENTO, 2020) revela que os principais motivos para um cancelamento são divergências políticas, homofobia e maucaratismo. Entre os episódios analisados no relatório, há ainda motivos relacionados a falas consideradas descabidas dentro de um grupo social ou contexto específico; descumprimento, desrespeito a alguma norma. Também seria possível pensar o cancelamento como *ruptura de performance* (MEDEIROS, POLIVANOV, 2019), que se refere à quebra de identificação, por parte de fãs, por exemplo, com personalidades midiáticas por conta de atitudes consideradas incoerentes.

### **Em entrevista, você menciona algumas diferenças entre o *bullying* e o cancelamento<sup>156</sup>. Não é possível afirmar que o cancelamento seria uma nova versão do *cyberbullying*?**

Costumo conferir três atributos constitutivos ao cancelamento, e o que o diferenciaria do *cyberbullying*; velocidade, volume e intransigência (ou binarismo). A velocidade é um conceito-chave para compreender as mídias digitais e, apesar de onipresente em nossas rotinas, a aceleração das atividades e dos processos de sociabilidade tem impacto direto na forma como os cancelamentos ocorrem. A velocidade imposta exige ações menos refletidas, mais reativas e emotivas (HAN, 2018). Volume é outro ponto central do cancelamento. Um sinal de seu curso é, justamente, o grande volume de mensagens sobre o ato ou fala da pessoa que protagoniza o cancelamento, o sujeito considerado equivocado. Não raramente, o cancelamento acaba

---

<sup>156</sup> Podcast Euphoricas #08 - Cultura do Cancelamento (*feat.* Issaaf Karhawi). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bJLhhQE-hNY>. Acesso em: 04 abril 2021.

---

figurando entre os assuntos mais comentados do Twitter. O terceiro ponto está ligado ao aspecto binário dos algoritmos das redes sociais que parece imprimir nas ações dos sujeitos a intransigência tão comum ao cancelamento. Quando se fala em virtualização explica-se, justamente, o ato de transformar qualquer informação em sequências numéricas, cadeias sequenciais de 0 e 1 (RAPOSO, 2017). Os algoritmos também se organizam a partir desse pressuposto, ou seja, formalizando fatos sociais em dados mensuráveis. Por isso, é comum discutir o aspecto binário dos próprios algoritmos que, de certa forma, se replica nas relações dos sujeitos. Enquanto nas redes é possível seguir ou não seguir, curtir ou não curtir, no cancelamento as premissas binárias, opostas, maniqueístas também prevalecem: a fada sensata *versus* o cancelado, o certo *versus* o errado.

**De acordo com uma matéria do Jornal da USP (COLTRI, 2020), podemos notar a existência de uma linha tênue entre duas hipóteses em relação à cultura do cancelamento: de um lado, há sua compreensão como uma forma de justiça social, e do outro lado, temos a faceta da intolerância – o que você pensa sobre essas noções?**

Há, de fato, muitas nuances para entender o cancelamento. Inclusive, a escolha do termo “cultura”, largamente difundido pela mídia, parece ser uma saída discursiva para as complexidades, tensões e nuances que estão em jogo. Há discussões sobre como o cancelamento poderia instituir certa patrulha moral nas redes sociais; do outro lado, assume-se que o cancelamento viabiliza uma guinada narrativa, inclusive na mídia. Ao se esclarecer e evidenciar que certas atitudes ou discursos não são mais tolerados, estamos, em certa medida, operando mudanças também em instâncias de poder. O cancelamento, portanto, como espaço de disputa.

Mas há outra temática que se evidencia: o cancelamento e o direito ao aprendizado. Há certa impossibilidade de diálogo imposta pelo cancelamento. Por conta de sua velocidade característica, o cancelamento não prevê reflexão. O sujeito “cancelado” é julgado sem direito à defesa. Igualmente, não se permite reflexão sobre seus equívocos antes de um pedido de desculpas automático e exigido às pressas. Isso suprimiria o debate qualificado.

Por fim, costumo defender que o digital foi encarado como terra sem lei, ou o velho oeste da mídia, e essa reação social pode vir desse lugar de “definir certa ordem” à aparente

---

desordem do digital. Como se o cancelamento freasse o comportamento que não está de acordo com os valores sociais de nosso tempo. Em suma, as pautas colocadas em circulação pelo cancelamento são essenciais, movimentam para a mudança social; mas há ainda que se definir formas para que o cancelamento não finde em mais uma tipologia de violência digital.

**No seu artigo intitulado “Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises” (2021), você fala brevemente sobre o processo de legitimação do influenciador. Quando tratamos do cancelamento esse aspecto se torna um processo de deslegitimação do *influencer*. Pode nos falar mais sobre essas temáticas?**

As minhas contribuições no debate sobre cancelamento vêm justamente das pesquisas que desenvolvo acerca dos influenciadores digitais. O processo de legitimação é essencial para que os *influencers* recebam crédito e direito à palavra daqueles que os seguem. Legitimar-se é ser reconhecido pelo outro, no caso dos influenciadores, pelos seus seguidores. Escalonando esse processo, a legitimação dos seguidores, públicos, pode facilitar ou acelerar a legitimação da mídia e do mercado – importantes para a profissionalização e para a manutenção financeira do modelo de negócio dos influenciadores digitais. Desse modo, ser influenciador não está na esfera da auto declaração, mas em um processo de construção social. Apenas para exemplificar com um caso de grande repercussão midiática: quando a influenciadora *fitness* Gabriela Pugliesi se envolveu em uma situação de cancelamento por conta de uma festa durante a pandemia da Covid-19, em 2020, há aí uma ruptura nesse vínculo entre seguidores e influenciador<sup>157</sup>. Isso porque todo o processo de legitimação de Pugliesi se deu por conta de um conteúdo e uma filiação temática relacionada à saúde, estilo de vida saudável, exercícios físicos. Quando ela coloca em xeque a vida das pessoas, há uma evidente ruptura que passa pela negação dos próprios processos de legitimação.

De certa forma, o público tem o poder de validar o trabalho dos influenciadores digitais. Isso se dá por meio de curtidas, comentários, seguir ou não seguir. Trata-se de uma autonomia inédita. Cada sujeito é responsável por sua “dieta midiática” que inclui influenciadores digitais. É o aval e a legitimação dos públicos que impacta nas ofertas de “influência” que temos hoje.

---

<sup>157</sup> Disponível em: <https://emais.estadao.com.br/noticias/comportamento, caso-gabriela-pugliesi-mostra-poder-do-publico-sobre-influenciadores,70003286062>. Acesso em: 04 abril 2021.

Já na esteira dos estudos de celebridades, uma forma possível de se relacionar com os influenciadores se dá por meio da projeção que atravessa a identificação, mas se aproxima do aspiracional. Ou seja, idealiza-se a vida daquela figura célebre, espelha-se nela. Portanto, o cancelamento pode derivar de uma ruptura, em certa medida, nesse processo também. A falha do influenciador digital mostra que mesmo o mais notório sujeito midiático ainda é passível de erros. Esse espelho reflete também cada um de seus seguidores nas redes. Trocando em miúdos, uma frustração respondida com retaliação.

**Como as pessoas afetadas pelo cancelamento digital podem reverter a situação na qual estão envolvidas? E, nesse mesmo sentido, existe alguma forma de evitar o cancelamento?**

As pesquisas em Relações Públicas e Comunicação Corporativa já se debruçam sobre esse tema ao apresentar teorias, práticas e conceitos sobre gestão de crises. E o cancelamento pode ser um tipo de crise social<sup>158</sup>. É consenso entre os autores que crises exigem mudança, preveem reconhecimento do erro, pedido de desculpas e ações para o pós-crise. O cancelamento também. Quando pensamos em pessoas públicas que protagonizam cancelamentos, é comum entre as consequências – além da enxurrada de mensagens ofensivas e de figurar entre os assuntos mais comentados do dia – a suspensão de contratos com marcas parceiras e/ou patrocinadoras, por exemplo. Assim, há consequências diretas não apenas na reputação, mas nos ganhos financeiros dessa personalidade.

Mas quero trazer um outro ponto também. A pesquisadora Crystal Abidin relata a existência de cancelamentos orquestrados por influenciadores digitais a fim de ganhar mais visibilidade<sup>159</sup>. A partir de um esquema com outros influenciadores, um deles protagoniza uma situação passível de cancelamento para que possa figurar em perfis no Instagram de fofocas e portais de notícias. Trata-se de uma estratégia de visibilidade por meio de controvérsias. É interessante olhar para esse processo porque ele evidencia a cultura da atenção e da visibilidade em que estamos inseridos. Ao mesmo tempo em que ser cancelado pode trazer consequências pessoais e profissionais negativas, o cancelamento também pode trazer visibilidade – registrada

---

<sup>158</sup> Teixeira (2013) define como crises sociais aquelas relacionadas à valores morais e à ética da organização. O fato gerador dessas crises pode envolver discriminação e assédio, por exemplo.

<sup>159</sup> Shaming Influencers: Should We Cancel "Cancel Culture"? Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6hxI74pskYQiRhH0XoY5En?si=AUPXYQsFTjSf201OMyoyjg>. Acesso em: 04 abril 2021.

em métricas, em um número expressivo de visualizações em vídeos, fotos ou *stories*. Tudo isso pode ser convertido em parcerias comerciais em que os números são importantes para aferir influência. E não só isso: às vezes, aquilo que é considerado descabido para um grupo pode ser coerente dentro de outro. E o influenciador, até então incapaz de alcançar essas audiências, consegue chegar até esses grupos com os quais partilha posturas e opiniões. E, quem sabe, até ganhar novos seguidores.

Já sobre evitar o cancelamento, os preceitos da gestão de crises também auxiliam na prevenção. A contenção de crises se deve muito às ações anteriores, ao pré-crise. A relação que se estabelece entre públicos-influenciadores é decisiva no cancelamento. Quanto mais baseada em confiança, mais abertura para o diálogo e, conseqüentemente, mais fácil será explicar algo ou se retratar em um momento de dúvida. O cancelamento sumário, por outro lado, pode ser uma resposta a uma série de outras situações polêmicas, ou mesmo antiéticas, que se acumulam e findam na reação de “tolerância zero”.

### **Em qual rede social podemos considerar o cancelamento mais presente?**

Na mesma pesquisa da Mutato (CULTURA DO CANCELAMENTO, 2020) já mencionada, é apontado que o Twitter parece ser a rede em que os cancelamentos têm mais facilidade de acontecer. Olhando a partir do que já conversamos aqui, o Twitter reúne algumas funcionalidades bastante favoráveis à lógica do cancelamento: o *Trending Topics*, por exemplo, é um espaço em que os assuntos mais comentados do momento figuram. Alcançar as primeiras posições desse ranking depende tanto da velocidade em que a temática reverbera quanto do volume de *tweets* sobre o tema<sup>160</sup>. O Twitter também costuma ser um lugar de divulgação de *exposed* – uma espécie de denúncia, feita de forma anônima, que expõe uma falha, erro, segredo de uma celebridade ou influenciador digital por meio de “provas” como *prints* de outras redes, conversas privadas. O *exposed* costumeiramente pode ser o fato gerador de cancelamentos. O YouTube, por sua vez, reúne discussões sobre cancelamento menos imediatas e mais reflexivas, em vídeos com análises sobre as consequências do cancelamento como as implicações na saúde mental, discussões sobre polarização e intransigência, toxicidade das redes, efetividade

---

<sup>160</sup> Mais informações sobre o funcionamento do algoritmo do Twitter estão disponíveis em: <https://help.twitter.com/pt/using-twitter/twitter-trending-faqs>. Acesso em: 10 abril 2021.

---

duvidosa do cancelamento e até o caráter criminoso de alguns cancelamentos (especialmente os ligados ao racismo). O TikTok, fortemente marcado pela presença de *fandoms*, vive situações de cancelamento diárias orquestradas por fãs de celebridades da cultura pop. De acordo com o levantamento feito pela Mutato, os cancelamentos que acontecem no TikTok costumam permanecer ali, sem desdobramentos em outras plataformas. Já o Instagram reserva um ponto importante: muitos dos cancelamentos podem começar por conta de um *story*, um IGTV, uma resposta a uma pergunta dos seguidores, mas esse “flagra” não fica restrito ao Instagram, tendo o Twitter como importante disseminador e amplificador. Interessante notar como as funcionalidades e os formatos possíveis dentro de cada plataforma limitam ou alimentam o cancelamento. Está aí uma discussão interessante: *plataformização* e cancelamento.

**Em sua opinião, esses olhares atentos às falas de todo mundo acabam, de certo modo, reprimindo nossa opinião ou podem trazer lucidez para a pessoa refletir antes de falar? Acredita que há formas mais leves do público de chamar a atenção aos erros dos famosos sem ser por meio do cancelamento?**

Quanto mais exposição, mais vigilância. A visibilidade que conquistamos nas redes tem essa consequência indesejável. Somos inqueridos pelos “olhares atentos” não só das pessoas a nossa volta, mas até do algoritmo. E a autovigilância e a contenção parecem soluções para isso.

Mas essa pergunta é complexa. Em certa medida, o cancelamento é, justamente, um reflexo da impossibilidade de diálogo nas redes. Autores como Pariser (2011) já antecipavam esse processo ao indicar a existência de bolhas informativas nas redes sociais digitais. Os filtros algorítmicos, necessários em um cenário de sobrecarga informativa, empurram os sujeitos para bolhas confortáveis repletas de ideias e pessoas semelhantes a nós. Portanto, a diferença – aquilo exterior à bolha – é rechaçado. Olhar por essa perspectiva é encarar não só a gênese da atitude “canceladora”, mas também perceber que há certa ineficácia no cancelamento – que não reverberaria para além das bolhas. Ao mesmo tempo, os sucessivos cancelamentos ao longo do Big Brother Brasil, por exemplo, ultrapassaram as discussões do Twitter e chegaram à televisão, e vice-versa. Ainda assim, liberdade de expressão – e a facilidade de se falar sem qualquer intermediação nas redes – não deve ser entendida como aval para proferir discurso de ódio.

Mas há nuances que nos impedem de apenas *cancelar o cancelamento*. As pesquisas da professora Adriana Amaral, da Unisinos, mostram um fenômeno anterior ao cancelamento, o de *apagamentos* engendrados por fãs e anti-fãs dentro do universo da cultura pop<sup>161</sup>. Ou seja, um processo de disputas de espaços midiáticos, performáticos, que sempre se deu e que revela dinâmicas da nossa sociedade. Portanto, o cancelamento pode representar um espaço de disputas narrativas. Por isso, banalizá-lo é também desconsiderar pautas importantes.

A possibilidade de se questionar falas machistas de uma pessoa célebre com impacto na opinião pública deve ser preservada, por exemplo, mas tendo em vista a busca por uma solução e não por novas formas de violência digital. Os deslizos pontuais de influenciadores, ou o uso de termos e expressões equivocadas, até podem ser discutidos. De novo, a linha tênue é a opressão e a violência que se revelam aí. É complexo. Prefiro evitar definir o que é certo ou errado. Ainda que seja inegável a desumanização oriunda do cancelamento em que o sujeito passa a ser encarado apenas como uma conta na internet que deve ser banida, derrubada, cancelada. É, de fato, preciso olhar para esse fenômeno com criticidade. Mas, aqui, endosso a provocação feita pela professora Elizabeth Saad (2020): para além do alvoroço midiático, os pesquisadores devem encarar esse fenômeno observando as disputas de poder, os conflitos e tensões em jogo em cada situação de cancelamento – que também guardam diferenças entre si.

## REFERÊNCIAS

CLARK-PARSONS, R. “I See You, I Believe You, I Stand With You”: #MeToo and the performance of networked feminist visibility, *Feminist Media Studies*, 2019.

COLTRI, F. Cultura do cancelamento promove intolerância ao buscar justiça. *Jornal da USP*, São Paulo, 10 de agosto de 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cultura-do-cancelamento-promove-intolerancia-ao-buscar-justica/>. Acesso em: 07 abril 2021.

CULTURA DO CANCELAMENTO: O que é? Do que se alimenta? Como se reproduz?. Mutato, fev. 2020. Disponível em: <https://www.muta.to/01-cultura-do-cancelamento>. Acesso em: 07 abril 2021.

HAN, Byung-Chul. *No enxame*: Perspectivas do digital. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

KARHAWI, I. Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises. *Revista Organicom*, v. 18, n. 35, p. 45-59, 2021.

---

<sup>161</sup> Militância, Cancelamento e Mídias. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gKsd12IIRIw>. Acesso em: 10 abril 2021.

---

LUKIANOFF, G.; HAIDT, J. **The coddling of the American mind**. New York: Penguin Press, 2018.

MEDEIROS, B.; POLIVANOV, B. “Tolerância zero para abusadores”: ruptura de performance e criação de ambiente online por afiliação a partir do caso da banda PWR BTTM. **Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 18, n. 38. 2019.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RAPOSO, João Francisco. Algoritmos, personalização e filtragem do conteúdo. In. SAAD-CORRÊA, Elizabeth. SILVEIRA, Stefanie. **Tendências em Comunicação Digital II**. São Paulo: ECA-USP, 2017.

SAAD, Beth. O que podemos falar sobre “cultura do cancelamento”? **Em debate**. COM+: ECA-USP, 2020. Disponível em: <http://www.commais.org/2020/08/o-que-podemos-falar-sobre-cultura-do-cancelamento/>. Acesso em 02 abril 2021.

TEIXEIRA, Patrícia. **Caiu na rede**. E agora? – Gestão e gerenciamento de crises nas redes sociais. São Paulo: Évora, 2013.