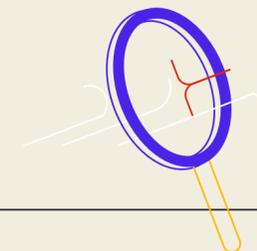


DASHBOARD DE METODOLOGIA



- Aplicação de survey essencialmente estruturado com **12 questões** no período entre **19 de julho** e **13 de agosto**
- Utilização do **Tailored Method Design** para a construção do questionário
- Obtenção de **815 respostas**
- **48,22%** dos respondentes possuem renda acima de **4 salários-mínimos**
- **68,34%** dos respondentes possuem ao menos a **graduação completa**
- O grupo de respondentes era sobretudo mais jovem. **38,77%** se encontravam na **faixa etária de 18 a 29 anos**, enquanto **23,31%** estavam na faixa de **30 a 41 anos**
- **A maioria** dos respondentes se identifica com o **gênero feminino**, constituindo **59,14%** dos entrevistados
- Recebemos **216 comentários** ao nosso survey



INTRODUÇÃO

O termo “cancelamento” é popular. O Google Trends (2021) aponta o crescimento de 1.500% no número de buscas na web pela expressão “cultura do cancelamento” nos últimos meses, a partir de fevereiro de 2021. **O cancelamento é entendido, hoje, como a exclusão ou o bloqueio de certo perfil em redes sociais, sobretudo por razões de discordância ou protesto.** Parece, destarte, algo recente, novo, surgido pelo espraiamento da internet. Tal impressão, contudo, é falaciosa. Na verdade, o cancelamento se faz presente por toda a história da humanidade (DUNKER, 2020; GNT, 2020; MISHAN, 2020), ainda que a internet tenha levado o fenômeno a outros patamares. Com efeito, **a história da humanidade é repleta de “cancelamentos”, em que pessoas, grupos e comunidades foram cancelados não somente a partir de ações da sociedade civil, mas por via institucional.**

A Lei do Ostracismo de Atenas, no final do Século VI a.C., era instrumento usado para exilar ou banir alguém que pudesse representar ameaça à democracia (CARDOSO, 2015); a edição do Index Librorum Prohibitorum feita em 1559 pelo Papa Gelásio I, elencando livros proibidos; a

ditadura civil-militar, que aplicava censura a obras literárias e até mesmo notícias (REIMÃO, 2014); mais recentemente, a queima de livros de autores judeus na Alemanha Nazista em 10 de maio de 1933. Nesses eventos, ideias, produções do pensamento e pessoas, em si, foram rejeitadas, podendo expressar uma espécie de “cancelamento”. O verbo “cancelar” pode ser utilizado em diferentes contextos (MICHAELIS, 2021), destacando-se seu largo emprego em relações de consumo (LIGAYA MISHAN, 2020). Com efeito, cancelam-se serviços de *streaming*, assinaturas de jornais, matrículas em academias. Esse verbo, ligado a coisas, passou, em algum momento, a aplicar-se a pessoas. Quando isso terá acontecido?

Romano (2020) aponta um diálogo do filme “New Jack City: a gangue brutal”, de 1991, como a possível primeira referência popular do “cancelamento” direcionado a uma pessoa. Em uma de suas cenas, o criminoso Nino Brown termina o relacionamento com a sua namorada e diz: “(...) cancele aquela vadia. Eu vou comprar outra”. A cena, imortalizada na película do cinema, também foi replicada em 2010 na música “I’m single”, de Lil Wayne¹. Ainda em 2014, no reality show estadunidense “Love and Hip-Hop: New York”, o participante Cisco Rosada diz a outra pessoa:

“você está cancelada”. A partir de então o termo passou a circular nas redes sociais (ROMANO, 2020).

A ideia de “cancelamento” de pessoas, lugares ou coisas na internet foi difundida via “Black Twitter”², em 2015, em que “cancelar” consistia em uma reação à alguma conduta que ensejasse reprovação, fosse em tom de brincadeira ou seriedade (CLARK, 2015), incluindo elementos cognitivos como memes (SHIFMAN, 2013). “Cancelamento”, então, passou a ser instrumento de protesto e de mobilização social a partir de movimentos ligados a grupos minoritários, como o Me Too³ e Black Lives Matter⁴ (HOLMAN, 2020). Em ambas as Campanhas eram corriqueiros os pedidos de cancelamento de alguma figura pública que fosse alvo de denúncia por eventual assédio sexual ou conduta racista. Mas o que seria cancelar alguém, se nem mesmo a morte tem o condão de cancelar uma pessoa para os que dela se lembram⁵? “Cancelar alguém” é algo rigorosamente contraintuitivo.

De fato, mais que um conceito, o “cancelamento” é um comportamento que encontra campo fértil, principalmente, nas redes sociais, em que com a mesma facilidade de se seguir um perfil, deixa-se de segui-lo, com efeitos tangíveis

como, por exemplo, deixando-se de consumir produtos e serviços, conteúdos monetizáveis como vídeos e podcasts e, até mesmo, bloqueando-se o perfil da pessoa em questão nas redes sociais (GREENHALGH, 2021; MACQUARIE, 2020; ROMANO, 2020). Basta apertar um botão e cancela-se um perfil. O cancelamento na internet envolve a escolha de extrair sua atenção de determinado perfil ou conteúdo cujos valores, ações ou omissões ou discurso sejam tão ofensivos que não mais mereçam consideração (CLARK, 2020).

O cancelamento de hoje, que transita nas redes sociais, revela a rejeição de certos posicionamentos, manifestações, condutas de forma massiva e, porque realizado em rede, molecularizada, fenômeno que não importa somente àquele que sofre o cancelamento, mas a todo o restante do grupo ou sociedade, já que certos atos e omissões não são aceitos e que terão como consequência a repulsa, a rejeição, o ostracismo, o que pode representar desde danos econômicos (CALAIS, 2020; ESPERANDIO, 2021; WAKKA, 2018) e emocionais às pessoas canceladas.

Diante desse cenário, um inevitável efeito, para além da análise do ponto de vista do pólo ativo do cancelamento,

dá-se sobre o conteúdo cancelado. É de discutir-se, daí, como o cancelamento poderia cercear a liberdade de expressão. Levanta-se, assim, a hipótese de o cancelamento e suas consequências serem capazes não apenas de censurar diretamente conteúdos, mas, também, gerar uma atmosfera de medo, em que as pessoas se encontrariam com constante receio, com autovigilância redobrada em suas ações, uma vez que haveria todo um tribunal de internautas atentos aos seus passos (APPLEBAUM et al., 2020; CAMILLOTO; URASHIMA, 2020; GREENHALGH, 2021; NORRIS, 2020).

Esta pesquisa pretende verificar em que medida a ação de cancelamento é percebida pelas pessoas, de um lado, e quais são os conteúdos capazes de gerar mais cancelamento, de outro, dentre conteúdos divergentes religiosos, políticos, racistas, LGBTQIA+ e classes sociais. A partir da análise dos resultados, o artigo estabelecerá algumas inferências para entender se o cancelamento consiste em censura ou se é forma legítima de protesto.

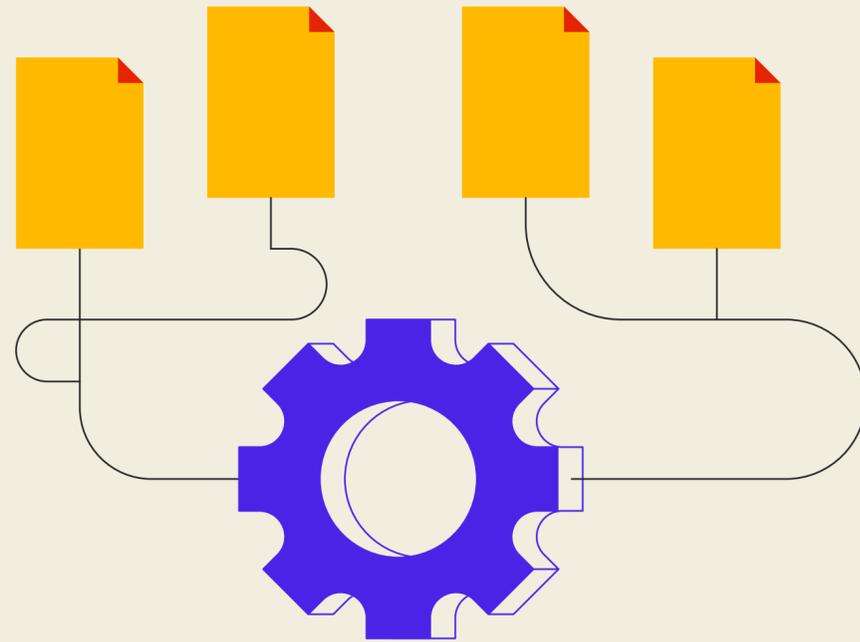
¹ GENIUS. I'm single lyrics. Disponível em: <https://genius.com/14016>. Acesso em: 29 out. 2021.

² Grande rede de usuários negros noTwitter (RAMSEY, 2015).

³ Expressão que traduzida ao português significa eu também. O termo foi utilizado em campanha iniciada a partir de denúncias de casos de assédio sexual a atrizes de Hollywood (BBC, 2018).

⁴ Expressão que traduzida ao português significa vidas negras importam. Black Lives Matter é um movimento criado por três ativistas estadunidenses a fim de combater a violência cometida contra a comunidade negra (ARRUDA, 2020), em especial depois do assassinato de George Floyd por um policial em Minneapolis (2020).

⁵ Importante asseverar a luta da humanidade pela eternidade, memória e lembrança. Os exemplos são vários, e vão desde lápides em cemitérios até livros, obras e nomes de logradouros, eventos e cerimônias.



METODOLOGIA

METODOLOGIA

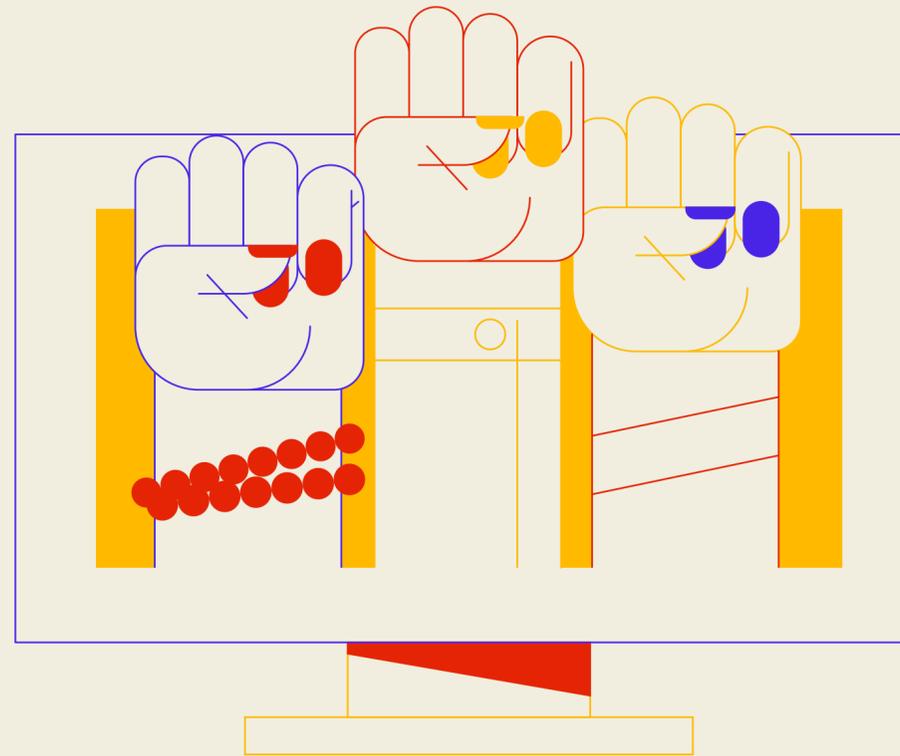
Diante dos escassos trabalhos acadêmicos sobre a “cultura do cancelamento” - sobretudo com foco na sociedade brasileira - este estudo é exploratório, baseado em dados primários coletados em amostra qualitativa composta por respostas de 815 pessoas, conforme dados apresentados no Anexo A. Basicamente, foram realizadas perguntas que rodaram na plataforma Survey Monkey, dirigidas e respondidas por maiores de 18 anos e que utilizam redes sociais. Dessa maneira, o estudo não enfrentaria como obstáculo, para a obtenção dos dados, a falta de acesso a recursos tecnológicos e internet⁶ (TORINI, 2021, p. 67-68).

Na verdade, os dados apontam que cerca de 75% dos respondentes entram no Instagram todos os dias, enquanto que, para o Facebook e o Youtube, a média é de 52% e 54%, aproximadamente. Ademais, o questionário aplicado seguiu o Tailored Method Design, elaborado por Dillman (2007). A abordagem na construção do questionário e sua implementação têm como objetivo estabelecer procedimentos que podem viabilizar o aumento no número

de respostas ao questionário, além de permitir obter informações mais apuradas. Outra precaução tomada na elaboração do questionário foi o limitado uso da palavra “cancelar” e suas derivações. Isso porque o cancelamento, que pode fazer parte do cotidiano de muitos que utilizam as redes sociais, pode expressar uma palavra com juízo de valor agregado, demonstrando que a pessoa que cancela estaria cometendo algo censurável do ponto de vista social. Dessa forma, a fim de evitar constranger os respondentes, o foco do survey se manteve nos comportamentos, como deixar de seguir e bloquear, bem como o incômodo sentido a partir de um conteúdo indesejado (DILLMAN, p. 60).

Dessa maneira, entre os dias 19 de julho e 13 de agosto foi aplicado questionário com onze questões obrigatórias e estruturadas, além de uma questão que dava abertura aos respondentes fazer apontamentos gerais sobre o questionário, suas respostas e o tema pesquisado. Os resultados serão apresentados adiante, bem como a respectiva análise.

⁶ Segundo levantamento realizado em 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 17,3% dos domicílios brasileiros não possuem acesso à internet (BRASIL, 2021).



ESTADO DA ARTE

ESTADO DA ARTE

O cancelamento na internet normalmente se dá a partir da acusação ou constatação de uma conduta não aceita socialmente, tendo como consequência o ostracismo ou rejeição do cancelado e, no limite, linchamento virtual (MACQUARIE, 2020; NORRIS, 2020, p. 2). De fato, casos emblemáticos de cancelamento ocorrem sobretudo com a rejeição em massa nas redes sociais (NORRIS, 2020, p. 2). Nesse sentido, o cancelamento tomou outras proporções com as mídias sociais (MUTATO, 2020).

O primeiro grande evento em que se utilizou a expressão “cancelamento” foi o Movimento Me Too, que encontrou no Twitter um ambiente favorável para a sua propagação. Nessa campanha era comum que as denúncias de assédio sexual tivessem como consequência a rejeição e o boicote [ou seja, o cancelamento] dos acusados, o que gerava, por exemplo, a perda de contratos e empregos dos possíveis assediadores (UOL, 2020a). Nos Estados Unidos, é como se falar em “In the Era of #Me Too” para tratar de assédio sexual no ambiente de trabalho (HOLMAN, 2020). É evidente que os motivos elencados para o cancelamento são variados, contudo, destaca-se o cancelamento que ocorre a

partir da defesa de opiniões e ideias de conteúdo político, o que teria o condão de censurar o conteúdo divergente, a pretexto de cancelá-lo. À vista disso, Pippa Norris (2020) investigou a possível censura como consequência de uma eventual busca por conformidade de opiniões e pensamento. A análise tem como fundo as falas e posicionamentos de figuras conservadoras estadunidenses, como as do próprio ex-Presidente Donald Trump, que afirmaram ser silenciadas a partir de uma hegemonia liberal, que limitaria a liberdade de expressão ao buscar uma conformidade ideológica e excluir certas vozes dissidentes.

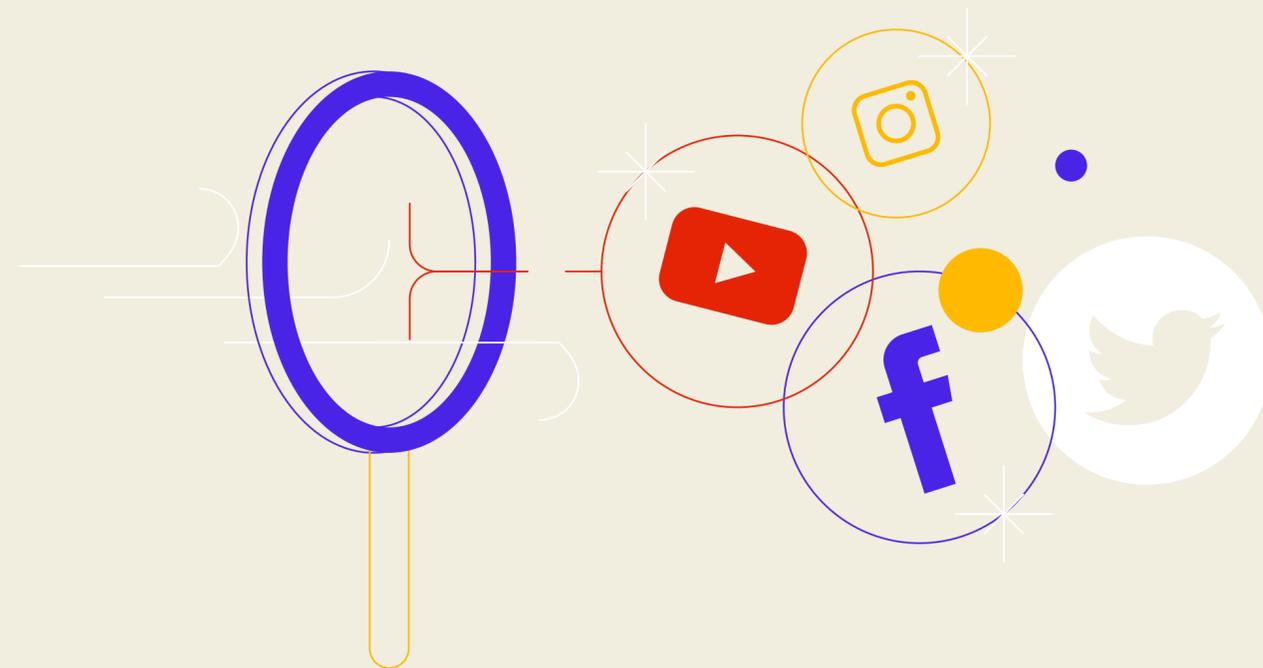
Ademais, em uma pesquisa realizada pelo Pew Research Center (2021), conservadores e republicanos estadunidenses tendem a ser o grupo político e ideológico que mais identifica o cancelamento como uma censura à liberdade de expressão e à história, um ataque à cultura tradicional norte-americana e uma punição injusta. Por outro lado, setores democratas e liberais estadunidenses se inclinam mais a compreender o cancelamento como uma forma de responsabilizar as pessoas pelos seus atos.

Além disso, Christian Dunker traz a lógica do condomínio que, segundo o autor, permeia a sociedade brasileira. De acordo com o psicanalista, o Brasil vive uma proliferação de condomínios - físicos e simbólicos - em que se constrói muros para se proteger do outro, que é o diferente. A lógica do condomínio seria a segregação utilizada como forma para se administrar mal-estar, frente ao fracasso de se articular a diferença e a divisão (DUNKER, 2015). Assim, o autor também faz uma analogia com o cancelamento e a lógica de condomínio, uma vez que **ao se cancelar uma pessoa ou instituição, construímos um muro simbólico, algo que manterá uma certa distância entre nós, permitindo que o nosso mundo/condomínio seja livre de tensão e que permaneçamos entre semelhantes (CAZES, 2016; DUNKER, 2021).**

Por outro lado, o sociólogo Mario Venegas (2016) nomeia a cultura do cancelamento como “cultura do chamamento” e considera que esta pode conter seus abusos, mas que também pode ser benéfica. O autor explica que o “chamamento” - muito utilizado por grupos marginalizados que buscam justiça social - pode ser negativo quando adota uma ação punitivista focada apenas em ações individuais de uma pessoa e não no elemento estrutural de uma opressão.

Além disso, Venegas (2016) destaca como prejudicial a ideia de que um indivíduo não possa mudar sua consciência e comportamento rumo à “redenção”. Dessa forma, para o autor, grupos que demandam mudanças sociais podem perder a chance de dialogar com indivíduos de outros grupos e construir alianças.

De outro modo, Venegas (2016) diz que o “chamamento” pode ser positivo e delinea formas para que este se realize de maneira mais integrativa e gentil. Apontando como uma das alternativas o diálogo com um possível transgressor em ambientes privados, trazendo argumentos que possam reformar a consciência do outro a fim de se desenvolver o “bom senso” gramsciano.



O CONDOMÍNIO DAS REDES SOCIAIS: FILTROS-BOLHA E CÂMARAS DE ECO

O CONDOMÍNIO DAS REDES SOCIAIS: FILTROS-BOLHA E CÂMARAS DE ECO

As redes sociais têm feito parte do cotidiano de grande parcela da sociedade brasileira. Uma pesquisa divulgada pela Cuponation (2021) aponta que 150 milhões de brasileiros são usuários ativos das redes sociais. Ainda, entre as redes sociais utilizadas no Brasil, estão no topo o YouTube, Facebook e Instagram. Esses três sites utilizam algoritmos que realizam uma espécie de curadoria dos conteúdos, o que Eli Pariser (2011) denomina de filtros-bolha. Isso implica na criação de filtros que consideram diferentes variáveis, como, o formato do conteúdo, o perfil que publicou, quando o post foi realizado, etc (LOIOLA, 2018; INSTAGRAM, 2021). Assim, os algoritmos ranqueiam os conteúdos para a sua distribuição, fazendo com que os usuários de suas redes sociais possuam um feed de notícias ou uma tela inicial com conteúdos que lhes despertem mais interesse (COELHO, 2017, p. 39).

Ou seja, por mais que os contatos de um usuário da rede social possuam perfis diversos, com o avanço no uso da rede social e aumento da produção de dados e informações produzidas pelo usuário, os algoritmos se aperfeiçoam a

ponto de distribuir e organizar os conteúdos ao seu usuário de forma ainda mais personalizada (COELHO, 2017, p. 31-32; INSTAGRAM, 2021). Como efeito, observa-se a criação de bolhas, em que os usuários, muitas vezes sem ter conhecimento da interferência dos sites, se inserem ainda mais em ambientes homofílicos, ou seja, com conteúdos que expressam gostos e ideias similares ao respectivo usuário, viabilizando uma atmosfera confortável e de menos acesso a visões contrárias. Sobre isso, em 2018, The Wall Street Journal publicou relatório interno do Facebook que apontava o conhecimento dos seus executivos sobre a polarização que a rede social causava entre seus usuários, sobretudo a partir de seu mecanismo de recomendação.

Contudo, de acordo com a matéria publicada no jornal, a liderança não tomou medidas para conter o efeito, pois compreendia que “mudanças poderiam afetar desproporcionalmente conservadores e poderiam prejudicar o engajamento” (STAT, 2020). Ainda, o mesmo relatório trouxe informações de que a polarização promovida a partir dos algoritmos do Facebook se trata também de um esforço para capturar a atenção do usuário da plataforma, a fim de que este passe mais tempo na rede social - a chamada economia da atenção (WU, 2018).

E, apesar de o Facebook afirmar que aplicou mudanças, principalmente a fim de evitar conteúdos considerados nocivos, recentes estudos ainda indicam os algoritmos da rede social como um dos elementos-chave para a polarização dos usuários do site (RATHJE; BAVEL; LINDEN, 2021). A partir desses filtros-bolha faz-se referência à teoria de Dunker (2015): nesse caso, **os filtros-bolha contribuiriam com alguns tijolos para a construção do muro que rodeia o condomínio, separando o usuário do exterior, do diferente.** Esse tipo de dinâmica contribui para que os indivíduos permaneçam em contato com os seus vieses e se afastem cada vez mais de ideias contrárias.

Dessa forma, apesar de o cancelamento ser visto como uma conduta voluntária dos usuários que decidem deixar de apoiar alguma causa, pessoa ou empresa, muitas vezes, porque há divergências de opiniões (ESTADÃO, 2018; VEJA 2018; UOL 2021), **os próprios algoritmos das redes sociais realizam uma espécie de “cancelamento” dos conteúdos que podem ser considerados menos interessantes para cada usuário.** Ademais, um trecho do relatório interno do Facebook publicado pelo The Wall Street Journal (STAT, 2020) destacou que os algoritmos da rede social “exploram a atração do cérebro humano pela divisão”. Assim,

potencialmente o Facebook e outras redes sociais que fazem uso de filtros-bolha observaram essa característica do comportamento humano e instituíram mecanismos nas redes sociais para produzir um ambiente mais atraente aos seus usuários. Dessa maneira, os algoritmos não promovem algo novo, mas viabilizam a manutenção de uma dinâmica já presente na humanidade.

Corroborando com a ideia, Cinelli et al. (2021) apontam que usuários das redes sociais tendem a participar de comunidades e aderir informações que se alinhem com suas crenças. Nesse sentido, a partir da interferência dos filtros-bolha das redes sociais, há um cenário propício para o que a literatura denomina como **câmaras de eco, que são definidas como um ambiente onde as opiniões e ideias dos usuários são reforçadas pela interação com outros usuários que possuem visões semelhantes (TRAVIERSO, 2021).**

Buscando compreender o fenômeno das câmaras de eco nas redes sociais, resgata-se o viés de confirmação, termo utilizado na psicologia para se referir à busca ou interpretação de evidência que confirmem crenças e expectativas existentes (NICKERSON, 1998). Dessa forma, o

fenômeno do eco age como um viés de confirmação, trazendo ao usuário conteúdos em que o indivíduo possui afinidade ideológica.

Contudo, vale dizer que esse ímpeto humano de buscar aquilo que guarda afinidade, aliado aos mecanismos das redes sociais, ainda que tornem o ambiente virtual mais seguro e confortável, pode acabar por promover a divisão. Isso porque um ambiente que reforce nossas ideias pode afetar a forma em que percebemos a realidade, fazendo com que ela seja interpretada de maneira distorcida (KAHNENMAN, 2011). O que se pode dizer, então, é que **essas bolhas construídas tanto a partir da ação consciente dos usuários, como estimulada pelos algoritmos de redes sociais, podem promover a divisão entre grupos e alimentar os vieses dos indivíduos que terão cada vez mais dificuldade em dialogar com o diferente.**

Parece essencial abordar a dinâmica que as redes sociais propiciam, bem como a interação que seus usuários adotam, uma vez que o cancelamento tem - em algum grau - relação com uma dificuldade de se lidar com o diferente. Assim, importa considerar a divisão como parte de um traço humano, além do funcionamento dos algoritmos dessas redes sociais que isolam seus usuários em “condomínios” seguros e acolhedores para que não tenham de lidar com pessoas e suas ideias que perturbam o sossego, ou câmaras de eco que se limitam a reproduzir o que se quer ouvir.

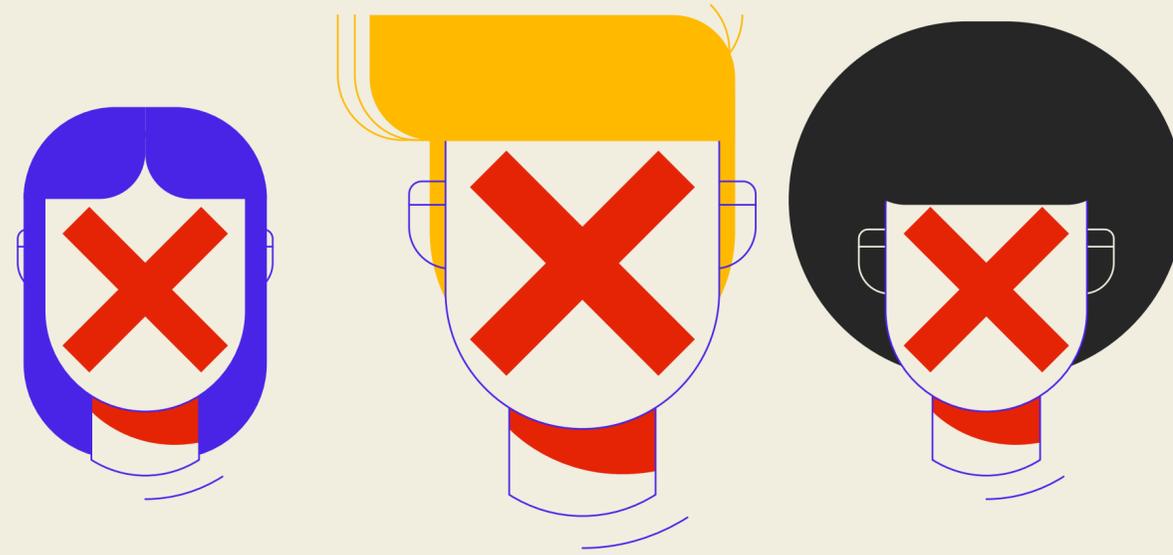
⁷ De acordo com projeção do IBGE, a população brasileira é composta por 213 milhões de pessoas (IBGE, 2021).

⁸ Coelho (p. 13, 2017) define feed de notícias como: uma ferramenta que “consiste em um fluxo de publicações de amigos, produtores de conteúdo e quaisquer outros integrantes da rede”.

⁹ Tradução dos autores para: “changes might disproportionately affect conservatives and might hurt engagement, the report says” (STATT, 2020).

¹⁰ Tradução dos autores para: “our algorithms exploit the human brain’s attraction to divisiveness” (STATT, 2020).

¹¹ Tradução dos autores para o termo “echo chambers”.



**AFINAL, POR
QUE CANCELAR?**

AFINAL, POR QUE CANCELAR?

Com o questionário lançado, além das perguntas destinadas a traçar o perfil dos respondentes, como suas visões políticas, formação educacional, gênero e renda, o alvo era focar nos comportamentos dos entrevistados nas redes sociais. A primeira pergunta destinava-se a medir o sentimento dos respondentes a respeito das divergências nas redes sociais, se já tinham excluído ou deixado de seguir amigos, familiares ou influenciadores em decorrência de diferentes opiniões e até mesmo como interagem com conteúdos acerca de religião, raça e política. Importante destacar que quase 60% da amostra era composta por público feminino, enquanto que 40% de homens, aproximadamente. Cerca de 40% tinha de 18 a 29 anos, quase 69% com ensino superior completo e 47,11% recebiam até 5 salários mínimos por mês.

O que se observou a partir das 815 respostas obtidas é que pessoas de diferentes espectros políticos (da esquerda à direita), em algum grau, excluíram ou excluem pessoas de suas redes sociais em decorrência de divergência de opiniões. Essa questão se mostra interessante, uma vez que o cancelamento é observado como um fenômeno de setores

progressistas e/ou de esquerda (SÁNCHEZ, 2020; UOL, 2020; FOLHA, 2020; TAB, [2020]). Na verdade, 31% dos entrevistados acham certo que as pessoas cancelem quem emite opiniões discordantes, enquanto 33% acham errado e 34% não sabiam responder. O Gráfico 1 demonstra o achado:

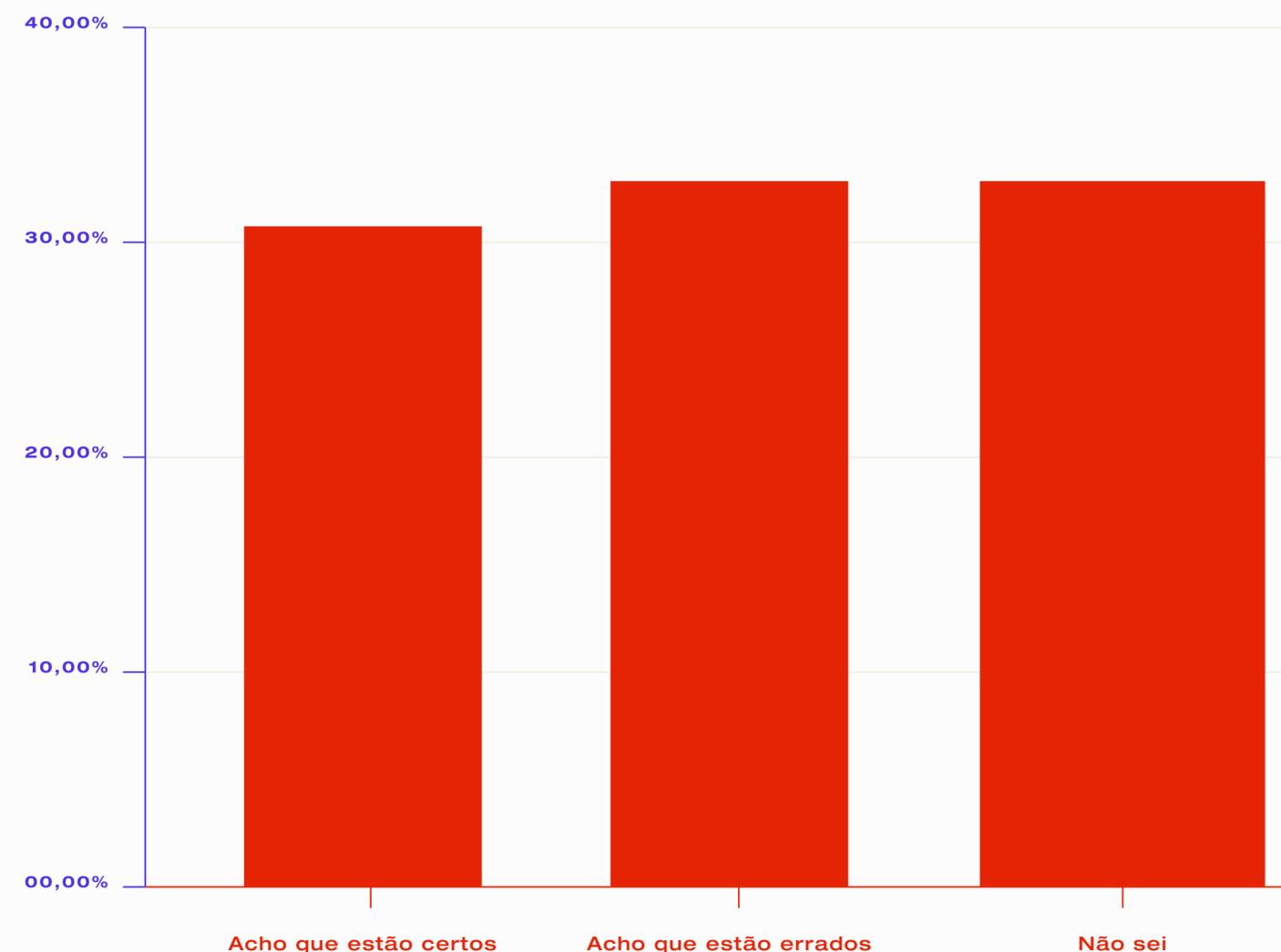


Gráfico 1. A opinião dos entrevistados sobre pessoas que deixam de seguir outros perfis nas redes sociais por divergência de opinião (respostas à pergunta: O que você acha de pessoas que bloqueiam ou deixam de seguir outras pessoas nas redes sociais por conta de opiniões diferentes?)

Há praticamente um equilíbrio na opinião das pessoas a respeito do cancelamento. Nos comentários, ficou consignado que o cancelamento depende de cada situação, indicando-se o meio-termo, nem que quem cancela está certo, nem que está errado. Segundo um respondente, “(...) tanto me agridem os posts agressivos como os das minorias que colocam ‘eles contra nós’.”

Ainda, o que se observou é que entre os respondentes houve maior propensão a excluir ou deixar de seguir algum influenciador digital ou famoso em decorrência de ideias diferentes, do que familiares e amigos. Isso poderia indicar uma maior tolerância dos entrevistados por aqueles que possuem um vínculo mais próximo. O vínculo pessoal, mais que o digital, permite discordância em maior grau. Essa constatação permite que os achados que afirmam o cancelamento de famosos, de marcas, produtos e serviços ocorrem de maneira mais sensível (GREENHALGH, 2021; MACQUARIE, 2020; ROMANO, 2020).

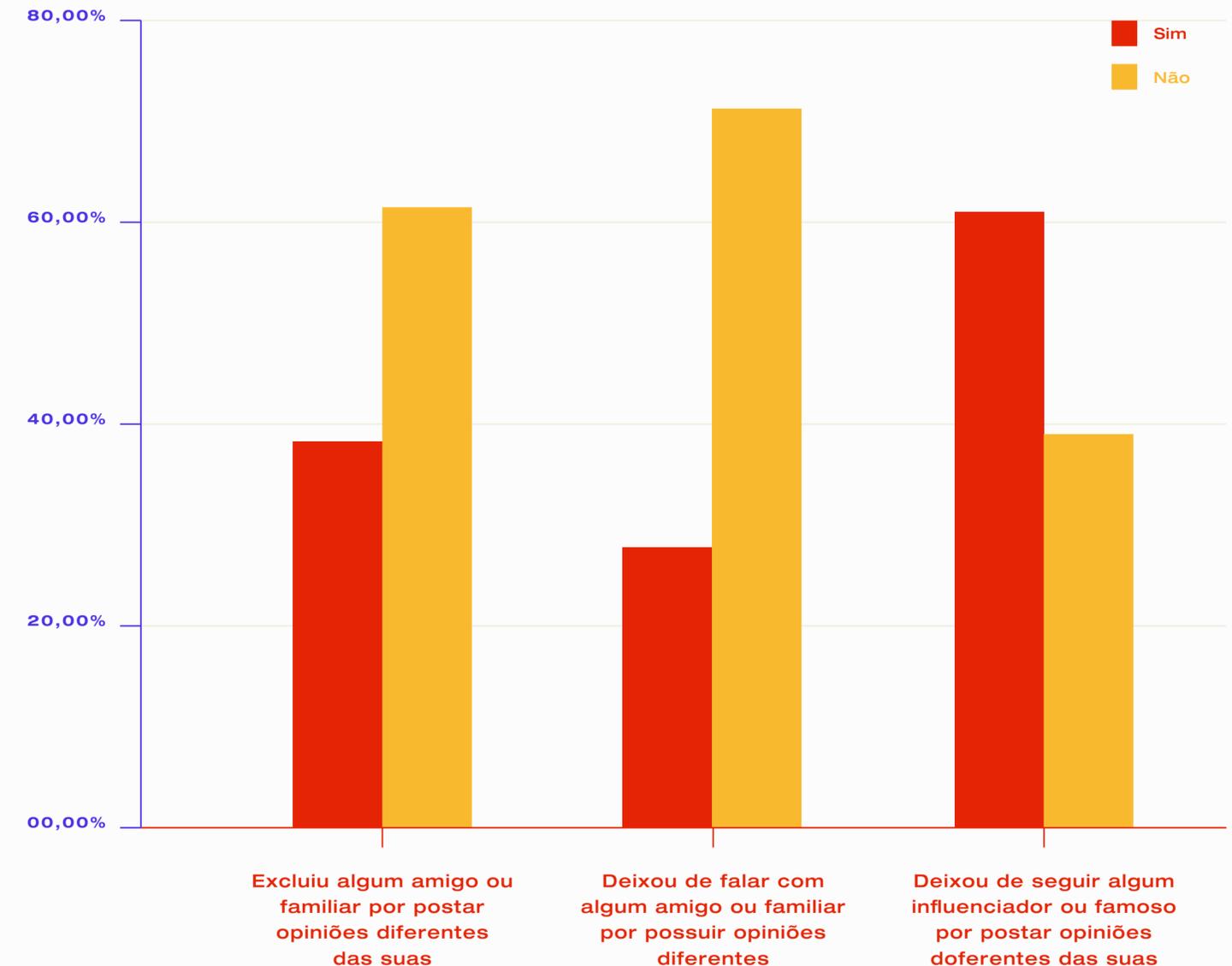


Gráfico 2. Respostas coletadas às perguntas seguintes perguntas: “sobre a sua interação nas redes sociais, você já: a. Excluiu algum amigo ou familiar por postar opiniões diferentes das suas; b. Deixou de falar com algum amigo ou familiar por possuir opiniões diferentes; c. Deixou de seguir algum influenciador ou famoso por postar opiniões diferentes das suas”:

Nesse sentido ressalta-se que alguns psicólogos afirmam que excluir ou deixar de seguir amigos nas redes sociais pode ensejar culpa e receio pela reação que a pessoa excluída pode ter. Nesse sentido, acaba existindo certa empatia pelo outro, em que o usuário “cancelador” pensa em como o amigo pode se sentir com aquele rompimento de vínculo, ainda que essa ruptura se dê exclusivamente em uma rede social (RIBEIRO, 2018). Por outro lado, o vínculo instituído entre o “cancelador” e influenciador pode ser mais frágil, se levamos em consideração que a relação muitas vezes se baseia no consumo. Dessa maneira, o seguidor consome as ideias, estilo de vida e produtos divulgados pelo influenciador ou famoso. Os resultados das entrevistas apontam para o possível fato de que o ídolo não pode errar. Com efeito, há maior facilidade de cancelar quem não tem vínculos sólidos com o agente ativo.

No mais, o ponto de destaque fica com as razões elencadas para se cancelar. Principalmente na ala do espectro político de esquerda e centro-esquerda, foi mencionado, algumas vezes, o discurso de ódio ou preconceito como motivo. Um dos comentários apontou: *“uma coisa é deixar de seguir alguém por discordar da opinião. Outra é por discurso de ódio, fake news, etc”*.

Também, o mesmo relato, acompanhado por outros respondentes, aponta um incômodo que gera o cancelamento: o compartilhamento de fake news. Sobre isso, é importante sustentar que o termo tem se tornado recorrente na mídia e no cotidiano dos brasileiros, mas não significa que haja um entendimento homogêneo do que significa fake news.

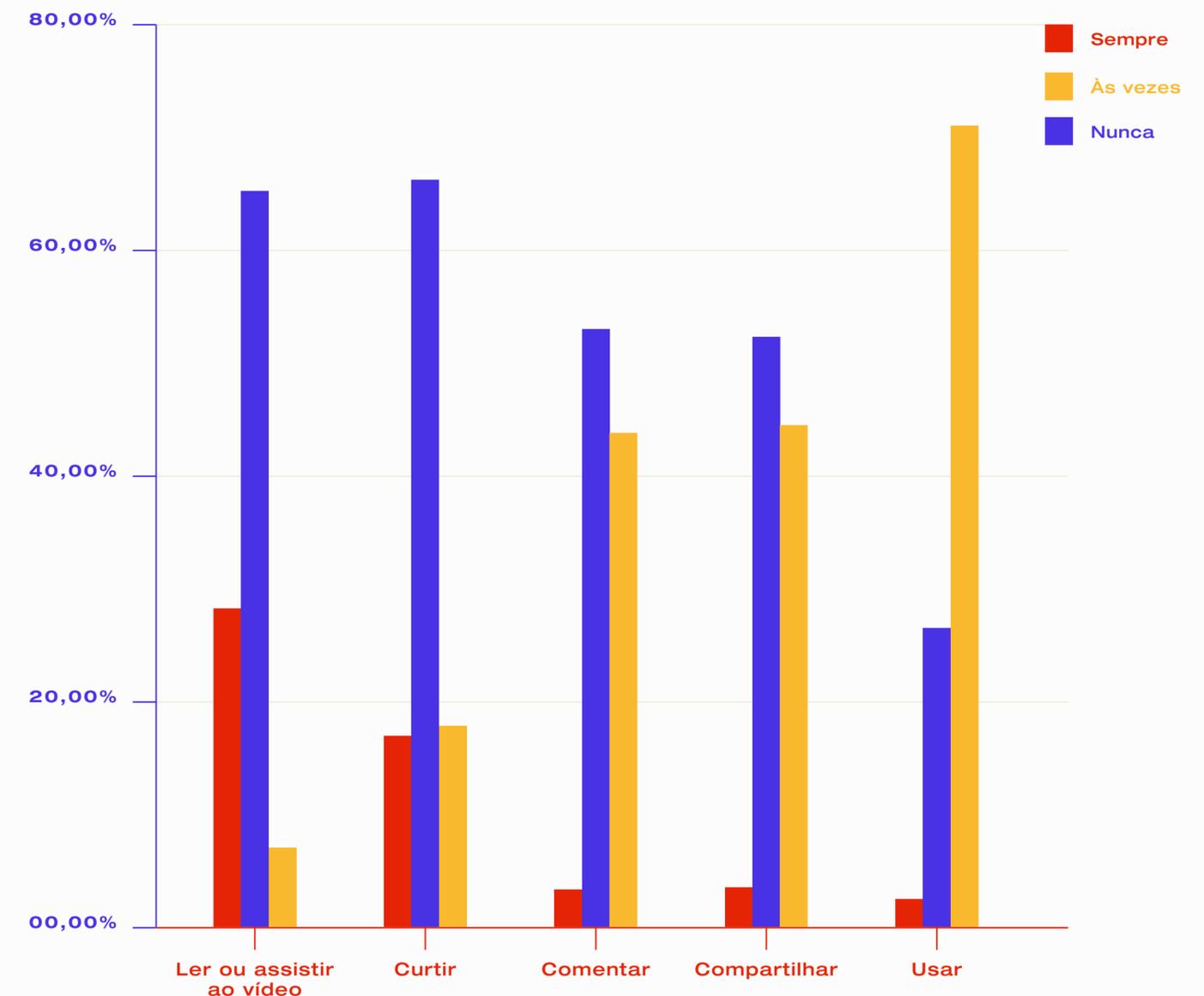
Nessa toada, Rais (CANÁRIO, 2018) aponta para a dificuldade de se definir o termo. Isso porque, segundo Rais, não é apurada a tradução da expressão como “notícia falsa”, pois isso constituiria um paradoxo, já que uma notícia não pode ser falsa e, se falsa, não é notícia. Contudo, a percepção é de que a mentira ou a falta de acurácia (PENNYCOCK, 2021) caracteriza a falsidade. Além disso, Rais afirma que organizações internacionais têm abordado o tema de forma mais ampla e adotado uma concepção de “desinformação”, que de acordo com a definição atribuída pelo High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation [Grupo de Especialistas de Alto Nível em ‘Fake News’ e Desinformação Online], significa “informação comprovadamente falsa ou enganadora que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens econômicas ou para enganar deliberadamente o público, e que é suscetível de causar um prejuízo público”.

Ainda, outro argumento ressaltou a rede social como ambiente que deve manter um certo grau de agradabilidade para os usuários. Nesse sentido, um dos respondentes afirma:

“Eu sinceramente acho que as redes sociais precisam ser um local aberto onde cada um tem o direito de se expressar. Porém se os ideais de algumas pessoas forem muito diferentes dos meus, publicando conteúdo que discordo plenamente, ou simplesmente não gosto, eu não sou obrigada a seguir essa pessoa.”

Os resultados coletados demonstram, contudo, que os entrevistados toleram hard news. Cerca de 93% das pessoas, em alguma extensão, interagem com conteúdos de raça, política, religião e gênero. Não há aversão a tais temas, ao contrário, há interesse a respeito. Cerca de 29% das pessoas sempre lê conteúdo ou assiste vídeo ligado a pelo menos um desses assuntos. Outro achado interessante é que o engajamento das pessoas (compartilhamento ou comentário em conteúdos em redes sociais) é praticamente homogêneo: na média 3% das pessoas sempre se engaja, 53% às vezes se engaja e 44% nunca se engaja. Tem-se que pelo menos 54% das pessoas com alguma frequência se engajam em conteúdos hard news, é dizer, esse tipo de conteúdo desperta atenção. O Gráfico 3 aponta os resultados obtidos:

Interação das pessoas com *Hard news* (religião, política raça e gênero)

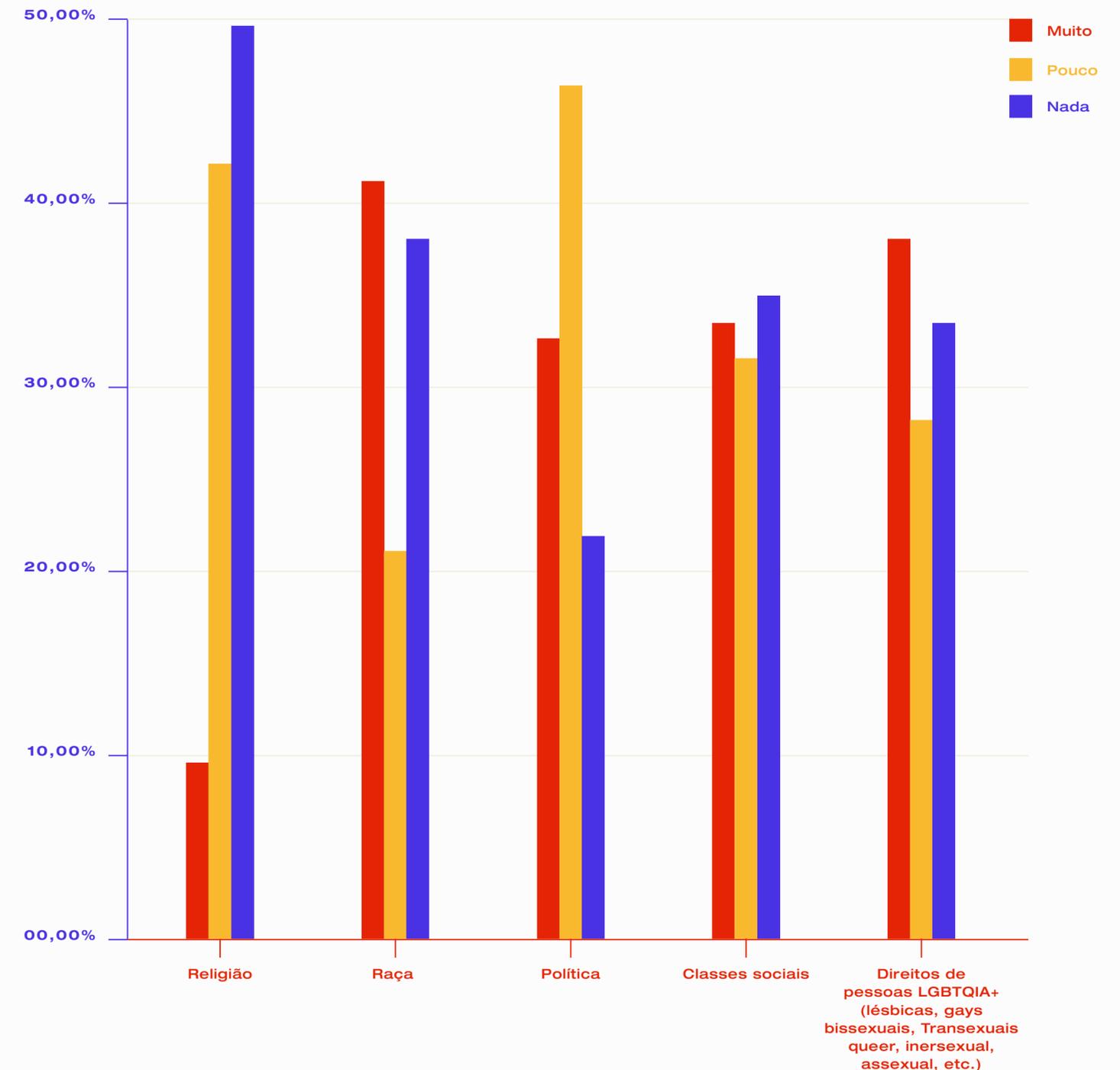


As mesmas pessoas consideraram certo cancelar outros (33% dos entrevistados).

Para investigar os conteúdos mais cancelados, a pesquisa apoiou-se na percepção do quanto a pessoa se sentia incomodada. Para isso, cinco categorias foram eleitas: raça, gênero, classes sociais, religião e política.

Dentre os respondentes, os assuntos raça e gênero são os que geram maior probabilidade de cancelamento: perguntados se a divergência de opinião a respeito desses assuntos incomoda, cerca de 41% se incomoda muito com divergências sobre raça, enquanto que 38,04% se incomoda muito quando o desacordo é sobre gênero. Divergências sobre religião incomodam muito apenas cerca de 10% das pessoas, enquanto que política e classes sociais encontram repulsa em média em 33% dos respondentes. Um dado interessante é que o tema política incomoda muito ou pouco cerca de 80% dos pesquisados, o que revela a propensão à ação - que pode levar ao cancelamento. O Gráfico 4 apresenta os resultados:

Com que tipo de assunto na internet você se incomoda mais?



Temas mais concentrados e apropriados por um ou poucos grupos (como raça e gênero) geram maior incômodo que assuntos mais dispersos como política e classes sociais, embora as diferenças de percepção entre esses grupos não sejam abissais. No caso da religião, a pesquisa aponta para a maior tolerância a ideias divergentes nas redes sociais, ainda que, na prática, a intolerância religiosa repercute em ações violentas nas periferias das grandes cidades brasileiras.

Sendo raça o assunto que mais gera incômodo quanto a ideias divergentes nas redes sociais, a pesquisa confirma a tendência inaugurada pelo movimento Black Lives Matter. De igual forma, com gênero na segunda e muito próxima posição, confirma-se o movimento #MeToo. A pesquisa mostra que temas contemporâneos de maior desacordo social tendem a incomodar muito e, então, gerar cancelamento. Religião, por exemplo, seria tabu na Europa do Século XV, mas não é no Brasil do Século XXI. Dados obtidos do Ministério dos Direitos Humanos apontam para denúncias na maior parte realizadas por fiéis de religiões de matriz africana: foram elas 25% do total, de 2015 a 2017.

A intensidade ou agressividade dos conteúdos foi destacada entre os comentadores por algumas vezes, de modo a sugerir que o cancelamento está intimamente ligado com o que alguém entende ser agressão ou ataque. Uma respondente esclareceu que:

“Já bloqueei amigos por serem homofóbicos ou defenderem agressores de mulheres. Também costumo deixar na geladeira meus amigos bolsonaristas, pois assim não preciso desfazer a amizade, mas dou um tempo para desintoxicar de opiniões divergentes da minha e que causaria brigas.”

Dentre os comentários, o *shadow banning* foi uma ação que os respondentes declararam adotar. Em vez de cancelar ou excluir o perfil, o usuário simplesmente não interage mais com ele, deixando que o algoritmo faça o resto, não mais exibindo conteúdos daquele específico perfil.

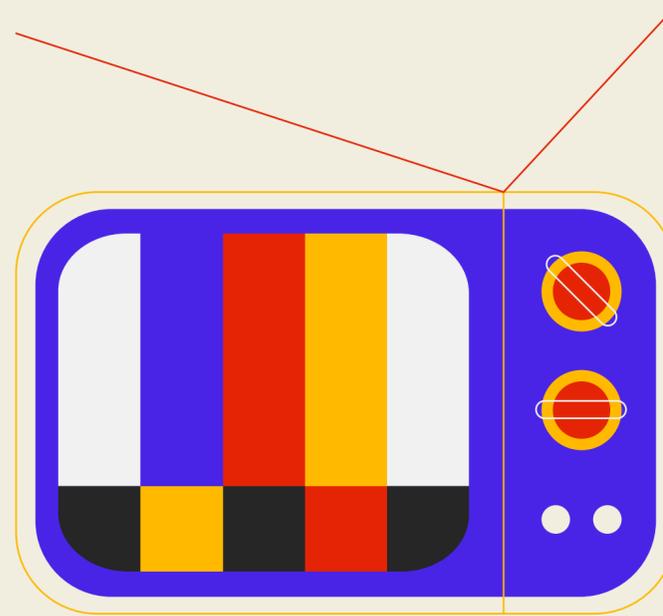
Nesse sentido, é importante definir o perfil da amostra quanto à corrente política que a pessoa pertence: 14,43% se declararam conservadores, 46,12%, moderados e 39,46% como progressistas. Os resultados afastam o entendimento que o cancelamento é algo necessariamente ligado ao perfil mais conservador, mas também pertence aos que se definem moderados e progressistas, para quem as ideias divergentes tenderiam a ser mais respeitadas e toleradas. O Gráfico 5 mostra tais resultados:



Ademais, em período de pandemia, em que as autoridades sanitárias recomendam o isolamento social, houve quem apontasse que o descumprimento dessas medidas, constituía razão para que a pessoa cancelasse outros perfis, assim, um respondente disse: “Não vale a pena discutir e ver posts de pessoas se aglomerando neste momento me causa uma estranha repulsa. Tenho impressão de que isso ficará marcado pra mim”.

Esse relato tem, para os pesquisadores, conexão com um fenômeno observado durante a pandemia. Alguns famosos foram cancelados por parte dos seus seguidores e fãs ao serem flagrados em aglomerações ou por afirmarem que não respeitam as medidas sanitárias, por exemplo (CALAIS, 2020; ISTOÉ, 2020; UOL; 2021).

¹² Karhawi (2017, p. 48) traz a definição de influenciadores como aqueles que têm “algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede”.



**CANCELAMENTO:
PROTESTO OU CENSURA?**

CANCELAMENTO: PROTESTO OU CENSURA?

A partir dos dados obtidos na pesquisa, a pergunta não é capaz de ser peremptoriamente respondida.

Afirma-se que vozes dissidentes, que visam a questionar padrões sociais que têm sido adotados nos dias de hoje, estão sendo silenciadas, e até mesmo, perseguidas pelo cancelamento (HARPER'S, 2020). Segundo os defensores dessa ideia, o cancelamento realizado a partir da exposição de ideias e condutas não aceitas pode até causar prejuízos, como a perda de um contrato de trabalho. Além do mais, ressalta-se que, nos Estados Unidos, essa crítica do cancelamento como censura costuma vir sobretudo de alas conservadoras (PEW RESEARCH CENTER, 2021).

Contudo, como contraponto, alguns ativistas e membros de grupos minorizados apontam que o cancelamento - tanto no sentido de ocupar certos espaços, como a impossibilidade de se expressarem ou de serem ouvidos - sempre esteve presente em suas vidas e que atualmente a discussão emergiu porque pessoas que sempre se mantiveram livres de questionamentos a partir do que pensam e que são, por conta de seu status social, passaram a ser mais questionadas e criticadas (THEOBJECTIVE, 2020). A análise dos dados obtidos na pesquisa sugere que o cancelamento não caracteriza censura, mas protesto. A

julgar pelos assuntos que mais geram incômodo nas pessoas, e considerando que, ao menos 33% delas aprovam o cancelamento, enquanto 33% não sabem se concordam ou não com ele, somando-se ao elemento de que vínculos menos fortes são os que mais são suscetíveis ao cancelamento (cerca de 60% do primeiro grupo versus 38% do grupo de familiares e amigos), tem-se a possibilidade que, mais que censura, o cancelamento é forma de protesto.

Explica-se. O cancelamento não gera aversão ou repulsa para 66% dos entrevistados. Mesmo aqueles que “não sabem se concordam ou discordam” assumem que o cancelamento é uma possibilidade. Viu-se, ainda, que as *hard news* a respeito de raça e gênero são as que mais “sempre geram incômodo”, enquanto que o tema política é motivo de incômodo, em maior ou menor grau, para cerca de 80% das pessoas. Raça, gênero e política têm sido motivadores de protestos ao redor do mundo, como se viu neste artigo.

Os comentários dos respondentes confirmam a asserção. Com efeito, diversos deles se posicionam deixando de seguir um perfil não como “pirraça, e sim pela forma do discurso”, ou como maneira de respeitar “a defesa dos valores constitucionais e dos direitos fundamentais alicerçados na dignidade da pessoa humana”. **Muitos comentários dizem respeito ao cancelamento como direito**

de liberdade individual, como “ninguém é obrigado a ler o que não gosta. Cada um fica na sua opinião e vida que segue”. Ainda assim, trata-se de posicionamento individual que pode ser entendido como uma espécie de protesto. É como mudar o canal de TV quando aparece uma reportagem a respeito de algo com o qual não se concorda, ou uma estação de rádio quando uma personalidade de espectro ideológico diverso se manifesta.

O protesto é protegido pela cláusula geral da liberdade de manifestação do pensamento. O Supremo Tribunal Federal já se posicionou na defesa do inciso XVI do artigo 50 da Constituição com o exercício de manifestações nos mais variados locais, inclusive na Praça dos Três Poderes, entendendo por inconstitucional um decreto do Distrito Federal restringindo o acesso de manifestantes àquele local. Os dados obtidos não permitem aferir se os cancelamentos foram realizados a título de censura. Nem as questões, nem os comentários apontam para o cancelamento como instrumento de calar as vozes daqueles que são cancelados. De novo, parece muito mais protesto e posicionamento, ainda que sob o viés do exercício da liberdade individual, do que, propriamente, censura.

Considerando que a menor parte dos respondentes se declarou conservadora (14,43%), e que, conforme indicado pelo Pew Research Center (2021), o argumento do

cancelamento como censura é ligado aos estadunidenses mais conservadores, é natural sugerir que, nesta pesquisa, os respondentes apresentem a tendência de caracterizar o cancelamento como um protesto ativista ou silencioso, partindo da liberdade individual de não mais seguir um perfil.

Há ainda mais um aspecto importante a se relevar e, possivelmente, corroborar os achados aqui apresentados. A internet possibilitou a todo o indivíduo a chance de produzir e distribuir seus conteúdos e, em alguma medida, fazer circular as suas ideias. Ainda, aliada à internet, as redes sociais aparecem para auxiliar a interação entre os internautas e facilitar a conexão entre todos. Assim, é nesse cenário que grande parte da população - até então com pouco espaço para veicular as suas ideias - passa a se expressar cotidianamente.

É por meio das redes sociais que as comunidades se constroem (RAMSEY, 2015), apesar da distância geográfica estabelecida entre cada usuário. A ideia, inclusive, das echo chambers e do viés de confirmação, exploradas neste estudo, facilitam a asserção de que comunidades identitárias se formem nas redes sociais, defendendo-se de agressões ao seu modo de agir e de pensar. É nesse ambiente que grupos marginalizados, como pessoas negras e pessoas LGBTQIA+, conseguem trazer notoriedade às suas demandas e efetivar um ciberativismo na defesa de seus

direitos (QUEIROZ, [s.d.]; HASCEMBERG; ENDO; CAMELO, 2016; NAZARÉ, 2012).

Nesse contexto, o cancelamento se apresenta como um instrumento utilizado por grupos minorizados - que, historicamente, tiveram e têm suas demandas negligenciadas, ou que se formaram nos últimos tempos - para dar notoriedade às suas denúncias e viabilizar uma punição ao acusado. O movimento “#me too”, que, ao buscar dar visibilidade às ocorrências de assédio sexual, trouxe denúncias às redes sociais, abrindo margem para que as ocorrências fossem conhecidas por uma enorme legião de internautas, que poderiam acompanhar os desdobramentos dos casos e cobrar punição, transparência e regulação. Trata-se de protesto e accountability.

Entretanto, parece haver, sim, a banalização do cancelamento. Esse fenômeno tem feito parte do cotidiano da sociedade brasileira, que quase diariamente se depara com algum episódio de repercussão. Ainda, os motivos para alguém sofrer o cancelamento são variados, vão desde posições políticas até a uma fofoca sobre o término de um relacionamento amoroso (QUEM, 2020). O cancelamento pode estar ligado à baixa tolerância com o divergente, no entanto, a pesquisa apontou, nos comentários, que o fenômeno está mais ligado a manifestações agressivas.

O cancelamento se coloca no núcleo do tribunal virtual que permanece vigilante aos passos de todos, independentemente da conduta ser de caráter privado ou público. Essa situação serve de exemplo a todos os usuários, pois ainda que não tenham sido cancelados, passam a ter consciência de que estão sob o crivo de uma imensa legião de internautas e, portanto, devem ser extremamente cautelosos com o que fazem, sobretudo com o que vai parar nas plataformas digitais.

Esse cenário leva ao receio, sobretudo de figuras públicas, que têm mais visibilidade. A exemplo disso, na edição 21 do reality show Big Brother Brasil (BBB21), o cantor Fiuk, que foi um dos participantes do programa, fez aulas sobre feminismo, racismo, padrões de beleza, e outros temas antes de iniciar o confinamento, a fim de evitar cancelamentos (LEMOS, 2021), o que não aconteceu com outra participante conhecida por ter sido cancelada, Karol Conká.

Ainda, não são somente as ações presentes e futuras que devem receber a nossa atenção, mas as condutas que do passado a cujo respeito nem se recorda mais. A título de exemplo, a jornalista Alexi McCammond acabou apresentando sua demissão, aos 27 anos, em decorrência do escândalo formado a partir de alguns de seus tuítes que foram publicados quando Alexi tinha 17 anos (SÁNCHEZ, 2021).

Esse caso elucidada a fala de José Manuel Rodríguez, consultor digital e jornalista, em que afirma que as redes sociais “geram a perspectiva enganosa de que as pessoas não mudam com o tempo” (SÁNCHEZ, 2021). Ou seja, julgam-se uns aos outros a partir de fragmentos do que é encontrado, das pegadas digitais, mas que não necessariamente representam mais o que uma pessoa pensa ou se tornou. Nesse sentido, a internet não tem um botão delete (SCHMIDT-COHEN, 2013), um dos argumentos do denominado direito a ser esquecido.

Além disso, a maior questão apontada acerca do cancelamento, trabalhada pelo sociólogo Venegas (2016) e pelo psicanalista Dunker (2021), é como o cancelamento pode ser punitivista e eliminador de qualquer construção de diálogo. Dessa maneira, pequenos deslizes, um erro de comunicação ou até mesmo uma conduta censurável podem gerar uma enxurrada de críticas, que, no limite, podem se tornar um linxamento virtual, sem oportunidade para um debate livre das ideias.

Em vista disso, muitos se colocam como críticos da “cultura do cancelamento”. Famosos, influenciadores e organizações privadas têm se empenhado em uma campanha de “descancelamento” ou de cancelamento da

“cultura do cancelamento” (SPARTAKUS, [s.d.]; QOT, 2020; GNT, [s.d.]).

Uma das críticas direcionadas ao fenômeno é de que as pessoas, a partir de um investimento em uma relação construída entre usuário e influenciador/famoso, costuma haver idealização equivocada de que o influenciador/famoso é perfeito, portanto, não passível de erros. Assim, quando este vacila, as expectativas são frustradas e o usuário pode se ver traído (DUNKER, 2021; MUTATO, 2020). Os resultados da pesquisa parecem corroborar tal fato: o ídolo não pode errar.

Ademais, a outra pedra de toque em torno do cancelamento é a seletividade. Assim, algumas pessoas apontam que o tribunal da internet possui dois pesos e duas medidas, isso porque, diante de um mesmo “erro”, os internautas podem elaborar diferentes julgamentos a depender de quem foi o autor ou autora. A agência Mutato (2020) aponta que pessoas que normalmente gostam muito de outra tendem a ter dificuldades de observar o “erro” e cobrar alguma reparação. Os achados da pesquisa, que vínculos familiares geram menor incômodo, corroboram com essa percepção.

¹³ ADI 5852-20, Rel. Min. Dias Toffoli, DJ em 26.11.2020; ADI 1969-07, Rel. Min. Ricardo Lewandowski, DJ em 31.8.2007.

¹⁴ Nome dado às publicações da rede social denominada Twitter.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi trazer mais luz sobre o tema da “cultura do cancelamento”, investigando conteúdos e perfis que podem favorecer e promover o cancelamento no meio digital e pesquisar os contornos que o cancelamento têm tomado atualmente, como quem é cancelado e por que, além de explorar seus efeitos em uma sociedade, que ainda que cause incômodo a muitos, é plural. A ideia era, inclusive, debater se o cancelamento é, hoje, instrumento de protesto ou de censura.

A revisão bibliográfica realizada, embora com escassos estudos, pôde orientar hipóteses que foram quase totalmente confirmadas pela pesquisa. Aqui se tratou da lógica das redes sociais mais utilizadas no Brasil, que, na busca por atrair seus usuários, promovem um ambiente hemofílico, onde os internautas ficarão mais expostos a conteúdos que lhes agradem por meio dos fenômenos das câmaras de eco e dos vieses de confirmação, favorecidos pelos respectivos algoritmos. A pesquisa constatou que 75% das pessoas entram todos os dias no Instagram, e mais da metade, também diariamente, no Youtube e no Facebook.

Ainda, foram apontados os principais achados do nosso estudo e os motivos elencados pelos entrevistados para cancelar perfis e pessoas. Ficou sugerido que os internautas não tem aversão às chamadas *hard news*, que, para fins deste estudo, foram divididas em conteúdos de raça, gênero, religião e política. O estudo provou que as pessoas sempre se incomodam com ideias divergentes sobre raça e gênero, e quase sempre (cerca de 80%) com conteúdo político. O incômodo é a peça-chave do cancelamento, dado que é muito simples desligar um perfil se ele não mais satisfaz os interesses do internauta.

Foram os comentários à pesquisa, propiciados por meio de uma pergunta aberta ao final do Questionário, que foram determinantes para responder a pergunta de pesquisa: o cancelamento é censura ou protesto? Considerando que os comentários sempre se posicionaram não no sentido de silenciar alguém, mas de marcar uma posição, opondo-se ativamente ao perfil ou ao conteúdo, ou, simplesmente, cancelando-se perfis com base na liberdade individual, esta **pesquisa sugere que o cancelamento, mais que censura, é**

protesto. Nesse percurso, observou-se que o cancelamento sempre esteve presente na história da humanidade, afetando principalmente mulheres, pessoas negras, LGBTQIA+, deficientes, etc. Contudo, com o avançar do tempo e com a implementação das redes sociais, o fenômeno tomou novos contornos e se tornou mais visível. Em sua origem, ele assumiu feições de protesto, com uma origem identitária ligada a grupos minoritários que, com ativismo, colocavam-se contra o status quo, o que ocorreu nos Movimentos #MeeToo e #Black Livers Matter.

Atualmente, o cancelamento se mostrou uma poderosa ferramenta. Apesar de cotidianamente os perfis serem objeto de cancelamento, o que pode demonstrar intransigência, em um primeiro momento, mas tem gerado repercussão de modo a fazer com que vozes que antes não eram ouvidas ganhassem relevo. Demandas negligenciadas de grupos sub representados passaram a ser uma questão preocupante para muitas marcas e figuras públicas, que entenderam que ignorar certas pautas, bem como não observar novas regras sociais estabelecidas, pode causar um grande prejuízo. Nesse sentido, o cancelamento pode ser poderosa forma de ativismo que gera mudança social.

Contudo, apesar de o cancelamento servir como uma importante ferramenta de denúncia a grupos minorizados, há também a discussão acerca da sua recorrência e

banalização. O cancelamento tem sido cotidianamente promovido por pessoas imperfeitas que julgam os “erros” das demais, como se incorressem em “violações” ou condutas tidas como reprováveis. Esse tribunal que se forma nas redes sociais pode tornar o ambiente hostil e não propício ao diálogo e empatia. Dessa maneira, questiona-se se é possível que, em casos de legítimas denúncias e demandas, é de se promover as mudanças necessárias; ou, se em vez disso, há um movimento que viabilize ainda mais a divisão entre grupos sociais e a intolerância.

Como sugestão para estudos futuros, apresenta-se a ideia de acompanhar o cancelamento durante as Eleições de 2022. Considerando que a pesquisa apontou que a política incomoda, de alguma maneira, 80% das pessoas, o comportamento dessas pessoas nas Eleições de 2022 em termos de cancelamento podem gerar mais dados para verificar se o fenômeno pode ser considerado, além de protesto, censura.

REFERÊNCIAS

CALAIS, B. Festa durante isolamento pode ter causado prejuízos de R\$ 3 milhões a Gabriela Pugliesi. 2021.

CAMILLOTO, B.; URASHIMA, P. Liberdade de expressão, democracia e cultura do cancelamento. Revista de Direito da Faculdade Guanambi, p. 195–241, 2020.

Google Trends. Cancelamento. Disponível Aqui.

CARDOSO, F. P. Temístocles: Apogeu E Ostracismo. As Duas Faces Da Mesma Moeda. Revista Cadernos de Clio, v. 6, n. 1, p. 169–194, 2015.

CAZES, L. Christian Dunker analisa mal-estar social provocado por condomínios. Disponível Aqui.

CENTER, P. R. Americans and ‘Cancel Culture’: Accountability, Others See Where Some See Calls for Censorship, Punishment. 2021.

CLARK, Meredith D. Drag Them: A brief etymology of so-called “cancel culture”. Communications and the Public, 2020, Vol. 5, pp. 88–92.

_____ Black twitter: Building connection through cultural conversation. in Rambukkana, N. (Ed.), Hashtag publics: The power and politics of discursive networks (pp. 205–217). Peter Lang Press.

COELHO, F. G. A influência dos algoritmos sobre o Feed de Notícias do Facebook. 2017.

CUPONATION. Digital 2021: Global Digital Insights. [s.l: s.n.].

DILLMAN, D. A. Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method. Hoboken: [s.n.]. Disponível Aqui.

DUNKER, C. I. L. Mal-estar, sofrimento e sintoma: uma psicopatologia do Brasil entre muros. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2015.

DUNKER, C. I. L. Karol Conká e a cultura do cancelamento. Disponível aqui.

ESPERANDIO, C. Conká perde R \$ 5 milhões no BBB e pode

perder muito mais ! Entenda a conta. Disponível aqui.

GNT. Cultura do cancelamento: você tem medo de dar opinião?. Disponível aqui.

GNT. Cultura do cancelamento: qual é a sua opinião?. Disponível aqui.

GREENHALGH, L. Como a cultura do cancelamento pode abafar a liberdade de expressão. Disponível aqui.

HASCEMBERG, A.; ENDO, P. T.; CAMELO, M. B. Redes sociais como ferramentas de apoio a movimentos civis: uma análise qualitativa no movimento LGBT caruaruense. Disponível aqui.

HOLMAN, Kylie J. Can you come back from being cancelled? A case study of podcasting, cancel culture and comedians cancelled in #metoo. ProQuest LLC, 2020.

INSTAGRAM. Explicando melhor o funcionamento do Instagram. Disponível aqui.

INTERVOZES; RSF. Media Ownership Monitor. Disponível

KAHNEMAN, D. Rápido e devagar: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva LTDA, 2011.

LEMOS, N. Fiuk, vem sair da bolha e se desconstruir aqui fora. Disponível aqui.

LOIOLA, D. F. E. Recomendado para você: O impacto do algoritmo do YouTube na formação de bolhas. [s.l: s.n.].

MACQUARIE. Cancel culture. Disponível aqui.

MISHAN, L. The long and tortured history of cancel culture. The New York Times Style Magazine, p. 1–9, 2020.

MUTATO. Cultura do cancelamento: o que é? Do que se alimenta? Como se reproduz? Disponível aqui.

NAZARÉ, M. P. B. DE. As mídias digitais e seus usos pelo movimento LGBT brasileiro. Disponível aqui.

NICKERSON, R. S. Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. Review of General Psychology, v. 2, n. 2, p. 175–220, 1998.

NORRIS, P. Closed Minds? Is a “Cancel Culture” Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science? Faculty Research Working Paper Series. [s.l: s.n.]. Disponível aqui.

PARISER, E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. [s.l: s.n.].

QUEBRANDO DO TABU. SAC: cultura do cancelamento. Disponível aqui.

PENNYCOCK, Gordon; EPSTEIN, Ziv; MOSLEH, Mohsen; ARECHAR, Antonio A., ECKLES, Dean; RAND, David G. Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature* volume 592, pages 590–595 (2021).

QUEIROZ, J. Redes sociais: ferramentas revolucionárias para o ativismo LGBT. Disponível aqui.

QUEM. Retrospectiva 2020: Famosos que foram cancelados pelo público. Disponível aqui.

RAMSEY, D. X. The Truth About Black Twitter. Disponível aqui.

REIMÃO, S. “Proíbo a publicação e circulação...”: censura a livros na ditadura militar. *Estudos Avancados*, v. 28, n. 80, 2014.

ROMANO, A. Why we can’t stop fighting about cancel culture. Disponível aqui.

SÁNCHEZ, M. Demitida por um tuíte de anos atrás: como a cultura do cancelamento pode afetar seu trabalho. Disponível aqui.

SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. *The New Digital Age*, 2013, John Murray.

SPARTAKUS. Cancelando o cancelamento: o que é linchamento virtual?. Disponível aqui.

SHIFMAN, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 362–377.

VENEGAS, M. Planchando Consciousness: Public Accountability, Call-Out Culture, and a Praxis Sketch in Queer Activist Scenes. [s.l: s.n.].

WAKKA, W. Julio Cocielo perde patrocínios após polêmica com post considerado racista. Disponível aqui.

WU, Tim. Blind Spot. *The Attention Economy and the Law*. 82 *Antitrust L.J.* 771 (2018-2019).

