

Uma análise sobre a influência da cultura do cancelamento nas relações sociais dos influenciadores digitais

Ana Kelly C. Menegus, Arthur F. Soares,
Guilherme dos Santos Frizon, Heloísa Klumb, Inaê K. M. Marchese

Instituto Federal Catarinense – Campus Concórdia (IFC)
Rodovia SC 283 – 89703-720 – Santa Catarina – SC – Brasil

Abstract.

Resumo.

1. Introdução

2. Fundamentação Teórica

Ao longo do século XXI, a sociedade vem observando o crescimento do fenômeno conhecido como advento das redes sociais, também conceituadas como espaços virtuais que, dia após dia, tornam-se mais tecnológicos e capazes de moldar as relações sociais estabelecidas. Nesse sentido, de acordo com Sá (2021), as redes sociais foram criadas com o intuito de compartilhar informações, seja através de mídias ou textos, a fim de estabelecer vínculos digitais entre seus usuários. Dessa forma, as redes sociais, tais como Instagram, Facebook e Twitter (atual X), possuem importante papel no que se refere à disseminação de ideias, permitindo o acompanhamento, por parte de pessoas de todo o mundo, aos chamados influenciadores digitais.

Nesse contexto, surgem os influenciadores digitais, que de acordo com Silva e Tessarolo (2016), referem-se aos indivíduos que se sobressaem nas redes sociais e que dispõem da capacidade de mobilizar um alto número de seguidores, conduzindo opiniões e comportamentos, bem como criando conteúdos exclusivos. Esse cenário veio com a liberdade e a praticidade proporcionadas pela Internet, onde o conteúdo torna-se uma das ferramentas fundamentais utilizadas pela marca no seu plano de marketing no espaço digital. A exibição de seus estilos de vida, opiniões e experiências nas redes sociais acabam tendo uma grande repercussão, causando impacto na vida daqueles que os acompanham.

Ao expor as suas opiniões nas redes sociais, os influenciadores passaram a enfrentar fortes críticas dirigidas diretamente pelo tribunal existente dentro da Internet. Por longos anos a vingança privativa vigorou, até que se constou necessário à sociedade a elaboração do direito penal. A partir disso, o acusado passou a ter como direito um julgamento justo e imparcial, além de defesa, independentemente do crime cometido. Entretanto, segundo Lima e Cordeiro (2023) o surgimento da Internet, fez com que o julgamento de ações sociais retrocedesse. Sendo considerado um território livre por muitos de seus usuários, a Internet abriu espaço para que as pessoas sejam julgadas sem que os seus direitos de acusado, assegurados pela Constituição Federal, sejam executados. Desse modo, surge o termo tribunal da Internet, caracterizado pelo julgamento de pessoas, marcas e empresas por atitudes expostas nas redes, sem que haja a oportunidade de se defender ou redimir.

A impunidade do tribunal da Internet abriu espaço para o surgimento da chamada cultura do cancelamento. Essa expressão, por sua vez, teve origem nos Estados Unidos, tornando-se popular ao decorrer dos últimos anos. O termo propagou-se no Twitter, adquirindo espaço nas demais redes como forma de enfatizar as causas sociais, como o racismo e machismo, assim como causas ambientais e políticas. Contudo, com o suporte de estar concentrando atenção para temáticas que por sua vez eram marginalizadas, o cancelamento excedeu o limite de protesto legítimo e tornou-se um ato de boicotar pessoas públicas ou anônimas e marcas, como resultado de um erro ou uma conduta que não seja aceita socialmente (SÁ, 2021).

3. Trabalhos correlatos

Uma série de trabalhos oferecem informações sobre as redes sociais e abordam os principais conceitos envolvidos por ela, como os influenciadores digitais e a cultura do cancelamento. Nessa seção, será apresentado um breve resumo sobre as principais referências bibliográficas relacionadas às temáticas expostas neste artigo, de forma a basear as pesquisas sobre o tema e responder as perguntas da pesquisa: Como funciona a cultura do cancelamento? Quais são seus principais impactos nas relações sociais dos influenciadores digitais?

Em Guarieiro (2021), descreve-se o surgimento da Internet e, posteriormente, das redes sociais como ferramentas de interação social. Ainda, expõe-se a consolidação dos influenciadores digitais e seu atual papel em tal temática, estimulando a formação de opiniões similares entre os usuários das redes sociais. Por fim, a autora exemplifica a cultura do cancelamento com o caso de uma famosa cantora, que sofreu uma série de ataques ao ter suas atitudes em um *reality show* contestadas por parte da grande massa. Dessa forma, o artigo relaciona-se à pergunta pesquisa do presente trabalho ao abordar o papel das redes sociais na formação dos influenciadores digitais e, conseqüentemente, na disseminação da cultura do cancelamento. No entanto, difere no que se refere as conseqüências nas relações sociais dos cancelados, uma vez que não aborda uma visão pós-cancelamento.

Em Silva (2021), os *exposeds* com o intuito de denunciar atos de injustiça são considerados positivos, tendo em vista que muitas vezes essa pode ser a única forma encontrada para se pedir ajuda. Entretanto, levanta-se a questão de se seria o tribunal da Internet o responsável por julgar alguém culpado, ou não. Ainda, o artigo exemplifica as suas ideias a partir de casos reais e conclui que a imagem que deseja-se passar está ligada às *hashtags* e bandeiras levantadas nas redes. Desse modo, o trabalho referenciado se aproxima da pergunta norteadora do presente trabalho a medida que ele apresenta como a cultura do cancelamento funciona na atual sociedade, entretanto, ele não atende os impactos nas relações sociais dos influenciadores afetados.

Por meio de (SÁ, 2021), é apresentada a definição de influenciadores digitais pela percepção de diferentes autores. Ainda, é relatado a origem da “Cultura do Cancelamento”, bem como a definição denominada pelo Dicionário *Macquarie*, famoso dicionário australiano, o qual tem como objetivo analisar anualmente as expressões populares. Ademais, é argumentado sobre as redes sociais, novamente expondo distintas

¹Em português “expor”, a expressão significa a revelação de um fato criminoso ou questionável e seu respectivo autor.

definições sobre o termo. Nesse contexto, o cancelamento foi exemplificado a partir de casos envolvendo pessoas públicas e sua relação com determinada marca, por conseguinte, as estratégias adotadas pelos influenciadores para superar a crise gerada por este fenômeno. À vista disso, o artigo referenciado aproxima-se da pergunta geradora deste trabalho considerando que o mesmo relata as técnicas utilizadas pelo cancelado para recuperar-se da cultura do cancelamento, contudo, as apresenta de forma empresarial, sem contemplar as consequências psicológicas que podem ser desencadeadas pelos influenciadores ao serem submetidos a tal ocorrência.

Na pesquisa de Carmo (2021) uma investigação sobre a cultura do cancelamento no ciberespaço é desenvolvida, com base em dois casos populares brasileiros, um ocorrido durante a pandemia da covid-19, período de isolamento social, e outro em decorrência dos comportamentos de uma participante em um *reality show*. Ainda, os possíveis desdobramentos do cancelamento, a sua recorrência e a relação com os influenciadores digitais foram apresentados, de modo que o artigo se assemelha às perguntas que o presente trabalho busca responder. Entretanto, as consequências nas relações sociais dos influenciadores cancelados não são contempladas.

No trabalho desenvolvido por Silva et al. (2023), ~~a importância da comunicação na contemporaneidade é manifesta, o que é a cultura do cancelamento e como se retratar após sofrer um ataque virtual desse tipo são os principais tópicos desenvolvidos no trabalho.~~ A exemplificação apresentada é o caso da **CEO** da marca Boca Rosa **Beauty**. Desse modo, o artigo referenciado contempla parcialmente as questões que o presente trabalho busca responder, apresentando a cultura do cancelamento e como os influenciadores e marcas que acabam sendo afetados pelo tribunal da internet buscam se redimir. Contudo, o impacto nas relações sociais após o processo de cancelamento não é explorado.

4. Metodologia

5. Desenvolvimento

5.1. As Redes Sociais

De acordo com Guarieiro (2021), a Internet surgiu por volta do final do século XX, frente a necessidade da troca de informações entre os serviços americanos durante a Guerra Fria. A partir da década de 1990, no entanto, o desenvolvimento de novas tecnologias abriu espaço para o lançamento de aplicações que permitiram o compartilhamento de informações em maior escala, como a *World Wide Web*, tornando a Internet não mais uma ferramenta de uso bélico, mas sim uma difusora mundial de conteúdo. Posteriormente, em 2004, lançou-se oficialmente a Web 2.0, tecnologia que fez nascer para o mundo as chamadas redes sociais, baseadas não somente na possibilidade de compartilhar ideias, mas também na de interação entre internauta-navegador.

Nesse sentido, segundo Sá (2021), as redes sociais são espaços virtuais criados com o intuito de compartilhar informações e conteúdos, a fim de estabelecer relações entre seus usuários e torná-los digitalmente interligados. De acordo com Portela et al. (2021), posteriormente a isso, com a ligação entre pessoas de distintas partes do mundo, tornou-se frequente a criação de nichos e grupos sociais, moldados de acordo com interesses e necessidades em comum dos usuários que passaram a constituirlos. Esses grupos, por conseguinte, foram, dia após dia, estabelecendo um novo modo de interação social, moldando uma nova forma de viver em sociedade.

Atualmente, redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter confirmam os avanços trazidos para a sociedade com o desenvolvimento das mesmas, especialmente ao desempenharem importante papel na vida cotidiana das pessoas, sendo ferramentas não somente de compartilhamento de conteúdos e ideias, mas também igualmente meios de comunicação, de relacionamento e especialmente, de vendas, como exemplificado por Silva et al. (2023). Estar inserido em uma rede social nos dias atuais torna-se não somente uma possibilidade, mas sim uma necessidade, visto que estas são responsáveis por ditar tendências e comportamentos, de forma a impelir seus usuários a se manterem atualizados e conectados uns aos outros.

Portanto, as redes sociais difundiram-se mundialmente ao aproximarem pessoas do mundo todo e facilitarem processos cotidianos de seus usuários, viabilizando a comunicação, os negócios e a difusão de conhecimento, por exemplo. Desse modo, ganharam pouco a pouco, o poder de ditar tendências, permitindo que seus usuários passassem a acompanhar uns aos outros no intuito de segui-las e permitiram assim, o advento dos chamados influenciadores digitais.

5.2. Os Influenciadores Digitais

Os influenciadores digitais surgem no contexto da expansão das redes sociais como um intermediário para o compartilhamento de informações, assim como da estratégia de marketing que se utiliza da influência e empatia de personalidades no meio digital (SÁ, 2021). Dessa forma, pela perspectiva de Silva e Tassarolo (2016), o termo relaciona-se com as pessoas capazes de mobilizar um grande número de seguidores, pautando opiniões, comportamentos, negócios e experiências, que conseqüentemente, impactam a vida daqueles que os acompanham.

Ainda, o emprego dos influenciadores digitais em estratégias de divulgação e publicidade são frequentes na atualidade. Essa abordagem envolve compensações financeiras das marcas aos criadores que utilizam seus meios de comunicação para promover campanhas de publicidade. Sendo assim, essa estratégia é adotada uma vez que os influenciadores são vistos como uma espécie de dominadores nos assuntos que discutem e, assim, influenciam as opiniões e ações de seus seguidores (SÁ, 2021).

Segundo Silva e Tassarolo (2016), o componente afetivo é crucial para agregar valor no vínculo entre consumidor e marca. A interação entre grupos da mesma geração, que compartilham uma linguagem em comum promove engajamento em diferentes tópicos, além de fortalecer a confiança entre os influenciadores digitais e seus seguidores. Estes, têm obtido êxito em revitalizar conceitos e reformular narrativas, tornando-se elementos essenciais na estratégia de comunicação de grandes marcas.

Contudo, a ocupação de influenciador digital não está imune a desvantagens. Ao expor suas vidas, rotinas, preferências e opiniões sem distinção na Internet, essas figuras públicas ficam sujeitas a críticas e julgamentos por parte daqueles que propagam o ódio, os ²haters, consolidando, assim, o que se conhece por cultura do cancelamento.

5.3. O Tribunal da Internet

Segundo Lima e Cordeiro (2023) o tribunal da Internet é caracterizado pelo julgamento de um usuário sem que haja a luz do direito penal sob determinada ação. Usuários que

²Em português "odiadores", aqueles que odeiam algo (SIGNIFICADOS, 2015).

acreditam que a Internet é uma terra livre capaz de oportunizar a crítica e o cancelamento de outros sem que haja consequências são os juízes que encontramos dentro deste tribunal, também conhecidos como canceladores. Seu objetivo é tornar sem efeito as ações e opiniões daqueles com quem diferem.

O direito de defesa é assegurado constitucionalmente, contudo, dentro do tribunal formado por meio da Internet, o mesmo não é garantido. Desse modo, a sanção antecedente à defesa se tornou comum aos réus deste tribunal, também chamados de cancelados. Ainda, a **lei do Marco Civil da Internet** é responsável por estabelecer direitos e deveres sociais dentro das redes, tendo em vista que elas são utilizadas por pessoas físicas. Porém, não é cumprida de forma eficiente a medida que as redes são ágeis para disseminar informações e opiniões, enquanto o Estado é lento para analisar e julgar possíveis casos criminosos em ambientes virtuais (LIMA; CORDEIRO, 2023).

Portanto, o tribunal da Internet é o responsável pelo cancelamento dos influenciadores na contemporaneidade, sem que se estabeleça empatia diante a uma ação. Diante disso, o cancelado por vezes não recebe a oportunidade de ser ouvido ou se redimir, o que torna as redes sociais ambientes cada vez mais hostis.

5.4. O Cancelamento

As discussões dos gregos acerca dos problemas sociais é uma das milhares de ações históricas importantes para o desenvolvimento da sociedade, o autor Silva (2021) apresenta o conceito de *ágora* virtual, tendo em vista que na atualidade as discussões sobre a sociedade ainda ocorrem, contudo, não mais em praças públicas como faziam os gregos atenienses, mas nos ambientes virtuais, como as redes sociais. Esta *ágora* proposta por Silva (2021) é intrínseca, a medida que as tecnologias se desenvolveram e buscou-se outros meios para discutir a evolução da sociedade. Contudo, ela abriu espaço para que ações como o cancelamento emergissem.

Na maior potência da América, os Estados Unidos, houve o surgimento do termo cancelamento, intensificado no ano de 2017 em uma das rede sociais mais utilizadas no mundo, o **Twitter**, a medida que era utilizado para denunciar casos de preconceito e enfatizar problemas políticos e ambientais, a fim de debater causas de importante cunho social nos ambientes virtuais. Todavia, distanciando-se do ideal de protesto legítimo que caracterizou seu surgimento, o termo cancelamento passou a indicar o julgamento de pessoas ou empresas a partir de uma ação na tentativa de tornar nula qualquer influência que exerçam (SÁ, 2021).

Nesse sentido, as redes sociais promovem a liberdade de expressão, ou seja, permitem a disseminação de opiniões e ideias por qualquer pessoa que tenha acesso a elas, como mostra Lima e Cordeiro (2023). Essa liberdade, no entanto, é contestada ao gerar conflito de opiniões e pensamentos a respeito de atitudes e falas compartilhadas nas redes sociais. Sobre este viés, ocorre a cultura do cancelamento.

O fenômeno do cancelamento se inicia a partir de uma atitude ou fala de um usuário, exposto em determinada rede social. Segundo Portela et al. (2021), essa fala ou atitude possui, via de regra, cunho político, social ou ideológico, tendo poder de gerar o descontentamento de outros usuários da rede. Desse modo, esses usuários passam a propagar mensagens negativas a respeito da pessoa que teve a atitude ou fala contestada, incitando

mais usuários a fazerem o mesmo, tornando o fenômeno do cancelamento maior e mais intensivo (LIMA; CORDEIRO, 2023).

Ainda, de acordo com Guarieiro (2021), o efeito do fenômeno do cancelamento de determinado usuário tende a se potencializar quando ocorre a entrada dos influenciadores digitais. Isso se deve ao fato de que, ao expor o descontentamento com uma fala ou atitude de outro usuário, os influenciadores alcançam grande público, mobilizando diferentes grupos e bolhas sociais contra o cancelado. O cancelamento, no entanto, ocorre da mesma forma com os influenciadores, uma vez que seu objetivo é justamente compartilhar atitudes e opiniões a fim de influenciar a grande massa. Dessa forma, eles tornam-se as principais vítimas dessa cultura, quando seu posicionamento não agrada o público que o acompanha. Nesse contexto, ainda, se inserem as **notícias falsas**, que, de acordo com Hoescher (2020) surgem com o objetivo de espalhar informações falsas que potencializem o cancelamento de usuários, gerando, desse modo, um evento de proporções colossais.

Ainda, segundo Nascimento (2015), “Não somos apenas usuários incorporados aos computadores, somos seres humanos digitalizados” (p. 671), portanto, atitudes sociais presentes nos ambientes físicos a séculos a partir da evolução tecnológica, principalmente das redes sociais, hoje se exteriorizam aos ambientes virtuais. Logo, o posicionamento tanto dos cancelados, quanto dos canceladores está atrelado àquilo que eles são distante das redes, pessoas ignorantes, influenciáveis e em muitos dos casos preconceituosas, que buscam reprimir atitudes ruins cometendo um crime a partir do sentimento de impunidade que a Internet é capaz de proporcionar (LIMA; CORDEIRO, 2023).

Portanto, torna-se perceptível que o cancelamento possui amplas dimensões, sendo um fenômeno complexo que se inicia nas redes sociais, podendo ou não extrapolar seus limites ao se tornar assunto de manchetes e notícias. Ainda, conforme Hoescher (2020), o cancelamento, por vezes, culmina na retratação do cancelado, por meio de estratégias para a reversão dos danos. O direito de retratação, no entanto, não é assegurado pelo Tribunal da Internet, como citado anteriormente em Lima e Cordeiro (2023), permitindo, por vezes, a impunidade dos canceladores.

5.5. As Consequências do Cancelamento

Como o cancelamento crítica falas ou atitudes de determinado usuário, em sua maioria influenciadores, o mesmo detém o poder de causar uma série de consequências, sejam elas materiais ou psicológicas. Nesse sentido, destacam-se a ansiedade, depressão, a necessidade de aceitação e, por fim, o consequente esgotamento físico e mental.

Inicialmente, como consequência imediata do cancelamento, há a perda de trabalhos e dinheiro para os influenciadores digitais, como salienta Rozendo et al. (2023), visto que cancelados tornam-se desinteressantes para marcas e empresas. Nesse sentido, tal consequência se torna agravante para a vida do cancelado, uma vez que seu trabalho consiste em realizar publicidades, sendo essa, por vezes, sua principal fonte de renda.

Em um segundo momento, em decorrência dos fatos, o cancelado pode enfrentar consequências psicológicas por lidar com uma situação de extremo impacto em sua vida, tanto profissional quanto pessoal. Desse modo, pode ocorrer um agravamento da ansiedade, tornando-a uma patologia; o desenvolvimento de síndromes como o *burnout*, caracterizado pela exaustão extrema; e a depressão, de acordo com (PORTELA et al., 2021). Ainda, essa última, pode agravar-se com o surgimento de pensamentos suicidas, pois os

diversos sentimentos que compõem o momento são capazes de constituir a necessidade de pôr fim ao sofrimento de forma trágica.

Em seguida, como expõe Silva et al. (2023), em casos nos quais o cancelado ultrapassa as consequências psicológicas citadas e deseja retornar às redes sociais, faz-se necessário realizar ações que visem sua retratação, com o objetivo de adquirir a confiança e a aceitação dos usuários novamente. Nesse sentido, estratégias são desenvolvidas para limpar a imagem do mesmo, tais como a divulgação de pedidos de desculpa e de discursos e ações que agradem aos demais usuários, como exemplificado em Marques et al. (2023). Essas estratégias, no entanto, tendem a gerar a perda de identidade do cancelado, bem como a diminuição da autoestima, causados pela necessidade de aceitação.

Portanto, a junção de tais consequências ocasiona, por vezes, esgotamento físico e psicológico do cancelado, uma vez que o cancelamento provoca consequências tanto em seus trabalhos, quanto em sua vida pessoal. Dessa forma, torna-se perceptível que as inúmeras facetas do fenômeno possuem a capacidade de interferir gravemente na vida dos influenciadores que o sofrem, moldando sua forma de viver e suas relações sociais.

6. Resultados e Discussões

(O que é a cultura do cancelamento? Existe em diferentes escalas, há cancelamentos de menores proporções que acarretam em consequências menores.

Como visto anteriormente, a cultura do cancelamento possui o poder de causar danos à saúde física e mental dos cancelados. A partir dessa perspectiva, as relações sociais dos influenciadores são afetadas de diferentes formas. - Como a perda de trabalhos afeta - Como a ansiedade e a depressão afeta as relações sociais - como a perda de identidade altera a vida da pessoa - A preocupação antecede postagens, influenciadores ficam pensando o que o público vai achar, se haverão mais críticas ou elogios; (a perda de identidade se inicia quando a pessoa passa a postar somente aquilo que vai agradar os outros) E assim surge a questão, até que ponto os influenciadores estão dispostos a mudar a sua personalidade e seu modo de vida para serem aceitos pelo público que os acompanham nas redes sociais e assim não perderem os seus trabalhos?

(MARQUES et al., 2023) - medo de expor sua opinião

7. Considerações Finais

Dessa forma, o surgimento da Internet promoveu o advento das redes sociais, e o consequente ... dos influenciadores digitais. No entanto, as redes sociais são consideradas uma terra sem lei, onde vigora o tribunal da Internet, caracterizado por trazer impunidade aos atos de seus usuários, viabilizando, assim, a cultura do cancelamento. enlouquecemos

A dificuldade de responsabilizar os canceladores pelos seus atos não está nas leis, mas na falta de recursos tecnológicos e profissionais capacitados para o combate a crimes cibernéticos. E quem precisa investir nisso é simplesmente o governo brasileiro, afinal, é ele o responsável pelo bem estar dos seus cidadãos Lima e Cordeiro (2023).

Referências

CARMO, R. P. d. **Cultura do cancelamento nas redes sociais digitais: um estudo de**

caso dos cancelamentos da Gabriela Pugliesi e Karol Conká. Dissertação (B.S. thesis) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2021.

GUARIEIRO, C. O impacto da cultura do cancelamento na carreira da karol conká após participação no big brother brasil. 2021.

HOESCHER, L. Z. As variáveis preditoras da cultura do cancelamento nas redes sociais. **Universidade de Passo Fundo**, 2020.

LIMA, S. N. A.; CORDEIRO, T. L. C. O impacto da cultura do cancelamento à luz do direito penal. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 5, p. 981–996, 2023.

MARQUES, J.; PINA, N.; SILVA, N. O impacto na saúde mental de mulheres/influencers usuárias do instagram. **TCC-Psicologia**, 2023.

NASCIMENTO, L. F. **Digital Sociology de Deborah Lupton**. [S.l.]: SciELO Brasil, 2015.

PORTELA, J. G. et al. As consequências da cultura do cancelamento na saúde mental: Uma revisão narrativa. **PSICOLOGIA: ABORDAGENS TEÓRICAS E EMPÍRICAS**, Editora Científica Digital, v. 1, n. 1, p. 324–333, 2021.

ROZENDO, A. L. R. et al. A cultura do cancelamento e os impactos na saúde mental: Um estudo de caso sobre a cantora e influenciadora luísa sonza. 2023.

SÁ, P. P. B. d. Cultura do cancelamento: estratégia e posicionamento de influenciadores digitais após serem”cancelados”. 2021.

SIGNIFICADOS, E. E. **Enciclopédia Significados**. 2015.

SILVA, A. F. da. Cultura do cancelamento: cancelar para mudar? eis a questão. **Revista Argentina de Investigación Narrativa**, v. 1, n. 1, p. 93–107, 2021.

SILVA, C. R. M. D.; TESSAROLO, F. M. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto mídias sociais. 2016.

SILVA, R. C. S.; FARIAS, Y. M. et al. Estratégias de comunicação da marca boca rosa beauty: estudo de caso durante o cancelamento virtual. Brasil, 2023.