

UNIVERSIDADE DE SANTA MARIA
CAMPUS SANTA MARIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – BACHARELADO

Luisa Eduarda Piovesan

**A “CULTURA DO CANCELAMENTO” NA FOLHA DE SÃO PAULO: O
ENQUADRAMENTO JORNALÍSTICO DE UMA NOVA FORMA DE
AÇÃO COLETIVA**

Santa Maria, RS
2023

Luisa Eduarda Piovesan

**A “CULTURA DO CANCELAMENTO” NA FOLHA DE SÃO PAULO: O
ENQUADRAMENTO JORNALÍSTICO DE UMA NOVA FORMA DE AÇÃO
COLETIVA**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao Curso de Ciências Sociais – Bacharelado, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) – Campus Santa Maria, como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Ciências Sociais**.

Orientador: Prof. Dr. Fernando de Figueiredo Balieiro

Santa Maria, RS
2023

Luisa Eduarda Piovesan

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao Curso de Ciências Sociais – Bacharelado, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) – Campus Santa Maria, como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Ciências Sociais**.

Aprovado em 21 de dezembro de 2023:

Fernando de Figueiredo Balieiro, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Francis Moraes de Almeida, Dr. (UFSM)

Laura Strelow Storch, Dr^a. (UFSM)

Santa Maria, RS
2023

RESUMO

A “CULTURA DO CANCELAMENTO” NA FOLHA DE SÃO PAULO: O ENQUADRAMENTO JORNALÍSTICO DE UMA NOVA FORMA DE AÇÃO COLETIVA

AUTORA: Luisa Eduarda Piovesan
ORIENTADOR: Fernando de Figueiredo Balieiro

Este trabalho pretende analisar a “cultura do cancelamento” como fenômeno novo de ação coletiva na era digital a partir de seu enquadramento pelo jornalismo da Folha de São Paulo. Devido à influência considerável das plataformas digitais nas formas de ação coletiva da contemporaneidade, o ato de “cancelar” vem recebendo repercussão por se tratar de um novo repertório de ação essencialmente midiático, o qual está ora associado a atitudes de intolerância, compreendido como uma ameaça à liberdade de expressão, derivante de práticas recorrentes socialmente, como ao boicote e a “ditadura do politicamente correto”, e ora identificado como uma nova forma de ativismo que busca por justiça social. A análise de seu enquadramento midiático em um veículo jornalístico nos permite conceber de que modo o debate a respeito deste tema alcança um amplo público e de que forma o jornalismo reconfigurado na era digital lida com tal fenômeno caracterizado pela mobilização instantânea de usuários em um competitivo mercado de atenção, influenciando a opinião pública. Assim, a pesquisa investiga como o jornalismo da Folha de São Paulo cria um enquadramento para este fenômeno novo comumente nomeado de “cultura do cancelamento”, a fim de refletir sobre o alcance desse enquadramento no debate público e digital, colocando em ênfase o papel das mídias na sociedade. Trata-se de uma análise qualitativa documental do enquadramento jornalístico da “cultura do cancelamento” pela Folha de São Paulo, que envolve quatorze (14) publicações que apontam para um fenômeno generalizado, utilizado de diversas formas, que salientam atores sociais e políticos externos específicos e reproduzem noções polarizadas, vigentes no debate público.

Palavras-chave: Cancelamento; Jornalismo; Mídias digitais; Enquadramento midiático.

ABSTRACT

“CANCEL CULTURE” ON FOLHA DE SÃO PAULO: THE JOURNALISTIC FRAMEWORK OF A NEW FORM OF COLLECTIVE ACTION

AUTHOR: Luisa Eduarda Piovesan
ADVISOR: Fernando de Figueiredo Balieiro

This work intends to analyze “cancel culture” as a new phenomenon of collective action in the digital era based on its framing by Folha de São Paulo’s journalism. Due to the considerable influence of digital platforms on new forms of collective action in contemporary times, the act of “cancelling” has been receiving repercussions due to it being a new repertoire of essentially media-based action, which is associated with attitudes of intolerance, understood as a threat to freedom of expression, derived from socially recurrent practices, such as boycott and the “dictatorship of political correctness”, at the same manner it is identified as a new form of activism that seeks social justice. The analysis of its media framing in a journalistic vehicle allows us to conceive how the debate around this topic reaches a wide audience and how journalism reconfigured in the digital era deals with such a phenomenon characterized by the instant mobilization of users in a competitive attention market, influencing public opinion. Thus, this research investigates how Folha de São Paulo's journalism creates a framework for this new commonly called “cancel culture”, in order to reflect on the scope of this framework in the public and digital debate, which emphasizes the role of media in society. This is a qualitative documentary analysis of the journalistic framing of “cancel culture” by Folha de São Paulo, which involves fourteen (14) publications that point to a widespread phenomenon, used in different ways, that highlight specific external social and political actors and reproduce polarized notions, present in public debate.

Keywords: Cancel culture; Journalism; Digital media; Media framing.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	A “CULTURA DO CANCELAMENTO” NA BIBLIOGRAFIA DAS CIÊNCIAS SOCIAIS	8
3	MARCO TEÓRICO	16
3.1	ATIVISMOS NA ERA DIGITAL	16
3.2	JORNALISMO NA ERA DIGITAL.....	20
3.3	ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO	24
4	METODOLOGIA E CORPUS DE ANÁLISE	27
4.1	ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO	31
4.2	A NOVA CONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA NO ENQUADRAMENTO	32
5	ANÁLISE	35
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
	REFERÊNCIAS	56

1 INTRODUÇÃO

As discussões acerca da “cultura do cancelamento” vêm ganhando repercussão na conjuntura contemporânea tecnomidiatizada. Embora a origem exata de uma “cultura do cancelamento” ainda seja debatida, segundo Meredith D. Clark (2020), o termo contém raízes no *Black Twitter*¹, o qual ganhou atenção no combate a casos de racismo nos Estados Unidos (MANCOSO *et al.*, 2023). Ademais, de acordo Adriana Izel (2020), a nomenclatura passou a conquistar mais espaço dentro das plataformas digitais a partir do ano de 2017 durante as denúncias de assédio sexual em Hollywood e do surgimento do movimento #MeToo², que se tornou uma maneira de divulgação de abusos sofridos por mulheres em todo o mundo. A mesma foi nomeada o termo mais utilizado em 2019 pelo dicionário Macquarie³, acompanhada da afirmação de seu comitê de que se trata de um termo que passou a ser espalhado para além da hashtag e do nome do movimento, seguido de “uma atitude que é tão difundida que agora tem um nome, a ‘cultura do cancelamento’ da sociedade tornou-se, para o bem ou para o mal, uma força poderosa”⁴. No próprio dicionário, a palavra cancelar quer dizer “decidir não prosseguir” ou “riscar para tornar sem efeito”⁵, e pode revelar a essência do fenômeno, de acordo com as suas definições comumente citadas na literatura (MANCOSO *et al.*, 2023), e sua atuação perante as mídias sociais: podendo ser desencadeada por variadas práticas, seja por falas consideradas ofensivas, sensíveis ou controversas (NORRIS, 2021), seja por acusações de assédio sexual (LEITE, 2021), as ações de “cancelamento” surgem a fim de afetar reputações e atingir determinados resultados e punições, nos quais as pessoas públicas são as principais “vítimas”. Há casos notórios de ações de “cancelamento”, sobretudo nos Estados Unidos, como o da escritora J.K. Rowling (MELO; VASQUES, 2021), que contribuiu para a elaboração de uma carta da Harper’s Magazine⁶ a fim de denunciar o surgimento de uma “cultura do cancelamento”. Além disso, a prática passou a ser utilizada em muitos discursos de atores

1 A meta-network of culturally linked communities online.

2 As a global, and survivor-led, movement against sexual violence, #MeToo is dedicated to creating pathways for healing, justice, action and leadership. Mais informações em: <https://metoomvmt.org/>

3 Macquarie Dictionary Word of the Year, 2019. Disponível em: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year/2019>

4 [...] An attitude which is so pervasive that it now has a name, society’s cancel culture has become, for better or worse, a powerful force.

5 –*verb* (t) 1. to decide not to proceed with. 2. to cross out (writing, etc.) by drawing a line or lines over. 3. to make void; annul. Mais informações em:

https://www.macquariedictionary.com.au/features/word/search/?search_word_type=Dictionary&word=cancel

6 Mais informações em: <https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/>

políticos, como associado por Donald Trump⁷ com Joe Biden nas eleições presidenciais norte-americanas em 2020, que também denunciou a “cultura do cancelamento” em um evento em 4 de julho de 2020, dia da Independência dos Estados Unidos, por pessoas que derrubaram monumentos no Monte Rushmore devido aos protestos antirracistas que foram ocasionados com a morte de George Floyd no dia 25 de maio do mesmo ano⁸. O fenômeno também pode ser evidenciado no Brasil, atingindo nomes como o da *influencer* Gabriela Pugliesi (CARMO, 2021), da historiadora e antropóloga Lilia Schwarcz (LEITE, 2021), da cantora e ex-participante do reality show Big Brother Brasil, Karol Conká (CARMO, 2021), entre outros, com a finalidade de afetar suas reputações diante de determinadas situações.

Passando a ser vista recorrentemente nos meios de comunicação de massa, a “cultura do cancelamento” representa um repertório de ação resultante da interação das plataformas sociais que gera debates muitas vezes polarizados. Por um lado, pode se perceber a indignação das pessoas em relação a situações que, em um momento anterior à contemporaneidade tecnomidiatizada, passavam despercebidas, como casos de preconceito, por exemplo. Por outro, nota-se uma anulação de conversas, sem direito a resposta ou retratação. De qualquer modo, é possível notar que a prática de “cancelar” sempre é empregada para punir algo ou alguém (MANCOSO *et al.*, 2023). Em uma linha geral, a “cultura do cancelamento” coloca em debate uma ambivalência entre atitudes punitivas com caráter intolerante e a ligação com ativismos que buscam por justiça social. Essa ambivalência mostra que há uma dificuldade na operacionalização do fenômeno, adotado pela agenda pública por envolver questões comerciais, políticas e midiáticas, que são de interesse em uma sociedade moldada pela influência das mídias digitais.

Nesse sentido, a forma como a “cultura do cancelamento” é interpretada através dos meios de comunicação de massa exerce influência na esfera pública. A pesquisa investiga como um desses meios de comunicação, o jornalismo da Folha de São Paulo, cria um enquadramento para o fenômeno novo da “cultura do cancelamento”, a fim de refletir sobre o alcance desse enquadramento jornalístico no debate público e como ele auxilia na construção da imagem e da mobilização desse repertório, colocando em ênfase o papel das mídias na sociedade. Para isso, o trabalho é dividido em quatro (4) partes: retoma-se, em um primeiro momento, análises já

7 O ex-presidente americano Donald Trump é o maior crítico da cultura 'woke', que ele associa ao atual mandatário, Joe Biden. [...] O então presidente afirmou que a “cultura do cancelamento” estava “expulsando as pessoas dos seus trabalhos, envergonhando os dissidentes e exigindo a total submissão de qualquer pessoa que não esteja de acordo”. Mais informações em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-63547369>

8 US President Donald Trump has railed against the “cancel culture” of those who toppled monuments during recent anti-racism protests, in a speech to mark 4 July at Mount Rushmore. Mais informações em: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-53284607>

feitas sobre a “cultura do cancelamento” no âmbito das Ciências Sociais, enquanto em um segundo apresenta-se diálogos com teorias da Sociologia Digital para entender como o ativismo na era digital fomentou a disseminação de uma “cultura do cancelamento” e como ela é fundamentalmente um resultado das novas lógicas midiáticas, sendo assim adotada pela agenda jornalística, que se modifica perante essa nova ecologia das mídias e, então, elabora enquadramentos, que vão orientar a perspectiva de seus leitores diante de temáticas pertinentes no debate público. Na terceira parte, elabora-se o *corpus* empírico, constituído da pesquisa qualitativa documental, com base no método de pesquisa de mídia textual referente a quatorze (14) publicações da Folha, que expressam opiniões dos jornalistas, e, na quarta parte, observa-se essas publicações e suas possíveis contribuições através do enquadramento jornalístico da Folha de São Paulo na disseminação de noções de interesse que abrangem um público amplo.

Considera-se que a arquitetura das plataformas promove ambientes de competitividade que impactam como os ativismos e os movimentos sociais se mobilizam de modo instantâneo perante um mercado de atenção que prioriza a visibilidade e reconhecimento através do “empoderamento digital”, e a difusão de uma “cultura do cancelamento” é possibilitada através dessa dinâmica, o que enfatiza a necessidade de análises conforme uma multiplicidade de perspectivas para que esse novo repertório de ação coletiva consiga ser entendido na sua totalidade. Trata-se de um fenômeno complexo, que envolve aspectos econômicos, políticos e midiáticos. Considerando a sua repercussão em nível nacional como veículo jornalístico, a Folha de São Paulo se demonstra impactante na compreensão da temática. A partir disso, o trabalho visa entender o enquadramento de tal fenômeno, o qual chega em um público amplo pela forma como é salientado determinados aspectos referentes a “cultura do cancelamento”.

2 A “CULTURA DO CANCELAMENTO” NA BIBLIOGRAFIA DAS CIÊNCIAS SOCIAIS

A “cultura do cancelamento” se manifesta como um novo repertório midiático de ação resultante das interações sociais formadas a partir das próprias plataformas, que serve para mobilizar pessoas diante de situações diversas, desde repreender figuras de poder público por atitudes consideradas ofensivas, até ser relacionado com ativismos que buscam por justiça social, apontando para um surgimento de correção de comportamentos socialmente inaceitáveis, mas que levantam debates sobre ser um caminho frutífero de justiça social (MANCOSO *et al.*, 2023), já que conta com atividades intencionadas pela punição. Concomitante a isso, as Ciências Sociais possuem um papel relevante e desafiador no debate

sobre a definição do fenômeno por se tratar de uma nova configuração de prática midiática de caráter sociocultural (MANCOSO *et al.*, 2023), que pode contribuir para análises dos novos ativismos digitais na área da Sociologia Digital. Nesse tópico, pretende-se demonstrar como pesquisas acadêmicas e científicas até então realizadas nas Ciências Sociais abordam a “cultura do cancelamento”, assim como quais as lacunas que este trabalho pode preencher para a compreensão do fenômeno.

Dados de uma revisão sistemática de literatura sobre a “cultura do cancelamento” na área das Ciências Humanas, de Mancoso, Caldas e Lycarião (2023), indicam que ela começou a ser estudada em 2020 – pelo menos, com essa configuração nominal –, portanto a sua atenção por pesquisadores foi recebida há pouco tempo. Nesse sentido, a cientista política Pippa Norris (2021) elaborou uma das primeiras análises referentes a “cultura do cancelamento” através de uma perspectiva das Ciências Sociais. A pesquisadora ressalta que a noção de “cultura do cancelamento” não deve ser abandonada pelos cientistas sociais, ao contrário, é um dever nosso desenvolver uma “conceitualização científica mais precisa de palavras do cotidiano, que permitam operacionalizar e mensurar fenômenos sociais complexos” (NORRIS, 2021, p. 4, tradução nossa)⁹. Uma parcela dos estudos divulgados sobre a “cultura do cancelamento” evidencia uma certa inquietação em estabelecer uma perspectiva crítica em relação a esse fenômeno, devido às suas alegadas restrições impostas à liberdade de expressão. Não obstante, é cabível seguir linhas de uma pesquisa sociológica reflexiva, como defendido por Pierre Bourdieu (1989), e destacado pelas sociólogas Tamires de Assis L. Martins e Ana Paula Cordeiro (2023). Quer dizer, a reflexão sobre as mudanças sociais contemporâneas que se originam a partir das mídias digitais, como as novas formas de ativismos, é mais pertinente do que defender interesses de atores sociais em conflito. Por isso, a compreensão da “cultura do cancelamento” é fundamental antes de adotar uma posição que privilegie quaisquer interações que ela promove. Em outras palavras, não se busca defender o lado dos “canceladores”, nem dos “cancelados”.

Martins e Cordeiro (2022), ao trazerem contribuições sociológicas sobre o tema, adicionam que a indefinição conceitual do fenômeno faz com que haja “cancelamentos” diários de várias figuras públicas (celebridades e subcelebridades em geral, como *influencers*, atores, políticos, cantores, grandes empresários e suas respectivas empresas), e que, na maioria dos casos, o “cancelamento” consubstancia-se em “manifestações de desaprovação por uma opinião considerada de menor gravidade” (MARTINS; CORDEIRO, 2022, p. 32).

9 Rather than being abandoned, however, it is beholden upon social scientists to develop more precise scientific conceptualization of everyday terms which allow operationalization and measurement of complex social phenomenon.

Por vezes, instaura-se um debate entre os “canceladores” e os “defensores” da celebridade, não se formando opinião hegemônica em torno da reprovabilidade do ato, ou mesmo, verifica-se que os efeitos do suposto “cancelamento” duram apenas alguns dias, logo caindo no esquecimento, recuperando a celebridade, em curto espaço de tempo, a sua popularidade habitual, passando a realizar postagens típicas de pessoas com influência positiva sobre os seus seguidores (MARTINS; CORDEIRO, 2022, p. 32).

A assimilação do “cancelamento” com outras formas mais antigas de ação coletiva é apontada por diversos autores, em especial àqueles da área da Ciência Política. Ao analisar as semelhanças e diferenças entre o linchamento virtual e a “cultura do cancelamento” a partir dos “cancelamentos” da historiadora e antropóloga Lilia Schwarcz¹⁰ e a jornalista da Folha de São Paulo Patrícia Campos Mello¹¹, o cientista social Tadeu de Oliveira Silva (2022), constata que o tempo de duração e a presença do “gabinete de ódio”, uma estratégia para líderes tecnopopulistas, são as principais diferenças entre o linchamento virtual e a “cultura do cancelamento”. Na investigação do caso de Lilia Schwarcz, a pesquisa documental mostrou que seu “cancelamento” durou menos tempo que o linchamento virtual sofrido por Campos Mello, pois Schwarcz não foi alvo de uma campanha sistemática de um “gabinete de ódio”. Em sua visão:

O cancelamento configurou-se no caso investigado como uma desautorização e, em outros casos citados no trabalho como o movimento #MeToo, demonstrou uma característica civilizatória, de denúncia e punição de abusadores. O linchamento da jornalista acontece há quase quatro anos, motivado por um gabinete de ódio identificado com os valores defendidos pelo atual presidente da República Jair Bolsonaro (SILVA, 2022, p. 84).

Em uma entrevista com o sociólogo José de Souza Martins, um dos maiores especialistas sobre linchamentos no Brasil, Silva (2022, p. 30) descreve que Souza Martins enfatiza o seu ponto de vista de que não considera o “cancelamento” como uma forma de

¹⁰ O episódio emblemático de “cancelamento” da antropóloga e historiadora brasileira branca, Lilia Moritz Schwarcz, ocorreu em agosto de 2020, depois de um texto crítico ao filme “*Black is King*” da cantora pop afro americana estadunidense Beyoncé, escrito para o jornal Folha de São Paulo. O texto, intitulado “Filme de Beyoncé erra ao glamorizar negritude com estampa de oncinha”, rendeu muitas reações na internet. No Twitter, o episódio chegou aos assuntos mais comentados (LEITE, 2021). Schwarcz virou alvo de muitas críticas por intelectuais do movimento negro e de usuários do Instagram, que inclusive ofenderam a pesquisadora em seu perfil pessoal (SILVA, 2022), e levaram ao seu pedido de desculpas e retratação quanto ao tom do texto (LEITE, 2021).

¹¹ Patrícia Campos Mello, repórter e colunista da Folha de S. Paulo, foi autora de uma reportagem revelando esquema de disparo ilegal de mensagens pelo aplicativo WhatsApp durante o período eleitoral de 2018 por empresários contra o Partido dos Trabalhadores (PT), fator que poderia indicar uma fraude eleitoral por ser uma doação não declarada e que beneficiaria de forma direta a campanha do então candidato à presidência da República Jair Bolsonaro, adversário direto do partido no segundo turno daquele pleito. Após a divulgação da matéria, o nome da jornalista apareceu entre os assuntos mais comentados do Twitter, acompanhado de ofensas contra a vida pessoal e a atividade profissional de Campos Mello. Em um movimento persecutório, o desenrolar das ações resultou em novas práticas de violência. O celular da jornalista foi *hackeado*, ela e seus familiares sofreram ameaças de morte (SILVA, 2022).

linchamento, pois, sociologicamente, o linchamento envolve a possibilidade da morte física e sacrificial do linchado. Em contrapartida, Silva (2022, p. 84) consegue destacar através dos resultados da sua pesquisa documental que as duas práticas têm em comum o fato de serem constituídas por massas, multidões anônimas nas ruas e nas redes e o ódio como papel primordial, qualquer que seja a sua forma, física ou virtual.

Nuno David de Amorim Alves (2022), em sua dissertação, investiga como o “politicamente correto”¹² serviu como um movimento de condução à “cultura do cancelamento”. Cita a análise de Geoffrey Hughes (2009, p. 22), a qual aponta que o “politicamente correto” surge como um “código de etiqueta” cujo ideal é a identidade e o princípio de representatividade em fóruns públicos. Abrange, de modo geral, a comunicação verbal entre indivíduos, que envolve o combate a atitudes expressivas generalizadas originárias de estereótipos, consideradas discriminatórias (ALVES, 2022, p. 8). Em sua visão, a liberdade de articulação pode acarretar em discursos que, em sociedades abertas, são sujeitos a críticas, e que não devem ser tomadas como aspectos negativos, pois fomentam discussões de tópicos relevantes para a sociedade na esfera pública. Alves (2022, p. 37) entende que a cultura do cancelamento se apresenta como “uma pressão social realizada por grupo de ativistas contra entidades acusadas de gestos ofensivos, pretendendo o seu boicote por parte da restante sociedade”. Para o cientista político, o termo acabou se generalizando devido ao número crescente das movimentações por afastamento de determinadas pessoas, em virtude de as suas ideias não serem “politicamente corretas” (ALVES, 2022, p. 38). Através de entrevistas com professores doutores do departamento de Ciência Política e outras áreas das Ciências Humanas, Alves (2022, p. 54) reporta que se nota uma preocupação crescente de promover formas de diálogo político, resultante da polarização e radicalização promovida pelas redes sociais (HAIDT, 2022). Segundo o cientista político, essa nova forma de ação é cada vez mais objeto de análise acadêmica, e não se pode minimizar a posição central dos meios de comunicação como fonte de orientação para assuntos públicos, o que destaca a necessidade de investigação da cobertura jornalística nesse processo.

Assim como o “politicamente correto”, o boicote é outra ação comumente associada à “cultura do cancelamento” (MELO; VASQUES, 2021, p. 5), pois alimenta-se da mesma

12 O conceito de “politicamente correto” dá a sua entrada no mundo moderno através da Nova Esquerda norte-americana, que, no fim da década de 60 do século XX, adotou o termo como uma extensão do modelo a seguir (HUGHES, 2009 apud ALVES, 2022). Inspirando-se no comunismo chinês, representava aqueles que, na esquerda Leninista, seguiam a linha do partido, evoluindo posteriormente para um termo irônico entre a esquerda norte-americana, que o usava para descrever aqueles que seguiam as linhas do partido de forma demasiado rigorosa. Atualmente, o politicamente correto define-se como “códigos discursivos que suprimem linguagem prejudicial, disfarçando ou evitando certos tópicos tabu antigos e novos” (HUGHES, 2009 apud ALVES, 2022).

tentativa de ajustar condutas consideradas inadequadas por supostas transgressões sociais. Para Pippa Norris (2020), a prática do cancelamento é análoga à tática de boicotes, como, por exemplo, quando o consumidor retira seu apoio a empresas denominadas antiéticas. Trata-se de um método comum de ativismo político, entretanto o cancelamento se configura relativo à conjuntura contemporânea, isto é, seu instrumento principal são as mídias digitais. Ao chamar a atenção (*callout*) de determinados indivíduos, o cancelamento visa “aplicar penalidades com graus diferentes de severidade, variando entre limitar o acesso às plataformas públicas e desenvolver prejuízos nas reputações e encerramento de carreiras” (NORRIS, 2020, p. 3, tradução nossa)¹³. A diferença entre o boicote e a “cultura do cancelamento” é que o cancelamento é formatado através de mídias digitais que são mediadoras do discurso e da conduta, ou seja, é um repertório de ação essencialmente midiático, que pode causar prejuízos disseminados rapidamente e julgamentos que muitas vezes não possibilitam o direito a respostas, enquanto o boicote historicamente apresenta-se como uma opção do consumidor na escolha de produtos ou marcas que se coadunam com seus valores.

Em uma perspectiva geral, pode se pensar que o “cancelamento” é notabilizado pela produção de determinados resultados na vida da pessoa “cancelada”, independente do grau de severidade e do tipo de prejuízo (MARTINS; CORDEIRO, 2022, p. 36). Mesmo que esse tipo de ação demonstre uma menor intensidade aparente no decorrer do tempo, os efeitos deletérios da descarga de ódio presente na prática também são capazes de se estender para a vida pessoal da vítima, como destaca o cientista político Homero Costa (2020), pois além de danos psicológicos, o “cancelado” pode sofrer prejuízos financeiros, como perda de emprego e patrocínios. Trata-se de uma ação coletiva que pode atingir tanto a reputação, quanto a saúde do “cancelado”.

Ademais, o cancelamento como “cultura” – ou seja, como algo que se apresenta de forma espalhada na vida social – pode ser entendido como resultado dos avanços tecnológicos e estruturais das condições de comunicação humana, os quais auxiliam na moldagem do ambiente cultural (MARTINS; CORDEIRO, 2022, p. 37). As redes sociais, e por consequência a aproximação no relacionamento entre celebridades ou *digital influencers* e seu público, foram fundamentais na difusão de uma “cultura do cancelamento”, segundo Martins e Cordeiro (2022). Com a relevância das mídias digitais na contemporaneidade, esse relacionamento teve mudanças consideráveis na maneira em que se tornaram mais íntimos e as vidas privadas das

13 The cancelling strategy typically uses social media to shame individuals with the intention of exerting penalties with different degrees of severity, ranging from limiting access to public platforms, damaging reputations, and ending careers [...].

pessoas mais expostas, decorrente da variedade na oferta de conteúdos de entretenimento, como programas, *vlogs* e eventos. Por meio da criação de conteúdo, a celebridade, ou *digital influencer*, divulga sua imagem e personalidade de uma forma que estabelece vínculos de aproximação com sua audiência. Entretanto, por consequência dessa intimidade construída, “abre-se espaço para desentendimentos, conflitos, brigas, frustrações de expectativas, e um rompimento de laços afetivos entre o ídolo e seus fãs, pelos mais variados motivos” (MARTINS; CORDEIRO, 2022, p. 42).

Além disso, esses problemas de relacionamento têm repercussão econômica, tanto para o próprio ídolo, financeiramente e na gestão de sua imagem, quanto para a geração de publicações sobre o assunto a fim de atrair a atenção de um público mais amplo. Também pode ser demandada uma consciência associada a temas e causas sociais para que a celebridade ou *digital influencer* invoque credibilidade na sua influência digital, que corresponda a certo nível de ativismo que a torne mais “autêntica” (MARTINS; CORDEIRO, p. 42). Trata-se de uma exposição massiva que tende a buscar representatividade social concentrada em símbolos notáveis (MELO; VASQUES, 2021, p. 5), os quais são, na maioria dos casos, baseados em símbolos de influenciadores digitais.

Além de reforçar a impressão de que o toque de midas das celebridades é capaz de atuar para resolver desequilíbrios sociais e ambientais (NASH, 2008), o engajamento social pode trazer ganhos econômicos significativos às estrelas. Em diálogo com Bourdieu (1980) e Heinich (2012), Bruno Campanella (2014) chama a atenção para a formação do que denomina de “capital solidário”. De acordo com o pesquisador, este tipo de capital “transmite uma capacidade do indivíduo de se fazer visível na mídia, conjugada com sua disponibilidade de sustentar publicamente atitudes moralmente exemplares acerca dos grandes desafios de seu tempo” (CUNHA, 2022 apud CAMPANELLA, 2014, p. 737). Esse valor adicionaria uma dimensão qualitativa ao “capital de visibilidade”, forma de capital social que define a celebridade e que está relacionada à sua capacidade de ser notada midiaticamente. Em alguns casos, esse reconhecimento poderá ser convertido em capital financeiro a partir do vínculo entre celebridades e organizações que desejem mostrar-se alinhadas a tais discursos (CUNHA, 2022, p. 9).

Para Martins e Cordeiro (2022, p. 43), a exposição da intimidade de celebridades, relacionada ao crescimento no número de potenciais vítimas de justicamento por meios virtuais, fez com que haja um comprometimento cauteloso, ou seja, um policiamento e autovigilância na forma como as pessoas se apresentam ao público midiático. Isto é, a exposição dos sujeitos em redes sociais acarretou uma ampliação na capacidade de avaliar as suas posturas morais e, embora envolva predominantemente razões ideológicas, políticas e culturais, o advento da “cultura do cancelamento” foi possibilitado pois agentes econômicos e detentores de poder político e/ou institucional “vislumbram a utilização de valores morais como valores de mercado, seja no campo da publicidade, seja no campo da responsabilidade social da empresa”

(MARTINS; CORDEIRO, 2022, p. 38). Em suma, se apresenta como uma forma de repertório que analisa o comportamento moral e político dos indivíduos nas mídias digitais, aliada a interesses de mercado, de poder econômico e político.

Através de uma análise netnográfica, Leite (2021) disserta que o “cancelamento” tem mobilizado o espaço público e pode ser formatado diversamente, seja através de críticas condenatórias e acusatórias contra personalidades, empresas e até pessoas anônimas, seja através do boicote.

Por si só a Dinâmica do Cancelamento é vista sob um prisma bastante polarizado, até mesmo pelo próprio caráter da geopolítica mundial e nacional atual. Considerando o Brasil, enquanto uns veem o “cancelamento” como sendo um mecanismo negativado elaborado por atores com posições necessariamente “de esquerda” levantando a bandeira do “politicamente correto” e/ou dispostos em uma “cultura da lacração”, outros chamam a atenção para o caráter positivo (como a visibilidade da opinião pública para um assunto marginalizado socioculturalmente) que exemplos de cancelamentos podem causar na arena política. Inclusive algumas posições defendem que talvez o cancelamento não exista de fato, o que existiriam seriam grupos historicamente marginalizados que resolveram contra-atacar; outras posições, porém, concebem o cancelamento como um dispositivo que age com base no ataque indiscriminado e individualizado com único objetivo de acabar com reputações (LEITE, 2021, p. 22).

Para o cientista social, a sua prática pode ser observada como uma revitalização digital de fenômenos antigos e que hoje se transfigurou em um instrumento nas mãos de variados grupos, dentro de espectros políticos distintos e fora desses, inclusive “setores de movimentos sociais em suas demandas por maior visibilidade de temas negligenciados na agenda política nacional e/ou como instrumento de pressão contra atitudes e sistemas de opressões” (LEITE, 2021, p. 22). Todavia, em seu estudo de grupos minoritários, percebe que a nomenclatura do “cancelamento” parece estar se qualificando predominantemente aos atos realizados por pessoas identificadas como ligadas à esquerda política e/ou aos movimentos sociais. Vale destacar que o “cancelamento” é uma reação assimétrica que, em geral, desconsidera certos critérios de julgamento e o direito de defesa devido à volatilidade midiática, o que enfatiza um deslocamento de fundamentos históricos de movimentos sociais que lutam por direitos e mudanças estruturais na sociedade.

Em ressonância, Pippa Norris (2020), ao aplicar uma enquete sobre a impressão da restrição de expressão imposta pela “cultura do cancelamento” no debate acadêmico dentro da Ciência Política, constata que a definição dos indivíduos dentro do espectro esquerda-direita é um fator preponderante na identificação da experiência da “cultura do cancelamento” na área em que estão inseridos.

Os modelos sugerem que nos Estados Unidos, e em 23 sociedades pós-industriais comparáveis, os cientistas políticos autoidentificados como de direita eram mais propensos a relatar experiências pessoais de agravamento da cultura do cancelamento. Em contraste, entre aqueles que estudam e trabalham em universidades e faculdades nas 78 sociedades em desenvolvimento, foram os autodenominados acadêmicos de esquerda que relataram um agravamento da cultura do cancelamento (NORRIS, 2020, p. 15, tradução nossa)¹⁴.

Isso pode ser atribuído a diversos fatores interculturais que podem ser explorados em futuras pesquisas (NORRIS, 2020, p. 16), como o papel do desenvolvimento socioeconômico e da modernização, os padrões de liberdade de expressão, a democratização e o papel das tradições culturais de longa data. De qualquer modo, a discussão sobre fenômenos que restringem a liberdade de expressão circunda elementos antigos de debate público (NORRIS, 2020, p. 15), no entanto as mídias têm amplificado o alcance e acelerado o ritmo em que se espalham, podendo chegar nos espaços universitários e além.

Sobretudo no que concerne a esta pesquisa, é observável que a visão diante do “cancelamento” varia conforme são repassadas e captadas as informações e como os indivíduos se identificam no meio social, cultural, econômico e político. A bibliografia das Ciências Sociais demonstra que o fenômeno do cancelamento pode ser abordado a partir de enfoques distintos, seja a partir do ativismo de usuários na internet (BORGES, 2017), seja a partir de novas estratégias econômicas, como empresariais e publicitárias, no cenário digital contemporâneo (OLIVEIRA, 2015; CARRERA, 2018). Entretanto, vale refletir que ambos aspectos estão alinhados na configuração dessa nova ação midiática: o ativismo e as novas políticas digitais interagem com interesses de mercado o tempo todo. A competitividade e a atenção vigentes no mundo conectado, os quais remetem a um “empoderamento digital”, podem ser considerados elementos centrais da mobilização da “cultura do cancelamento”, ao mesmo passo das novas lógicas dos movimentos sociais. A sua disseminação parece transitar entre os espaços de comunicação digital, podendo favorecer tanto aspectos mais sociais, em relação às pautas socialmente relevantes, tanto aspectos mais comerciais, em relação ao engajamento digital, dependendo do contexto em que ela está inserida. O seu grau de severidade pode depender da forma como a informação sobre um ato ou fala é repassada ao público, sendo dependente dos contextos dos meios de comunicação. Em outras palavras, a “cultura do cancelamento” é um fator da comunicação de massa que abrange interações participativas em campos diversos, que incorpora dinâmicas complexas, portanto reflexões por variados pontos

¹⁴ Models suggest that in the United States, and in 23 comparable post-industrial societies, self-identified rightwing political scientists were most likely to report personal experience of a worsening cancel culture. By contrast, among those studying and working in universities and colleges in the 78 developing societies, it was the self-identified leftwing scholars who reported a worsening cancel culture.

de vistas e percepções são essenciais para aprimorar e aprofundar o seu debate (LEITE, 2021, p. 85). Acrescenta-se a isso a sugestão de Mancoso, Caldas e Lycarião (2023) sobre a pertinência de revisões sistemáticas de literatura a cada ano, visto que se espera que o número de publicações sobre o tema cresça cada vez mais, a fim de responder inúmeros questionamentos que cercam o fenômeno.

Diferentemente das bibliografias apresentadas, que se debruçam principalmente em *surveys*, estudos de casos e posições de atores políticos envolvidos, o trabalho visa entender como a discussão sobre a “cultura do cancelamento” tem sido abordada no debate público e expressa na cobertura jornalística, como através de interpretações diante de ações que levaram ao “cancelamento”, focalizados para um público mais amplo acompanhar e discutir, pois é por meio dessa cobertura que as pessoas conseguem se posicionar e compreender o tema. A partir do âmbito jornalístico, o trabalho busca compreender o enquadramento de tal fenômeno pelo jornalismo, o qual permite chegar como uma discussão a um público amplo.

3 MARCO TEÓRICO

3.1 ATIVISMOS NA ERA DIGITAL

O diálogo com as discussões do campo da Sociologia Digital é congruente para a perspectiva teórico-metodológica da pesquisa. Para isso, é interessante refletir sobre as “redes de indignação e de esperança”, tais como abordadas por Manuel Castells, para entender como o ativismo na era digital fomentou ações de “cancelamento”, assim como a “ecologia midiática” e a teoria de *agenda-setting*, para refletir sobre como o jornalismo se modifica na era digital e se relaciona com o tema abordado na medida em que incorpora uma agenda criada nas plataformas digitais como um tema relevante para publicação. Por fim, utiliza-se do conceito de origem fenomenológica de “enquadramento midiático” (*media framing*), inspirada em Erving Goffman para entender a participação do jornalismo na maneira em que são difundidas noções de interesse do debate público.

Nessa parte do trabalho, busca-se elucidar como a era digital proporcionou a elaboração de um novo repertório de ação essencialmente digital, que se convencionou a chamar de “cultura do cancelamento”. A organização e a mobilização dos movimentos sociais contemporâneos são inseparáveis da lógica das redes sociais e das tecnologias de comunicação. A escala global da formação de comunidades virtuais, aliada a organização social e os movimentos de protesto, possuem interconexão com as plataformas digitais, como é defendido

pelo sociólogo Manuel Castells (2012). Assim como a nova conjuntura tecnológica permite a readaptação de movimentos sociais recorrentes, a mesma também possibilita a geração de novas práticas de interações sociais baseadas nas plataformas digitais. A pesquisa bibliográfica apresentada no tópico anterior demonstra que a prática de “cancelamento” pode ser considerada uma vertente de práticas recorrentes socialmente, como o boicote e a vigilância vocabular do “politicamente correto”. Entretanto, em um contexto tomado pelas mídias, é pertinente que a “cultura do cancelamento” seja analisada conforme novas configurações de ativismos, pelo seu vínculo aos grupos ligados à pauta identitária nas plataformas e ao mercado de atenção digital.

Em sua obra clássica “Sociedade em Rede”, publicada primeiramente em 1996, Manuel Castells investiga a revolução cultural mobilizada pela internet, relevante para pensar até os fenômenos mais atuais:

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 2002, p. 414).

Castells (2013) define que, no ativismo contemporâneo, predomina a motivação afetiva e as emoções. A probabilidade de formação de um processo de ação coletiva vai ser maior de acordo com a velocidade e a interatividade do processo de comunicação. Há uma elaboração reflexiva, porém a origem das mobilizações no âmbito digital amplifica a importância do afetivo, o que caracteriza os ativismos digitais como seletivos pela afinidade de projetos em comum, moldados por interesses e valores pessoais, que são instáveis e mutantes (CASTELLS, 2015). Em uma sociedade marcada pela influência das mídias de massa, formas tradicionais de mobilização, marcadas pela presença mediadora das organizações da sociedade civil, cedem espaço para ativismos criados e estabelecidos pelas redes sociais digitais. Nesse contexto, Castells (2015) chama as novas formas de ativismo digital de “individualismo em rede”. As “redes de indignação e de esperança” que são resultantes do entusiasmo, “motivados pela esperança e enraizados na indignação”, vão utilizar as redes digitais como instrumentos para desafiar o poder estabelecido a partir dos pontos congruentes na formação do processo de ação coletiva, a fim de promover mudanças sociais e políticas. Ademais, conforme as mídias se tornaram agentes que condicionam, permitem e que são inseparáveis da mudança social e cultural (HJARVARD, 2012, p. 54), o uso de plataformas de mídia social, como o Twitter e YouTube, permite que grupos marginalizados discorram sobre experiências coletivas do comportamento considerado injusto de ofensores, podendo ser avaliadas moralmente através do raciocínio coletivo de multidões culturalmente alinhadas online (MERAZ;

PAPACHARISSI, 2013, p. 159), entretanto, também colaboram para individualizar e personificar problemas de injustiças sociais.

Van Djick (2016, p. 19) evidencia que os meios digitais propiciam espaços para a propagação de fenômenos os quais são de interesse do debate público. Novos fenômenos de ação podem ser evidenciados a partir da integração nesses espaços, que é impulsionada por um conjunto de julgamentos do indivíduo e demais reações dos usuários sobre um assunto em questão (*moral compass*) e um desejo de reconhecimento digital referente ao assunto discutido (JOHNEN *et al.*, 2018). Além de serem propagados por descontentamentos com ofensores, estão atrelados ao empoderamento digital, pois atacar pessoas ou instituições acusadas de comportamentos ofensivos é considerado socialmente apropriado em situações de elevada exaltação moral, e receber elogios pela percepção da participação do indivíduo em espaços em que o debate público é instaurado afeta seu comportamento ativista on-line, ou seja, participar de uma campanha de “cancelamento” também pode garantir reconhecimento intra-grupal. Assim como a prática de cancelamento, outros termos como *online firestorms* (tempestades de fogo on-line) e *social media backlash* (reação de mídia social) são associados a novas práticas digitais. Todos são termos que se assemelham aos chamados pânicos morais (GOODE; BEM YEHUDA, 1994 apud JOHNEN *et al.*, 2018), entretanto são difundidos num contexto primordialmente midiático.

Em seu trabalho seminal sobre pânico moral, Goode e Ben-Yehuda (1994) identificaram cinco características principais do pânico moral: (1) preocupação (sobre um comportamento aparentemente ameaçador de uma pessoa ou grupo contra os valores morais), (2) hostilidade (para com acusado), (3) desproporcionalidade (a preocupação é exagerada em relação à ameaça objetiva), (4) consenso (em termos de um acordo percebido sobre uma ameaça por um grupo de pessoas) e (5) volatilidade (emerge um pânico moral e desaparece rapidamente) (JOHNEN *et al.*, 2018, tradução nossa)¹⁵.

A conjuntura digital faz com que esses novos repertórios de ação on-line demonstrem hostilidade e indignação acentuada por meio das opiniões expressas em relação aos acusados, que ocorrem num curto período de tempo (Pfeffer *et al.*, 2014). Segundo Norris (2021, p. 9), o crescimento de ativistas conectados através das redes sociais possibilitou a intensificação das guerras culturais, colocando o Twitter como principal canal de embates, devido ao modo que as publicações podem se disseminar rapidamente, contendo brevidade textual, muitas vezes

15 In their seminal work on moral panics, Goode and Ben-Yehuda (1994) identified five key characteristics of moral panics: (1) concern (about a seemingly threatening behavior of a person or group against moral values), (2) hostility (toward the accused), (3) disproportionality (the concern is exaggerated regarding the objective threat), (4) consensus (in terms of a perceived agreement about a threat by a group of people), and (5) volatility (a moral panic emerges and subsides quickly).

remetendo a uma rigidez ideológica, a qual produz contrarrespostas na mesma velocidade em que é disseminada, mas também podem apresentar declínios repentinos.

O sociólogo Richard Miskolci, em sua obra “Batalhas Morais”, publicada em 2021, chama a nova configuração da esfera pública de “esfera pública técnico-midiatizada”. Para o sociólogo, as plataformas digitais contribuem para a inibição do diálogo e difundem uma lógica competitiva que incentiva um enquadramento moral dos problemas políticos (MISKOLCI, 2021 apud BALIEIRO, 2023). É incentivado, através das plataformas on-line, a busca por popularidade e o empreendedorismo de si em um mercado de atenção. Isso moldou a política identitária, que passou a atuar perante lógicas de visibilidade e reconhecimento midiático calcadas na identidade. O atual cenário midiático reforça o engajamento emocional e uma perspectiva moral sobre as questões públicas, ao mesmo tempo em que obscurece debates argumentativos e a convergência na esfera pública. A competição por visibilidade nas redes gera um ambiente onde prevalece a recusa às mediações, como órgãos de imprensa e instituições acadêmicas, o que resulta na prevalência da execração pública nas redes. O “cancelamento” é gerado a partir de um *modus operandi* ativista que se generalizou, caracterizado pelo julgamento e condenação pública no ambiente on-line. Isso acarretou uma vigilância comportamental, traduzida na noção do “politicamente correto” que é incluída na gramática da extrema-direita (MISKOLCI, 2021 apud BALIEIRO, 2023). Nessa linha de pensamento, as desigualdades sociais passam a ser compreendidas pela personalização e individualização de questões que são sociais e históricas.

Assim, repertórios digitais de ação coletiva foram possibilitadas pelas novas configurações de ativismo digital, as quais são caracterizadas pela mobilização instantânea de indivíduos em uma escala global, que buscam se integrar em espaços cada vez mais submetidos ao competitivo mercado de atenção, onde se prioriza o reconhecimento digital, fazendo com que a opinião seja acentuadamente consensual em certos segmentos, como nas “bolhas” e nas “câmaras de eco”, e o grau de indignação seja mais elevado a fim de atrair o engajamento social. Percebe-se que há um possível distanciamento do potencial das redes de indignação e de esperança de Castells (2012), como refletido por Melo e Vasques (2021), pois as atitudes demonstradas pela “cultura do cancelamento” não parecem estar alinhadas com reivindicações pautadas em preocupações dos indivíduos na experiência humana na mesma proporcionalidade em que estão submetidas ao empoderamento digital. Entretanto, também é possível evidenciar que a “cultura do cancelamento” obteve repercussão em movimentos como #MeToo, desencadeado pela crise de silenciamentos referentes a agressões sexuais, e pelo movimento

Black Lives Matter¹⁶, que protesta sobretudo contra o racismo sistêmico no sistema de justiça. De todo o modo, a categorização geral do “cancelamento” parece remeter a ligações a ativismos sociais que buscam por justiça social, mas que podem resultar em atitudes de intolerância, associados ao incentivo do meio de comunicação em massa por competições de visibilidade que acarretam no individualismo de questões importantes da agenda pública. Considerando todos esses aspectos, investiga-se de que modo a chamada “cultura do cancelamento” se insere no debate público a partir de um recorte específico, isto é, através do enquadramento jornalístico a respeito desta nova forma de ação coletiva.

3.2 JORNALISMO NA ERA DIGITAL

Foi apresentado, nos tópicos anteriores, o surgimento da “cultura do cancelamento” como repertório derivante de outras práticas recorrentes, como o boicote e o “politicamente correto”, mas que é gerada a partir das novas formas de conectividade das redes. Considera-se que o jornalismo é um ator central na esfera pública, que abrange diversos públicos e, portanto, é de interesse sociológico entender como o jornalismo se remodela com estratégias que podem chamar atenção tanto ao público mais amplo, quanto aos usuários mais conectados. Isto é, o jornalismo não deixa de ser separado da lógica das mídias e de seus novos repertórios, ao contrário, a cobertura tecnomidiatizada, a partir do momento em que enquadra e dissemina uma determinada interpretação sobre um tema, influencia a forma como questões da esfera pública são debatidas, devido a dominação em grande escala das plataformas digitais no cotidiano da sociedade contemporânea. Nesse tópico, retoma-se análises de Castells e se discorre sobre a teoria de *agenda-setting*, para entender como o jornalismo se modifica na era digital, incorporando determinadas lógicas para se mobilizar em relação às novas formas de ação.

De acordo com Castells (2002), os avanços tecnológicos após a Segunda Guerra Mundial, como a computação e as telecomunicações fizeram com que fosse possível observar uma nova estruturação da sociedade, que sempre contou com a influência dos meios de comunicação na moldagem das opiniões dos consumidores de mídia, mas que passou a se substanciar cada vez mais em um modelo de rede. Esse novo cenário de conectividade se tornou a base da produtividade na tecnologia de geração de conhecimento e processamento de informações, simultaneamente estimulando a transformação do capitalismo industrial em um

¹⁶ #BlackLivesMatter was founded in 2013 in response to the acquittal of Trayvon Martin’s murderer. Black Lives Matter Global Network Foundation, Inc. is a global organization in the US, UK, and Canada, whose mission is to eradicate white supremacy and build local power to intervene in violence inflicted on Black communities by the state and vigilantes. Mais informações em: <https://blacklivesmatter.com/>

capitalismo informacional, devido ao seu impacto na vida das pessoas, nos processos econômicos, políticos e culturais. Dessa forma, caracteriza-se o capitalismo informacional a partir de uma economia em rede, pela globalização, flexibilidade de gestão e descentralização de empresas (CASARIN, 2023, p. 14).

Em uma era dominada pelo digital, a organização da informação é o novo paradigma tecnológico e sociotécnico dominante (CASARIN, 2023, p. 14). Os aspectos da vida humana tornam-se cercados pelas tecnologias de informação, processamento e comunicação. Através da ascensão da internet, uma nova forma de comunicação foi introduzida, que logo se tornou central no mundo digital. Essa ascensão possibilitou a coexistência das formas tradicionais de mídia, como a imprensa, a televisão e o rádio, contando com uma variedade no público consumidor dessa nova forma de comunicação. Segundo Castells (2015), a comunicação é definida como o compartilhamento de significados por meio da troca de informações, sendo que os significados são compreendidos pelas relações sociais em que a informação e a comunicação são processadas, ou seja, pelo alcance do processo comunicativo. Além disso, esse processo é influenciado pela tecnologia de comunicação, as características dos emissores e receptores, códigos culturais e protocolos de comunicação. Nessa nova configuração da forma de comunicação, evidencia-se uma nova ecologia midiática baseada na geração do conteúdo pelo próprio indivíduo, em que a emissão é autodirecionada e a recepção é autosselecionada (CASTELLS, 2015 apud CASARIN, 2023, p. 15). Importantes veículos de circulação também adotaram plataformas digitais, embora tenham mantido sua estrutura original como parte integrante. O jornal, por exemplo, se mantém como um meio de comunicação de massa, mas sua plataforma muda, passando da imprensa escrita para as páginas on-line (CASTELLS, 2015, p. 112). Assim, houve uma plataformização das notícias, como José Van Djick, Poell e Waal (2018) ajudam a compreender.

A partir disso, é interessante observar as transformações acarretadas pela nova ecologia midiática e a plataformização em veículos jornalísticos populares no âmbito brasileiro. A Folha de São Paulo, escolhida para a pesquisa proposta, pode ser definida como um veículo de influência e repercussão nacional. Fundada em 1921 por Olival Costa e Pedro Cunha, a Folha, em 2020, foi considerada o jornal com maior abrangência geográfica e circulação no Brasil¹⁷, segundo dados da IVC Brasil (Instituto Verificador de Comunicação), que audita tanto a venda de edições impressas, quanto a circulação de edições digitais. Dados da Comscore, empresa americana especializada na análise de tráfego, também mostram que a Folha lidera a audiência

17 Mais informações em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/folha-e-o-jornal-mais-nacional-e-o-de-maior-audiencia-e-circulacao.shtml>. Acesso em 07/10/2023

geral no país em PVs (páginas vistas) e visitantes únicos. Além disso, a adesão da Folha a redes sociais, como o Twitter e Instagram, mostra seu destaque em relação a jornais concorrentes como o Estado e a Globo, e a sua capacidade de adaptar estratégias em um mercado de atenção às novas mídias digitais. Essa adaptação a nova ecologia midiática faz com que a Folha mantenha um alcance de influência nacional constante, com coberturas exclusivas de eventos significantes socialmente, politicamente e economicamente, como a pandemia de coronavírus.

Devido a essa capacidade de remodelação e pela sua estabilidade como um veículo de repercussão nacional, a Folha de São Paulo se demonstra impactante na disseminação de conteúdos que fomentam o debate público. Concomitante a isso, a Folha possui poder jornalístico de adotar estratégias para lidar com novos fenômenos contemporâneos, como a capacidade de criar uma agenda que auxilie na formação de mapas cognitivos que abrangem informações sobre esses novos fenômenos, seguindo a teoria de *agenda-setting* analisada originalmente por McCombs e Shaw (1972). A teoria, abrangida na obra *Comunicacion politica em la era de la mediatizacion* (2020) de Castromil, Tojar e Humanes retoma premissas básicas de McCombs e Shaw, assim como conceitos estabelecidos por Lippmann (2003), nos quais referem-se a dependência dos indivíduos a fontes externas para adquirir conhecimento da realidade da sociedade moderna devido a sua complexidade, o que dificulta a sua apreensão direta. Ademais, essas fontes estão condicionadas à produção de mensagens midiáticas que só podem abranger uma parcela dessa realidade, previamente selecionada e ordenada. Em outras palavras, os indivíduos sentem a necessidade de se familiarizar com temas que os rodeiam, por isso recorrem à imprensa em busca de referências do mundo exterior. A necessidade de orientação tem a ver com uma combinação de interesse por uma questão pelo indivíduo e pelo grau de incerteza que exista a seu respeito. Quanto maior o interesse e a falta de referências diante de um problema, maior a influência midiática e mais evidentes são os traços da *agenda-setting* (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 103). Através dessa teoria, é possível refletir sobre a maneira como o jornalismo se comporta diante de novos repertórios de ação midiática para elaborar enquadramentos.

A *agenda-setting* se debruça sobre a necessidade de orientação dos indivíduos sobre o mundo moderno, já que não é possível compreendê-lo como um todo. Há uma multiplicidade de agendas.

O resultado desse processo tem a ver com a transferência da relevância dos objetos selecionados e divulgados pela mídia - na chamada agenda midiática - para a mente

do público – nas chamadas agendas públicas e pessoais (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 98, tradução nossa)¹⁸.

A agenda pública se refere a temas de debate público nos quais os indivíduos consideram relevantes para o meio em que se inserem, que envolvem questões de contexto político e econômico, percebidas como importantes ou problemáticas (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 99). Essa agenda, embora estável, pode abrigar novas questões menos impactantes, mas que ganham importância, na maioria das vezes, através da cobertura contínua dos meios de comunicação (MCCOMBS, 2006). A agenda pessoal, por sua vez, é semelhante a agenda pública em relação a abrangência de temas importantes, porém tratam-se de temas que mais afetam o indivíduo em particular. Há pontos de encontro em que duas ou mais agendas podem coincidir devido à presença de interesses comuns (agenda pública), e interesses próprios (agenda pessoal) que são amplificados pela agenda midiática (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 100).

Os autores enfatizam que a teoria de *agenda-setting* e a do enquadramento são independentes, porém dialogam muito bem, ao perceberem que os jornalistas, como mediadores sociais, adotam e constroem uma agenda, selecionando temas de debate público e lhes enquadrando (MCCOMBS, 2006; CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 102).

A saliência a determinados temas é possibilitada pelos mecanismos da mente humana que operacionalizam a acessibilidade e a aplicabilidade. A acessibilidade está centrada na memória, pelo motivo de que alguns objetos da informação recebida são evocados com mais facilidade do que outros quando os indivíduos analisam uma situação, enquanto a aplicabilidade envolve a visão particular que cada indivíduo possui do mundo, ou seja, a forma como a informação é apresentada faz com que seu processamento varie de acordo com um esquema mental pré-existente (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 104). O mecanismo de aplicabilidade é um dos elementos que diferem o enquadramento à teoria de agenda, pois o enquadramento apela mais a esquemas de acessibilidade informativa, segundo autores como Scheufele (2000) e Price, Tewksbury e Powers (1997).

Por outro lado, a teoria de *agenda-setting* se empenhou a se fundamentar na aplicabilidade, colocando em vista a capacidade dos meios de comunicação de transmitirem ligações entre objetos ao público no âmbito do segundo nível da agenda, mas, sobretudo, no terceiro nível (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 105, tradução nossa)¹⁹.

18 El resultado de este proceso tiene que ver con el trasvase de la relevancia de los objetos seleccionados y difundidos por los medios de comunicación — en la denominada agenda mediática — a la mente de la audiencia — en las denominadas agendas pública y personal.

19 Por otro lado, la teoría de agenda-setting ha empezado a fundamentarse implícita y explícitamente en la aplicabilidad, al incidir en la capacidad de los medios para trasladar al público conexiones entre objetos en el marco del segundo nivel de agenda. Y, sobre todo, en el tercer nivel.

Os níveis são a base para entender como é adotada e construída uma agenda. O jornalismo, no primeiro nível, transfere ao público elementos que podem ser objetos, realidades concretas ou abstratas isoladas, que são consideradas importantes para a sociedade. No segundo nível, é realizada uma ligação dessas realidades com atributos e, no terceiro e último nível, são levados em consideração os conjuntos de objetos ou atributos conectados entre si (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 105). O enquadramento, para a maior parte dos estudiosos, está contido no segundo nível de *agenda-setting*, contudo, Scheufele (1999) salienta que a agenda se preocupa com a seleção e a saliência do objeto veiculado, enquanto o enquadramento foca na seleção e na saliência dos atributos veiculados.

Entman (1993) relaciona a primeira das quatro funções que desempenham o enquadramento, isto é, a definição dos problemas, ao primeiro nível da agenda. As outras três (analisar as suas causas, fazer julgamentos morais e apresentar soluções) estão mais associadas ao segundo nível (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 111). Essa análise e a teoria do enquadramento que vai ser abordada na próxima parte desse trabalho estão, portanto, associadas a concepção de agenda, por possibilitar a adaptação do jornalismo mediante uma nova problemática que é considerada relevante para a sociedade contemporânea. Em suma, a agenda serve como um caminho para o jornalismo lidar com novas formas de ação coletiva na era digital, isto é, como se deve pensá-las diante de uma agenda estabelecida (COLLING, 2004). O jornalismo da Folha de São Paulo se remodela na nova ecologia midiática através de plataformas digitais favorecidas por usuários conectados, trazendo para a agenda jornalística um novo repertório de ação coletiva na era digital, a “cultura do cancelamento” e, em seguida, construindo um enquadramento a respeito dela, o que será objeto de análise desta pesquisa.

3.3 ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO

A utilização do conceito de “enquadramento midiático” serve para a reflexão do alcance do jornalismo no debate público e como ele auxilia na construção da interpretação referente a um fenômeno novo. A concepção de “enquadramento” (*framing*) tem sua origem em autores da fenomenologia e a sua ontogênese se deve ao sociólogo Erving Goffman em sua obra *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (1974), ao sistematizar “esquemas de interpretação” que foram aplicados à análise das interações sociais.

Como Tewksbury e Scheufele (2007) salientam, o enquadramento possui um alcance muito maior que a abordagem da agenda, embora exista o diálogo entre ambos em termos de

interesse na construção da mensagem jornalística, como explanado no item anterior. A teoria do enquadramento é capaz de conectar “normas jornalísticas com o trabalho de grupos políticos e contextos culturais” (TEWKSBURY; SCHEUFELE, 2009, p. 22). Desse modo, se tornou uma teoria cada vez mais relevante na análise das mídias, a partir da introdução de Goffman (1974) referente a “análise de quadros” e a pesquisa de Entman (1993) do enquadramento em relação a mídia de massa, pois a sua concepção auxilia no entendimento da apresentação de informações pela mídia, na estruturação e circulação de notícias, com a seleção e interpretação de determinados fatos sobre certos eventos de relevância para o debate público.

O enquadramento é onipresente no campo das Ciências Sociais e Humanas (ENTMAN, 1993). Um dos primeiros a adaptar o conceito de enquadramento da sociologia interpretativa ao estudo da opinião pública, Entman (1993) apresenta que “os enquadramentos destacam certos aspectos informativos daquilo que é o objeto de comunicação, tornando-os mais relevantes”. Os quadros (*frames*), na análise da mídia de massa, definem problemas de um curso de atividade, diagnosticam as suas possíveis causas, elaboram julgamentos de valor e sugerem remédios ou soluções do problema e seus supostos efeitos (ENTMAN, 1993, p. 52). O enquadramento promove uma definição particular do problema, isto é, uma “avaliação moral” e uma “interpretação casual”, ao selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo (ENTMAN, 1993, p. 52).

Ao elaborar os “esquemas de interpretação”, Goffman (1974) define que o enquadramento é a base para organizar eventos sociais e o envolvimento subjetivo dos indivíduos neles. Esses esquemas auxiliam na localização, identificação e rotulação dos indivíduos referentes a esses eventos do mundo cotidiano. Os *frames* servem de estruturas cognitivas básicas, ao guiar a percepção e a representação da realidade, como Koenig (2004) ajuda a entender. Nesse sentido, enquadramentos não são produzidos conscientemente, ao contrário, são adotados inconscientemente ao decorrer do processo comunicativo.

De acordo com Goffman (2012), as pessoas têm a tendência de interpretar acontecimentos e integrá-los em um quadro de compreensão inicial, que ele chama de esquema primário. Nesse momento, os eventos se tornam significativos. Esses esquemas primários variam dependendo da estrutura social e organização, mas independentemente disso, permitem que as pessoas identifiquem e rotulem eventos concretos (GOFFMAN, 2012, p. 45). Os esquemas primários são divididos em classes naturais – ocorrências não orientadas, desprovidas da interferência humana – e sociais – estruturas cognitivas utilizadas para guiar a ação de um agente vivo. Esses esquemas primários sociais são essenciais para a organização da vida social e a compreensão das situações cotidianas, pois são através deles que se torna possível perceber,

identificar e rotular eventos e interações sociais. Em relação aos meios de comunicação em massa, o enquadramento midiático pode ser entendido como a ação guiada de enfoque em certos elementos em detrimento de outros. Assim, o enquadramento “constrói significados particulares se preocupando com questões por seus padrões de ênfase, interpretação e exclusão” (LEAL, 2007, p. 9). A noção de que a comunicação possa ser imparcial apresenta-se como um elemento frágil diante disso, pois há uma dificuldade em desvincular os conteúdos produzidos pela mídia com a realidade que cerca quem os produz.

A teoria do enquadramento não aponta para incorporações e manifestações explícitas de quadros (*frames*) em um texto, nem para como o enquadramento exatamente exerce influência sobre o pensamento humano. Entretanto, a teoria explica como o enquadramento afeta os aspectos relevantes de temas, também se conectando aos interesses sociais em jogo e os impactos dos significados que as mensagens possuem na sociedade. Trata-se, portanto, de uma teoria que ilumina precisamente o modo influenciável de como as informações contidas em um texto comunicativo conseguem transferir essas informações para a mente humana. Essas informações podem ser dadas através de discursos, expressões, notícias, reportagens, dentre outros.

Como Leal (2007) argumenta, os jornalistas são responsáveis pela construção da moldura da janela da mídia pela qual a opinião pública entrará em contato com uma pequena parcela da realidade. O quadro (*frame*) se dá como “um conjunto de pressuposições e critérios avaliativos, dentro dos quais a avaliação pela pessoa de um determinado assunto se processa” (GOFFMAN, 2012, p. 90). Os jornalistas utilizam dos quadros (*frames*) na organização de recortes do mundo cotidiano, os quais tratam-se de fatias arbitrárias de fluxos de atividades em andamento que ajudam no processamento, agrupamento e transmissão de informações para o público (GOFFMAN, 1974). Dessa forma, os quadros (*frames*) são eficientes para a conexão do trabalho do jornalista com os seus consumidores.

Para Linström e Marais (2012), a análise dos quadros levanta questões importantes a respeito da construção das notícias, pelos envolvidos na produção e divulgação delas, de uma maneira que pode distorcer tanto quanto tenta dar sentido aos assuntos do mundo. Há mais de quatro décadas, os principais estudiosos da mídia aplicaram o conceito de enquadramento para explicar como a mídia estrutura a transmissão de notícias, promovendo determinadas interpretações de eventos ao selecionar certos fatos. À vista disso, a teoria do enquadramento serve para entender de que forma o jornalismo reconfigurado na era digital pode destacar determinados aspectos referentes a um fenômeno, ao mesmo passo em que pode minimizar outros e sugerir explicações causais e avaliações normativas sobre o acontecimento noticiado.

4 METODOLOGIA E CORPUS DE ANÁLISE

A orientação teórica-metodológica da pesquisa se debruça em estudos de tradição fenomenológica, assim como faz referência à teoria de *agenda-setting* e estudos renomados da Sociologia Digital, para analisar como é produzida e enquadrada uma nova forma espraiada de ação coletiva, a “cultura do cancelamento”, pelo jornalismo da Folha de São Paulo. Essa perspectiva de análise busca compreender o processo comunicativo pelo qual a mídia apreende um fenômeno novo e exerce influência sobre o modo como é entendido pelo público. Para abordar essa questão, pesquisas da Sociologia Digital, como as “redes de indignação e de esperança” e a nova “ecologia midiática”, aliadas a teoria da comunicação de *agenda-setting*, são importantes para refletir sobre as transformações enfrentadas tanto pelos ativismos, quanto pelas novas formas de comunicação, como o jornalismo, na era digital. É válido, sobretudo, recorrer ao conceito de “enquadramento midiático” (*media framing*), inspirado em Erving Goffman em 1974 e investigado subsequentemente por pesquisadores das mídias, para analisar como o jornalismo desempenha um papel crucial na maneira pela qual as noções de interesse público são disseminadas.

Essas noções teóricas são necessárias para adotar uma metodologia fundamentada na análise qualitativa documental do enquadramento jornalístico da “cultura do cancelamento” pela Folha de São Paulo, com base no método de pesquisa de mídia textual.

O objetivo do trabalho proposto é de investigar de que forma a Folha de São Paulo compreende e produz publicações sobre a “cultura do cancelamento” a partir da análise de seu enquadramento jornalístico. As publicações observadas se concentram no formato digital, embora também possam ser veiculadas em formato impresso. A pesquisa qualitativa documental concentrada na análise da Folha de São Paulo permite a comunicação de ideias mais complexas, diferentemente de meios televisivos e radiofônicos (LINSTRÖM; MARAIS, 2012, p. 29), que possuem limites impostos aos tipos de produções comunicativas. O campo jornalístico, em especial o digital, oferece uma ampla lista de categorias de apresentação de notícias e produções textuais, como colunas, blogs, artigos de opinião e charges, sobre variados assuntos. Além disso, a justificativa pela escolha da Folha como objeto empírico é de que sua repercussão nacional é recorrente, sendo considerado o jornal com maior índice de circulação no Brasil, assumindo o primeiro lugar em 1986 e “nunca mais perdido pelas mais de três

décadas seguintes entre os jornais de prestígio, com exceção de alguns meses pontuais”²⁰. Sua capacidade de adesão à ecologia midiática digital também destaca seu alcance no país.

O ato de cancelar alguém vem recebendo repercussão por se tratar de um novo repertório de ação essencialmente midiático, o qual pode ser atribuído a uma ameaça à liberdade de expressão, derivante de práticas recorrentes socialmente, como ao boicote e a “ditadura do politicamente correto”, mas também está associado a movimentos sociais atrelados aos novos meios de comunicação como o movimento #MeToo. A “cultura do cancelamento” pode ser desencadeada por variadas práticas, a fim de gerar diversos resultados com graus diferentes de penalidade (NORRIS, 2021), desde atingir qualquer usuário comum de uma rede social, até uma figura pública, e outros possíveis “cancelados”, como marcas e empresas (MANCOSO *et al.*, 2023). Assim como foi denominado o termo mais utilizado em 2019²¹, a “cultura do cancelamento” aparece com frequência nas redes sociais e se tornou um dos temas mais comentados na atualidade, de acordo com Pires (2020). Segundo uma pesquisa feita pela autora, as pesquisas no Google sobre o assunto aumentaram em cerca de 1200% entre maio e julho de 2020. Tendo um papel importante como veículo de comunicação nacional, a Folha de São Paulo, através de seu caderno impresso, site e presença em demais plataformas digitais, reúne os elementos gerados a partir da repercussão do “cancelamento” no debate público e apresenta matérias diversas sobre o tema, a relação dele com outras atividades e pessoas e seu entendimento a partir de acontecimentos específicos, tais como suas possíveis consequências para o meio social. A partir desses elementos reunidos, é possível a apreensão de uma agenda e uma seleção de atributos referentes a “cultura do cancelamento” para, então, disseminar enquadramentos.

Para a busca das publicações, utiliza-se a forma de busca livre no site da Folha de S. Paulo²², com a seleção do termo exato, “cultura do cancelamento”, devido a utilização de palavras chaves, como “cancelar”, “cancelamento”, “cultura”, se tratarem de termos muito amplos, majoritariamente resultando em várias redações que se referem a assuntos distintos, como o cancelamento de voos e eventos. Mesmo com a pesquisa pelo termo acurado, a ferramenta de busca livre da Folha encaminha publicações diversas que tampouco remetem ao tema, por isso se fez necessário a observação direta do uso da “cultura do cancelamento” como termo destacado nas publicações. De cento e quarenta e três (143) publicações geradas, quarenta

20 Mais informações em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/folha-e-o-jornal-mais-nacional-e-o-de-maior-audiencia-e-circulacao.shtml>. Acesso em 24/10/2023

21 Macquarie Dictionary Word of the Year, 2019. Disponível em: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year/2019>

22 Acesso em: <https://www.folha.uol.com.br/>

e quatro (44) mencionam a “cultura do cancelamento”, sendo quatorze (14) delas selecionadas para compor o *corpus* de análise da pesquisa, por se tratarem de publicações que não somente usam o termo de passagem, mas que tentam contextualizá-lo dentro da situação noticiada. O período de tempo definido para a elaboração do *corpus* de análise abrange os anos de 2019 a 2023, em função da primeira publicação encontrada que faz uso do termo “cultura do cancelamento”, dentro dos parâmetros estipulados para a busca, ter sido noticiada em dezoito (18) de novembro de 2019, e a última matéria encontrada no site até o momento da realização dessa pesquisa correspondente ao dia vinte e dois (22) de setembro de 2023.

Dessa forma, a triagem se baseia no uso do termo acurado, com enfoque nas redações desenvolvidas por editorias do jornal em variadas seções como a de “cotidiano” e “mundo”, deixando de lado a de “opinião”, pelo motivo de que a pesquisa proposta investiga o enquadramento jornalístico atribuído pela Folha em relação a “cultura do cancelamento”, e essas editorias possibilitarem a observação de um texto mais impessoal. Vale ressaltar que não se tratam de análises dos editoriais do jornal, mas opiniões expressas através dele, que incluem também reproduções de outros jornais estrangeiros. Embora as editorias de opinião e as colunas componham os maiores resultados de publicações referentes a “cultura do cancelamento” na Folha, seus textos caracterizam-se pela “observação pessoal”²³ dos redatores sobre o assunto abordado, o que não é o foco da análise. A tabela abaixo apresenta o *corpus* empírico:

Tabela 1 – Publicações selecionadas da Folha de São Paulo

(continua)

Data	Título	Editoria	Publicada
18 de novembro de 2019	O que foi feito das pessoas que tentamos cancelar? Estão se divertindo juntas ²⁴	Equilíbrio e Saúde	Por The New York Times ²⁵
8 de julho de 2020	Artistas e intelectuais assinam manifesto contra silenciamento e a favor da liberdade de expressão ²⁶	Mundo	Por Redação
16 de julho de 2020	O cerco ao discurso de ódio ²⁷	Educação	Por Redação

23 Acesso em: <http://www.publicidade.folha.com.br/folhadigital/editorias/>

24 Publicação nº 1: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2019/11/o-que-foi-feito-das-pessoas-que-tentamos-cancelar-estao-se-divertindo-juntas.shtml>.

25 A publicação, embora tenha sido feita originalmente pelo The New York Times e traduzida por um dos redatores da Folha, é resultante da busca livre do site da Folha e corresponde aos critérios estipulados pela pesquisa, sendo assim encontrada da mesma maneira das outras publicações investigadas, por isso ela se mantém no *corpus* de análise.

26 Publicação nº 2: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/07/em-carta-aberta-artistas-e-escritores-de-destaque-alertam-para-clima-de-intolerancia-nos-eua.shtml>

27 Publicação nº 3: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/07/o-cerco-ao-discurso-de-odio.shtml>

Tabela 1 – Publicações selecionadas da Folha de São Paulo

(continuação)

Data	Título	Editoria	Publicada
21 de julho de 2020	O sinal de OK que levou homem a perder emprego e o que sua história diz sobre a 'cultura do cancelamento' ²⁸	Mundo	Por BBC News ²⁹
30 de julho de 2020	É preciso cancelar o cancelamento ³⁰	Educação	Por Redação
21 de novembro de 2020	Não cancele as pessoas, chame-as para conversar, propõe professora e feminista ³¹	Mundo	Por The New York Times ³²
4 de fevereiro de 2021	BBB, cancelamento e o esvaziamento das pautas sociais ³³	Educação	Por Redação
31 de julho de 2021	Estátuas de figuras controversas resistem no Reino Unido e na Bélgica ³⁴	Cotidiano	Por Redação
26 de novembro de 2021	A escultura de Paulo Freire que mira 'guerra cultural' na Universidade de Cambridge ³⁵	Educação	Por BBC News ³⁶
11 de janeiro de 2022	Papa critica cultura do cancelamento; 'cerceia liberdade de expressão e tenta reescrever história' ³⁷	Mundo	Por Redação

28 Publicação n° 4: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/07/o-sinal-de-ok-que-levou-homem-a-perder-emprego-e-o-que-sua-historia-diz-sobre-a-cultura-do-cancelamento.shtml>

29 A publicação, embora tenha sido feita originalmente pela BBC News e traduzida por um dos redatores da Folha, é resultante da busca livre do site da Folha e corresponde aos critérios estipulados pela pesquisa, sendo assim encontrada da mesma maneira das outras publicações investigadas, por isso ela se mantém no *corpus* de análise.

30 Publicação n° 5: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/07/e-preciso-cancelar-o-cancelamento.shtml>

31 Publicação n° 6: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/11/nao-cancele-as-pessoas-chame-as-para-conversar-propoe-professora-e-feminista.shtml>

32 A publicação, embora tenha sido feita originalmente pela BBC News e traduzida por um dos redatores da Folha, é resultante da busca livre do site da Folha e corresponde aos critérios estipulados pela pesquisa, sendo assim encontrada da mesma maneira das outras publicações investigadas, por isso ela se mantém no *corpus* de análise.

33 Publicação n° 7: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2021/02/bbb-cancelamento-e-o-esvaziamento-das-pautas-sociais.shtml>

34 Publicação n° 8: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/07/estatuas-de-figuras-controversas-resistem-no-reino-unido-e-na-belgica.shtml>

35 Publicação n° 9: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2021/11/a-escultura-de-paulo-freire-que-mira-guerra-cultural-na-universidade-de-cambridge.shtml>

36 A publicação, embora tenha sido feita originalmente pela BBC News e traduzida por um dos redatores da Folha, é resultante da busca livre do site da Folha e corresponde aos critérios estipulados pela pesquisa, sendo assim encontrada da mesma maneira das outras publicações investigadas, por isso ela se mantém no *corpus* de análise.

37 Publicação n° 10: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2022/01/papa-critica-cultura-do-cancelamento-cerceia-liberdade-de-expressao-e-tenta-reescrever-historia.shtml>

Tabela 1 – Publicações selecionadas da Folha de São Paulo

(conclusão)			
Data	Título	Editoria	Publicada
17 de março de 2022	Russofobia: quando a histeria das redes amplifica o preconceito ³⁸	Mundo	Por Redação
25 de abril de 2022	Twitter sob Elon Musk deve mudar seu modelo de negócios ³⁹	Mercado	Por Redação
13 de outubro de 2022	Geração Z adota 'consumo ativista' e rastreia racismo, poluição e trabalho escravo ⁴⁰	Mercado	Por Redação
22 de setembro de 2023	Movimento estudantil age como a direita bolsonarista, diz diretor de unidade da USP ⁴¹	Educação	Por Redação

Fonte: Folha de S.Paulo (2023)

4.1 ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO

Há mais de quatro décadas pesquisadores se dedicam a analisar a forma como o enquadramento clareia a estruturação e transmissão de notícias pela mídia, com a seleção de certos atributos para serem disseminados ao público (LINSTRÖM; MARAIS, 2012). A configuração da mídia de massa na era digital evidencia que os meios de comunicação, como o jornalismo, não deixam de existir, porém se remodelam, a fim de abarcar o novo mercado de atenção e a competitividade digital. Nesse cenário, a teoria do enquadramento segue ganhando destaque pelos estudiosos de mídia. Diante da recorrência de um novo repertório de ação, os indivíduos necessitam de uma orientação sobre o tema. Os jornalistas, como responsáveis pela elaboração da “moldura da janela” da mídia pela qual os indivíduos entrarão em contato com uma parcela da realidade (LEAL, 2007), precisam adotar uma agenda para lidar com esse novo repertório, a qual permita a sua seleção e a saliência para, então, selecionar e salientar os atributos (SCHEUFELE, 1999) atrelados a esse repertório, isto é, à “cultura do cancelamento”. Esses atributos referem-se ao enquadramento do fenômeno que permite a compreensão do público sobre o mesmo. Na análise qualitativa da comunicação de massa, o enquadramento

38 Publicação n° 11: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2022/03/russofobia-quando-a-histeria-das-redes-amplifica-o-preconceito.shtml>

39 Publicação n° 12: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/04/twitter-sob-elon-musk-deve-mudar-seu-modelo-de-negocios.shtml>

40 Publicação n° 13: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/10/geracao-z-adota-consumo-ativista-e-rastreia-racismo-poluicao-e-trabalho-escravo.shtml>

41 Publicação n° 14: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2023/09/movimento-estudantil-age-como-a-direita-bolsonarista-diz-diretor-de-unidade-da-usp.shtml>

serve para quatro propósitos: definir problemas de um curso de atividade, diagnosticar as suas possíveis causas, elaborar julgamentos de valor e sugerir remédios ou soluções do problema e seus supostos efeitos (ENTMAN, 1993, p. 52). As publicações realizadas pela Folha de S. Paulo serão observadas a partir dessa perspectiva, com o intuito de entender a interpretação e apresentação de um fenômeno caracterizado pela mobilização instantânea de usuários em um competitivo mercado de atenção, tal qual a “cultura do cancelamento”, para seus leitores, o que permite a reflexão acerca do alcance desse enquadramento e como ele pode auxiliar na construção da opinião pública, colocando em ênfase o papel das mídias na sociedade.

A utilização do enquadramento auxilia no processamento, agrupamento e transmissão de informações do jornalista para o público, conforme argumenta Goffman (1974). A prática jornalística possui um papel importante na sociedade por capacitar a apreensão dos indivíduos sobre os outros, instituições, líderes, estilos de vida, diferentes povos e nações, até mesmo si mesmos (TUCHMAN, 1978 apud LINSTRÖM; MARAIS, 2012). Entretanto, é necessário observar também que o enquadramento midiático possui suas problemáticas, assim como qualquer outra janela que delinea um mundo através de uma moldura, pois a vista dessa janela depende de fatores como seu tamanho, se os vidros são vários ou poucos, a claridade deles, e a posição da janela diante da paisagem observada, isto é, se a janela dá para uma rua ou um quintal, conforme analogia feita por Tuchman (1978), a qual possibilita a interpretação dos fatores que influenciam o exercício jornalístico. Nesse sentido, normas e valores sociais, restrições organizacionais, pressões de grupos de interesse, determinadas rotinas e orientações ideológicas dos jornalistas determinam a forma como é delineado a moldura da janela, ou seja, como é enquadrado um tema. A notícia é uma representação discursiva do mundo mediada pelo jornalista, sendo padronizado construtivamente ao representar ideias, crenças, valores, teorias e ideologias (QING, 2000 apud LINSTRÖM; MARAIS, 2012).

Desse modo, no enquadramento, podem ser utilizadas estratégias de organização de fatos por um jogo de interesses implícito pelo público (LEAL, 2007), que chama atenção para aspectos particulares da realidade descrita (KAHNEMAN; TVERSKY, 1984), tornadas mais salientes em um texto comunicativo como uma “interpretação casual” (ENTMAN, 1993). Segundo Scheufele (2000) e Price, Tweksburry e Powers (1997), a saliência a um determinado tema possibilita a aplicação de “esquemas de acessibilidade informativa”, isto é, estratégias de organização de atributos.

4.2 A NOVA CONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA NO ENQUADRAMENTO

As novas configurações do ativismo digital dão origem a processos de ação coletiva enraizados na indignação, propelidos pelo entusiasmo e motivados pela esperança (CASTELLS, 2013), caracterizados pela mobilização instantânea de indivíduos em escala global, que se integram em espaços marcados pelo mercado de atenção, onde projetos em comum são moldados por interesses e valores pessoais que visam o reconhecimento digital, e que se disseminam rápido, mas também são instáveis e mutantes. Essa volatilidade (JOHNEN *et al.*, 2018) dos novos ativismos digitais, aliada a nova ecologia midiática (CASTELLS, 2015), em que há interconexão entre os meios de comunicação e a relação emissor-receptor não é mais unidirecional, faz com que a plataformização das notícias precisa encontrar maneiras de lidar com a “cultura do cancelamento”. A chamada plataformização das notícias, conforme estudada por Van Djick, Poell e Waal (2018), impulsionada pela conectividade que direcionou a adoção dos meios de comunicação de massa às plataformas digitais em uma nova ecologia midiática (CASTELLS, 2015), aponta a uma intensificação de pressões comerciais e políticas com a finalidade de maximizar o rendimento e engajamento publicitário. Valores morais passam a ser vislumbrados como valores do mercado de atenção (MARTINS; CORDEIRO, 2022), assim, a adoção da “cultura do cancelamento” pela agenda pública foi possibilitada por abranger questões de contexto político, econômico e social (CASTROMIL *et al.*, 2020, p. 99), de interesses comuns e interesses próprios, que podem ser amplificados pela agenda midiática para atingir determinados resultados. O jornalismo reconfigurado na era digital pode procurar destacar determinados aspectos referentes a “cultura do cancelamento” que são considerados mais “chamativos” para o público consumidor, em consonância com a minimização de outros que podem não ser considerados tão atraentes. A Folha de São Paulo, devido a sua adesão efetiva na nova configuração de ecologia midiática e sua influência nacional, consegue ampliar o debate acerca do “cancelamento” e ser um veículo de formação de opinião frente a um fenômeno considerado novo.

Foi possível identificar, a partir da investigação das publicações realizadas na Folha de São Paulo sobre a “cultura do cancelamento”, que os enquadramentos revelados reproduzem formulações que buscam destacar certos aspectos considerados mais “polêmicos” ao público, como a perda de emprego, o impacto negativo às carreiras de pessoas públicas, além da utilização de outros termos associados à prática do cancelamento, tanto no enunciado das publicações, quanto na descrição do fenômeno, como “justiça”, “liberdade de expressão”, etc. Os enquadramentos buscam trazer conexões com outros repertórios de ação, como movimentos progressistas tal qual o “*woke*”, entretanto é observado que não há uma busca para entender onde e como o fenômeno surge, muitas vezes caindo em uma generalização do problema do

“cancelamento”. É optado, na maioria das vezes, por enquadramentos interpretativos que conceituam o “cancelamento” como uma ameaça à liberdade de expressão pelo policiamento da linguagem vinculada a atitudes de intolerância, punitivas e acusatórias, que não aprofundam o assunto, e não abordam discussões multidisciplinares sobre o aspecto dinâmico do “cancelamento”, como um resultado da própria interação que visa a competitividade digital das plataformas e outros elementos que contribuem para a difusão de uma “cultura do cancelamento”. A presença de conteúdo com possíveis soluções do problema e contribuições sobre o fenômeno por especialistas e pesquisadores, tanto da área das Ciências Sociais quanto outros intelectuais, deixam a desejar.

A partir disso, é possível notar que o conceito de enquadramento midiático se torna importante na análise de repertórios de ação recentes, que estão atrelados à nova ecologia midiática e a estrutura de plataformização das notícias. Essa pesquisa permite a reflexão acerca da função da mídia de massa, – a Folha de São Paulo como parte dela – a qual impacta a formação da opinião dos consumidores de mídias e da elaboração da agenda pública. A adaptação da Folha de São Paulo nas plataformas digitais mais atuais assegura seu papel fundamental da disseminação de notícias no território brasileiro, podendo também intensificar uma visão da “cultura do cancelamento” através de seu enquadramento sobre ela, isto é, da forma que enfocam certos atributos sobre o tema, em detrimento de outros. A nova ecologia midiática não é mais unidirecional, ou seja, há interações na relação emissor-receptor que tornam possíveis as articulações com grupos de interesse, diferentemente de tempos anteriores. Esses grupos podem pressionar os jornalistas a se atentarem a pautas que não foram até então abordadas pela mídia e, pela plataformização das notícias, os jornalistas são condicionados a produzirem matérias que ganhem atenção no cenário midiático contemporâneo. A conexão do “cancelamento” com outros termos pode ser observada como uma estratégia de engajamento de publicações por serem temas importantes no debate público.

A “cultura do cancelamento” se demonstra um repertório complexo e dinâmico que representa tanto uma parcela das mudanças das próprias interações das plataformas, quanto o modo como o ativismo se reconfigura na era digital e passa a atuar perante novos parâmetros, relacionados ao mercado de atenção e à competitividade, seja por likes, retweets, compartilhamentos, etc. Considerando atributos específicos sobre a “cultura do cancelamento”, em detrimento de outros, a Folha de São Paulo serve como veículo importante de comunicação de massa que possibilita a influência do tema no debate público.

5 ANÁLISE

Devido a sua conquista de maior índice de circulação jornalístico desde a década de 80⁴², a análise se debruça sobre a investigação do enquadramento sobre a “cultura do cancelamento” na Folha de São Paulo por possuir determinado grau de influência no território brasileiro e, conseqüentemente, afetar a formação da opinião pública, a partir da forma em que disseminam enquadramentos sobre determinados fenômenos e acontecimentos noticiados. A escolha pela Folha de São Paulo visa analisar as publicações noticiadas e disseminadas que apresentam interpretações e atribuições ao repertório do “cancelamento”, que não dizem respeito à opinião do jornal, mas sim a como a “cultura do cancelamento” é enquadrada diante dos assuntos noticiados. A seleção das publicações é justificada por permitir uma determinação mais clara da maneira como a noção da “cultura do cancelamento”, um fenômeno recente, é atribuída dentro do contexto em que está inserida e possui certo foco de discussão.

Nota-se, primeiramente, que as publicações da Folha de São Paulo possuem diferentes abordagens sobre a “cultura do cancelamento”. De maneira geral, existe uma diferença de visões de que o “cancelamento” atinge não somente indivíduos, mas também monumentos e instituições, de maneiras consideravelmente distintas. É possível traçar uma linha temporal que aborda predominantemente pessoas como “vítimas” do “cancelamento” nas primeiras publicações, até instituições, marcas, entre outros, nas publicações mais recentes. Nas primeiras, há a relação principalmente de celebridades, jornalistas, acadêmicos e autores de colunas de opinião como alvos do ato de “cancelar”, por divulgarem opiniões negativas, conservadoras ou ofensivas (publicação n° 1), e que tiveram seus cargos comprometidos, como o exemplo de Ian Buruma que deixou a chefia da New York Review of Books após publicar o ensaio de um autor acusado de abuso sexual (publicação n° 2). O fenômeno do “cancelamento” – embora a maioria das publicações não deixe explícito de onde surge e como se espalha para que ocorra esses efeitos – acontece principalmente nas mídias sociais como o Facebook e Twitter, redes que também propagam conteúdos falsos e preconceituosos (publicações n° 1, 2, 3, 4), e a prática pode ser performada através de formas como *tweets*, postagens e comentários com caráter denunciativo, crítico e ofensivo, e até mesmo através de memes (publicação n° 7), que podem gerar resultados concretos (publicação n° 6), os quais podem ser “paradoxais”, isto é, a pessoa que é alvo para ser “cancelada” – nesse caso, se tratam principalmente de celebridades – receba mais atenção voltada para ela e, com isso, faça surgir defensores e a

42 Mais informações em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/folha-e-o-jornal-mais-nacional-e-o-de-maior-audiencia-e-circulacao.shtml>. Acesso em 24/10/2023

eficácia da prática seja temporária (publicação n° 5). Outro fator comum é a denúncia de ser atingido pela “cultura do cancelamento” em vez de reconhecer um erro, ou seja, é apresentado como um termo de “defesa” (publicação n° 5). Na publicação n° 6, também se apontou o “cancelamento” por meio do “desancamento” público gerado a partir da acusação da existência de um “cancelamento”, e o “cancelamento” por apontar uma falsa informação. Acrescenta-se vários outros aspectos que levaram a uma interpretação da ocorrência de “cancelamentos”, como através de relacionamentos interpessoais, recusa em discutir causas sociais, assédio psicológico e preconceito (publicação n° 7), movimentos antirracistas que se voltam contra estátuas de figuras coloniais e escravocratas (publicação n° 8), o “cancelamento” das raízes cristãs acusado pela Igreja Católica devido a sugestão de retirada do termo Natal do manual de comunicação pela União Europeia (publicação n° 10), o “cancelamento” do Ocidente pela Rússia acusado por Putin (publicação n° 11), a adoção do “cancelamento” como termo nativo do Twitter por Elon Musk e sua tentativa de abolir o termo da plataforma (publicação n° 12), o “cancelamento” por meio de manifestações estudantis que invadem diretorias universitárias em busca de esclarecimentos quanto a greves (publicação n° 14), entre muitas descrições que ligam o repertório aos ativismos sociais e ao “movimento progressista”, ao passo que descrevem que o movimento parte de vários lados, enquanto mencionam atores sociais e políticos externos que condenam o ato de “cancelar”.

Para auxiliar a operacionalização da análise, autores como Scheufele (1999) e De Vreese (2005) estudam que a predominância de certos aspectos se trata do que é denominado de enquadramento dominante, que pode estar seguido de enquadramento(s) secundário(s). O enquadramento dominante é a temática principal da notícia, enquanto o enquadramento secundário é uma sustentação da temática principal que se apresenta através de uma ideia suplementar. Para identificar os enquadramentos, Gamson e Lasch (1980) argumentam que as publicações podem ser analisadas em busca de “dispositivos de enquadramento”, que são elementos localizados nas notícias, divididos em dispositivos retóricos – palavras, metáforas, exemplos, representações –, que remetem à estruturação sintática e retórica do assunto noticiado, e dispositivos técnicos, que incluem vários elementos técnicos de redação da notícia – seleção de fontes, manchetes, subtítulos, etc. As fontes de notícias são relevantes dispositivos técnicos de enquadramento, por utilizar citações como dispositivos de enquadramento eficazes, na forma de citações de especialistas para reivindicar validade empírica ou facticidade, fontes oficiais para vincular certos pontos de vista à autoridade, assim como a citação de um desviante social para marginalizar certos pontos de vista (PAN; KOSICKI, 1993, p. 60). Além disso, o

título da publicação ativa certas concepções nas mentes dos leitores, sendo considerado o dispositivo de enquadramento mais poderoso a partir da estrutura sintática.

Assim como Scheufele (1999) e De Vreese (2005) auxiliam na operacionalização do conceito de enquadramento midiático com a classificação de enquadramento dominante e secundário, também é oferecido por Porto (2002) uma classificação dos enquadramentos, sendo eles enquadramentos noticiosos e interpretativos. Os enquadramentos noticiosos são resultantes das escolhas realizadas pelos jornalistas quanto ao formato, apresentação da notícia que vão conferir em uma padronização, seleção e ênfase para organizar aspectos da realidade percebida, ou seja, estão associados ao “ângulo da notícia” no jargão jornalístico. Já os enquadramentos interpretativos referem-se aos padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas, incluindo as definições dos problemas, avaliações causais e recomendações de tratamento. Embora os jornalistas contribuam com seus respectivos enquadramentos interpretativos, essas podem ou não serem incorporadas no discurso midiático, pois é originário de atores sociais e políticos externos à prática jornalística (PORTO, 2002 apud FERREIRA; MOURA, 2020).

É preciso considerar, na visão de Porto (2002), a natureza complexa e contraditória das mensagens transmitidas pela mídia. Dependendo do segmento midiático, a classificação do enquadramento pode variar. Segmentos restritos de enquadramento incluem somente um tipo de enquadramento interpretativo, enquanto segmentos plurais incluem mais de um enquadramento, sendo esses divididos em plurais-fechados, em que um dos enquadramentos é privilegiado ou enfatizado, e em plurais-abertos, em que nenhum enquadramento apresentado prevalece sobre o outro. Os enquadramentos com forma “episódica” não incluem enquadramentos interpretativos. Segundo Porto (2002 apud FERREIRA; MOURA, 2020), a classificação de segmentos espelha que a mídia tende a apresentar certa diversidade de enquadramentos e acaba contribuindo na elaboração de determinadas interpretações hegemônicas da realidade.

Com base nessas características teóricas dos enquadramentos apresentados, a pesquisa propõe elucidar enquadramentos noticiosos dominantes – a padronização da temática principal da publicação, que realiza o vínculo do “cancelamento” com determinados acontecimentos – e enquadramentos interpretativos secundários – avaliações e ideias que sustentam a temática e o vínculo principal – percebidos nas publicações selecionadas da Folha de São Paulo para o trabalho proposto, as quais comentam sobre o fenômeno da “cultura do cancelamento”, na tabela apresentada abaixo:

Tabela 2 – Enquadramentos identificados nas publicações selecionadas da Folha de São Paulo

(continua)

Publicação	Enquadramento noticioso dominante	Enquadramento(s) interpretativo(s) secundário(s)
Publicação de 18 de novembro de 2019 (nº 1)	A “cultura do cancelamento” como técnica punitivista que pode unir os “cancelados”.	A existência de graus diversos de “cancelamento”, que atinge as mais variadas pessoas. Fontes externas apresentam-se por citações de pessoas “canceladas” e suas experiências, predominantemente consistindo de relatos caracterizados por serem “ofensivos” e “conservadores”.
Publicação de 8 de julho de 2020 (nº 2)	Um “clima de intolerância” da “cultura do cancelamento” que impulsionou a assinatura de mais de 150 artistas e intelectuais na carta aberta da Harper’s Magazine.	A “cultura do cancelamento” como um fenômeno que parte de “todos os lados” a fim de promover a humilhação pública e que atinge as mais variadas pessoas, inicialmente difundida pelo movimento Black Lives Matter, mas que se alastrou em atitudes morais e compromissos políticos que enfraquecem as normas de debate aberto e da tolerância. Além da carta ser a principal forma de citação, são citadas fontes de atores sociais e políticos que assinaram a carta e que foram responsáveis pela sua elaboração.
Publicação de 16 de julho de 2020 (nº 3)	A reabertura do debate acerca da liberdade de expressão a partir do controle de conteúdos falsos e preconceituosos por plataformas digitais, que possibilitou a distorção do termo “discurso de ódio” como igual a “cultura do cancelamento”.	Conforme houve a transformação do “discurso de ódio” em sinônimo da “cultura do cancelamento”, a prática abrange quaisquer comentários destrutivos e agressões pessoais. Levanta dados da Safernet para sustentar a temática principal de que o discurso de ódio se diferencia da “cultura do cancelamento” por atingir minorias definidas, como pessoas pretas, a população LGBT e mulheres. A “cultura do cancelamento”, ao dominar as narrativas, pode acometer qualquer internauta. Apresenta a educação midiática como solução do problema.
Publicação de 16 de julho de 2020 (nº 4)	A “cultura do cancelamento” como técnica punitivista que ameaça a reputação e meios substanciais das pessoas, conforme a perda de emprego de Emmanuel Cafferty.	O alcance amplo do “cancelamento” que pode acarretar na perda de emprego. Embora tenha começado como um movimento de justiça social, se alastrou como um ataque precipitado que atinge variadas pessoas, como é o caso do trabalhador Emmanuel Cafferty. Fontes externas como a carta aberta da Harper’s Magazine e seus assinantes são apresentadas para sustentar o enquadramento dominante e também apontar para debates acerca do fenômeno.

Tabela 2 – Enquadramentos identificados nas publicações selecionadas da Folha de São Paulo

(continuação)		
Publicação	Enquadramento noticioso dominante	Enquadramento(s) secundário(s) interpretativo(s)
Publicação de 30 de julho de 2020 (n° 5)	A polarização das questões da “cultura do cancelamento”, que abrange frases mal colocadas até crimes reais, a partir do relato de “cancelamento” da chef Paola Carosella.	A quantidade de questões problemáticas em torno da “cultura do cancelamento” é resultante da denominação de todos os tipos de fenômenos de ação como “cancelamento”. Aponta que isso é causado devido a formação por jovens de grande parte da audiência das plataformas, o que abriu lugar para o entendimento de que as redes são capazes de serem espaços de intolerância em vez de diálogo, levando ao esvaziamento de debates sociais importantes. Apresenta a educação midiática como solução do problema.
Publicação de 21 de novembro de 2020 (n° 6)	A “cultura do cancelamento” como um método de humilhação pública que se tornou uma espécie de esporte universitário.	Identifica que o “cancelamento” é semelhante ao “ <i>dragging</i> ”, à humilhação pública. A “cultura do <i>call-out</i> ” converte discussões com potenciais de aprendizado em brigas online para provar o engajamento das pessoas com a justiça social. Fontes externas se tratam de alunas “canceladas” que questionaram a identificação da “cultura do cancelamento” à professora e feminista Loretta J. Ross, que assinou a carta da Harper’s Magazine. O antídoto do problema seria o “ <i>calling in</i> ”.
Publicação de 4 de fevereiro de 2021 (n° 7)	A mal definição e banalização da “cultura do cancelamento”, a partir da edição de 2021 do Big Brother Brasil.	Aborda que a prática do “cancelamento” ganhou holofotes midiáticos no Brasil após a edição de 2021 do <i>reality show</i> BBB, utilizada como termo tanto pelo apresentador do programa quanto pelos participantes de diversas formas. Exemplifica essas formas para salientar o problema da definição consensual do “cancelamento”. Apresenta o diálogo e o aprendizado nas redes como solução.
Publicação de 31 de julho de 2021 (n° 8)	O debate entre movimentos e governos para retirada ou permanência de estátuas controversas remete ao movimento “ <i>woke</i> ”, guerras culturais e a “cultura do cancelamento”.	A avaliação interpretativa remete que o conflito entre movimentos que pedem pela retirada de estátuas de figuras coloniais e governos está sendo conduzido de forma lenta, e que a contextualização das estátuas é uma solução do problema. Embora tenham ganhado espaço inédito na mídia, a “cultura do cancelamento” ou a “política de identidades” é desconhecida por grande parte da população britânica. Fontes externas trazem dados de institutos como Ipsos, citações dos ministros da Educação e da Habitação do Reino Unido, a antropóloga Bambi Ceuppens, entre outros.

Tabela 2 – Enquadramentos identificados nas publicações selecionadas da Folha de São Paulo

(continuação)		
Publicação	Enquadramento noticioso dominante	Enquadramento(s) secundário(s) interpretativo(s)
Publicação de 26 de novembro de 2021 (n° 9)	A “cultura do cancelamento” como prática que nega espaços de fala.	O problema do “cancelamento” bloqueia a possibilidade de diálogo e ameaça a liberdade de expressão. Além disso, levou a mídia britânica a retratar acadêmicos como ativistas de esquerda “canceladores”. Enfatiza o papel do educador brasileiro Paulo Freire na solução do problema do “cancelamento”, por promover a escuta, a tolerância e o diálogo. São utilizadas fontes externas como professores da Universidade de Cambridge e especialistas em educação para sustentar o enquadramento dominante.
Publicação de 11 de janeiro de 2022 (n° 10)	A “cultura do cancelamento” como ameaça à liberdade de expressão e anulação da identidade, segundo Papa Francisco.	Em um discurso para diplomatas, Papa Francisco critica a “cultura do cancelamento”, condenando o “pensamento unilateral”, “uma forma de colonização ideológica” que invade círculos e instituições públicas, anulando a identidade sob o pretexto da diversidade. Embora Francisco não mencione nenhum exemplo específico do “cancelamento”, a publicação cita a remoção de estátuas de figuras históricas, o “cancelamento” das raízes cristãs, entendido pela Igreja Católica, devido a sugestão da retirada do termo Natal do manual de comunicação pela União Europeia, entre outros. A avaliação do problema é que a interpretação de uma situação histórica deve ocorrer conforme o contexto de sua época, e não por padrões atuais.
Publicação de 17 de março de 2022 (n° 11)	Manifestações sobre o conflito entre Rússia e Ucrânia amplificam a “russofobia” e distorcem o preconceito pela Rússia como “cancelamento” do país.	As plataformas digitais impulsionam a chamada “russofobia”, ao estereotipar uma população e amplificar o ódio contra ela, mas também distorcem a xenofobia em parâmetros como “cancelamento”, o que também é promovido nos discursos de autoridade, como quando Putin afirmou que o Ocidente tenta “cancelar” a Rússia. A publicação recomenda que é preciso “diferenciar um presidente de um povo” e distinguir o “cancelamento”, utilizado como sinônimo de linchamento, do discurso de ódio. Fontes citam apagamento da culinária russa, nomes clássicos como Dostoiévski, e trazem reportagens do Washington Post e da agência de notícia Reuters para sustentar a temática principal.

Tabela 2 – Enquadramentos identificados nas publicações selecionadas da Folha de São Paulo

Publicação	Enquadramento noticioso dominante	(conclusão)	
		Enquadramento(s) secundário(s)	interpretativo(s)
Publicação de 25 de abril de 2022 (n° 12)	A incorporação da liberdade de expressão “absoluta” e a retirada da “cultura do cancelamento” na plataforma do Twitter, que possui forte influência política, segundo bilionário Elon Musk.	As categorias interpretativas da publicação avaliam que o Twitter tem uma posição significativa na influência do jornalismo político e econômico pela presença de repórteres e fontes na plataforma, e a aquisição por Elon Musk reflete os problemas que a mídia enfrenta, citando a dominação da “cultura do cancelamento” nas eleições de 2020 dos EUA, em que a imprensa, em sua maioria pró-democrata, adotou uma postura de “ <i>gatekeeper</i> ”. Embora Musk seja questionado como voz antidemocrática, a notícia salienta que ele não se associa somente aos republicanos na reação aos “cancelamentos”. Exemplifica a proposta de projeto de cobertura do NYT para combater as ameaças à liberdade de expressão. A solução é uma viabilidade jornalística e financeira.	
Publicação de 13 de outubro de 2022 (n° 13)	O comportamento ativista de consumo dos jovens da geração Z relacionado à sua visão do mundo.	A prática da “cultura do cancelamento” como resultado da ideia principal da notícia. Caso uma marca não corresponda aos valores e crenças da geração Z, ela será “abandonada”. Utiliza fontes de marcas com comportamentos ofensivos e estudantes que deixaram de apoiá-las, o estudo global “ <i>Edelman Trust Barometer 2022: A Nova Dinâmica da Influência</i> ” que mostra que o consumo de jovens é direcionado por suas convicções pessoais, exemplos de marcas preferenciais, entre outros.	
Publicação de 22 de setembro de 2023 (n° 14)	Greve na USP faz com que alunos causem invasões, ocupações em salas de aulas e planejem ataques, segundo Paulo Martins, diretor da FFLCH (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas).	Padrões de interpretações promovem declarações do diretor da FFLCH quanto às atitudes dos alunos perante a greve, comparando-as com as “armas da direita bolsonarista” ao “ofender e naturalizar o uso da força”. Em uma troca de xingamentos, Martins também destaca que os alunos pertencem a “cultura do cancelamento”, e que ela tem a capacidade de matar. A publicação menciona brevemente que a greve foi ocasionada pela falta de professores e cancelamento das aulas, e cita que os alunos consideram atitudes do diretor “antidemocráticas”.	

Fonte: Folha de S.Paulo (2023)

A análise documental das publicações mostra que, além da presença de enquadramentos dominantes e secundários, praticamente todas as publicações apresentam enquadramentos interpretativos plurais-fechados, incluindo mais de um enquadramento interpretativo em que um é privilegiado ou enfatizado, em contrapartida de outros, o que é observado pela utilização de dispositivos tanto retóricos, quanto técnicos. Os dispositivos retóricos, que Entman (1993) explica como marcadas pela presença (ou ausência) de certas palavras-chave e/ou sentenças que fornecem grupos de fatos ou julgamentos que reforçam a temática, podem ser evidenciados pela ligação do “cancelamento” com outros tipos de repertório de ação, como o boicote, e termos pertinentes no debate público, como justiça social. É possível notar uma tendência da estrutura retórica na utilização de termos considerados chamativos e que revelam uma incorporação do debate norte-americano, como “*woke*”, “russofobia”, entre outros, nos títulos e subtítulos das publicações. Pan e Kosicki (1993) enfatizam que esses dispositivos retóricos incorporados ajudam a descrever as escolhas estilísticas feitas pelos jornalistas em relação aos efeitos que pretendem repassar ao público, o que também possibilita a vinculação do mesmo ao ambiente do enquadramento noticioso.

Dentro da notícia, a conexão entre esses termos é utilizada pelo jornalista na tentativa de contextualização da “cultura do cancelamento” em muitos dos casos, como evidenciados nos trechos abaixo:

Publicação de 8 de julho de 2020 (nº 2): Mais de 150 intelectuais, escritores e artistas nos EUA e em outros países assinaram uma carta aberta lamentando um “clima de intolerância” vindo de “todos os lados”, não só da direita radical, e uma censura que promove a humilhação pública, em alusão à “cultura do cancelamento” — boicote a pessoas e marcas com visões e comportamentos considerados inadequados.

Publicação de 21 de julho de 2020 – subtítulo (nº 4): Boicote a empresas ou pessoas que tiveram comportamento considerado inadequado divide progressistas nos EUA.

Publicação de 21 de julho de 2020 (nº 4): O caso de Cafferty é emblemático do que tem sido considerado um efeito colateral perigoso da cultura do cancelamento. O movimento começou, há alguns anos, como uma forma de chamar a atenção para causas como justiça social e preservação ambiental, uma maneira de amplificar a voz de grupos oprimidos e forçar ações políticas de marcas ou figuras públicas.

Publicação de 30 de julho de 2020 (nº 5): O boicote romperia das plataformas sociais, cujas timelines se tornam bancadas de júri popular, concretizando aquilo que é comumente chamado de “tribunal da internet”, onde os veredictos são concluídos rapidamente. A reputação da figura em questão torna-se, portanto, tema de interesse público – mesmo não sendo –, e muita gente se sente obrigada a opinar por meio de posts, vídeos e memes. A ideia é que todos vejam e condenem tal atitude e, assim, “cancelem” tal pessoa também de suas vidas offline.

Publicação de 21 de novembro de 2020 (nº 6): Chamar a atenção de alguém publicamente desse modo pode ser descrito como tendo semelhanças com “dragging” —arrastar o nome de alguém na lama—, como algo problemático e como uma das muitas coisas que podem levar ao “cancelamento”.

Observa-se que, das quatro (4) publicações citadas acima, uma (1) delas é pertencente à editoria Educação, enquanto o restante se encaixa na editoria Mundo. Considerando que a maior parte das publicações selecionadas para a pesquisa façam parte dessa última editoria, a qual abrange notícias sobre acontecimentos em níveis globais⁴³, também é pertinente apontar que os dispositivos técnicos que sustentam o enquadramento noticioso recorrem, na maioria dos casos, a fontes norte-americanas e europeias sobre a “cultura do cancelamento” no intuito de definir o problema, avaliar as causas e dificuldades e apontar formas possíveis de tratamento.

Publicação de 18 de novembro de 2019 (nº 1): O termo usado para descrever pessoas expulsas de seus círculos sociais ou profissionais desse modo —online, na vida real, ou em alguns casos em ambos—é “canceladas”. Esta semana até Barack Obama veio a público falar de críticas feitas às outras pessoas online, pureza pessoal e ser “politicamente consciente”, dizendo: “Se a única coisa que você anda fazendo é atirar pedras em outros, provavelmente não irá muito longe”.

Publicação de 26 de novembro de 2021 (nº 9): Esforços para tornar o currículo mais inclusivo também levaram a mídia britânica a retratar acadêmicos como “ativistas de esquerda perigosos com a intenção de ‘cancelar’ textos-chave ou de policiar o pensamento de funcionários e alunos”, diz Robertson, da Universidade de Cambridge.

43 Mais informações em: <http://www.publicidade.folha.com.br/folhadigital/editorias/>

Publicação de 11 de janeiro de 2022 (n° 10): A controvérsia da cultura do cancelamento é particularmente aguda nos países de língua inglesa, como os EUA e o Reino Unido. Entre os americanos, houve conflitos sobre a remoção de estátuas de figuras históricas ou sobre a mudança dos nomes de instituições como escolas e hospitais que homenageiam personalidades que desempenharam um papel na destruição dos povos nativos americanos.

O “ângulo da notícia”, isto é, o enquadramento noticioso, parte inicialmente de relatos de campanhas de “cancelamento” que ocorreram e foram primeiramente difundidas em contextos de celebridades ou pessoas da Europa e dos Estados Unidos, majoritariamente. Como é o caso dos assinantes da carta aberta, intitulada “Uma Carta sobre Justiça e Debate Aberto”, da Harper’s Magazine, que consistem em pessoas públicas como J.K. Rowling, Noam Chomsky, até a jornalista freelancer Katie Herzog, o escritor Ian Buruma, o caso do trabalhador Emmanuel Cafferty e, em algumas das publicações, o termo é associado ao movimento Black Lives Matter, como evidenciados em alguns exemplos de trechos abaixo:

Publicação de 18 de novembro de 2019 (n° 1): Katie Herzog era uma jornalista freelancer praticamente desconhecida que morava em Seattle. Então ela publicou um artigo no jornal quinzenal “The Stranger” sobre transexuais que interrompem ou revertem suas transições. Dois dias mais tarde, começou a receber mensagens de ódio.

Publicação de 18 de novembro de 2019 (n° 1): Existem graus diversos de cancelamento. Bill Cosby, R. Kelly, Harvey Weinstein e outros homens foram cancelados por cometerem ataques ou assédio sexual em série. Abusadores não famosos e executivos de mídia predadores também foram cancelados.

Publicação de 8 de julho de 2019 (n° 2): Várias críticas foram dirigidas a alguns signatários da carta envolvidos em episódios controversos, como J.K.Rowling. No mês passado, a autora de “Harry Potter” fez uma série de comentários defendendo o conceito de sexo biológico, que foram vistos como anti-transgêneros.

Publicação de 21 de julho de 2020 (n° 5): No último dia 3 de junho, o americano Emmanuel Cafferty, 47, voltava para casa depois de mais um dia de trabalho. Sua rotina era passar entre 8 e 12 horas diárias em inspeções na rede subterrânea de gás e eletricidade da cidade de San Diego, na Califórnia. Era fim de tarde e fazia calor. No volante da caminhonete da empresa,

ele mantinha a janela aberta, o braço esquerdo pendendo sobre a porta do veículo. Segundo Cafferty, ele estalava as juntas dos dedos da mão esquerda com displicência, o polegar alongando os demais dedos em direção à palma da mão, um tique que repetiu algumas vezes durante a entrevista com a BBC News Brasil.

Publicação de 21 de julho de 2020 (n° 5): Fazia apenas uma semana que George Floyd, um homem negro e desarmado, havia sido morto por um policial branco em Minneapolis. As imagens do assassinato de Floyd causaram o que tem sido considerada a maior onda de protestos populares contra o racismo nos Estados Unidos. Nesse contexto, o estalar de dedos de Cafferty acabou interpretado por um motorista de outro veículo como um gesto específico, um símbolo usado por movimentos supremacistas brancos.

Publicação de 21 de novembro de 2020 (n° 6): De fato, depois do movimento #MeToo e dos protestos globais contra a violência policial em resposta aos assassinatos de George Floyd e Breonna Taylor, funcionários andam criticando publicamente seus chefes, consumidores vêm cobrando responsabilidade de grandes empresas, estudantes têm feito críticas públicas a seus pares e vítimas têm acusado seus agressores publicamente.

Situações percorridas do “cancelamento” no âmbito brasileiro mencionam a influenciadora Gabriela Pugliesi, a chef Paola Carosella e participantes do Big Brother Brasil:

Publicação de 21 de julho de 2020 (n° 5): O fenômeno acontece também no Brasil, mas frequentemente tem como alvos famosos. Um exemplo recente de cancelamento foi o da blogueira Gabriela Pugliesi. Depois de postar imagens de uma festa que deu em sua casa, em abril, em meio a uma quarentena por conta da epidemia de coronavírus, uma multidão online passou a cobrar as marcas que a patrocinavam para que rescindissem os contratos de publicidade com ela.

Publicação de 30 de julho de 2020 (n° 6): “Aparentemente eu fui ‘cancelada’”, postou a chef Paola Carosella no dia 24 de julho no Twitter, após ser acusada de gordofobia por conta de um tweet sobre alimentos ultraprocessados. No dia seguinte, na mesma rede, ela perguntou: “O que é mesmo ser cancelada? De verdade, não sei o que é... alguém me explica por favor? Obrigada”.

Publicação de 4 de fevereiro de 2021 (n° 7): As respostas dos 20 integrantes [do Big Brother Brasil 21] misturaram uma série de acusações diferentes, mas quatro exemplos são emblemáticos. Uma participante apontou o líder que a colocou no paredão, classificando uma indicação pessoal como “cancelamento”. Um rapaz escolheu uma participante que, nos primeiros dias, explicou aos homens da casa que usar roupas, maquiagem e trejeitos femininos ofende a comunidade trans — ou seja, para ele, a crítica dela estava “cancelando” todos eles.

Publicação de 4 de fevereiro de 2021 (n° 7): Já uma cantora que vem sendo acusada pela audiência de excluir e torturar psicologicamente outro participante afirmou ser ele um dos principais “canceladores” da edição. Por outro lado, ela vem sendo “cancelada” pelo público por meio de memes, críticas e ofensas pesadas no Twitter e Instagram.

Publicação de 4 de fevereiro de 2021 (n° 7): Por fim, uma “sister” paraibana foi criticada e humilhada pelos colegas por seu jeito expansivo e comunicativo, visto por eles como falta de educação. Uma comparação entre seus modos e os dos sulistas foi feita pela mesma cantora citada anteriormente, o que foi interpretado pela audiência como xenofobia contra o povo nordestino, já que a artista é de Curitiba (PR).

Em publicações mais recentes, o termo passa de ser vinculado predominantemente a pessoas e é noticiado em sua relação com marcas, instituições e manifestações pela remoção de estátuas, entre outros objetos com valores significativos ou históricos. Passa a ser um termo empregado também para representar a busca pelo entendimento de consumidores em relação às marcas que consomem, como a retirada de apoio à empresa CrossFit Inc., a qual seu fundador ironizou o assassinato de George Floyd, homem asfixiado até a morte por um policial branco nos EUA em maio de 2020, e como a marca perdeu patrocinadores em meio ao movimento Black Lives Matter. Ademais, há o conflito entre manifestações que pedem pela remoção de estátuas que retratam figuras controversas, historicamente coloniais e escravocratas, assim como o impacto do “cancelamento” através de escolas e universidades, que influenciam um bloqueio da possibilidade de ouvir, como quando a Cambridge Union Society banuiu o historiador de arte Andrew Graham-Dixon depois que ele ofendeu estudantes ao imitar Adolf Hitler durante um debate sobre a existência do “bom gosto” (publicação n° 9).

Tais casos noticiados possibilitam a compreensão de que a “cultura do cancelamento” é um fenômeno que circunda várias definições. Ao ser interpretado e associado a outras formas de ativismos, os enquadramentos também apresentam-se diversamente, como através da ligação

com o debate norte-americano, a sua associação com o movimento “*woke*”, a avaliação das punições em termos individuais, o “cancelamento” como expressão de preconceito étnico, o “cancelamento” como “politicamente correto”, o “cancelamento” como comportamento de consumo politicamente engajado, e a “cultura do cancelamento” como forma de se referir, de maneira negativa, ao ativismo das novas gerações.

O vínculo do “cancelamento” com outras formas de ativismos por justiça social é bastante comum, notoriamente com o movimento “*woke*” – embora o movimento Black Lives Matter e o assassinato de George Floyd sejam mencionados em uma quantidade considerável de publicações, o que remete à sua conexão com o repertório de “cancelamento”. Além disso, o desencadeamento de vários dos acontecimentos noticiados é relacionado com o Black Lives Matter, como a controvérsia às estátuas e a perda de emprego do funcionário Emmanuel Cafferty. Soma-se a isso a pouca presença de referências ao movimento #MeToo – apenas mencionada na publicação nº 6 – no qual cedeu espaço para a estimulação do fenômeno de “cancelamento”, como observado por Adriana Izel (2020). Uma interpretação pessoal da falta de citações em relação ao movimento que auxiliou no impacto da difusão de uma “cultura do cancelamento” pode ser entendida por limitações das rotinas jornalísticas, entre outros possíveis fatores.

De maneira geral, observa-se que o enquadramento midiático de algumas das matérias da Folha de São Paulo em relação à “cultura do cancelamento” alude recorrentemente a uma necessidade de abertura de debate aberto nas plataformas e uma educação midiática, que promovem uma solução do problema e recomendação de tratamento, como percebido nos trechos abaixo:

Publicação de 8 de julho de 2020 (nº 2): “A forma de combater ideias ruins é pela exposição, debate e persuasão, não por tentar silenciá-las”, diz outro trecho. “Como escritores, precisamos de uma cultura que nos deixe espaço para experimentação, riscos e até erros.”

Publicação de 16 de julho de 2020 (nº 3): Tal argumento é uma boa chave para lembrarmos que o debate legal sobre os limites da liberdade de expressão, dentro e fora das redes sociais, considerando as punições já previstas constitucionalmente para certos delitos, não pode desconsiderar a educação midiática.

Publicação de 21 de novembro de 2020 (nº 6): Para ela, o antídoto a esse ciclo de indignação e repúdio é o que ela descreve como “calling in”. “O calling in é como o calling out, mas é

feito de modo reservado e com respeito. É uma crítica feita com amor.” Pode ser simplesmente enviar uma mensagem particular a uma pessoa ou até telefonar (isso mesmo!) para falar da questão. Ou, ainda, parar para respirar fundo antes de comentar, postar um print ou exigir que a pessoa criticada “faça melhor que isso”, sem explicar como.

Publicação de 21 de novembro de 2020 (nº 6): Desancar uma pessoa publicamente pressupõe o pior. “Calling in” envolve uma conversa, compreensão e contextualização, diz Ross. Não quer dizer que a pessoa deve ignorar quando houve ofensa, prejuízo ou destrato, mas que ela tampouco deve exagerar o que aconteceu.

Publicação de 4 de fevereiro de 2021 (nº 7): Há espaço, e muito, para participação cívica, diálogo frutífero e aprendizados diversos nas redes, onde todos e todas ganham, diferentemente do que acontece com a enxurrada de ofensas, o julgamento de condutas, as agressões verbais e morais e tudo mais que o ato de “cancelar” algo ou alguém promove. A escolha por um debate real, mais rico e mais efetivo, cabe a cada um de nós.

Publicação de 26 de novembro de 2021 – subtítulo (nº 9): Ênfase do educador brasileiro sobre a importância 'da escuta, da tolerância e do diálogo' tornou-se mais importante no contexto da 'cultura do cancelamento', diz diretora de Cambridge.

Outro ponto observado nas publicações investigadas diz respeito ao perfil dos atores sociais e políticos externos apresentados para sustentar os enquadramentos noticiosos dominantes. Tratam-se de figuras importantes para um julgamento norteador da “cultura do cancelamento”, entre eles, o Papa Francisco, o bilionário Elon Musk, Barack Obama e Joe Biden, assim como a presença de marcas ao abordar questões relacionadas ao mercado, como a Crossfit Inc. e seus comportamentos perante um consumo de jovens politicamente engajados. Esses atores auxiliam na construção de categorias interpretativas que inferem que a “cultura do cancelamento” é um problema que precisa ser solucionado, mas é perceptível também que a recorrência a esses atores também pode acarretar em noções pré-concebidas de que a “cultura do cancelamento” necessariamente está atrelada a pautas de determinados espectros políticos, o que nem sempre é o caso. Interessante inferir que algumas das publicações descrevem sentimentos de surpresa ao se depararem com esse repertório de ação e como ele “não parte da direita radical” ou “vêm de todos os lados”, mas tratam-se de atores que exercem algum tipo de

influência segundo normas, valores sociais e posicionamentos políticos, dependendo das interpretações do fenômeno que os circundam.

Vale ressaltar que o enquadramento midiático nas matérias analisadas da Folha de São Paulo parece privilegiar uma ideia de que há uma atitude de intolerância e uma ameaça à liberdade de expressão que parte da “cultura do cancelamento” e afeta setores políticos, sociais e comerciais, mas que tende a mencionar brevemente ou não destacar resultados práticos ou efeitos a longo prazo sobre o “cancelamento” na vida dos “cancelados”. Pode-se considerar a publicação n° 4, que reporta o caso do trabalhador Emmanuel Cafferty, como o mais visível do impacto do “cancelamento” na vida de uma pessoa. Mas é importante destacar que o dano é mais perceptível quando os alvos se tratam de pessoas não brancas, aspecto que também é acentuado nos textos jornalísticos, independentemente do tipo de fenômeno pelo qual esse alvo é motivado, como demonstrados nos trechos abaixo:

Publicação de 21 de julho de 2020 (n° 4): “No meu caso, nem era um símbolo, só estava estalando os dedos. Mas um homem branco interpretou como um gesto parecido com OK, que seria racista e disse isso a meus chefes, também brancos, que decidiram acreditar nele, não em mim, que não sou branco”, afirmou exasperado, enquanto esfregava os braços para mostrar a cor de sua pele.

Publicação de 16 de julho de 2020 (n° 3): As vítimas do discurso de ódio, porém, são bem definidas: pessoas pretas, a população LGBT e mulheres, principalmente.

Assim como é possível identificar enquadramentos diversos na Folha referentes ao fenômeno, também é possível indagar sobre certa incoerência entre as publicações. As publicações n° 3, n° 7 e n° 11, por exemplo, incorporam categorias interpretativas para apontar que o “cancelamento” é confundido com outros tipos de práticas, enquanto as publicações n° 2, n° 6, n° 9 e n° 14 já apontam vínculos do “cancelamento” com determinadas práticas de ação. Ademais, a publicação n° 13, a qual em especial apresenta uma visão mais otimista da “cultura do cancelamento” e sua influência mediante um consumo politicamente engajado de jovens, contrapõe a publicação n° 12, em que há a noção de que o “cancelamento” restringe um modelo de negócios adequado. Um detalhe interessante é que ambas estão inseridas na editoria de Mercado, mas compartilham categorias interpretativas e atores sociais diferentes. Do mesmo modo, as publicações n° 5 e n° 8 ressaltam o desconhecimento acerca do termo, enfatizado pelos dados demonstrados na publicação n° 8 em que a população do Reino Unido tampouco

sabe sobre uma “cultura do cancelamento”, já a publicação nº 10 descreve que a “cultura do cancelamento” é particularmente aguda no Reino Unido (e nos Estados Unidos).

A própria ambivalência entre uma atitude de intolerância e a sua ligação com ativismos que buscam por justiça social permite a compreensão de que a “cultura do cancelamento” apresenta uma dificuldade de ser operacionalizada, tanto por veículos da mídia de massa como pelos seus consumidores, o que pode condicionar a visão acerca do fenômeno dependente de contextos muito específicos em que ela está inserida. Quando a Folha opta por salientar seus aspectos punitivos e restritivos sem questionar o porquê de serem gerados, por exemplo, há um grande risco do “cancelamento” ser reduzido a um termo generalizante, que pode ser confundido com o “discurso de ódio” e outros repertórios de ação, o qual certamente atrai interesses políticos e de mercado, como argumentado por Martins e Cordeiro (2022), pois sua disseminação pode ser vasta e, como se trata de um tema relevante para o engajamento publicitário, isso possibilita uma série de enquadramentos que enfatizam certos atributos mais pertinentes a grupos de interesses.

São grupos articulados que participam, mas observa-se que o fenômeno proporcionou a sua utilização como denúncia contra qualquer tipo de oposição, de maneira muito distinta e que se configurou em uma espécie de “jargão”. O rótulo do enquadramento midiático da Folha, predominantemente, aponta a um policiamento de linguagem, atitudes punitivas e acusatórias, mas que não aborda explicações mais abrangentes, caso exemplificado na primeira publicação, através do questionamento de quem “comanda” o “cancelamento”, isto é, levanta-se uma questão, nas palavras usadas, “sobre o poder e quem o detém”, porém não amplia esse debate, apenas utilizando declarações de atores sociais que condenam esse fenômeno, como exemplificado abaixo:

Publicação de 18 de novembro de 2019 (nº 1): “Os progressistas conscientizados vão implodir”, [Dave Rubin] disse. “Daqui a pouco, vão destruir tudo. É apenas questão de o quanto vão arrastar para baixo com eles. Um dia destes vão cancelar Barack Obama porque Obama foi contra o casamento gay em certa época.

Publicação de 18 de novembro de 2019 (nº 1): Para Ben Shapiro, “nossa cultura está morrendo porque não temos capacidade de perdoar ou argumentar”.

De qualquer modo, o enquadramento midiático das matérias analisadas realiza uma avaliação geral de que se trata de um repertório problemático de ação e que necessita ser

solucionado. Isso permite a reflexão de que a fragmentação do termo, apontada por Leite (2021) e por algumas publicações, pode ser resultante das categorias interpretativas utilizadas em seu enquadramento plural-fechado, quer dizer, a disseminação variada do “cancelamento” – mas que ainda enfatiza certos aspectos – fez com que ele se tornasse um termo utilizado para designar vários tipos de interações, que acontecem nas plataformas digitais e a partir delas. Um fator decisivo na forma como ele pode influenciar a opinião pública, contudo, apresenta-se através da forma como os atributos a ele são empregados, ou seja, quando se considera determinadas normas e valores sociais na disseminação de como se trata de um fenômeno alastrado que carrega diversos efeitos, apresentadas pela organização de dispositivos técnicos, retóricos e categorias interpretativas, a influência exercida em seus leitores vai depender daquela organização.

É pertinente notar que algumas publicações da Folha demonstram uma inquietação sobre a sua indefinição consensual, mas não apresentam discussões plurais, multidisciplinares e sociológicas que levem em consideração fatores como esferas de poder, dinâmica e arquitetura das plataformas ou métricas de conteúdo que permitem a existência e disseminação de uma “cultura do cancelamento” atrelada às novas formas de ativismos e políticas digitais. Uma possível interpretação pela falta de apreensão mais detalhada acerca do termo pode estar relacionada às limitações impostas pelas rotinas jornalísticas, contudo, quando se analisa as demais publicações selecionadas, nas quais predominam certos aspectos sociais, econômicos e midiáticos, é possível ponderar sobre a influência da plataforma das notícias, isto é, as pressões comerciais, políticas e de grupos de interesse fazem com que seja optado, na maioria das vezes, por uma abordagem mais “chamativa” e crítica para os leitores em relação às ações de “cancelamento”, a fim de maximizar o engajamento publicitário, acabando por vezes produzindo matérias que provavelmente geraram polêmicas lucrativas.

Dessa forma, são incorporados normas e valores vinculados a prática de “cancelamento” para que ela remeta de forma crítica às novas formas de ativismos e movimentos, entretanto as matérias não buscam compreender a origem das motivações, suas causas sociais, tecnológicas e midiáticas e se resumem a condenar as ações. Cabe refletir também sobre a recorrente menção aos espectros políticos e as pautas de esquerda que podem acarretar em campanhas de “cancelamento”, e sua ligação com orientações ideológicas e determinadas rotinas dos jornalistas que ajudam a delinear a “moldura” da “janela” pela qual a “cultura do cancelamento” é enquadrada. Quando os leitores se deparam com certos atributos em determinada situação noticiada, a influência que eles exercem sobre a opinião desses leitores vai depender da forma como está sobreposta, isto é, quando se apresenta dispositivos retóricos

e técnicos que fazem alusão a pautas entendidas como de esquerda, por exemplo, a tendência é que a opinião formada sobre o assunto será conduzida a acreditar que se trata de um fenômeno de ação esquerdista.

Com base nas análises realizadas, pode se afirmar que a reprodução da “cultura do cancelamento” como repertório de ação que impacta a sociedade, que necessita ser questionado e solucionado através da educação midiática para que não permaneça sendo reproduzido, é norteadora do entendimento dos jornalistas da Folha de São Paulo, assim como de uma considerável parcela dos consumidores midiáticos. Indaga-se, todavia, sobre a falta de discussões multidisciplinares que cercam o fenômeno para realmente atender a essa educação midiática e à abertura de diálogo nas redes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao decorrer deste trabalho foi apresentado análises realizadas sobre a temática da “cultura do cancelamento” nas áreas das Ciências Sociais, as quais demonstraram interesse por estudar quem está inserido no meio praticante do “cancelamento”, enquanto a pesquisa propôs compreender como o debate é mais amplo e pode atingir a opinião pública através de veículos importantes de informação, tal qual o jornal Folha de São Paulo. Para isso, se fez necessário referenciar contribuições da Sociologia Digital para entender como o ativismo na era digital é capaz de difundir um repertório de ação essencialmente digital convencionado a ser chamado de “cultura do cancelamento”, somado ao entendimento da “ecologia midiática” e plataformização das notícias que impactam a forma como os veículos jornalísticos se configuram na conjuntura contemporânea, assim como a teoria de *agenda-setting*, que auxilia na interpretação de como um novo fenômeno é adotado por uma agenda e disseminado como interesse ao debate público. Para a composição do *corpus* empírico, foi investigado o conceito de enquadramento midiático a fim de entender a participação do jornalismo na maneira em que são difundidas noções de interesse do debate público e realizar a análise de quatorze (14) publicações da Folha.

As análises a partir de publicações selecionadas na Folha de São Paulo, referentes a “cultura do cancelamento”, publicadas entre os anos de 2019 a 2023, fazem parte da redação do site do jornal e abrangem produções noticiosas que trazem uma forma mais objetiva sobre o assunto, portanto, não se tratam da análise dos editoriais do próprio jornal, mas opiniões expressas dentro dele, e também reproduções de outros jornais estrangeiros. Essas publicações permitem a compreensão de que a agenda jornalística adotou a “cultura do cancelamento” como

um novo repertório de ação coletiva, buscando definir o problema, avaliar as suas causas e dificuldades, apontar possíveis maneiras de tratamento e apresentar uma interpretação particular para os leitores em relação à temática. Em geral, o enquadramento jornalístico da Folha é marcado pela presença de enquadramentos interpretativos plurais-fechados, ou seja, incluem mais de um enquadramento interpretativo e privilegiam ou enfatizam uns em vez de outros, invocando aspectos que diferem a depender da questão abordada. Também se tratam de enquadramentos interpretativos constituídos como secundários, pois sustentam enquadramentos dominantes associados a uma situação noticiada que é associada à “cultura do cancelamento”, caracterizada como um problema que envolve aspectos comerciais, políticos e midiáticos.

As análises realizadas apontam enquadramentos variados sobre a “cultura do cancelamento” a partir de determinados pontos abordados, o que evidencia que a opinião pública pode ser influenciada a partir do tipo de matéria que procuram e/ou com que se deparam. Um aspecto interessante de se ponderar nessa situação está relacionado às métricas de conteúdo apontadas por Miskolci (2021), as quais reforçam o engajamento emocional e uma perspectiva moral sobre as questões públicas. As análises colocam em evidência as argumentações do sociólogo de que há uma amplificação das posições de conflito contínuo das plataformas digitais, as quais moldam as disputas políticas e são incentivadas pela mídia de massa. Miskolci (2021) também reconhece que as formas de ação coletiva de ambos os polos do espectro político se influenciam reciprocamente em sua disputa na esfera pública. Entretanto, como o enquadramento jornalístico da Folha traduz, a “cultura do cancelamento” abarca uma diversidade de ideias, e o enquadramento incorpora essas ideias privilegiando ou enfatizando certos valores sociais, econômicos e políticos relacionados a elas, porém não há uma busca para compreender o fenômeno a partir de uma explicação mais ampla, como para entender de onde surge. Quer dizer, em sua tentativa de contextualizar o problema do “cancelamento”, a Folha traz atores sociais e políticos externos à prática jornalística para assegurar os enquadramentos noticiosos dominantes que apresentam a “cultura do cancelamento” como um fenômeno problematizado que precisa ser solucionado, que aparenta ser utilizado de todos os lados, mas, ainda assim, tende a enfatizar um deles sem explicação da sua forma ampliada, utilizando estratégias de organização de atributos que são importantes em certos polos do espectro político. Isso só acentua a polarização da temática no debate público, contribuindo para o caráter moral das disputas que tomaram a esfera pública.

Certamente a educação midiática e a busca por convergências devem ser fatores a serem pensados diante dos novos repertórios de ação, os quais são associados a busca por “punição”,

que podem colocar em questão o esquecimento da luta histórica de movimentos sociais por direitos, políticas públicas e mudanças estruturais na sociedade, mas é preciso levar em conta a lógica da nova ecologia midiática e a plataformização que domina as redes na contemporaneidade, seguido de incentivos pelos meios de comunicação de massa à competição por visibilidade e ao mercado de atenção. O conflito de ideia observado no enquadramento jornalístico da Folha evidencia categorias interpretativas que são contraditórias quando são analisadas lado a lado, pois buscam sustentar os enquadramentos noticiosos dominantes que mostram uma saliência a atores sociais e políticos externos específicos. Somado a isso, a ambivalência entre acontecimentos intolerantes e ativismos que buscam por justiça social se pulveriza em uma complexidade e dinâmica imprevisível que acarreta na dificuldade da cobertura jornalística adequada, que leve em consideração debates de especialistas e pesquisadores, tanto da área das Ciências Sociais quanto outros intelectuais, já que está limitada a rotinas e pressões externas que não conseguem dar conta inteiramente de um fenômeno como esse, o que resulta em uma tendência a salientar alguns aspectos, em detrimento de outros, que podem não ser considerados tão relevantes ou chamativos, e acabar por cair em juízos não explicativos. Um questionamento pessoal também reflete a predominância de associar a “cultura do cancelamento” a partir de parâmetros e discussões predominantemente norte-americanas e europeias. De fato, a “cultura do cancelamento” possui raízes nessas discussões, no entanto culminou em interações que se alastram em uma contemporaneidade globalizada e, como Pippa Norris (2021) adiciona, os padrões de liberdade de expressão, a democratização e desenvolvimento socioeconômico podem ser objetos de futuras pesquisas que analisam propagações de novos repertórios de ação diante das características peculiares de cada país. Sobretudo no que tange o Brasil, a “cultura do cancelamento” parece que se generalizou de diversas formas, e muitas vezes é utilizado como sinônimo de outras práticas que escondem preconceitos enraizados como o racismo estrutural e o machismo, observados pela sua adoção como sinônimo do “discurso de ódio” e o linchamento, por exemplo.

Ao que tudo indica, a ambivalência entre as atitudes de intolerância que decorrem de ativismos que buscam por justiça social fazem com que o “cancelamento” seja um fenômeno que deve ser analisado conforme a arquitetura das plataformas que incentivam interações competitivas através da mobilização instantânea de usuários. A agenda jornalística, ao adotar a questão da “cultura do cancelamento” como uma questão importante a ser discutida, apresenta uma incoerência na maneira em que oferece interpretações normativas a fim de condenar, mas não explicar, e muitas vezes associa a ela pautas em que prevalecem alguns aspectos econômicos, sociais e políticos, ao contrário de outros, para favorecer pontos de vista da agenda

pública de que a “cultura do cancelamento” está atrelada a orientações ideológicas e políticas definidas. Mas parece que a “cultura do cancelamento” é uma prática tão dependente de métricas de conteúdo quanto qualquer outra interação nas plataformas, e que está se espalhando na forma de um “símbolo notável”, como indicado por Melo e Vasques (2021), isto é, um termo generalizado que passou a ser adotado pelos meios de comunicação em massa para denunciar casos e denominar acontecimentos que geram algum tipo de repercussão.

Por fim, visto que a discussão sobre a “cultura do cancelamento” tem sido abordada no debate público e expressa na cobertura jornalística, como através de interpretações diante de ações que levaram ao “cancelamento”, focalizados para um público mais amplo acompanhar e discutir, é por meio dessa cobertura que as pessoas conseguem se posicionar e compreender o tema. A partir do âmbito jornalístico, o trabalho considera que a complexidade do tema ainda é pouco desenvolvida em um grande veículo de mídia como a Folha, e possibilita a noção de que o “cancelamento” se tornou uma espécie de jargão contra adversos, utilizado de maneiras bem diferentes, o que deixa vaga a inserção do fenômeno em um processo social dominado pelas plataformas digitais. Em outras palavras, a competitividade do mercado de atenção, as novas lógicas dos ativismos sociais, são condicionadas por esferas de poder, dinâmica e arquitetura das plataformas ou métricas de conteúdo incentivadas pelos meios de comunicação de massa, que necessitam análises conforme uma multiplicidade de perspectivas para que possam ser compreendidas em sua totalidade. Complexidade essa que ao entrar em confronto com a prática jornalística depara-se com limites estabelecidos por normas e valores sociais, restrições organizacionais, pressões de grupos de interesse, rotinas jornalísticas e orientações ideológicas do jornalista, conforme indicado por Scheufele (1999).

REFERÊNCIAS

- ALVES, Nuno David de Amorim. Do Politicamente Correto à Cultura de Cancelamento (2000-2022): um desafio às democracias liberais. 2022. 81 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência Política, Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2022. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/82880/1/Nuno%20David%20de%20Amorim%20Alves.pdf>. Acesso em: 27 set. 2023.
- As redes sociais corroeram a confiança nas instituições e sequestraram a democracia. São uma perigosa ilusão de liberdade. Jonathan Haidt, *The Atlantic: Expresso* 50, 02 jul. 2022. Disponível em: <https://expresso.pt/revista/2022-07-02-As-redes-sociais-corroeram-a-confianca-nas-instituicoes-e-sequestraram-a-democracia.-Sao-uma-perigosa-ilusao-de-liberdade-c1dc9561>. Acesso em: 16 out. 2023.
- BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. As novas feições do autoritarismo na era digital. *Cadernos Pagu*, n. 68, p. e236816, set. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/18094449202300680016>. Acesso em: 20 nov. 2023.
- BORGES, Fábio Mariano. Consumerismo e consumidores indignados: netativismo contra as marcas nas redes sociais. 2017. 154 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, PUC-SP, São Paulo, 2017.
- BOURDIEU, Pierre. Le capital social: notes provisoires. *Actes de la Recherche em Sciences Sociales*, n. 31, 1980.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A., 1989.
- CAMPANELLA, Bruno. Celebridade, engajamento humanitário e a formação do capital solidário. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, v. 21, n. 2, 2014.
- CARMO, Rayssa Pinheiro do. Cultura do cancelamento nas redes sociais digitais: um estudo de caso dos cancelamentos da Gabriela Pugliesi e Karol Conká. 2021. TCC (Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda, Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.
- CARRERA, Fernanda. *Marcas humanizadas: e suas interações sociais com consumidores no ambiente digital*. Curitiba: Ed. Appris, 2018.
- CASARIN, Lennon Vargas. *Maconha medicinal: uma análise do enquadramento midiático do site veja online (2014-2023)*. 2023. 61 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais - Bacharelado, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6^o ed. São Paulo: Ed. Paz e Terra. 2002.
- CASTELLS, Manuel. Da raiva à solidariedade: o poder da emoção para transformar o mundo. *Fronteiras do Pensamento*, 2013. Disponível em: <https://www.fronteiras.com/artigos/da-raiva-a-solidariedade-o-poder-da-emocao-paratransformar-o-mundo>. Acesso em: 30 jan. 2023.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. 1^a ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CASTROMIL, Antón R. *et al.* *La Comunicación Política en la era de la mediatización*. Salamanca, Espanha: La Reserva, 2020.

CLARK, Meredith. D.. DRAG THEM: a brief etymology of so-called cancel culture. *Communication And The Public*, [S.L.], v. 5, n. 3-4, p. 88-92, 2020.

COLLING, Leandro. Agenda-setting e o framing: reafirmando os efeitos limitados. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, n. 14, 2001.

COSTA, Homero. Um tribunal virtual a cultura do cancelamento. *Potiguar Notícias*. Disponível em: <https://www.potiguarnoticias.com.br/noticias/46467/um-tribunal-virtual-a-cultura-do-cancelamento>. Acesso em: 16 out. 2023.

CUNHA, Simone Evangelista. Entre o glamour e o engajamento social. *E-Compós*, [S.L.], v. 25, n. 1, p. 1-22, 16 set. 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2168>. Acesso em: 15 out. 2023.

DE VREESE, Claes H.. News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design* 13(1), 51–62, John Benjamins Publishing Company, 2005.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Northwestern University: Journal of Communication*, 1993.

FERREIRA, Fernanda. V.; MOURA, Dione O. A presença de oscilações no enquadramento midiático e de interpretações fragmentadas na cobertura do consumo de crack. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, [S. l.], v. 14, n. 2, 2020. DOI: 10.29397/reciis.v14i2.1912. Disponível em: <https://www.reciiis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1912>. Acesso em: 14 nov. 2023.

GAMSON, William. A.; LASCH, Kathryn E.. *The political culture of social welfare policy*. Center for Research on Social Organization, University of Michigan, 1980.

GOFFMAN, Erving. *Frame Analysis: an essay on the organization of experience*. New York: Harper, 1974.

GOFFMAN, Erving. *Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise*. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOODE, Erich; BEN-YEHUDA, Nachman. Moral panics: culture, politics, and social construction. *Annual Review of Sociology*, [S.L.], v. 20, n. 1, p. 149-171, 1994. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2083363>. Acesso em 16 out. 2023.

HEINICH, Nathalie. *De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique*. Paris: Éditions Gallimard, 2012.

HJARVARD, Stig. Mídia: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, Denmark, v. 5, n. 2, p. 53-91, 13 jun. 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327>. Acesso em: 16 out. 2023.

HUGHES, Geoffrey. *Political correctness: a history of semantics and culture*. Malden: Wileyblackwell, 2009.

IZEL, Adriana. A cultura do cancelamento. *Correio Braziliense*, 2020. Disponível em: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/opinia o/2020/03/17/internas_opinia o,834742/artigo-a-cultura-do-cancelamento.shtml. Acesso em: 15 out. 2023.

JOHNEN, Marius; JUNGBLUT, Marc; ZIEGELE, Marc. The digital outcry: what incites participation behavior in an online firestorm?. *New Media & Society*, [S.L.], v. 20, n. 9, p. 3140-3160, 29 nov. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444817741883>. Acesso em 12 out. 2023.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Choices, values, and frames. *American Psychologist*, v. 39, n. 4, p. 341-350, 1984.

KOENIG, Thomas. On frame and framing: anti-semitism as free speech: a case study. In: ENCONTRO ANUAL DO IAMCR, jul. 2004, Porto Alegre, RS.

QING, Cao. Journalism as Politics: Reporting Hong Kong's Handover in the Chinese Press. *Journalism Studies* 1(4): 665-678, 2000.

LEAL, P. M. V. *Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso*. Rio de Janeiro: Revista Compolítica, 2007.

LEITE, Rafael Rodrigues. A dinâmica do “cancelamento” e os movimentos minoritários: controvérsias públicas e emoções políticas no novo espaço público brasileiro. 2021. 95 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais - Bacharelado, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/49677>. Acesso em: 15 out. 2023.

LINSTRÖM, Margaret; MARAIS, Willemien. Qualitative News Frame Analysis: A Methodology. *Communitas*, ISSN 1023-0556, 2012.

LIPPMANN, Walter. *La opinión pública*. Madrid, Espanha: Langre, 2003.

MANCOSO, Kaique; CALDAS, Wania; LYCARIÃO, Diogenes. Cultura do Cancelamento, Cancel Culture e Cultura de la Cancelación: o estado da arte nas ciências humanas, em um contexto internacional. *Culturas Midiáticas*, [S. l.], v. 19, p. 57–77, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/66944>. Acesso em: 3 dez. 2023.

MARTINS, Tamires de Assis Lima; CORDEIRO, Ana Paula. A “cultura do cancelamento” como tema de sociologia no ensino médio. 2023. 120 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Sociologia em Rede Nacional (Profsocio), Universidade Estadual Paulista (Unesp), São Paulo, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/243060>. Acesso em: 13 out. 2023.

MARTINS, Tamires de Assis Lima; CORDEIRO, Ana Paula. A “cultura do cancelamento”: contribuições de um olhar sociológico. *Revista Extraprensa*, [S.L.], v. 15, n. 1, p. 29-47, 31 maio 2022. Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestão da Informação Acadêmica (AGUIA). <http://dx.doi.org/10.11606/extraprensa2022.194383>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/194383>. Acesso em: 20 jul. 2023.

MCCOMBS, Maxwell. *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Espanha: Paidós, 2006.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Chapel Hill: *The Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, 1972.

MELO, Teresa Mary Pires de Castro; VASQUES, Eduardo Gomes. Cultura do cancelamento: primeiras aproximações. Etcétera. *Revista del Área de Ciencias Sociales del CIFYH*, [S. 1.], n. 8, p. 1-15, 2021. Disponível em: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/etcetera/article/view/33911>. Acesso em: 16 out. 2023.

MERAZ, Sharon; PAPACHARISSI, Zizi. Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. *The International Journal Of Press/Politics*, Chicago, v. 18, n. 2, p. 138-166, 27 jan. 2013.

MISKOLCI, Richard. *Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada*, v. 1. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

NASH, Kate. Global citizenship as show business: the cultural politics of Make Poverty History. *Media, Culture & Society*, v. 30, n. 2, 2008.

NORRIS, Pippa. Cancel Culture: Myth or Reality? *Political Studies*, Cambridge, v. 71, n. 1, p. 145-174, 11 ago. 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00323217211037023>. Acesso em: 12 dez. 2022.

OLIVEIRA, Valéria Brandini. *A era das causas: o propósito como capital na estética publicitária*. 2015. 145 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

PAN, Zhongdang; KOSICKI, Gerald M.. *Framing Analysis: An Approach to News Discourse*. Political Communication, 1993.

PFEFFER, J; ZORBACH; T. CARLEY, K.M. Understanding online firestorms: negative word-of-mouth dynamics in social media networks. *Journal of Marketing Communications*, [S.L.], v. 20, n. 1–2, p. 117–128, 10 jun. 2013. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527266.2013.797778>. Acesso em: 16 out. 2023.

PRICE, Vincent; TEWKSBURY, David H.; POWERS, Elizabeth. Switching Trains of Thought: the impact of news frames on readers’ cognitive responses. *Sage, Communication Research*, v. 24, n. 5, p. 481-506, out. 1997.

PORTO, Mauro P.. Enquadramentos da mídia e política. In: 26º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – Anpocs; Caxambu/MG, Brasil; out. 2002.

RODRIGUES, Lucas de Oliveira. Cultura, Mundo Educação, Uol, 2002. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/conceito-cultura.htm>. Acesso em: 15 out. 2023.

SCHEUFELE, Dietram A.. Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communications. Chapel Hill: Mass Communication & Society, 2000.

SCHEUFELE, Dietram A.. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 1999.

SILVA, Tadeu de Oliveira. Linchamentos virtuais e cultura do cancelamento: os casos Patrícia Campos Mello e Lília Schwarcz. 2022. 95 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ciências Sociais, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

TEWKSURY, David H.; SCHEUFELE, Dietram A.. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New York: Routledge, 2009.

TEWKSURY, David H.; SCHEUFELE, Dietram A.. Special issue on framing, agenda setting, & priming: Agendas for theory and research: agendas for theory and research. *Journal Of Communication*. Oxford, p. 8-20. 28 fev. 2007.

TUCHMAN, Gaye. *Making News: A study in the construction of reality*. New York: Free Press, 1978.

VAN DIJCK, José. *La Cultura de la Conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.

VAN DIJCK, José; POELL, Tomas; WAAL, Martijn de. *The platform society: public values in a connective world*. New York: Oxford University Press, 2018.