

QUANDO SE FALA DA CULTURA DO CANCELAMENTO,  
É MELHOR PREVENIR DO QUE PUBLICAR.

# ctrl+alt+delete

EXPLICAMOS O FENÓMENO DIGITAL  
QUE ABANOU A INTERNET E NÃO POUPOU NAS VÍTIMAS.

Por Ana Saldanha.

A palavra do ano 2019, de acordo o australiano Macquarie Dictionary, foram duas palavras: *cancel culture*. Em português, o nome do fenómeno digital é cultura do cancelamento e, embora por cá vá passando despercebido, essa doce ignorância poderá ter os dias contados.

“O que a cultura do cancelamento faz é cancelar uma pessoa se ela diz alguma coisa nas redes sociais que, para o seu público, não representa uma postura aceitável ou porque o público não gosta desses conteúdos. Essas atitudes podem gerar um movimento das audiências que podem pedir o cancelamento daquela pessoa”, explica Dora Santos Silva, especialista em Media Digitais e docente na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade Nova de Lisboa.

Na sua génese, este “cancelamento” surgiu associado ao movimento #MeToo, a série de denúncias de assédio sexual que assolou Hollywood em 2017. Na altura, a intenção do movimento era ostracizar agressores, exigindo a responsabilização pelos seus atos, mas não demorou até que os cancelamentos se multiplicassem. Em 2018, uma reportagem do New York Times com o título *Everyone Is Canceled* explicava o crescimento do fenómeno e explicava também porque é que toda a gente estava cancelada. A tendência passou a fenómeno viral e, em 2019, foi tema central em várias discussões sobre redes sociais e *media* digitais – tão central que até o ex-Presidente Barack Obama, já fora de funções, veio comentar o tema.

Para Vasco Ribeiro, diretor do mestrado de Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, assessor e especialista em comunicação política, a cultura do cancelamento poderá ser uma variação de uma das tipologias de crise: “Nós conotamos essa tipologia de crise como uma crise de honorabilidade. São crises de honra que afetam a reputação de figuras públicas. É, curiosamente, a mais difícil de tratar e de ser minimizada através das técnicas de comunicação de crise. Quando uma pessoa comete um crime há três variantes: abuso de poder, crimes sexuais ou crimes económico-financeiros. Geralmente é um destes três motivos.

O comportamento da opinião pública, quando surge uma situação de crise para uma empresa, para um político ou para uma figura pública, é quase sempre o mesmo. Primeiro, há uma perda de confiança, a opinião pública deixa de acreditar naquela marca, produto ou personalidade; segundo, se é uma empresa, perde clientes ou volume de negócio; em terceiro lugar, há uma popularidade imediata das vítimas, ou seja, a pessoa que se apresenta publicamente como vítima passa para os primeiros planos e para as primeiras páginas dos jornais e, por último, se é uma empresa ou organização, os dirigentes são postos em causa. Na crise de honorabilidade, o fator de ficar oposto à sociedade é aquele que tem maior importância ou maior peso.”

## DEITAR ACHAS NA FOGUEIRA

“É um fenómeno das redes sociais, basicamente. Aliás, o fenómeno sempre existiu, tal como muitos outros, mas foi muito potenciado pelas redes sociais, porque dá uma amplitude à voz das pessoas que não existia antes”, explica Dora.

As pesquisas no Google pela expressão *cancel culture* aumentaram em 2019 e, em maio desse ano, atingiram um pico quando James Charles e Tati Westbrook, *youtubers* da comunidade de beleza, tiveram uma quezília pública e decidiram acabar a sua amizade publicamente e ressurgiram depois quando o comediante americano Shane Gillis foi despedido do programa *Saturday Night Live* por terem começado a circular clipes do seu *podcast* em que usava insultos racistas sobre a comunidade asiática.

Sabemos que um tema faz parte da ordem do dia quando um Obama pós-funções decide dar o seu parecer – que serviu para aguçar o interesse de quem ainda não tinha ouvido falar da expressão e, por outro lado, melindrar a comunidade internautica, desta vez, com a sua quota-parte de razão.

Obama refere-se à *cancel culture* como uma forma de “atirar pedras”, mas as opiniões dividem-se e os prós e contras desta cultura em crescimento também polarizam opiniões. “Pode ser uma abordagem positiva, por ser um fenómeno que espelha o poder que as pessoas agora têm e que antes não tinham, de se fazer ouvir e até de condenar certas atitudes xenófobas, racistas ou posturas mais impróprias que antes passavam despercebidas. Agora as pessoas têm a capacidade de retaliar e de ter a sua opinião – e esta é a parte positiva. Depois também tem uma parte negativa, que é a questão da desinformação e do discurso de ódio, porque qualquer grupo de utilizadores das redes sociais pode simplesmente pedir o cancelamento de uma pessoa quando ela não disse nada do outro mundo”, explica Dora.

O debate estende-se para lá do certo *versus* errado e o gap geracional serve de combustível para o conflito entre os defensores da cultura de cancelamento e quem acha que é indelicado ou exagerado defender as minorias, que são as “vítimas” mais frequentes.

“Hoje vivemos um período de mudança, de grande revolução de identidade sexual, de género, política... E publicamente o que é que acontece? Há uma atenção, por parte de alguns setores da sociedade que, numa atitude de vigilância social, cultural e política, criticam aquilo que são os velhos hábitos de comportamento. E os velhos hábitos são lançar um piropo a uma mulher ou brincar com a orientação sexual...”, explica Vasco. Mas se há uma geração que domina uma ferramenta que democratiza o debate público sobre o que é ou não ofensivo, quão errado pode ser continuar a usá-la?

E quando falamos do que a Internet considera ofensivo, falamos de casos como o do comediante Dave Chappelle que, no seu espetáculo *Sticks and Stones* – que foi tãããããããããã cancelado que ainda está disponível em *streaming* na Netflix –, diz que Wade Robson e James Safechuck, os acusadores de Michael Jackson, deveriam ter regressado à escola orgulhosamente depois de terem sido abusados sexualmente pelo rei da pop. Ou de Louis CK, que admitiu que as acusa-

## A CULPA É DO ALGORITMO

Entre os milhares de milhões de tweets e posts, só podemos ser expostos a uma parte do que se passa na web. E são as próprias plataformas as responsáveis por criar o algoritmo que decide como será cada feed, com o objetivo de potenciar ao máximo a nossa interação com as publicações. O que acontece é que posts que desencadeiam uma resposta emocional – e a raiva é bastante emocional – atraem atenção. O efeito bola de neve começa com uma pessoa zangada que atrairá a atenção de outras pessoas. O algoritmo só tem de as pôr no mesmo feed para começar o movimento e a caixa de ressonância trata de fazer parecer que, de facto, a opinião de toda a comunidade é igual e que aquela situação é gravíssima ao ponto de merecer um cancelamento coletivo.



ções sobre assédio sexual contra ele eram verdadeiras, viu os seus contratos com vários canais de televisão e agências terminarem de imediato, mas, algum tempo depois, voltava a esgotar salas e a ter os seus espetáculos disponíveis na Netflix.

“Tirando aqueles exemplos mesmo maus, há muito poucos casos em que o facto de a pessoa ter sido cancelada nas redes sociais tenha tido um impacto real porque as pessoas depois continuam com a sua vida e há tanto excesso de informação que daqui a um mês ninguém se lembra do que aconteceu, por isso é um fenómeno muito efêmero...”, explica Dora. E se a Internet tem memória curta, a cultura do cancelamento perde qualquer tipo de impacto que até poderia ser positivo, descredibilizando quem defende este policiamento online.

A cultura do cancelamento não tem uma *vendetta* pessoal contra nenhuma área específica, mas há diferenças na forma como o público percebe as diferentes crises mediáticas. “Há uma impunidade na política que não existe no meio artístico. Do político espera-se o pior, mas ao artista nós dedicamos a nossa vida. Há traição porque há uma componente de emoção, que também é o mais importante nas marcas. Quando gostamos muito de uma marca, temos uma grande expectativa e quando ela falha ficamos desapontados, zangados. Isso acontece muito no meio artístico porque as características da própria arte e da cultura assim o determinam”, conta Vasco.

#### SER OU NÃO SER

Barack Obama diz que a cultura do cancelamento não pode ser considerada ativismo e Dora Santos Silva acrescenta: “O que acontece nas redes sociais, e acontece quer com a cultura de cancelamento, quer com qualquer outro fenómeno, é que não há crítica com consenso social. Por isso é

que se diz que a cultura do cancelamento não é ativismo, porque a pessoa não está a ser ativista. Um ativista é uma pessoa que tem uma opinião formada e informada e que realmente faz qualquer coisa para o benefício da sociedade. E aqui não. Cancelar uma pessoa com base em argumentos infundados não é propriamente ativismo.”

Ativismo ou não, a ideia de ostracizar uma pessoa pelo seu comportamento está no ADN humano desde sempre, mas, nos primórdios da humanidade, demonstrava-se quanto eram excluídos os membros das tribos que tivessem uma conduta contrária à do grupo ou com exílio, como quando Tucídides, em 424 a.C, chegou atrasado à batalha de Anfípolis.

E, segundo a visão de que a história é cíclica, os ventos de cancelamento sopram mais forte quando se alteram as conceções sociais e surgem para que ajustemos o nosso comportamento de modo a que ele corresponda ao que está estabelecido. E este policiamento pode ser sobre temas tão superficiais como o que se pode ou não dizer num espetáculo de *stand-up comedy* ou tão substancial como a importância de criar espaço e dar voz às minorias.

“Eu lido com jovens diariamente e vejo-os a levar isto muito a sério. É como se fosse um linchamento em praça pública e eles veem isto com muita atenção e têm muito cuidado com o que põem nas redes sociais; ou seja, se calhar dão mais importância do que deveriam e não é muito bom ver jovens mais preocupados com a discussão entre a Tati e o James do que com a crise climática, por exemplo. Se a cultura de cancelamento fosse aplicada a fins como a crise climática, Trump, Bolsonaro, se calhar isto era um movimento que podia ter muita repercussão. Só que depois mistura-se com estas questões como ganchos de cabelo”, conclui a especialista.

#### JOGOS DE PODER

“Nós lidamos com o discurso de ódio de uma forma muito ligeira. Os meus argumentos não precisam de ser grandes juízos críticos, eu posso simplesmente não gostar daquela pessoa ou então entrar no movimento sem perceber muito bem o que está em jogo e cancelar a pessoa”, explica Dora. Mas nem sempre o cancelamento acaba no *log out*. No mês passado, a apresentadora britânica Caroline Flack suicidou-se no seu apartamento enquanto aguardava julgamento por ter agredido o namorado – que acabou por voltar atrás com a acusação. A Internet acusou a imprensa e os tribunais de criarem um julgamento-espetáculo, deixando a apresentadora sob escrutínio público e constantes críticas. O suicídio de Caroline tornou-se a bandeira para criação de leis mais apertadas para a imprensa britânica e a monitorização de publicações de ódio nas redes sociais – uma das petições para a Caroline’s Law já tem mais de 500 mil assinaturas.

#### É CULTURA DIGITAL?

“O comportamento, na comunicação política, de as pessoas se afastarem ou serem colocadas fora do ambiente público de um determinado país não é de agora. Ou seja, são personas non gratas normais que, perante um crime ou um comportamento que seja oposto à sociedade, são colocadas à margem e por isso não têm aceitação no espaço público”, conta Vasco Ribeiro.

Em Portugal, ainda que o fenómeno não seja tão geral ou mediatizado, também é assunto dominante nas redes sociais. “Existe *cancel culture* em Portugal, mas numa comunidade muito específica. Não estamos a falar da minha geração. Eu tenho 42 anos e isto pode passar-me completamente ao lado e eu nem sequer dar qualquer importância a este fenómeno, porque não faço parte dele nem interajo com ele. Mas estamos a falar dos jovens, esta cultura do cancelamento é muito importante para eles e eles acompanham estas ‘novelas’. Se for perguntar a alguém quem é o James Charles e a Tati, ninguém sabe quem são, mas se for para os jovens, toda a gente acompanhou a zanga entre eles”, explica Dora.

Ao que parece, a Internet também já se começou a cansar desta tendência e não faltam artigos a pedir que cancelem a cultura do cancelamento – o que até tem a sua parte de ironia – e que, inclusive, consideram tóxico o comportamento de cancelar alguém. E a web tem tanto de volátil como de prudente. “A longo prazo eu acho que tem um efeito muito perverso, que é precisamente não ter muitas consequências para a pessoa cancelada, mas eu acho que tem consequências para a própria cultura digital. Cada vez mais nós estamos a perpetuar esta prática do vale-tudo. Dantes, havia o corte e costura, as pessoas falavam umas das outras, mas isto não se tornava um linchamento em praça pública; agora, a praça pública são as redes sociais e as pessoas gostam de fazer isto. Gostam de dizer mal das outras pessoas e de ter o poder de as cancelar. E isto também diz muito da cultura em vivemos, uma cultura que está sempre a criticar o outro, mesmo com argumentos muito pouco sustentados”, conclui Dora. ●

FOTOGRAFIA: J. R. EYERMAN / GETTYIMAGES



#### CANCELAR ESTÁ NA MODA?

As tendências do Google marcaram o grande pico de pesquisas sobre a cultura do cancelamento em outubro, quando Barack Obama decidiu pronunciar-se sobre o tema. A par da *cancel culture* estão outros termos popularizados na Internet como *woke* (o termo usado para definir quem está “acordado” e alerta para as injustiças sociais) e *toxic* (comportamento tóxico é comportamento negativo). Em Portugal, as pesquisas fizeram-se em setembro, quando o espetáculo de *stand-up comedy* de David Chappelle – que afirma que a cultura do cancelamento é um mito – foi lançado na Netflix. Sobre o tema há também pesquisas sobre *call-out culture* – quando, em vez de apenas cancelar, há a necessidade de dizer publicamente que se está a cancelar e o porquê do cancelamento.