

## CULTURA DO CANCELAMENTO NAS REDES SOCIAIS

**Ana Luiza Soares, Amanda Baierle, Gustavo Maxsuel e Lucas de Oliveira**

Trabalho desenvolvido na disciplina de Comunicação Digital, ministrada pela professora Nilse Maldaner, no Curso de Publicidade e Propaganda da UNIJUI.

Ana Luiza Soares - estudante do 2º semestre do curso Publicidade e Propaganda.

Amanda Baierle - estudante do 2º semestre do curso Publicidade e Propaganda.

Gustavo Maxsuel - estudante do 2º semestre do curso Publicidade e Propaganda.

Lucas de Oliveira - estudante do 2º semestre do curso Publicidade e Propaganda.

A temática da cultura do cancelamento é muito atual, em razão disso, o objetivo deste estudo foi procurar entender melhor como ela funciona e os seus efeitos na sociedade contemporânea. Muitos são impactados diariamente através de juízos de valor realizados por outras pessoas, outros simplesmente assistem e acompanham esse fenômeno, enquanto um número muito grande participa da ação do cancelamento, muitas vezes apenas seguindo a multidão. A cultura do cancelamento é um fenômeno característico das redes sociais, é considerada “um movimento de boicote a empresas, marcas, artistas, eventos e figuras públicas em geral, que venha a agir de forma considerada ofensiva, “incorreta” ou incoerente com seus próprios discursos ou valores promovidos” (ALVES, 2019). A metodologia envolveu a pesquisa bibliográfica, com pesquisa em artigos, internet e outros, e também fez uso da pesquisa aplicada, para a qual foi elaborado um questionário no Google Forms, com oito questões, sete fechadas e uma aberta. O questionário ficou disponível durante 10 dias e recebeu 83 respostas. Os resultados obtidos no questionário mostram que apenas 9% dos respondentes não sabem sobre o tema, com isso podemos concluir que é um assunto conhecido atualmente. Ao serem questionados a respeito de já ter cancelado alguém na internet, entre os principais resultados têm-se 37,3% que responderam sim, 38,6 % não e 24,1% que não tem um posicionamento sobre o assunto. Em relação aos motivos dos cancelamentos, 59% acreditam se tratar de um julgamento rápido sem precisar debater as questões relacionadas ao cancelamento, 45% acreditam que o juízo de valor é a principal justificativa para os cancelamentos atuais e 36% acreditam tratar-se apenas de simples discordância de opiniões, levando em consideração que nesta questão podiam ser selecionadas até 3 alternativas. No último questionamento abordamos aos participantes da pesquisa se eles acreditavam que a cultura do cancelamento agregava ao crescimento e evolução da sociedade, onde permitimos uma resposta descritiva para poder observar melhor as questões que cada indivíduo apontava sobre a temática e seus desdobramentos, para ter uma ideia melhor e como no conjunto essas opiniões refletem nos resultados deste trabalho. Dos respondentes, 38,5% acreditam que em parte a cultura do cancelamento tem influenciado no processo de melhoria da sociedade, pois trouxeram à tona assuntos que necessitavam de visibilidade nas redes sociais. Entretanto, 30,1% das pessoas discordam totalmente que esse movimento tenha boa influência no desenvolvimento da sociedade contemporânea. A pesquisa foi realizada visando entender melhor a realidade da cultura do cancelamento dentro da sociedade, quais são os principais motivos que levam à ação do cancelamento nos meios digitais com uma pesquisa aplicada para gerar um entendimento melhor do tema. Os resultados demonstram que a cultura do cancelamento por mais que seja um assunto atual, ainda é tratada de forma superficial, sem um aprofundamento de suas consequências na sociedade contemporânea.

**Palavras-chave:** Cancelamento, Redes sociais, Cultura do cancelamento.