

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

RAFAELA DE CARVALHO TABASNIK

“O BRASIL TÁ VENDENDO”:

**Os enquadramentos sobre a cultura do cancelamento nas relações
performáticas entre o Big Brother Brasil 21 e
as audiências do Twitter**

São Leopoldo

2023

RAFAELA DE CARVALHO TABASNIK

“O BRASIL TÁ VENDENDO”: Os enquadramentos sobre a cultura do cancelamento nas relações performáticas entre o Big Brother Brasil 21 e as audiências do Twitter

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Adriana da Rosa Amaral

São Leopoldo

2023

T112b

Tabasnik, Rafaela de Carvalho.

“O Brasil tá vendo” : os enquadramentos sobre a cultura do cancelamento nas relações performáticas entre o Big Brother Brasil 21e as audiências do Twitter / Rafaela de Carvalho Tabasnik. – 2023.

108 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2023.

“Orientadora: Profa. Dra. Adriana da Rosa Amaral”

1. Big Brother Brasil. 2. Cultura do cancelamento. 3. Enquadramentos. 4. Performances. 5. Twitter. I. Título.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecária: Silvana Dornelles Studzinski – CRB 10/2524)

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO PÚBLICA Nº 1/ 2023

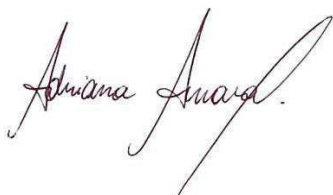
Aos 6 dias do mês de março de 2023, realizou-se na sala integralmente à distância, a sessão de *Arguição Pública da Dissertação* “O BRASIL TÁ VENDENDO”: Os enquadramentos sobre a Cultura do Cancelamento nas relações performáticas entre o Big Brother Brasil 21 e as audiências do Twitter” apresentada pela estudante **Rafaela de Carvalho Tabasnik**, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, nível Mestrado, à Comissão Examinadora constituída pelos professores Simone Maria Andrade Pereira de Sá (UFF), Issaaf Karhawi (UNIP) e Adriana Amaral da Rosa (Orientadora). Desenvolvidos os trabalhos nos termos do Regimento Interno, Capítulo VI, e registrados os resultados nas Planilhas de Avaliação, a Comissão atribuiu a estudante, **o grau9,5.....**

A emissão do Diploma está condicionada à entrega da versão final da Dissertação.

Ocorreu alteração do título? (X) Não () Sim: _____

Esta atividade foi realizada integralmente em modo online.

Comissão Examinadora:



Profa. Dra. Adriana Amaral da Rosa (Orientadora)

Coordenação do PPG em Ciências da Comunicação: Profa. Dra. Ana Paula da Rosa

RAFAELA DE CARVALHO TABASNIK

**“O BRASIL TÁ VENDENDO”: OS ENQUADRAMENTOS SOBRE A
CULTURA DO CANCELAMENTO NAS RELAÇÕES PERFORMÁTICAS
ENTRE O BIG BROTHER BRASIL 21 E AS AUDIÊNCIAS DO TWITTER**

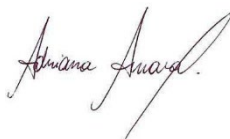
Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós- Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADA EM 6 DE FEVEREIRO DE 2023.

BANCA EXAMINADORA

**PROFA. DRA. SIMONE MARIA ANDRADE PEREIRA DE SÁ – UFF
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROFA. DRA. ISSAAF KARHAWI -
UNIP (PARTICIPAÇÃO POR
WEBCONFERÊNCIA)**



PROFA. DRA. ADRIANA AMARAL DA ROSA - UNISINOS

AGRADECIMENTOS À CAPES

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

AGRADECIMENTOS

Neste exato momento, me encontro sentada no sofá da sala de casa contemplando o céu pela janela: é noite de lua cheia. Menciono a fase da lua porque, assim como ela, passei por muitas fases durante a escrita dessa dissertação. A construção desse trabalho e todo o percurso do mestrado me ensinaram que não estamos nesse mundo pra desbravar ele sozinho. Precisamos acreditar e apoiar cada vez mais o coletivo e suas influências. Fazer pesquisa é, acima de tudo, construir junto, apoiar o trabalho de colegas, trocar ideia, (re)descobrir teorias e conceitos, se perder para se encontrar.

Dois anos que seguiram com andamentos completamente diferentes. O primeiro, com a grade curricular das disciplinas, passou muito rápido. Entretanto, foi no segundo ano que as dificuldades floresceram em meio ao conjunto de caos. Vivenciei o início do movimento de encerramento dos programas de Pós-Graduação da Unisinos, incluindo o nosso, em Comunicação. Passar por isso não foi fácil, não está sendo fácil. Assim como eu, tenho certeza que outros colegas e professores se questionam por que um programa tão bem conceituado pela CAPES, nota 7, precisou ser desligado. Esse movimento influenciou a escrita da dissertação e me fez refletir sobre o meu papel como pesquisadora. Mas a verdade é que pesquisar é como navegar. Estamos em um fluxo, mas nem sempre ele vai seguir da forma como a gente espera. A travessia pode ser calma, pode ser agitada. É preciso encarar um pouco do mistério quando se está navegando. E foi assim que eu segui a minha dissertação.

Agradeço à CAPES por me conceder a bolsa de mestrado. Fico muito feliz de ter conseguido aproveitar esses anos como bolsista e de ter participado em atividades financiadas pelo programa, como a ida ao INTERCOM na Paraíba. Com certeza, foram vivências importantes para a construção dessa pesquisa e para o fortalecimento dos meus laços com demais pesquisadores da área.

Minha família, embora não esteja envolvida no âmbito acadêmico, sempre apoiou as minhas escolhas. Beatriz Tabasnik, minha mãe, foi paciente durante todo o percurso, se disponibilizando para ajudar quando necessário e, inclusive, sugerindo um doutorado no futuro. Quem sabe?

Os professores do PPGCOM da Unisinos também foram fundamentais para o aprimoramento da dissertação, em especial Rafael Grohmann, Sônia Montañó, Tiago

Lopes e Maria Clara Aquino. Todas as disciplinas contribuíram na escrita, assim como os seminários ao longo dos semestres. Os meus colegas de mestrado e integrantes do Laboratório de Pesquisa Cultpop ¹também foram importantes nas trocas durante as apresentações de trabalhos das disciplinas. Em especial, a minha colega Sarah Frankenberger, que até o último momento esteve junto comigo, acompanhando cada progresso da pesquisa.

Minha orientadora, Adriana Amaral, desde o Trabalho de Conclusão de Curso, é a responsável pela minha continuação na trajetória acadêmica depois da graduação. Sem ela, eu não teria iniciado e muito menos finalizado todo esse mestrado em Ciências da Comunicação. A Adriana sempre incentivou a minha presença em diferentes espaços para contribuição com a divulgação científica a partir da minha pesquisa em andamento, desde a participação de podcasts, entrevistas, até a presença em congressos internacionais e palestras em aulas de outras disciplinas. Mesmo com toda a situação complicada que se instaurou com o fechamento dos programas, a Adri se manteve positiva frente ao caos, o que contribuiu para que conseguíssemos finalizar esse ciclo.

Comunicadora Digital de formação, gostaria também de agradecer aos *close friends* das minhas redes sociais, em especial do Instagram, que acompanharam todos os desabafos, desafios e conquistas durante todo o percurso acadêmico e de escrita da dissertação. Esbarrei em outras pessoas incríveis que, no meio do caminho, se mostraram disponíveis para me lembrar porque eu comecei todo esse desafio que o curso de um mestrado proporciona. E é por isso que eu acredito que nenhum encontro é por acaso. Cito em especial a Marina Dantas, que me apresentou a música “E vamos à Luta”, de Gonzaguinha, em um momento conturbado, trazendo esperança de dias melhores diante de cenários que se mostraram desafiadores.

Não poderia esquecer de mencionar o acompanhamento da minha psicóloga, Débora Cardoso, que foi contínuo desde a construção do TCC na graduação. Sem ela, seria mais desafiador do que já foi manter o equilíbrio mental e físico para conseguir lidar com toda essa montanha russa que é a vida de uma mestranda.

Por fim, gostaria de ressaltar que eu acredito no futuro da pesquisa. Acredito que ainda vamos viver em um país que valoriza o estudo, os pesquisadores e toda a produção acadêmica e de divulgação científica. Por ora, termino os agradecimentos

¹ cultpoplab.com/

com uma citação de Carla Madeira em “Tudo é Rio”: “A gente passa a vida pelejando com o dilema de existir ou desistir, com o que é bom e o que é ruim, o certo e o errado, a morte e a vida. Essas coisas não se separam. O lugar que dói é o mesmo que sente arrepios. É no corpo, no amor e na liberdade de escolher as coisas que a gente fica inteiro ou despedaçado. Então, pede para a parte boa dar conta da parte ruim”. E é isso. Vamos focar no que importa, pois sabemos que, acima de tudo, não estamos a sós.

RESUMO

Este trabalho explora de que forma as abordagens sobre a cultura do cancelamento são apresentadas a partir do reality show Big Brother Brasil 21 em sua relação com as audiências no Twitter. Seu objetivo geral é compreender os principais enquadramentos e performances que se reverberam nessa edição do programa e acabam sendo movidos pelos desdobramentos oriundos do cancelamento. A abordagem teórica desta pesquisa utiliza a Teoria do Frame e o conceito de performance e suas rupturas na cultura digital, levando em consideração uma sistematização acerca da cultura do cancelamento a partir do BBB 21 que permite analisar os diferentes enquadramentos sobre o tema. A metodologia é de ordem qualitativa e teve como peça chave a combinação entre a análise de molduras em relação ao audiovisual e a Teoria do Frame para a análise de textos na internet e na codificação de Tweets que geraram diferentes quadros metodológicos. Como resultados, observa-se que os enquadramentos e as performances estão alinhados aos conceitos de autorreflexão e alorreflexão nas diferentes fases do cancelamento. A noção de autenticidade e das rupturas performáticas acabam impactando “dentro e fora da casa” do BBB como observa-se na análise dos Tweets da audiência, gerando sentimentos e experiências para os participantes, os administradores das contas em redes sociais e para o público em geral.

Palavras-Chave: Cultura do cancelamento; Enquadramentos; Performances; Twitter; Big Brother Brasil.

ABSTRACT

This work explores how approaches to the Cancel Culture are presented from the Reality Show Big Brother Brasil 21 in its relationship with audiences on Twitter. Its general objective is to understand the main frameworks and performances that reverberate in this edition of the program and end up being moved by the consequences arising from the cancellation. The theoretical approach of this research uses the Frame Theory and the concept of performance and its ruptures in digital culture, taking into consideration a systematization of the cancel culture from the BBB 21 perspective that allows us to analyze the different frameworks on the subject. The methodology was qualitative and had as its main keys the combination between frame analysis in relation to audiovisual and the Frame theory that generated different methodological frameworks. As final results, we observed that the frameworks and performances are aligned with the concepts of self-reflection and allo-reflection in the different stages of cancellation. The notion of authenticity and performance ruptures end up having an impact “inside and outside the house”, as observed in the analysis of the audience’s Tweets, generating feelings and experiences for the participants, account managers, and the general public.

Key-Words: Cancel culture; Frames; Performances; Twitter; Big Brother Brasil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tweet sobre as fases da cultura do cancelamento segundo uma telespectadora.....	34
Figura 2 - Visões do cancelamento	37
Figura 3 - Palavras-chave na busca de tweets sobre a cultura do cancelamento no BBB 21	48
Figura 4- Resultado da busca de palavras-chave em tweets sobre a cultura do cancelamento no BBB 21	48
Figura 5 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21.....	65
Figura 6 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21.....	65
Figura 7 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21.....	65
Figura 8 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21.....	65
Figura 9 - Edição com mais participantes negros	68
Figura 10 - Edição com primeiro beijo homoafetivo na história do reality	68
Figura 11 - Edição com maior percentual de rejeição	68
Figura 12 - Edição com termos que viralizaram na internet	69
Figura 13 - Edição com expressões regionalistas.....	69
Figura 14 - Edição do episódio transmitido em 02/02/21 na plataforma Globo Play .	79
Figura 15 - Edição do episódio transmitido em 31/01/21 sobre BBB21 no Fantástico	79
Figura 16 - Buscas no Google do termo “cultura do cancelamento” e “cancel culture”	80
Figura 17 - Buscas no Google do termo “cultura do cancelamento” e “cancel culture”	80
Figura 18 - Imagens dissecadas do episódio do BBB21 sobre cultura do cancelamento na Globoplay	82
Figura 19 - Imagens dissecadas do episódio do BBB21 sobre cultura do cancelamento na Globoplay	82
Figura 20 - Imagens dissecadas do episódio do BBB21 sobre cultura do cancelamento na Globoplay	82
Figura 21 - Imagens dissecadas da reportagem do Fantástico sobre cultura do cancelamento na Globoplay.....	83
Figura 22 - Imagens dissecadas da reportagem do Fantástico sobre cultura do cancelamento na Globoplay	83
Figura 23 - Episódio com jogo da discórdia sobre canceladores	91
Figura 24 – Episódio sobre cultura do cancelamento e seus desdobramentos	92

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Número de buscas sobre “cultura do cancelamento” no Google Acadêmico em português por ano	18
Quadro 2 - Número de buscas sobre “cancel culture” no Google Acadêmico em inglês por ano	19
Quadro 3 - Sinônimos utilizados para cancelamento	26
Quadro 4 - Fases da cultura do cancelamento.....	28
Quadro 5 - Fases da cultura do cancelamento: Estudo de Caso Karol Conká	32
Quadro 6 - Consequências do cancelamento	36
Quadro 7 - Termos usados pela audiência em tweets sobre a edição do BBB 21	49
Quadro 8 - Histórico de edições do BBB e algumas características	60
Quadro 9 - Cancelamentos de participantes no BBB 21	70
Quadro 10 - Fase I - exposição	75
Quadro 11 - Fase II - retratação pós-programa	76
Quadro 12 - Fase I - exposição [mídia]	84
Quadro 13 - Fase II - viral [audiência].....	85
Quadro 14 - Conexões de estudo sobre o cancelamento e seus termos/sinônimos na cultura digital	89
Quadro 15 - Fases do cancelamento & Conexões.....	90

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 CULTURA DO CANCELAMENTO	18
2.1 A história do cancelamento	24
2.1.1 Comunidades Virtuais - Black Twitter	24
2.1.2 Movimento #Metoo	25
2.2 Termos e definições	25
2.3 Cancelamento, suas fases e <i>modus operandi</i>	27
2.4 Consequências do Ciberacontecimento	34
2.5 Visão seletiva	36
2.6 Motivações para o cancelamento	38
3 TEORIA DO FRAME	40
3.1 Enquadramentos e molduras	43
3.2 A Internet e o medo do cancelamento	46
3.3 Rupturas performáticas	50
4 REALITY SHOW COMO GÊNERO TELEVISIVO	53
4.1 Histórico do Big Brother Brasil e suas transformações	59
4.2 Big Brother Brasil 21: <i>O Big dos Bigs</i>	63
4.3 Exclusividades BBB 21 e o cancelamento dos participantes	67
5 METODOLOGIA: DINÂMICAS DE AUTORREFLEXÃO E ALORREFLEXÃO	72
5.1 Autorreflexão: imagem projetada	73
5.2 Alorreflexão: avaliação dos demais sobre a projeção	78
6 TRIANGULAÇÕES ENTRE METODOLOGIA E TEORIA DO CANCELAMENTO	88
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
REFERÊNCIAS	100

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação convida o leitor a embarcar no desafio de permitir-se compreender a cultura do cancelamento a partir de lentes projetadas em um processo no qual perpassam imagens de narrativas que se atualizam em instâncias textuais e visuais. A partir disso, é possível o surgimento do questionamento norteador dessa pesquisa: de que formas as abordagens sobre a Cultura do Cancelamento, tanto visuais como textuais, são apresentadas a partir do Big Brother Brasil 21 em sua relação com as audiências do Twitter?

A construção dessa pergunta-problema permite direcionarmos nosso olhar tanto para os participantes do programa quanto para o público, que está presente nas imagens e nos discursos midiáticos que se atualizam durante a cultura do cancelamento em diferentes perspectivas. A audiência, em questão, refere-se ao público ativo em rede que comenta os desdobramentos do programa e gera discussões em cima disso. Sendo assim, o objetivo geral da pesquisa é compreender os principais enquadramentos e performances que reverberam no reality show Big Brother Brasil 21 e são movidos pelas raízes da cultura do cancelamento. Como objetivos específicos, podemos destacar: 1) Sistematizar as diferentes abordagens teóricas sobre a cultura do cancelamento e discuti-las a partir do reality show BBB 21; 2) Analisar os principais enquadramentos sobre o cancelamento no BBB 21 tanto a partir da perspectiva dos envolvidos no programa (participantes) quanto da audiência no Twitter; 3) Identificar de que formas as iconografias e imagens da cultura do cancelamento podem ser observadas nos diferentes enquadramentos sobre o tema.

As trocas com a comunidade acadêmica (professores, colegas e demais pesquisadores) durante a escrita da minha dissertação despertaram em mim a vontade de trabalhar com as imagens transmitidas pela cultura do cancelamento por meio de diferentes enquadramentos e performances, que podem ser identificadas no decorrer de todo o *storytelling* desse fenômeno. Muito se fala sobre os discursos, mas há escassa pesquisa e produção referente à “cara” do seu conteúdo no contexto multiplataforma no qual estamos inseridos em nossa cultura digital. O cancelamento é imagético, é iconográfico. Assim como há um padrão que delimita suas fases (TABASNIK, 2020), há também uma estrutura de como ele é representado visualmente nas mídias sociais, carregando em si a ancestralidade por trás dessas imagens. Elas, muitas vezes, retratam narrativas de desumanização dos sujeitos. A

pesquisadora Elizabeth Saad (2020) entende o cancelamento para algo além do alvoroço midiático, que contempla as disputas de poder, os conflitos e as tensões em jogo em cada situação. Surge uma necessidade de distinguir as definições de cultura do cancelamento entre um processo ou como um conflito social baseado em valores, normas e interesses.

Foi a partir dessas diferentes abordagens que surgiu a inspiração para a construção da pesquisa. Na época que escrevi meu Trabalho de Conclusão de Curso², ainda eram escassas as fontes bibliográficas relacionadas à cultura do cancelamento. O processo de acompanhar o crescimento de pesquisas acadêmicas sobre o tema tornou-se parte da minha rotina como pesquisadora para conseguir estar atualizada sobre que as pessoas comentam sobre o assunto e, dessa forma, encontrar possíveis lacunas não preenchidas para gerar uma discussão que pudesse ser complementar o que já vem sendo publicado.

As mídias são tecnologias que preservam os conteúdos e rastros digitais e, ao entrarem em circulação, conectam-se em espaços e contribuem para construção de novos territórios (COULDRY, 2020). Nessas conexões, Nick Couldry (2020) encontrou definições para as operações das mídias em nossa sociedade contemporânea baseada em infraestruturas conectadas. O compartilhamento de informações, segundo o autor, é sustentado por meio da confiança construída pelas pessoas entre elas mesmas. Por outro lado, a confiança pode ser também uma das principais defesas sociais contra a desordem, já que “(...) quando a confiança é ausente, existe um enorme risco de que a vida humana seja organizada pela violência” (COULDRY, 2020, p. 79).

Estamos vivendo um momento de insegurança e frustração em relação aos demais que é agravado pela presença digital constante. Couldry (2020, p. 27) reforça o papel das mídias para além da tecnologia ao inferir que “se as mídias conectam as pessoas e transmitem significados que elas querem compartilhar, então elas devem envolver sempre mais que a tecnologia”. É importante compreendermos que as mídias e as tecnologias não são apenas ferramentas (BOLLMER, 2019). Na cultura digital, os meios de comunicação podem ser entendidos como locais responsáveis por proporcionar desigualdades e discriminações, sendo necessário resgatar um olhar

² Disponível para acesso aberto no Drive [clikando aqui](#).

para as materialidades das tecnologias, visto que é por meio delas que essas condições são mantidas e fortalecidas.

O reality show Big Brother Brasil, na sua 21ª edição, teve como um dos principais assuntos no início do programa a cultura do cancelamento, fenômeno que é fortalecido pelas mídias. Segundo Velasco (2020, p. 2), “o ato de cancelar alguém, portanto, é uma das práticas coletivas espontâneas iniciadas por usuários de mídias sociais, sem levar em consideração suas possíveis ramificações [...] a cultura do cancelamento tornou-se parte integrante da cultura digital”. Dentro dessa temática, o destaque para o medo dos participantes em serem cancelados pelo público, ou seja, pela audiência, tornou-se uma pauta relevante tanto dentro do programa como nas redes sociais.

Para essa pesquisa, utilizamos como aporte metodológico a análise de molduras (KILPP, 2010) para o audiovisual e também para análise de internet, apoiada na Teoria do Frame (GOFFMAN, 1986). Segundo Goffman, construímos quadros que permitem a identificação de padrões a partir das relações sociais que são desenvolvidas por meio de nossas performances. Tais performances permeiam a cultura do cancelamento e o universo de reality shows, como o Big Brother Brasil. Esses quadros foram essenciais para categorizar os conceitos-chave que guiaram a análise metodológica: a autorreflexão e a alorreflexão. Além disso, vimos que as fases do cancelamento podem ser identificadas a partir desses conceitos, abordando performances desde a exposição e o aspecto viral do fenômeno, até a parte de retratação, seja pela mídia, pela audiência ou pelos cancelados (participantes do programa).

No próximo capítulo, apresentaremos um panorama geral do estado da arte das pesquisas sobre a cultura do cancelamento a partir de uma busca no Google Acadêmico, além de sintetizar diversos caminhos que possibilitam o estudo dessa temática. Resgatamos o histórico do fenômeno citando movimentos como o *Me Too* e o *Black Twitter*, que foram importantes para potencializar o que atualmente entendemos por cancelamento e a forma como ele repercute na era digital. Ainda, apresentaremos uma sistematização sobre as diferentes abordagens/nomenclaturas utilizadas para retratar a cultura do cancelamento e um *overview* das suas principais fases e o modo como ele opera. Por fim, esse capítulo encerra-se com as possíveis consequências da cultura do cancelamento e algumas visões que nos auxiliam a entender como ele pode ser tão dinâmico e diverso.

O capítulo três introduz a Teoria do Frame e as reflexões que nos ajudam a visualizar como ela pode ser aplicada no cotidiano a partir das interações sociais dos atores, que estão inseridos em um incansável jogo de performances. É abordado o significado de enquadramentos e molduras, propostos por Kilpp (2003), e como podemos aplicá-los para melhor compreender a análise da cultura do cancelamento no Big Brother Brasil. Nesse mesmo capítulo, apresentamos uma série de termos usados pela audiência no Twitter para fazer referência ao BBB 21 a partir de uma perspectiva sobre o medo do cancelamento dos participantes da edição. Com isso, estabelecemos relações com o conceito de ruptura performática (FIGUEIREDO; MORAES; POLIVANOV, 2017) e o modo como ela insere-se nesse contexto do medo de exposição e julgamento pelo grande público, interferindo na forma de agir dos participantes.

O capítulo quatro tem como principal objetivo oferecer ao leitor um panorama do contexto histórico dos reality shows, assim como as principais características que configuram esse gênero audiovisual. O conceito de autenticidade é trazido para demonstrar que há relações entre existir, ver e ser visto, e que tudo isso é fruto da cultura digital contemporânea, que é espetacularizada. É colocada em prática uma discussão acerca das lógicas de visibilidade e o programa Big Brother Brasil, relatando como foi necessária uma reinvenção, com o passar dos anos, nas dinâmicas promovidas pelo reality. Por fim, o capítulo descreve diversos acontecimentos que marcaram a 21ª edição e que foram considerados pioneiros e particulares, contribuindo para a maior disseminação de todas as controvérsias oriundas dos cancelamentos desse respectivo ano. A dissertação encerra-se com a apresentação da metodologia utilizada e a análise principal da pesquisa, que estabelece relações entre o reality show Big Brother Brasil e a cultura do cancelamento por meio das abordagens visuais e textuais que são apresentadas pela audiência no Twitter a partir da repercussão do programa transmitido pela Globoplay e pela Rede Globo.

Para finalizar a introdução, gostaríamos que o leitor tivesse em mente que há muitas alternativas e formas de compreensão acerca do que é a cultura do cancelamento. Essas noções ainda podem ser diferentes de região para região a nível global, mas o que podemos deixar como provocação e reflexão é: será que o engajamento pelo ódio coletivo realmente une as pessoas? Com o avanço da internet e os espaços públicos tornando-se cada vez mais digitais e conectados, a tensão em interações *online* e *offline*, que reverberam com as confusões conhecidas

informalmente como “tretas”, tendem a tornar-se controvérsias contínuas, principalmente quando o assunto é entretenimento – e esse é o principal norte dessa pesquisa de mestrado.

2 CULTURA DO CANCELAMENTO

Cada vez mais, as mídias digitais articulam reflexões de contextos, disputas de poder e guinadas discursivas (KARHAWI, 2021), contribuindo para pensarmos sobre um dos movimentos mais comentados nos últimos anos e que se potencializa com o digital: a cultura do cancelamento.

A existência do julgamento público não é um fenômeno contemporâneo, portanto, é importante entendermos e ressaltarmos que o cancelamento tem raízes antes mesmo da era digital. A potência e a velocidade na divulgação de informação contribuem para que movimentos ganhem muito mais visibilidade e adesão de sujeitos, que se tornam as principais fontes produtoras de conteúdo, sejam construtivas ou destrutivas.

A dualidade é um aspecto intrínseco à cultura do cancelamento e à dinâmica da internet, principalmente no que diz respeito a como os sujeitos se relacionam entre si e com as plataformas digitais e seus algoritmos. De um lado, há a possibilidade de curtir algum conteúdo, do outro, de “descurtir”; ao mesmo tempo, podemos seguir alguém ou dar *unfollow* e assim por diante. É justamente nessa binariedade de acontecimentos que nossas ações são emancipadas pelo funcionamento dos algoritmos, que viabilizam o protagonismo dessas atividades em um campo aberto e sem lei: as redes sociais digitais.

Desde 2020, há um crescimento exponencial de pesquisas acadêmicas relacionadas ao cancelamento, tanto em português quanto em inglês (Quadro 1 e Quadro 2). Esse tema permite debates interdisciplinares, que abordam desde aspectos sociais, políticos e culturais a psicanalíticos e históricos.

Quadro 1 - Número de buscas sobre “cultura do cancelamento” no Google Acadêmico em português por ano

Ano	Termo	Nº de resultados
2019	“cultura do cancelamento”	6

2020	“cultura do cancelamento”	68
2021	“cultura do cancelamento”	183

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 2 - Número de buscas sobre “cancel culture” no Google Acadêmico em inglês por ano

Ano	Termo	Nº de resultados
2019	<i>“cancel culture”</i>	117
2020	<i>“cancel culture”</i>	771
2021	<i>“cancel culture”</i>	2.370

Fonte: Elaborado pela autora.

A seguinte breve pesquisa exploratória do estado da arte e a minha participação em um Congresso Internacional sobre cultura do cancelamento contribuíram com a contextualização de algumas dessas vertentes de estudo, de forma a exemplificar os mais diversos caminhos para tratar sobre o tema deste trabalho. São eles:

- Cancelamento como um viés antipolítico: enxerga o tema como um espaço para discussão e local de conflito dentro da política. Nesse viés, encaixam-se discussões que contemplam aspectos político-sociais e que podem relacionar-se a diferentes instâncias e, até mesmo, a leis voltadas para crimes cibernéticos e mecanismos de punição. Por exemplo, “A cultura do cancelamento” (BALBINO; OLIVEIRA; DEBERALDINI; et al., 2022), trabalho publicado nos Anais do IV Fórum de Iniciação Científica da Faculdade Patos de Minas (MG).

- Cancelamento como parte da “cultura da lacração”: reflete o viés da modernidade líquida e da incerteza; a “cultura da lacração” parte do pressuposto de uma pauta permeada pela velocidade, exagero e consumo, assim como pela individualidade e pela liquidez nas relações entre as pessoas e seus entornos. Por exemplo, “Moralidade Líquida, Lacração e cultura do cancelamento” (BITTENCOURT, 2021), artigo publicado no periódico Cadernos Zygmunt Bauman.
- Cancelamento nas relações públicas: esse pilar é bem-marcado pela presença das marcas e dos influenciadores digitais, ou seja, figuras públicas; o gerenciamento de crise e gestão de imagem são essenciais, assim como os próprios regimes de visibilidade e reputação dos indivíduos. Por exemplo, “A cultura do cancelamento sob o olhar das Relações Públicas” (VIANNA; DREYER, 2021), trabalho apresentado no XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP).
- Cancelamento e a Psicologia: viés mais subjetivo e que pode partir de um entendimento voltado para o reconhecimento de si mesmo e do outro com a referência à psicologia das massas e à consciência coletiva. Por exemplo, “cultura do cancelamento: uma perspectiva Psicanalítica” (BALDISSERA; BLETSCH; DALLABRIDA; et al., 2018), trabalho apresentado no Seminário de Iniciação Científica - Ciências Humanas de Unijuí em 2018.
- Cancelamento como performance e/ou sua ruptura: aborda o aspecto mais voltado ao entretenimento, onde é possível inserir o contexto de cultura participativa e ativismo de fãs; a ideia de economia da atenção também pode ser inter-relacionada à construção de *personas*. Por exemplo, “As controvérsias de Morrissey e a cultura do cancelamento” (ALBERTO; SÁ, 2021), trabalho publicado na Revista Eco-Pós da UFRJ.
- Cancelamento como processo histórico: resgata acontecimentos de séculos passados que podem servir como analogia ao que chamamos atualmente de

cancelamento: regimes totalitários, tribunais de inquisição e heresias são alguns dos exemplos do olhar histórico para esse fenômeno. Portanto, pode servir como um meio para pesquisar paralelos entre o passado e o presente, contribuindo com um processo de ancestralidade. Por exemplo: “Character Assassination and Cancel Culture: Looking for parallels in the past & present” (BONDARENKO; ASPRIADIS; EREMINA; et al. 2021), trabalho apresentado na conferência internacional sobre cultura do cancelamento promovida pelo CARP lab nos Estados Unidos.

Conforme Ng (2022, p.6), “nas ciências sociais, a cultura em geral é frequentemente definida como um sistema de significados e crenças compartilhados. Para mídia crítica e estudos culturais, muito do foco está em como tais significados e crenças são produzidos, consumidos e contestados”. Para a cultura do cancelamento, se considerarmos a definição anterior de cultura, também há simbologias e crenças que permeiam esse fenômeno e são base para sua compreensão.

De forma geral, essa cultura é vista como uma prática coletiva de boicote, uma “estratégia enraizada no desejo de promover mudanças sociais e expressar intolerância ao *status quo*” (PEARSON, 2021, p. 7). A partir de sua popularidade na cultura digital, tal prática tornou-se um hábito comum e imprevisível, que não é mediado e parte do pressuposto de lógicas punitivas, sejam direcionadas a indivíduos comuns ou com visibilidade midiática. Ainda, segundo Alberto e Sá (2021, p. 271), podemos pensar o processo de cancelar

“[...] a partir da etimologia da palavra, que vem do latim *cancellátus*, referente à proteção ou separação e isolamento, quanto ao anulamento, quando se refere à uma situação já previamente arranjada, mas que foi impedida de acontecer. Portanto, em sua origem o cancelamento é também da ordem da frustração, quanto também é do campo da punição: diz do não cumprimento de certas condutas ou regras requisitadas.”

Algumas das práticas desencadeadas pelo cancelamento, como protestos, pedidos de responsabilidade, possível demissão ou rescisão do contrato de trabalho e *deplatforming*, carregam suas raízes históricas em comunidades marginalizadas que lutavam por espaço por meio de contestações. Entende-se por *deplatforming* ou

desplataformização (tradução literal) o processo de remoção de contas em redes sociais a partir da quebra de regras vinculadas à respectiva plataforma. Ele vem ganhando notoriedade com a ascensão da toxicidade nas comunidades online e dos discursos extremistas no mainstream contemporâneo. Há debates nos quais permeiam os questionamentos a respeito da eficiência dessa desplataformização: de um lado, há argumentos que afirmam que esse fenômeno não funciona, pois acaba dando maior poder para as redes sociais; já para quem concorda com a sua efetividade, entende que isso desintoxica tanto os subespaços quanto as plataformas em geral, produzindo uma queda de audiência e contenção do impacto (ROGERS, 2020). Na cultura do cancelamento, a desplataformização pode ser identificada no processo de vitimização ou também no que é aceitável ou inaceitável na internet a partir de uma perspectiva comum dos usuários. Sendo assim, quem passa por uma desplataformização sofre consequências que se refletem na base de fãs, no fluxo de receita, entre outros.

Desde o surgimento da internet por volta da década de 1990, já começaram a existir muitas formas de ativismo digital. As plataformas de redes sociais digitais ainda não existiam, portanto, a responsável pelas movimentações era a Web 1.0, que promovia sites e listas de e-mails, petições online e movimentos hackers para construção de comunidades e boicotes. A evolução da web, então, permitiu a potencialização das práticas de cancelamento e maior facilidade na sua disseminação por meio de um ambiente multiplataforma e que pode ter seus discursos situados em primeira ou segunda ordem: o primeiro ocorre na plataforma original do cancelamento; o segundo, emerge fora de sua origem (NG, 2022).

Na cultura digital, a rede passa a ser identificada como um dispositivo de conversação e relações sociais comunitárias, onde cada um tem sua própria voz sem precisar da intermediação de instituições e/ou de discursos oficiais ou comerciais. A Teoria da Recepção e os Estudos Culturais nos auxiliam a compreender a capacidade do receptor de construir os próprios nexos e significados a partir do que é enviado pelo emissor. Nisso, o processo comunicacional fica ligado de forma intrínseca ao processo cultural, pelo qual o receptor adquire o mesmo tipo de liberdade (MALINI; ANTOUN, 2013).

Podemos dizer que a cultura do cancelamento está inserida no que é chamado de “guerra da informação”, que carrega seus principais fundamentos no gerenciamento da percepção. Instaura-se um processo de narração coletiva de acontecimentos públicos que são identificados como laboratórios de disputas e, assim, novas narrativas passam do modelo informacional das mídias para o modelo comunicacional das mídias que, segundo Malini e Antoun (2013), privilegia a coordenação coletiva nos movimentos. O choque de poder entre as mídias de massa e as interfaces de usuários se intensificam, visto que a mídia, cada vez mais, tem a chance de atingir uma quantidade inimaginável de público. Dessa forma, quando refletimos sobre o universo do cancelamento, inferimos que a produção de subjetividade da mídia massiva acaba colidindo com um dos seus principais produtos: os fãs. Segundo Jenkins (2006), essas pessoas são fanáticas com opiniões momentâneas movidas pelo poder da irradiação.

Além da guerra da informação, existe a chamada ‘guerra em rede’ (*netwar*), que pode ser identificada pelo “uso intensivo das interfaces de comunicação da internet para estabelecer uma verdade narrativa sobre algum acontecimento e disseminar narrativas sem lugar na mídia corporativa” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 214). Por meio dela, movimentos sociais ou pequenos grupos podem disputar a primazia da narrativa verdadeira. Nesse contexto, destaca-se a narrativa com configuração colaborativa, que parte da estrutura com *timeline*, cuja característica principal é a instantaneidade em um fluxo contínuo de conversa, em sua interface padrão. O engajamento dos sujeitos se dá por meio da ação coletiva e da conversa e, assim, não é o veículo de comunicação que constitui o público, mas sim o público quem faz o veículo comunicacional.

No próximo capítulo, trataremos sobre a história do cancelamento e sobre como esse fenômeno pode ser compreendido a partir de perspectivas derivadas de seus diferentes usos e apropriações, além de apresentar uma dinâmica e o *modus operandi* dos processos que fazem parte de todo o ciclo do ator designado como cancelado.

2.1 A história do cancelamento

Historicamente, a cultura do cancelamento na internet se insere em um contexto ativista. Sobre isso, há dois principais casos importantes para serem mencionados: o Black Twitter e o movimento #MeToo.

2.1.1 Comunidades Virtuais - Black Twitter

O Black Twitter surgiu nos Estados Unidos com intuito de dar voz às pessoas negras, que sofrem exclusão e racismo, e é formado por inúmeros grupos de usuários com conexões interpessoais e interesses compartilhados. É uma comunidade com propósitos sociais e políticos que impulsiona movimentos mundialmente conhecidos, como o Black Lives Matter. Entretanto, há também postagens com fins de humor e entretenimento, motivo pelo qual o cancelamento se popularizou.

O termo “cancelar”, segundo Romano (2020), teve sua primeira aparição em um episódio do reality show da VH1 chamado *Love and Hip-Hop: New York*, sobre um grupo de pessoas envolvidas com a indústria do Hip Hop. Esse episódio foi ao ar em dezembro de 2014 e é onde um dos personagens fala para sua namorada: “*Get away from me, you’re cancelled*”, com ênfase na última parte “*you’re cancelled*”, no sentido de desgosto. Após o episódio, a expressão ganhou mais popularidade no Black Twitter a partir de seu uso em outros contextos, viralizando, então, entre a comunidade.

A comunidade negra não está conectada apenas no Twitter, mas em toda a internet; porém, essa plataforma permite, a partir de suas funcionalidades, maior popularização dos assuntos, facilitando o alcance para o ‘*mainstream*’, através da aparição nos *Trending Topics*, por exemplo.

As práticas digitais oriundas de pessoas negras, especialmente dentro do que veio a ser conhecido como “Black Twitter”, estão ligadas a tradições interacionais mais antigas, como “dissing” e “call out”, às quais as práticas de cancelamento estão relacionadas. Músicos, personagens e personalidades negras na mídia popular ajudaram a circular a linguagem do cancelamento, com a confusão dos trending topics do Twitter e movimentos de hashtag como #MeToo e #BlackLivesMatter contribuindo para a disseminação de ambos, cancelando ações e linguagem. (NG, 2022, p. 8)

Além de terem nascido em comunidades negras do Twitter, as práticas de cancelamento revelam-se um espaço complexo na história das redes sociais digitais e seu respectivo ativismo. Ademais, o *slogan* do movimento Me Too foi originado em

um período pré-plataforma (NG, 2022), quando uma ativista afro-americana, Tarana Burke, convidou sobreviventes de abusos sexuais, em especial mulheres negras, para dialogar sobre suas experiências por meio do movimento Me Too, do qual trataremos a seguir.

2.1.2 Movimento #Metoo

Outra forma de ativismo referente à cultura do cancelamento nas redes sociais eclodiu no movimento Me Too ou #MeToo no Twitter, que é centrado na exposição relacionada ao assédio sexual às mulheres (NG, 2022). Uma das primeiras articulações do movimento ocorreu após as acusações de abuso sexual a Harvey Weinstein — ex-produtor de filmes norte-americano — divulgadas publicamente pela primeira vez em 5 de outubro de 2017, quando a atriz americana Alyssa Milano *tweetou*: “Se todas as mulheres que sofreram assédio ou agressão sexual escrevessem ‘*Me Too*’ como status, podemos informar às pessoas uma noção da magnitude do problema”.

Após essa iniciativa, surgiram inúmeras respostas e *retweets* na plataforma, sendo um marco para a popularização do movimento #MeToo. Essa mobilização se insere em um conjunto de movimentos chamados de “ativismo de hashtag” (CLARK, 2016), configurando-se como uma forma de expressão e luta na contemporaneidade, que se estabelece na interligação das redes nos meios digitais. São construídas narrativas que se interligam por meio das mobilizações a partir do conceito motivador, com o intuito de promover uma mudança concreta fora do espaço em que emergem.

2.2 Termos e definições

Nas seções anteriores, introduzimos possíveis interpretações e relações acerca da cultura do cancelamento, com o intuito de contribuir para o entendimento de seus conceitos que vêm sendo construídos a partir do surgimento e popularização do termo. Entretanto, sabemos que o cancelamento tem raízes em períodos anteriores à internet como, por exemplo, o Tribunal da Inquisição — uma instituição formada pelos tribunais da Igreja Católica para perseguir, julgar e punir pessoas acusadas de terem se desviado dos ensinamentos da fé.

Com a popularização da cultura do cancelamento e o resgate histórico que perpassa suas origens, muitas pessoas começaram a utilizar termos que podem ser entendidos como sinônimos de cancelamento, ou seja, criou-se, com o tempo e de forma comunitária, uma polissemia que complementa e/ou difere esse fenômeno. Para exemplificar, criamos um quadro de termos que são frequentemente usados na internet para referir-se a ações que se assemelham ao cancelamento e podem, até mesmo, ser entendidas em alguns contextos como sinônimos, quais sejam: boicote, bullying, linchamento, *ban* e close errado.

Quadro 3 - Sinônimos utilizados para cancelamento

Termo	Definição	Sinônimos
Cancelar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eliminar ou riscar (o que está escrito) para tornar sem efeito. 2. Tornar (algo) nulo, sem efeito, sem valor. 3. Interromper temporária ou definitivamente; suspender, suprimir. (CANCELAR, 2022)	Eliminar, Apagar, Anular, Desvalorizar, Interromper, Suspende, Suprimir.
Boicote	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recusa coletiva de trabalho para determinada indústria ou estabelecimento comercial, ou inibição de transações com eles. 2. Veto a quaisquer relações com indivíduo ou grupo a que(m) se queira punir ou constranger a algo. (BOICOTE, 2022) 	Recusar, Inibir, Vetar, Punir.
Bullying	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tentar assustar alguém menor ou mais fraco que você. 2. Agressão violenta, verbal ou física, feita com a intenção de intimidar, ameaçar, tyrannizar, oprimir, humilhar ou maltratar alguém, sendo essa pessoa alvo constante e persistente dessa agressão. (BULLYING, 2022) 	Assustar, Agredir, Humilhar, Ameaçar.
Linchamento	<ol style="list-style-type: none"> 1. É uma maneira de desmerecer uma pessoa, através de violência verbal e/ou física, por algo que esta fez, considerado ruim perante a sociedade, como roubo, estupro e assassinato (LINCHAMENTO, 2022). 	Desmerecer.

<i>Ban</i>	1. Impedir oficialmente uma pessoa ou muitas pessoas de fazer algo (BAN, 2022).	Impedir.
Close errado	1. Ato de dar opiniões frente a uma discussão de maneira errônea (CLOSE ERRADO, 2022).	Vacilar, Errar.

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao investigarmos as possíveis definições para os termos mencionados acima, conforme o que encontramos nos dicionários Oxford, Cambridge e Informal, podemos perceber que o cancelamento está intrinsecamente ligado a todos esses atos que, apesar de serem nomeados de diferentes formas, carregam um mesmo significado que a essência da cultura do cancelamento transmite na contemporaneidade, se tornando uma prática comum entre atores que desejam agredir algum alvo a partir de sua exclusão devido à atitudes consideradas inadequadas.

2.3 Cancelamento, suas fases e *modus operandi*

A cultura do cancelamento contempla sequências de acontecimentos que são identificados como padrões em seu *modus operandi* e que fazem parte de um circuito com fases delimitadas (TABASNIK, 2020). Esse estudo das fases do cancelamento se deu a partir do meu trabalho de conclusão de curso, que explorou como se caracterizam as controvérsias advindas da cultura do cancelamento nas plataformas digitais, com ênfase no cancelamento da influenciadora Gabriela Pugliesi durante o isolamento social na pandemia da Covid-19.

Em razão da escassa bibliografia sobre o tema na época, conforme indicado no início deste capítulo no quadro evolutiva de buscas no Google Acadêmico (Quadro 1), foram utilizados como fundamento os conceitos de performance e de consumo nas lógicas das plataformas digitais inseridas em um cenário ativista, estabelecendo relações com as questões de identidade e reputação como um modo de ação e inserção social. Além disso, a escolha metodológica da cartografia das controvérsias possibilitou a categorização dos acontecimentos, viabilizando o surgimento das fases a partir deste maior entendimento do cenário no qual a cultura do cancelamento opera e está inserida.

Há duas principais fases: desativação e renascimento. A desativação pode ser compreendida como a parte da exposição e viral relacionada ao cancelamento, cujas fases perpassam o principal acontecimento, as performances do cancelado e dos canceladores e encerra-se nas perdas. A exposição, na cultura digital, pode ser entendido como a exposição do cancelado por meio das funções de interação e compartilhamento possibilitadas pelas plataformas, como RTs em tweets, comentários em publicações, prints compartilhados, etc. O viral é causado a partir da exposição, e o termo é usado para designar os conteúdos que acabam sendo divulgados por muitas pessoas e ganham repercussão, muitas vezes inesperada. Portanto, na desativação, a exposição e o viral são complementares.

O renascimento, por sua vez, reflete o período de retratação do cancelado, que pode, ou não, em algumas situações, ser identificado pela ausência do cancelado e suas performances, assim como as dos canceladores. A retratação, na cultura do cancelamento, pode ser identificada em postagens de redes sociais que contenham uma nota ou vídeo explicativo sobre o ocorrido com o intuito de se desculpar para o público.

Quadro 4 - Fases da cultura do cancelamento

Desativação - exposição & viral	Renascimento - retratação
Acontecimento	Ausência
Performances cancelado	Performances cancelado
Performances canceladores	Performances canceladores
Perdas	-

Fonte: Elaborado pela autora.

É possível analisarmos o viés performático de um indivíduo a partir de várias lentes desse conceito que, segundo Nascimento (2010), reflete-se pela sua ampla polissemia. Portanto, para avaliar as múltiplas facetas de indivíduos em redes sociais digitais, pode tornar-se pertinente a aplicação dos conceitos de performance. Para Schechner (2003), performar é ser exibido, mostrar-se fazendo algo a alguém, ou seja, é um conjunto de experiências oriundas do desenvolvimento humano a partir de vivências relacionadas à cultura vigente. Segundo Montardo e Araújo (2013, p. 479),

o que o autor propõe é que “a Internet e a Mídia colaboram para que se viva ‘sequências de performances conectadas’, já que elas próprias produzem e reproduzem situações sociais”. É na aliança da socialização com a tecnologia que podemos identificar a existência de performances, sendo umas de suas principais funções “entreter; fazer alguma coisa que é bela; marcar ou mudar a identidade; fazer ou estimular uma comunidade; curar; ensinar, persuadir ou convencer” (SCHECHNER, 2003, p. 10). Ainda, quando falamos de cultura digital e performance, é possível entrelaçar entretenimento, identidade, comunidade e “persuadir ou convencer” para melhor compreendermos suas dinâmicas. Neste trabalho, essas dinâmicas podem ser identificadas nas fases do cancelamento a partir das ações dos envolvidos, como mencionado anteriormente.

A performance compreendida como atuação social pode ser mais bem exemplificada com as ideias de Goffman (1975) a partir das formas de representação do ator social a si mesmo e aos outros por meio da representação face a face, havendo necessidades e expectativas por parte desse ator e uma interinfluência com o “outro” e com a “plateia”. Sendo assim, como o ator se comporta diante aos sujeitos, há um direcionamento orientado para suas ações. Para Schechner (2003), performar engloba a investigação, a interação e a relação de como os sujeitos interagem com os outros e com os objetos e, por mais que o *locus* da performance seja no corpo de um sujeito, ela não está em alguma coisa ou em alguém, mas sim entre o performer e sua audiência (CARLSON, 2010). Há diferentes concepções acerca do que é entendido por “entretenimento” e “eficácia” quando estamos falando de performer e sua audiência:

Entretenimento significa alguma coisa produzida para agradar o público. Mas o que agrada a uma audiência, pode não agradar a outra. Portanto, ninguém pode especificar o que, exatamente, constitui o entretenimento – exceto para dizer que quase todas as performances lutam, de uma maneira ou de outra, para entreter (SCHECHNER, 2003, p. 47).

Amaral e Govari (2018, p. 9) a partir das concepções de performance e práticas do dia a dia oriundas do estudo de Goffman (1895), compartilham que é possível a compreendermos como “uma prática autoconsciente, comportamental, processual e relacional, formada por uma série de ações simbólicas que formalizam e expressam diferentes formas de se experimentar nossos corpos perante uma audiência”. Essa audiência ainda pode inserir-se no processo performático, modelando, reconfigurando

e ressignificando, fazendo com que haja ligação intrínseca entre performer e audiência com mútua produção de sentido.

Pensar em práticas do autoconsciente faz com que possamos resgatar também as performances de redes sociais como identitárias. Segundo Polivanov (2014), os atores sociais constroem e estão em constante reelaboração de suas narrativas de vida como um processo autorreflexivo, onde “o ‘eu’ torna-se um projeto reflexivo, o que, por um lado, permite autoconstruções mais flexíveis e livres de amarras tradicionais, mas, por outro lado, faz com que enfrentem constantemente conflitos para se auto-construírem” (POLIVANOV, 2014, p. 19). Portanto, para a autora, analisar a autoapresentação desses atores sociais em redes sociais digitais nos direciona a observar também a função que a audiência desempenha em todo o processo. No presente trabalho, a audiência é caracterizada pelos denominados “canceladores”, que julgam as performances e estão em constante movimento a partir das dinâmicas identitárias e de sociabilidade dos atores sociais, ou seja, dos cancelados. Há vários tipos de cancelados no universo da cultura do cancelamento, entre eles: artistas, influenciadores, políticos ou, até mesmo, pessoas não famosas ou não públicas. Os cancelados guiam os acontecimentos do que chamamos de fases e, dessa forma, o entendimento do processo fica mais palpável.

As fases do cancelamento são adaptadas conforme o contexto em que se desenvolvem. Normalmente, na desativação, surgem controvérsias que levam às performances em rede e suas consequências, como postagem com nota de esclarecimento, ataque do público, rompimento de contratos, perda de seguidores, entre outras. A retratação pode ser feita logo após o período de exposição com a postagem de vídeos de desculpa ou, também, em uma volta às redes sociais após um período de “isolamento”. Além disso, as performances tanto por parte do público quanto do cancelado podem ser identificadas como uma tentativa de recuperação de imagem ou criação de uma nova, promovendo uma nova persona após a exposição viral.

No caso do Big Brother Brasil (BBB) 21, nosso objeto de pesquisa, a cantora e apresentadora Karol Conká sofreu um dos maiores cancelamentos já vistos no reality show. Antes de tudo, é importante entendermos quem é Karol Conká e qual o contexto que a envolve. Karol é artista, rapper, cantora, compositora, produtora, apresentadora e atriz brasileira. Ela busca, em suas obras, tratar de assuntos com caráter político-social, reforçando que é uma mulher negra e periférica. No início de 2021, Karol foi

confirmada como uma das 20 participantes da vigésima primeira temporada do reality show Big Brother Brasil, da TV Globo. Seu comportamento no programa foi considerado altamente controverso, visto que os telespectadores receberam negativamente diversas ações que ela cometeu com outros participantes a partir de atitudes xenofóbicas e agressivas como, por exemplo, uma fala sobre a colega de confinamento Juliette Freire, seu comportamento perante Lucas Penteado e sua briga com Carla Diaz. Além disso, a cantora desenvolveu uma postura considerada assediadora, aos olhos do público, com o participante Arcebiano Araújo. Como resultado de tudo isso, sofreu um cancelamento por parte do público e sua eliminação na quarta semana de programa com 99,17% dos votos, maior recorde de rejeição da história da franquia Big Brother no mundo.

Como parte da repercussão negativa de sua participação no BBB, Karol Conká teve sua participação cancelada em alguns festivais nos quais iria performar, o Rec-Beat e o Rock The Mountain (KAROL CONKÁ, 2023). Além disso, teve a exibição do programa Prazer, Feminino suspensa pelo GNT. O cenário musical brasileiro do rap no qual a artista estava inserida também se pronunciou em relação ao comportamento da cantora, que, segundo algumas pessoas, sempre deixou a desejar. Alguns dos membros do movimento que se manifestaram foram DJ Zegon, parte do grupo de música eletrônica Tropkillaz, e Flora Matos. Drica Lara, ex-empresária de Karol, também veio a público expressar seu descontentamento sobre atitudes anteriores da artista. A plataforma de pesquisas Google apontou Karol Conká como a personalidade mais buscada no Google Brasil em 2021.

Em abril do mesmo ano de exibição do BBB 21, foi lançado o documentário *A Vida Depois do Tombo*, produzido pela plataforma de streaming Globoplay, contando sobre a trajetória da cantora após o programa. Logo em seguida, Conká teve sua carreira de cantora relançada com a divulgação de um novo single chamado "Dilúvio", precedida por uma apresentação ao vivo na grande final da temporada do Big Brother Brasil da qual havia sido participante. A música foi um sucesso comercial, sendo considerada o melhor desempenho de um single de Karol em sua carreira, fazendo a rapper crescer 978% em streaming. Por fim, a artista lançou em seu IGTV no Instagram a série original *Vem K*, que em sua primeira temporada abordou o tema saúde mental.

Sendo assim, o cancelamento de Karol Conká no BBB 21 tem fases que podem ser identificadas e categorizadas no período de desativação e renascimento da

cancelada. A análise inicia-se com a exposição no programa e estende-se para a repercussão por parte dos telespectadores e do público em geral nas redes sociais, promovendo a necessidade de gerenciamento da sua imagem por parte dos administradores dos seus perfis e resolução de problemas com relação ao rompimento de contratos e parcerias. O período de ausência configura-se após a saída da Karol do programa com histórico de maior rejeição e reflete-se com a pausa nas redes sociais e a gravação do documentário sobre sua vida. Logo após o renascimento, segunda fase do cancelamento, há o lançamento do documentário e uma reestruturação da imagem da cantora, trazendo de volta seu lado de artista e não mais de participante de um reality show.

Quadro 5 - Fases da cultura do cancelamento: Estudo de Caso Karol Conká

BBB 21	Performanc es em redes sociais	Participantes do Reality Show	Performanc es do público	Marcas	Perdas	Ausência
Reality Show no Brasil	Acolhimento do público	Relacioname nto com os participantes	Críticas de outros famosos e internautas em geral	Contrato encerrado com patrocinadores	Dinheiro na indústria da música	Pausa nas redes sociais
Controvérsias	Anúncio da equipe relacionado à rejeição e ódio	-	Pontos de vista dos amigos e familiares de Karol	Fez piada de sua rejeição aumentando seu cancelament o	A confiança das pessoas	Nos bastidores através de seu documentár io
Retorno da pausa - ausência						
	Lançamento do documentá rio	Alguns participantes do BBB não quiseram falar com ela	Ainda vítima de críticas de alguns internautas	Muitos podem ser processados por Karol por usar sua imagem sem permissão	-	-

-	Transformação do Instagram da Karol excluindo tudo relacionado ao BBB 21	-	Algumas pessoas estavam apoiando sua nova música e fase	-	-	-
-	Anúncio de retorno de Karol	-	-	-	-	-
-	Lançamento do novo single de Karol	-	-	-	-	-
-	Série Saúde Mental - Instagram	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela autora.

Em 2023, durante a transmissão da Casa de Vidro do Big Brother Brasil 23, encontramos um tweet de uma telespectadora (Figura 1) falando que essa dinâmica seria um experimento científico que nos permite uma visualização das fases do cancelamento de um indivíduo que se encontra preso nesse ambiente. Segundo ela, a possível participante do programa, Giovanna Leão, descobriu que estava sendo cancelada dentro da Casa de Vidro, passou por um momento de aceitação, sentiu o cancelamento e demonstrou estar fragilizada, pediu perdão e enfatizou que aprendeu com seus erros.

Figura 1 - Tweet sobre as fases da cultura do cancelamento segundo uma telespectadora



Fonte: Orsi (2023).

Isso demonstra a importância de ressaltarmos que as fases possuem ligação com todas as consequências da cultura do cancelamento – tópico que será abordado no próximo subcapítulo. Portanto, o *modus operandi* desse fenômeno permite-nos identificar padrões e divergências que vão complementando-se.

2.4 Consequências do Ciberacontecimento

Apesar do cancelamento ser entendido como um acontecimento generalizado, principalmente na cultura digital, suas consequências podem ser múltiplas e divergentes se analisarmos caso a caso. Sendo assim, podemos resgatar o conceito de ciberacontecimento proposto por Henn (2015), que se divide em seis categorias que possuem suas particularidades, mas também intersecções: mobilizações globais,

protestos virtuais, exercícios de cidadania, afirmações culturais, entretenimentos e subjetividades.

Para essa pesquisa, acreditamos que com a categoria “entretenimento” conseguimos estabelecer maiores relações visto que essa, segundo Pilz (2017, p. 63)

[...] diz respeito a diversas possibilidades de acontecimentos, com a característica de se poder questionar a sua relevância para a sociedade e, no âmbito do jornalismo, o que se considera socialmente relevante como critérios de noticiabilidade. São acontecimentos protagonizados, e/ou criados, por celebridades, subcelebridades, pessoas famosas em geral ou que acabam tornando-se assim a partir da repercussão de suas ações em rede. Há, em alguns casos, a intencionalidade de que determinadas ações tornem-se pauta, enquanto em outros o interesse das pessoas é completamente inesperado. “O acontecimento, aqui, é metasemiótico: é o seu próprio processo constituído em aparente vazio de sentidos. Os entretenimentos, nesse vazio, moldam facetas da cultura contemporânea” (HENN, 2015, p. 219 *apud* PILZ, 2017, p.63).

A principal característica do ciberacontecimento é emergir do ambiente das redes digitais, constituindo-se a partir das lógicas que ali se engendram, ou seja, são acontecimentos tramados a partir das conversações em rede (HENN, 2014) e que envolvem um grande número de atores sociais que acabam reverberando as informações do acontecimento. Há três fundamentais dimensões que tornam o ciberacontecimento possível:

[...] os processos transnarrativos e hipermediáticos, que incluem a presença de outros atores; a reverberação que passa a incorporar-se na própria narrativa, também a constituindo; e a eclosão de estes outros modos de acontecimento que são tramados em um cenário de conexões sistêmicas altamente complexas (HENN, 2014, p. 17)

Segundo Pilz (2017, p. 31), a conversação em rede e o espalhamento são compreendidos em relação ao ciberacontecimento como

potenciais produtores de sentidos e/de sua constituição enquanto acontecimento. Os sentidos têm visibilidade e elementos propícios para sua interação e reprodução nas redes digitais. Esses sentidos, suas interações e espalhamento são o que efetivamente dão a textura de acontecimento aos ciberacontecimentos.

A característica organizacional dos atores sociais em torno de um tema, tópico, demanda ou esforço conjunto é com um objetivo em comum - cancelar alguém se encaixa perfeitamente nesse contexto - e, além disso, potencializa-se a partir dos gostos, causas e afinidades.

É importante ressaltar que a cultura do cancelamento é também seletiva, visto que cada cancelamento possui uma motivação diferente por trás da principal exposição, o que pode ocasionar mais de uma repercussão conforme o respectivo caso. Na próxima sessão, será melhor desenvolvido esse tópico, abordando as possíveis visões do cancelamento.

Quadro 6 - Consequências do cancelamento

Consequência	Repercussão
Demissão	Cancelado perde o emprego em função de sua reputação.
Deplatform	Cancelado é “retirado” das redes sociais a partir de uma suspensão de sua conta por denúncias. Contexto de desinformação.
Rejeições	Ataques do público por meio de comentários - spam nas contas de redes sociais do cancelado.
Quebra de contratos	Cancelado perde parcerias já estabelecidas ou que poderiam vir a estabelecer-se.

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao refletir sobre suas consequências, conseguimos dimensionar esse fenômeno, já que todas compreendem rupturas que influenciam na performance dos cancelados e reverberam em suas vidas online e offline. Esse conceito de ruptura performática será aprofundado nos próximos capítulos a partir de uma análise do medo identificado por meio das performances dos participantes. Dessa forma, podemos questionar: como o medo e a ruptura se relacionam? Que medo é esse promovido pela cultura do cancelamento e qual “cara” ele possui? Essas são algumas inquietações norteadoras para a construção dessa discussão.

2.5 Visão seletiva

O cancelamento, por inserir-se em um contexto de controvérsias, promove a existência de diferentes visões (Figura 2) sobre o mesmo tema. Segundo o mapeamento realizado por Bárbara Reis (2021), podemos identificar 2 pilares (e seus opostos) que conduzem esse fenômeno: o de legitimar e deslegitimar e o de ser

favorável ou desfavorável, direcionando as críticas. Ainda, para complementar sua análise, a autora parte dos conceitos de negacionismo, conservadorismo, justiça e metodologia para embasar as diversas visões nas quais o cancelamento atua de forma geral.

Figura 2 - Visões do cancelamento



Fonte: Reis (2021).

Além disso, o seletivismo promovido pelo cancelamento pode ser mais bem compreendido quando analisado sob a ótica que essas divisões proporcionam, visto que elas trazem os mais variados pontos de encontro e desencontro sobre o fenômeno. Ser seletivo com o que é conveniente para si traduz essa particularidade da cultura do cancelamento e isso reflete-se nas projeções que criamos em relação ao outro. Além disso, as minorias (mulheres e pessoas negras, por exemplo) acabam sendo os principais alvos dentro desse cenário seletivista, enquanto um homem branco e hétero, por exemplo, não sofre consequências na mesma proporção. A ausência de discussões racionais contribui com o aumento da polarização dos atores sociais, que é potencializada pela não aceitação de ideias contrárias.

No Big Brother Brasil 21, podemos dizer que houve uma predominância das visões do cancelamento justiceiro e metodológico, pois estes mobilizaram muitas pessoas e escolheram alvos para serem vítimas dos principais ataques - corroborando com o viés seletivo que mencionamos. Nos capítulos seguintes, iremos explicar

melhor, a partir das análises, como os cancelamentos ocorridos na 21ª edição do programa podem ser compreendidos a partir das diversas lógicas e facetas desse fenômeno.

2.6 Motivações para o cancelamento

A cultura do cancelamento possui uma série de motivações que contribuem para a sua potência em sociedade: ação, omissão e associação. Esses pilares foram propostos por Luana Inocência e Débora Giunti (2022) quando ministraram um curso chamado “Cultura do cancelamento, influenciadoras e estigmas de gênero” durante o INTERCOM 2022 em João Pessoa, no qual estive presente.

Como ação, podemos compreender os mais diversos movimentos que fazem parte do ciclo do cancelamento e todas as suas principais consequências. Ela é potencializada pela motivação em conjunto em prol de algum acontecimento. Já na omissão, é a falta de posicionamento que se mostra como principal aliada da cultura do cancelamento, principalmente, em uma sociedade espelho que se projeta no outro. A falta abre espaço para o imaginado e, dessa forma, há maiores chances de surgirem mais críticas direcionadas ao cancelado. Por último, surge a motivação por associação, que compreende todo um conjunto de simbolismos das *affordances* das plataformas de redes sociais como, por exemplo, um *like* (curtida) no Twitter justificando a omissão.

As consequências da cultura do cancelamento também podem ter ligações com as motivações, visto que a ação influencia a forma como a repercussão se dará, tanto no online quanto offline; a omissão desencadeia a rejeição, e a associação é contemplada pela suspensão de contas em redes sociais e quebra de contratos. Trazendo de forma mais prática essa questão dos contratos, podemos resgatar as consequências mencionadas anteriormente sobre o cancelamento de Karol Conká: cancelamento da presença da cantora em festivais e da exibição em programa de TV. Em outros casos, como o da influenciadora Gabriela Pugliesi, houve ruptura de patrocínio com grandes marcas das quais ela era embaixadora. O que podemos identificar como ponto em comum em todas essas quebras é a perda monetária que também se reflete diretamente na reputação do cancelado.

Começamos o presente capítulo com uma contextualização a respeito do estado da arte acerca da cultura do cancelamento, conceituando-o a partir de outros

fenômenos contemporâneos como, por exemplo, a *desplataformização* e o ativismo digital que contempla a guerra em rede. Em seguida, um breve histórico do cancelamento foi introduzido, resgatando movimentos sociais importantes, o Black Twitter e o Me Too, que têm relação com a seção seguinte sobre tipos de cancelamento e suas possíveis nomenclaturas. Nesta seção, foi apresentada um quadro que permite compreender as mais variadas formas de ilustrar a cultura do cancelamento a partir de diferentes óticas. O capítulo seguiu com uma apresentação do *modus operandi* do cancelamento e as suas respectivas fases, trazendo o conceito de performance e ruptura, o que ocasiona as consequências desse fenômeno. Por fim, teve-se a apresentação das possíveis visões relacionadas à cultura do cancelamento, assim como as suas motivações, que podem ser configuradas em 3 principais pilares: ação, omissão e associação.

Após uma breve síntese do que foi apresentado até o momento, o capítulo seguinte desta pesquisa tem o intuito de apresentar a Teoria do Frame proposta por Erving Goffman, que permite adentrar de forma prática nos enquadramentos viabilizados pelo Big Brother Brasil e o cancelamento ao ajudar-nos a visualizar como ele se insere no dia a dia a partir das nossas interações sociais e como isso se reflete na sensação de medo, influenciando no nosso modo de agir, ou seja, nas nossas performances cotidianas.

3 TEORIA DO FRAME

Nós, como seres humanos, somos seres sociais. Uma das principais características que nos distinguem dos demais animais é a nossa capacidade de “construir, engendrar, transformar, não somente o mundo material, sensível, mas também as condições que nos permitem criar, distinguir e avaliar” (NUNES, 2007, p. 258).

Essas são reflexões que provém da *Frame analysis* — em português, Análise de Quadro — teoria desenvolvida por Erving Goffman, cientista social e antropólogo. Uma tentativa de compreensão da sociedade a partir dessa análise propõe que há sempre uma forma de como nos organizamos a partir de diferentes percepções e experiências que acaba por convencionalizar-se. A observação e a vivência nos “quadros” permite-nos constatar padrões que vão atualizando-se em diferentes contextos quando enquadrados as nossas atividades sociais. Nesse sentido, o enquadramento é entendido como uma definição de uma situação a partir das experiências e percepções que nos cercam, havendo limites para esses quadros que se projetam em diferentes dimensões simbólico-interpretativas das relações sociais, por exemplo. Por definição, pode ainda significar algo que serve para contextualizar e configurar, que vai além das noções de pró ou contra, favorável ou desfavorável, negativo ou positivo. O enquadramento

[...] acrescenta as possibilidades de respostas emocionais adicionais e mais complexas e também acrescenta uma dimensão cognitiva (crenças sobre objetos, bem como atitudes) [...] reconhece a capacidade de um texto – ou uma apresentação de mídia – de definir uma situação, definir as questões e definir os termos de um debate. (TANKWARD, p. 95, 2008)

É fundamental compreendermos que os enquadramentos refletem as características dos discursos das mídias e suas respectivas diferenças acerca de um tópico específico que pode ser apresentado de múltiplas formas. A análise de molduras diz muito sobre todas as estruturas que contemplam as experiências que os atores possuem em diferentes momentos e situações de suas vidas sociais.

As molduras, segundo Suzana Kilpp (2003), são territórios em que as pessoas, os fatos e os conceitos constroem significados que são tensionados, ou seja, fazem parte de um processo de desconstrução do audiovisual e dos modos como ele constrói seus mundos. A cultura digital é movida por meio de fragmentos e conexões que estão

em constante trânsito, produzindo sentidos que são atribuídos às pessoas e à sociedade. Portanto, podemos compreender todos esses fragmentos e conexões como “molduras”.

A intenção de Goffman ao propor a *Frame Analysis* era analisar a relação das “aparências” e performances dos atores com as suas respectivas realidades. Existem as “molduras primárias”, que podem ser definidas como molduras que tornam algo sem sentido em significativo, permitindo que os atores localizem, percebam, identifiquem e rotulem ocorrências. Em resumo, todas essas estruturas primárias de um determinado grupo social acabam constituindo um elemento central de cultura dos respectivos atores.

As projeções são abordadas desde estudos sociológicos e políticos até comunicacionais e psicológicos e, por isso, permitem-nos traçar uma grande relação com a cultura do cancelamento, visto que muitas vezes abarca todas essas dimensões. Ainda, é possível falar de nível metalinguístico e nível metacomunicativo (BATESON, 2002). O primeiro diz respeito a como a mensagem repensa a linguagem, considerando elementos implícitos e explícitos. Já o segundo, contempla elementos que definem a própria relação estabelecida entre os falantes. Esses conceitos são abordados por Gregory Bateson que, assim como Goffman, foi antropólogo e cientista social. Para ele, todo enquadro é metacomunicativo, e o enquadramento permite-nos identificar o tipo e a natureza da interação a partir de uma determinada situação (MENDONÇA; SIMÕES, 2012). Mais uma vez, a noção do contexto torna-se base para a compreensão de cada cenário que é estabelecido entre os atores.

Ainda, é importante ressaltarmos que Goffman utiliza bases conceituais da realidade social a partir da teoria de percepção da realidade, de William James, que, em vez de perguntar o que é realidade, parte do questionamento “em quais circunstâncias pensamos que as coisas são reais?”. Portanto, compreender as condições em que tais coisas acontecem é fundamental para a análise de molduras. Dessa forma, as interações demonstram como os atores envolvem-se em determinada situação, mobilizando enquadramentos com sentidos compartilhados.

É por meio de pequenas interações cotidianas que acabamos por organizar as nossas experiências como sujeitos no mundo. O conceito de “quadro teatral” abordado por Goffman (1986, p. 124) refere-se às nossas performances como atores nas diversas circunstâncias em que nos inserimos, ou seja, “uma performance, no sentido restrito [...], é aquele arranjo que transforma um indivíduo em um ator de palco [...] e

procurado por comportamento envolvente, por pessoas no papel de audiência”. A audiência serve como auditório imaginado, que permitirá uma maior compreensão do quadro e das articulações dos nossos posicionamentos.

Há também a possibilidade de sobreposições de quadros (GOFFMAN, 2002), que leva o nome de *Footing*, configurando-se como uma postura ou posicionamento que os interlocutores engajados em uma interação adotam. O *Footing* é “construído e transformado a partir dos discursos dos participantes de uma interação e está diretamente ligado aos enquadros dos acontecimentos” (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 190), ou seja, traduz o posicionamento dos sujeitos em determinadas situações. Dessa forma, os *Frames* e o *Footing* caminham juntos na existência intersubjetiva de uma coletividade.

Os valores sociais de cada enquadramento promovem pistas para analisar o desempenho de seus atores nos processos interativos, possibilitando que nosso olhar não se fixe somente no presente, mas se estenda para outras instâncias “ao identificar os quadros que orientam distintas situações interativas, investigam-se as formas como os sujeitos definem situações e agem no interior delas, atualizando valores sociais” (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 193). Isso reflete a potência da cultura do cancelamento ao atualizar-se conforme o passar dos anos, onde suas molduras delimitam sentidos que precisam ser interpretados e atualizados conforme a perspectiva adotada. É o resgate histórico do fenômeno que vai se ajustando e adequando às possibilidades que surgem, assim como o uso dos recursos que se mostram disponíveis. Por esse motivo, há também diferentes nomenclaturas para designar o cancelamento, como abordado no primeiro capítulo, visto que ele adquiriu essa característica múltipla e atualizada.

O objetivo do estudo e da análise de frames aplicados a fenômenos contemporâneos é justamente para entendermos que as ações promovidas pelos indivíduos refletem padrões estabelecidos, portanto, seu papel social é construído a partir disso. Esses padrões podem ser aprovados ou reprovados, e esse julgamento será dado a partir da audiência que recebe a mensagem. Para Goffman (1986, p. 562)

A vida cotidiana, bastante real em si mesma, muitas vezes parece ser um esboço laminado de um padrão ou modelo que é em si uma tipificação de um status de domínio bastante incerto. [...] A vida pode não ser uma imitação da arte, mas a conduta comum, em certo sentido, é uma imitação das propriedades, um gesto das formas exemplares, e a realização primordial desses ideais pertence mais ao faz de conta do que à realidade.

Portanto, pode-se inferir que os conceitos de performance e frame podem ser úteis ao analisarmos aspectos sobre atores, audiência e contextos específicos, como o caso do reality show Big Brother Brasil e suas controvérsias de casos de cancelamento. Nos próximos capítulos, tentaremos demonstrar como melhor compreender na prática todas essas intersecções.

3.1 Enquadramentos e molduras

A teoria do Frame de Goffman faz com que possamos nos conformar com o que acontece à nossa volta, visto que nos adaptamos a partir da percepção de padrões cotidianos. Quando pensamos em padrões, especialmente no século XXI, a cultura digital nos dá um bom panorama, visto que acaba reproduzindo-os com o auxílio dos algoritmos, por exemplo, por meio das performances sociais de cada ator que se encontra presente no mesmo espaço.

Traçar paralelos entre frames, padrões e cultura do cancelamento permite-nos usar o programa Big Brother Brasil em sua 20ª edição como propulsor e base dessa relação a partir das enunciações dos participantes. A edição 20 (anterior à que será analisada nessa pesquisa) é de extrema importância para compreendermos o que impulsionou e potencializou diversas ações que se refletiram no programa durante a edição 21. A preocupação dos participantes com o “auditório imaginado” surgiu a partir das controvérsias que foram desencadeadas na edição anterior como, por exemplo, o cancelamento de Felipe Prior devido a suas falas machistas ou de Bianca Andrade, conhecida como Boca Rosa, por não ter tomar partido em uma briga envolvendo misoginia da parte de outros participantes. A forma como esses cancelamentos repercutiram no ambiente digital, tomando grandes proporções e influenciando as vidas pessoais desses participantes, destacaram-se como os principais alertas das consequências de sofrer cancelamento por parte da audiência do programa.

Nas primeiras semanas da edição do BBB 21, os participantes estavam com medo de falar demais e desagradar o público, justamente por refletirem e resgatarem o que ocorreu na edição do BBB 20. Ainda, podemos ressaltar que alguns já tinham histórico de cancelamento na internet antes mesmo de entrarem no programa, como é o caso da Youtuber Vitória de Felice Moraes, mais conhecida como Viih Tube, que em 2016 publicou um vídeo em que cuspiu na boca de seu gato e foi muito criticada. Há também outros participantes, como o cantor e ator Filipe Galvão, mais conhecido

como Fiuk, que por medo do cancelamento fez aulas sobre feminismo antes de entrar no programa e, desde o começo da edição, demonstrou preocupação se o que falava continha algum tipo de preconceito e aproximou-se de pessoas que "militavam" dentro da casa.

Segundo Sales, Fontes e Yasui (2018), ao buscar entender o significado de militância, nos deparamos com uma sociologia do engajamento militante que pode atuar como um "adjetivo", qualificando uma forma específica de engajamento coletivo de sujeitos em causas (SAWICKI; SIMEANT, 2011), além da participação em movimentos em suas defesas a partir de uma formação de associações e agrupamentos com interesses em comum. Há múltiplas representações discursivas sobre militância na cultura, as quais constituem o imaginário acerca do tema com o intuito de sustentar opiniões, atuando como "uma metodologia para produzir ações coletivas a fim de intervir, ou interferir, nas normas sociais vigentes" (SALES, FONTES, YASUI, 2018, p. 568).

Trazendo o conceito de militância para o contexto de cultura do cancelamento e Big Brother Brasil, os militantes seriam o público/audiência responsável pela organização e planejamento de campanhas e operações a partir de uma visão conjunta (HARNECKER, 2012) para atingir um mesmo objetivo: ganhar de adversários. Essas ações são direcionadas ao "cancelado", principal alvo, e é exatamente nesse contexto que percebemos que o medo é um fator importante, uma vez que pensar sobre ele dentro da cultura do cancelamento é uma forma de encontrarmos as raízes que alimentam a forma como as pessoas acabam agindo frente a determinadas situações, principalmente quando se é vítima delas.

Nisso, a metodologia de análise de molduras permite-nos enxergar com mais clareza todos os aspectos que circundam as performances dos participantes nos contextos em que estão inseridos e como isso é desencadeado com o decorrer do tempo, influenciando não somente na própria ação dos participantes como na da audiência do programa.

No BBB 21, tornou-se comum o uso de palavras como "desconstrução" e "evolução" pelos confinados para justificar atitudes que poderiam ser encaradas como desagradáveis pelo público. Um bom exemplo é quando os brothers Fiuk, Caio Afiune, Rodolfo Matthaus e José Tiago Pereira, mais conhecido como Projota, desfilaram e posaram para fotos maquiados e imitando gestos femininos, e a participante Lumena Aleluia criticou a postura dos rapazes, lembrando que a aparente "brincadeira" deles

era sinônimo de violência para travestis e mulheres trans, e portanto, as atitudes foram apontadas como transfóbicas. Os participantes se comoveram e se desculparam, afirmando que não tiveram essa intenção.

Segundo um dicionário online de Português (DICIO, 2023), desconstrução é a ação de desconstruir, ou seja, de desfazer a construção de algo, e pode ser o ato ou defeito de causar danos. No sentido figurado, que é o sentido mais usado nas redes sociais, é também tido como um adjetivo e uma pessoa desconstruída é aquela que rejeita preconceitos e não se conforma com papéis convencionais ou opiniões consideradas hegemônicas. Já evolução, segundo o Dicionário de Significados (2023), é a ação, o processo ou o efeito de evoluir, ou seja, variação ou adaptação ao longo do tempo. Como adjetivo, significa um indivíduo que alcançou um grau avançado de civilização ou cultura, configurando-se como uma pessoa mais “mente aberta”.

As molduras, quando analisadas, referem-se ao significado que podem transmitir. Portanto, o frame caracteriza-se como metáfora ao que convencionalmente chamamos de “contexto” ou “configurações”, conforme já explicamos anteriormente. Nessa pesquisa, trabalharemos com duas formas de análise de molduras, que partem da perspectiva de teóricos diferentes:

- Metodologia das molduras de Suzana Kilpp (2003, 2010, 2018), que também agrega o método cartográfico. Nessa pesquisa, será aplicada para análise de vídeos relacionados ao cancelamento e ao Big Brother Brasil 21, disponíveis na plataforma Globoplay.
- *Frame Analysis* de Goffman (1986), para “atividades” discursivas. Nessa pesquisa, será aplicada para análise de tweets dos telespectadores do programa sobre a cultura do cancelamento a partir de palavras-chave.

Sendo assim, a partir dessa breve contextualização de ambas as edições do Big Brother Brasil que serão fundamentais para o desenvolvimento dessa pesquisa, reiteramos que ela se caracteriza por possuir um caráter interdisciplinar em seu escopo de análise e é composta de *corpora* visuais e textuais, principalmente derivados do Big Brother Brasil 21 e que serão apresentados de forma detalhada nos próximos capítulos.

3.2 A Internet e o medo do cancelamento

A *Frame Analysis* também pode ser considerada uma ferramenta analítica e metodológica utilizada desde meados da década de 1950 por Bateson e presente em diversos campos como Sociologia, Psicologia, Linguística e até mesmo em estudos de política e mídia sobre movimentos e debates sociais. O teórico Goffman define *Frames* como “esquemas de interpretação” que permitem que indivíduos possam compreender determinados eventos com intuito de identificar e rotular suas ocorrências em diferentes instâncias.

Para ele, os indivíduos criam e confiam em molduras para dar sentido às interações diárias, discursos e experiências sociais. Ainda, segundo Gamson e Modigliani (1989), a ideia de *Framing* — ou enquadramentos — é central e promove significado a uma sequência de eventos. Esses frames, juntos, promovem a compreensão de símbolos e elementos. Os autores Creed, Langstraat, Scully (2002, p. 36, tradução nossa) apoiam-se em Gamson para explicar o conceito de Frame de duas formas:

[...] *picture frame or window frame* definem limites e direcionam nossa atenção para quais eventos e textos são relevantes para nossa compreensão de uma questão ou situação. Como uma janela, vemos o mundo por meio de molduras que determinam nossa perspectiva, limitando nossa visão a apenas uma parte de um mundo complexo ao nosso redor. Ao mesmo tempo, podemos pensar em molduras em termos da “moldura de uma casa”, uma infra-estrutura invisível. Estrutura que une diferentes salas e suporta os blocos de construção [...]

Na comunicação, o *framing* é relevante para a construção de uma notícia, assim como para a sua recepção pelo público. Podem ser localizados em diferentes níveis, como discursos públicos e processamento de informações (textuais e imagéticas), por exemplo. Existem duas possíveis abordagens metodológicas para análise de frames: o método dedutivo e o método indutivo.

A primeira parte do pressuposto de categorias de enquadramento já pré-determinadas, enquanto o segundo constrói-se a partir da observação, assemelhando-se ao processo de cartografia e dissecação. Para a análise textual de tweets sobre a cultura do cancelamento no Big Brother Brasil 2021, será utilizado primeiro o método indutivo e, posteriormente, será aplicado o método dedutivo, com

foco em medir a frequência com que certos frames ocorrem em um determinado enquadramento.

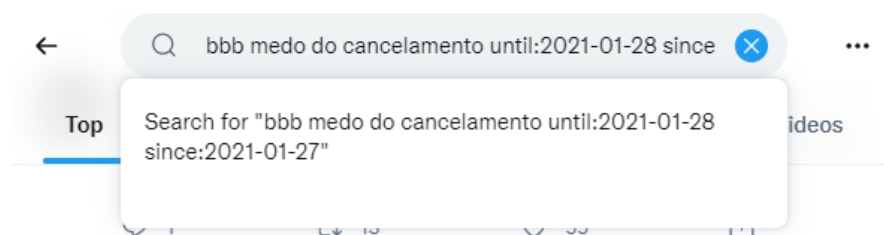
É responsabilidade do pesquisador encaixar os diversos sentidos desses quadros em categorias — ou enquadramentos — que permitam uma maior clareza sobre o assunto. Quando analisamos imagens, suas características centrais, que fazem com que se diferenciem das palavras, é que elas possuem um “sistema amplamente analógico de comunicação, enquanto as palavras são quase totalmente arbitrárias” (MESSARIS; ABRAHAM, 2008, p. 215). Essa distinção permite-nos concluir que a relação entre a maior parte das palavras e seus respectivos significados partem dos pressupostos interligados a convenções construídas socialmente, enquanto as relações imagéticas baseiam-se em similaridade ou analogias (MESSARIS; ABRAHAM, 2008).

A comunicação visual não possui de forma explícita “convenções sintáticas”, ainda que possua similaridades, pois essas estão, na maioria das vezes, implícitas na estrutura visual. Porém, essas características não anulam o fato de que as imagens são muito eficazes para o enquadramento e para a articulação de mensagens ideológicas, com capacidade de produzir “provas documentais” para apoiar o senso comum.

Sendo assim, é possível dizer que a análise imagética e seu estudo é tão relevante quanto o texto para as teorias de enquadramento. Segundo Paul Messaris e Linus Abraham (2008), um dos principais objetivos de pesquisas culturalmente orientadas sobre enquadramento é descobrir suposições através das quais a comunicação social pode afetar as percepções do público, assim como seus valores. Portanto, a investigação das imagens visuais, de igual forma, merece desempenhar um papel central nessas questões a partir das suas mensagens implícitas.

A identificação de palavras-chave (Figura 8) torna-se necessária para ambos os métodos, visto que elas direcionam o pesquisador a um melhor diagnóstico das ideias centrais em torno da construção dos frames (TOURI; KOTEYKO, 2014). Para essa análise, foram escolhidas três palavras-chave principais: “medo”, “bbb” e “cultura do cancelamento”, filtradas em um período específico: de 27 a 28 de janeiro de 2021, dias nos quais estava em alta o tema sobre medo do Cancelamento nas redes sociais.

Figura 3 - Palavras-chave na busca de tweets sobre a cultura do cancelamento no BBB 21



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 4- Resultado da busca de palavras-chave em tweets sobre a cultura do cancelamento no BBB 21



Fonte: Elaborado pela autora.

Os textos contêm elementos que se relacionam e interconectam por meio de algum conceito que, segundo Snow e Benford (1988), podem ser identificados como coleções de elementos de ideias unidos por esse conceito unificador que serve para pontuar, elaborar e motivar a ação sobre um determinado tópico.

A metodologia de análise de frames tem como um dos principais objetivos “entender como certos elementos da ideia estão ligados entre si em blocos de significado” em atividades discursivas, com o intuito de “classificar muitos pontos de vista e posturas como objetos de investigação” (CREED; LANGSTRAAT; SCULLY, 2002, p. 37-38).

A cultura do cancelamento e o Big Brother Brasil encontram no medo um sentimento que se reflete no agir dentro do programa, ou seja, na performance dos participantes e, também, em seu medo das controvérsias e seus desdobramentos. Com os tweets expostos, pode-se colocar em pauta questionamentos a respeito da origem desse medo: de onde ele vem? Como é construído? Assim, o sentimento é carregado junto de auditórios imaginados por cada participante, por exemplo, a partir de seus repertórios e frames.

Ao analisarmos o medo, a audiência pode ser identificada como uma das principais fontes para construção desse frame. Esses espectadores percebem as movimentações do entorno, projetando-as para outras pessoas. A seguir, compartilhamos um quadro com alguns termos utilizados pela audiência em tweets a respeito do BBB 21.

Quadro 7 - Termos usados pela audiência em tweets sobre a edição do BBB 21

Termos Usados pela Audiência	Significado do termo
Lacração	Originalmente era considerado um sinônimo de “arrasar” ou “mandar bem”, adotado principalmente pela comunidade LGBTQ+. Com o passar do tempo, começou a ser usado para referir-se a algo negativo, como uma forma de crítica irônica sobre quem promove um discurso extenso de defesa às minorias.
Discursinho	Exposição oral de um texto que trata de um ou mais assuntos e que é normalmente preparado e organizado com antecedência para ser proferido em público.
Imagem de coitado	Pessoa que se passa por vítima.
Vítima	Qualquer pessoa que tenha sofrido danos físicos ou emocionais em si mesmo ou em seus bens. Relaciona-se também com a “imagem de coitado”.
Teatrinho	Encenação de uma história ou drama por parte dos atores com intuito de chamar a atenção.

Militância	Prática da pessoa que defende uma causa e busca a transformação da sociedade através de diversas ações.
Personagem	Refere-se ao conceito de “teatrinho”, visto que é utilizado como se a pessoa estivesse desenvolvendo uma nova “persona” para atuar em cada contexto que se instaura.

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir desse quadro, podemos perceber que os participantes do reality show acabam criando “escudos” de proteção para não sofrer o cancelamento do público. Entretanto, esse auditório imaginado não enxerga com bons olhos esse tipo de postura e as controvérsias acabam não tendo um fim. Essa falta de aprovação pode ser identificada pelo uso da ironia na maioria dos termos utilizados pelo público em seus tweets principalmente por meio do sufixo diminutivo “-inho”, por exemplo, em “discursinho” e “teatrinho” que se relacionam com a “imagem de coitado”, “vítima” e “personagem”. Essas questões nos levam a refletir toda a ideia de performance proposta por Goffman (1975) e demais autores, visto que refletem sobre a forma como os atores comportam-se socialmente frente a determinadas situações.

Ao direcionarmos nossa atenção para a audiência poderemos observar que há o estímulo à cultura do cancelamento através de controvérsias e discussões polêmicas que são potencializadas pela rede nas interações dos atores envolvidos.

3.3 Rupturas performáticas

O enquadramento incorreto, ou ambiguidades, foi denominado por Goffman (1986) como ‘misframing’, ou seja, um sujeito pode ou não estar errado a partir da visão do público/audiência. Portanto, recorrer ao Big Brother Brasil 20 para compreender as sequelas na edição 21 faz parte de todo o processo investigativo, além de ser um aprendizado para os participantes das edições mais recentes. Os quadros criados são redesenhados e adaptados para outro cenário, com contexto semelhante, mesmo que os participantes sejam completamente diferentes. Como vimos no capítulo sobre cultura do cancelamento, existe um *modus operandi* que é caracterizado por fases, e o medo as antecipa ou, muitas vezes, caminha junto a elas.

Outra forma para designar a quebra de performance é a “ruptura do quadro”, termo criado por Goffman (1986) que também faz referência às falhas dos atores em manter a atenção desejada. Segundo o autor,

A impropriedade de uma pessoa pode criar impropriedades por parte de outras. E, mesmo que o indivíduo mantenha pouco ou muito envolvimento, ele terá motivos para administrar a exibição desse envolvimento a fim de minimizar seu efeito perturbador sobre os outros participantes (GOFFMAN, 1986, p. 345).

Com isso, as fases do cancelamento servem para exemplificar essa administração de exibição/performance dos atores cancelados sobre os demais, sejam eles os participantes do programa ou a própria audiência. Os indivíduos, ao gerenciarem performances em prol de suas legitimações diante dos demais a partir dos processos de interações, dependem de aprovações.

As existentes dinâmicas de autoapresentação do sujeito são guiadas pelas performances de si, que envolvem marcadores como autorreflexão (imagem de si que o sujeito projeta) e alorreflexão (o que é feito com essa imagem pelos demais sujeitos em dado espaço), que segundo Figueiredo, Moraes e Polivanov (2017) são atravessados pela esfera cultural e do consumo.

Nas redes sociais digitais, a tentativa dos sujeitos de manter a construção de *self online* coerente segue uma constante busca pela “coerência expressiva” (SÁ; POLIVANOV, 2012) ou narrativa biográfica consistente. Ainda, podemos resgatar o que Giddens (2002) postula como narrativas de si a partir de um processo de autorreflexão na alta modernidade promovido pelos sujeitos com o intuito de compor suas identidades. Portanto, a tentativa de manter uma coerência expressiva consiste em demonstrar relevância para a audiência ou público imaginado a partir da performance intencionada.

É através de um processo reflexivo que

os indivíduos constroem micronarrativas de seus próprios *selves* tanto *online* quanto *offline* [...] nem sempre tais micronarrativas se mantêm de acordo com as intencionalidades dos atores sociais, gerando o que estamos chamando de rupturas ou invalidações nas performances de si (FIGUEIREDO; MORAES; POLIVANOV, 2017, p. 5, grifos dos autores).

A ruptura é marcada pelas falhas, que acabam expondo incoerências sobre nossos *selves* ou, também, performances percebidas como *fakes* ou inautênticas pela audiência (POLIVANOV; CARRERA, 2019).

Quando trazemos essas questões para o cancelamento, por exemplo, percebemos que os sujeitos não performatizam a si mesmos sós, mas em conjunto com todos os atores humanos (canceladores e cancelados) e não humanos (redes sociais) envolvidos no processo, mediando e transformando as práticas sociais. Por isso, a coerência expressiva é tão importante para evitar que um cancelamento ocorra, visto que “cabe ao ator, dessa forma, gerenciar a sua representação considerando o contexto situacional no qual se encontra e o nível de informação que a plateia detém a respeito dele, isto é, planejando a melhor maneira de encenar o espetáculo” (POLIVANOV; CARRERA, 2019, p. 80). O olhar voltado para a ruptura performática em redes sociais digitais permite-nos compreender o *modus operandi* que dá início ao ciclo de vida da cultura do cancelamento, assim como as suas consequências e repercussões, que são distribuídas entre os atores sociais envolvidos nesse conjunto de acontecimentos.

Nesse capítulo, relacionamos as perspectivas da teoria do frame com a cultura do cancelamento, fazendo associações com o reality show Big Brother Brasil, permitindo compreender como podem relacionar-se para contextualizar o fato de que nos adaptamos socialmente a partir da percepção de padrões.

No capítulo seguinte, será apresentada uma contextualização a respeito do gênero reality show e suas relações com a performance do eu, assim como um breve histórico do Big Brother Brasil e todas as suas transformações no decorrer dos anos. Por fim, faremos uma análise da edição do BBB 21, trazendo um resgate descritivo das particularidades da edição e elencando os participantes que foram alvos de cancelamento pelo público durante o programa.

4 REALITY SHOW COMO GÊNERO TELEVISIVO

A própria tradução do termo “*reality show*” já nos dá pistas sobre algumas características deste gênero televisivo: um “show da realidade”. Esse gênero mistura elementos ficcionais com a própria realidade na qual estamos inseridos por meio da manipulação de programas em diversos níveis e dinâmicas que vão desde o controle em ambientes com o auxílio de câmeras vigilantes até a presença de uma grande equipe de produtores, roteiristas, apresentadores, entre outros. Entretanto, podemos identificar que outros gêneros acabam por ser incorporados em sua estrutura (OLIVEIRA, 2021), como as características da dramaticidade que vêm das telenovelas e a narração de fatos do jornalismo, por exemplo.

Os reality shows, portanto, fazem parte desse grande conjunto de gêneros televisivos que chamamos de “*Reality TV*”, em português, “TV realidade”, que tem como uma de suas principais características a apresentação do cotidiano e de pessoais reais, abrangendo uma série de programas e quadros televisivos em formatos variados. São alguns exemplos de realities os de competição musical, culinária, resistência, etc. A *Reality TV* objetiva trazer o público real para dentro desse universo televisivo, contribuindo para demonstrar a veracidade do que é produzido (ROCHA, 2009), tentando ao máximo aproximar a audiência dos participantes e de suas personalidades, crenças e motivações, que, a partir das ideias de Jenkins (2006), intensificam a sensação de proximidade. Segundo Rocha (2009, p. 3), é fundamental compreendermos que a *Reality TV* agrega o “uso de elementos de linguagem que enfatizam o referente e geram simulações que aproximam a ficção e a realidade”, e dessa forma, acaba por promover protagonismo ao mundo real.

Direcionando um olhar histórico para os realities, segundo Hill (2009), foi a partir do fim dos anos 1980 que eles acabaram sendo reconhecidos, e a autora intitula essa época como a primeira onda desse gênero. As produções eram caracterizadas por uma narrativa de apresentação de crimes e serviços de emergência, denominadas de ‘infoentretenimento’. A segunda onda, que aconteceu por volta dos anos 1990, era direcionada a estilos de vida, reformas de casas e viagens. A terceira e mais atual, do século XXI, inaugura os formatos de experiências sociais com os primeiros reality shows de confinamento. Segundo Rocha (2009, p. 2),

Se, em certa etapa de seu desenvolvimento, ela (a televisão) procurou reproduzir mimeticamente o cotidiano vivenciado pelo público, agora vai além, quer trazê-lo para dentro da máquina, para o interior da programação como marca de veracidade. Trata-se de uma estratégia na qual o referente, o mundo sensível e real, o mundo vivido se torna o grande protagonista da TV, ele é o personagem principal e estrutura essa forma de televisão que tem sido denominada como reality TV, a TV realidade.

Para melhor visualizar os marcos históricos do *Reality TV*, podemos colocá-los em uma breve linha do tempo que se inicia em 1992 com a exibição do primeiro reality show do mundo na MTV, o “*The Real World*”, apresentando pessoas comuns convivendo em um espaço isolado, sendo filmadas e assistidas pela audiência interessada. Houve também as edições brasileiras desse mesmo programa, entretanto, acabou não alcançando os resultados esperados.

Após esse período, estreou o “No Limite”, promovido pela Rede Globo em 2000 e, no ano seguinte, o SBT apresentou o “Casa dos Artistas”, que marcou a explosão do gênero reality show no país. Na história da televisão, há também três fases do reality show definidas por Castro (2006): a primeira nos anos 1970, quando a TV volta-se para as pessoas em busca de audiências; a segunda nos anos 1980, quando as audiências começam a ir até a televisão, contando suas vidas e problemas; e, por último, a terceira, nos anos 1990, quando as exigências de recuperar os investimentos e aumentar as audiências geraram uma maior produção de reality shows, expondo a vida privada das pessoas em um espaço público.

Em um reality show, para Gama (2015), há dois componentes fundamentais: a fama acessível a pessoas desconhecidas e a satisfação de saber o que se passa na vida dos outros. Ainda complementando os componentes apresentados, segundo Stefano (2016, p. 29), quem assiste realities pode ter:

[...] a curiosidade em querer saber o que se passa na vida das pessoas, na maioria das vezes, pessoas comuns como o telespectador, e a satisfação de ter essa curiosidade sanada; e a espetacularização das práticas simples do dia a dia, que são transformados em grandes momentos pela mídia [isso] cria uma espécie de identificação por parte dos telespectadores, que escolhem aqueles que mais gostam para proteger e até mesmo perceberem nas atitudes dos participantes uma forma de autoconhecimento. O diferencial deste gênero na televisão está ligado ao conteúdo, feito por fatos reais, sentimentos humanizados e que trata de questões e problemas do cotidiano.

O cotidiano retratado em reality shows, apesar de ser manipulado, promove a discussão de assuntos que são de interesse da sociedade. A realidade e a ficção acabam fundindo-se em uma só, e a televisão passa a ser uma produtora da realidade

(ECO, 1984). Para Mateus (2012), a centralidade do cotidiano confere um protagonismo a indivíduos, até então anônimos, que acabam promovendo também uma maior identificação no público.

É isso que faz o BBB, pois a maior parte das edições contou com pessoas comuns realizando tarefas do dia a dia em uma casa, por exemplo. Essa cultura crescente do reconhecimento de histórias de pessoas anônimas, segundo Campanella (2012), permitiu que surgisse uma linha cada vez mais tênue das fronteiras entre o público e o privado, contribuindo para o “retorno do real” e para a preocupação com a autenticidade.

É por meio dos reality shows e do uso constante de redes sociais que acabamos “penetrando na intimidade” do outro, ou seja, quando estamos no papel de espectador, participamos ativamente em modalidades de exposição. Segundo Fernanda Bruno (2013, p. 69),

Se o eu se constitui na imagem e como imagem, é preciso que ele tome para si seus atributos contemporâneos, ampliando a sua margem de interatividade. O eu-imagem deve ser reativo ao olhar do outro. Sua autenticidade não mais se esconde por trás de signos a interpretar, mas se constitui no ato mesmo de se fazer ver pelo outro.

Portanto, ao refletirmos sobre o conceito de autenticidade, temos que considerar a relação entre existir, ver e ser visto. Todos esses aspectos são fundamentais em uma dinâmica de programa como o Big Brother Brasil, por exemplo, em época de votações abertas ao público que decidem o futuro dos participantes. Para Bruno (2013), é também por meio do compartilhamento de conteúdos nas redes que os espectadores participam ativamente da composição da imagem dos atores envolvidos, tanto para si quanto para os outros. A autenticidade “reside na possibilidade de parecer outro. A terapêutica, neste caso, opera prioritariamente no âmbito da imagem, da aparência, da exposição ao olhar do outro, que deve testemunhar o abandono do que se rejeita e se reprova” (BRUNO, 2013, p. 74).

Tanto nas redes sociais como nos realities, a lógica contemporânea permite-nos enxergar um convite à vida real para “participar, interagir, julgar, colaborar e, sobretudo, ela é tentada insistentemente a se produzir para e nas telas” (SIBILIA, 2015, p. 355). Dessa forma, a nossa vida cotidiana, segundo a autora, acaba fazendo parte desse “*modus operandi*” e torna-se espetacularizada mesmo sem a presença das câmeras.

O Big Brother Brasil permite-nos identificar na prática como ocorre a articulação das performances, tanto dos participantes quanto da audiência, com relação ao decorrer do programa e a sua respectiva ligação com a autenticidade. É na nossa crescente familiaridade com os meios de comunicação que articulamos cada vez mais essas relações da vida como sendo “sequências de performances conectadas”, segundo Schechner (2003, p. 49), que se assemelha a atuar ou encenar. Considerando a performance como atuação, os termos utilizados pela audiência do BBB 21, como “teatrinho” e “personagem”, que vimos na análise dos tweets, corroboram as definições e ideias de Schechner (2003) com relação ao conceito da vida parecer-se cada vez mais como uma narrativa midiática e de interpretação para os que nos assistem. Ainda, para o autor, nossos comportamentos cotidianos podem ser marcados, emoldurados ou acentuados e, nesse trabalho, quando falamos sobre cultura digital, é preciso resgatar as definições de frame expostas no capítulo anterior, cujos emolduramentos, ou enquadramentos, refletem as características dos discursos das mídias. Portanto, de acordo com essa visão

[...] se hoje vivemos performando para “aqueles que assistem”, acentuando nossos comportamentos cotidianos visando a seduzir os espectadores, é porque as atuais condições de vida nos levam a fazer isso: calcular, estudar, ensaiar e emoldurar nossos próprios gestos do dia-a-dia, como se o objetivo fosse enquadrá-los para que o público possa apreciá-los. (SIBILIA, 2015, p. 356)

A performance é responsável por destacar a encenação, enquanto a autenticidade reivindica o contrário (SIBILIA, 2015) e é por isso que a autora faz uma provocação: É possível que vivamos, atualmente, tanto na “era da performance” como na “era da autenticidade”? O programa Big Brother Brasil veio para mostrar que sim, é possível. Ao passo em que há desejo para autotransparência, há também a fragmentação de nossas identidades no contexto contemporâneo, que são “flexíveis, múltiplas, epidérmicas, fluidas e mutantes de ser e estar no mundo. Ou seja: modos de vida performáticos” (SIBILIA, 2015, p. 358).

A nossa cultura atual configura-se por meio de lógicas de visibilidade e pela busca da espetacularização de si, e isso faz com que tenhamos o desejo de performar, ou seja, mostrar-se atuando e sendo sujeitos no mundo (SIBILIA, 2015). Essa exposição e transparência contribuem com uma possível definição de autenticidade.

O reality show precisou reinventar-se ao longo dos anos para acompanhar esse avanço da cultura digital e dos meios de comunicação. Um programa como o Big Brother Brasil, que antes contava somente com transmissão televisiva, hoje faz parte de um cenário transmidiático que se sobrepõe em diferentes dimensões. Essa reinvenção pode ser caracterizada por várias instâncias – produção, integração, experiência – do entretenimento, nas quais a concorrência com outras plataformas de mídias integradas pelas tecnologias de comunicação é predominante (TAFNER, 2021).

A transição da nossa forma de consumir entretenimento fez com que o BBB fosse um dos primeiros a adaptar o consumo de conteúdo entre a mídia tradicional e as redes sociais (GARIBE, 2020). Nas primeiras edições do programa, por exemplo, o que a audiência desejava era imaginado de outra forma. Já nas edições mais recentes, o uso de artefatos digitais contribuiu para isso, visto que existem muitas formas de interações com o público tanto nas redes sociais como na própria plataforma do GShow com enquetes e votações no decorrer do programa que contribuem para maior interatividade.

Na edição de 2021, o modelo seguiu como o do ano anterior, onde os participantes da casa eram separados em dois grupos: Pipoca e Camarote. Segundo Tafner (2021), o sucesso da edição pôde ser mensurado de diversas formas, entre elas: temporada de maior audiência dos últimos nove anos; maior *share* da TV brasileira em 2021; maior *share* do BBB desde 2010, com 163 milhões de brasileiros “de olho” no programa (em média 40 milhões por exibição), sendo 35 milhões de jovens, 53 milhões da classe A e B e 78 milhões da classe C; audiência de 27,3; *share* de 51,4; alcance diário de 39 milhões de pessoas.

O BBB 21 chegou sendo anunciado como o “Big dos Bigs”, com a missão de superar os recordes da temporada de 2020, com grandes marcas anunciando e uma fila de espera de mais de 30 anunciantes para pegar carona no sucesso do programa, que serviu de vitrine para as maiores marcas do país (TAFNER, 2021, p. 9).

O “ao vivo” dos reality shows também foi resignificado, tornando-se parte de todo esse novo circuito de consumo de entretenimento. O telespectador, além de observar o que é transmitido, acaba por intervir no curso dos programas. A TV fragmentada (DE WOLTON, 1996) ou do modelo *broadcasting* para *narrowcasting*

(VAN DIJCK, 2007) abriu espaço para a fase individualista (KATZ, 2009), marcada pelo protagonismo do telespectador.

O *narrowcasting* constitui uma fragmentação de audiências que surge a partir da explosão de múltiplos canais digitais e pode ser compreendido como uma parte democrática do futuro tecnológico (SMITH-SHOMADE, 2004), que abre espaços para interesses de grupos específicos, desempenhando um papel significativo nesse ambiente multicanal. *Narrow* significa estreitar, portanto, *narrowcasting* tem o potencial de combinar pessoas com interesses semelhantes ao atravessar linhas raciais, étnicas e de gênero com o intuito de disseminar essas informações para audiências menores.

Ao colocarmos em destaque as interações dos telespectadores, determinados programas como o Big Brother Brasil contemplam o uso da “segunda tela” para sincronizar interações do “ao vivo” com as mídias sociais. Segundo Campanella e Almeida (2017, p. 7),

Experiências ligadas à social TV, como o uso de uma segunda tela sincronizada ao aparelho de TV ou a interação realizada entre os telespectadores nas mídias sociais em tempo real, por outro lado, revalorizam a visualização síncrona e ressignificam a experiência do direto na TV.

Esse movimento de multiplataforma gerou muito mais visibilidade para os assuntos em torno dos reality shows. Portanto, acabam sendo diversas as formas de espetacularização no contemporâneo por meio das mídias, sejam elas na TV ou na segunda tela. “A espetacularização é um processo, não um ato, um evento ou um acontecimento no qual algo se enquadra nos parâmetros específicos do espetáculo” (GARCIA; VIEIRA; PIRES, 2006, p. 3). Portanto, a espetacularização não está só na forma de demonstração do conteúdo, mas sim como as pessoas agem socialmente com relação à exposição e necessidade de cuidado de imagem, do *self*. Essas características são bem marcantes do gênero reality show e destacam-se como um dos principais gatilhos para erupção de controvérsias nas redes sociais quando há uma ruptura de performance (CARRERA; POLIVANOV, 2019) por parte do participante a partir da construção de diferentes personas.

4.1 Histórico do Big Brother Brasil e suas transformações

O Big Brother Brasil é um reality show exibido pela emissora Globo que possui 22 edições até o presente momento. Ele foi inspirado no livro *1984* (1949), do britânico George Orwell, onde há o Grande Irmão, em inglês, Big Brother, dando origem ao nome do reality. O Big Brother, personagem central do livro, é o líder supremo da fictícia Oceânia e controla toda a população, onde todas as pessoas são observadas por “telas” que têm a função de monitorar, gravar e espionar a intimidade da sociedade.

Em setembro de 1999, aconteceu a primeira edição de Big Brother no mundo, exibida por um canal holandês, com sede em Amsterdam. A ideia do programa foi de John de Mol Jr., fundador da Endemol, após a emissora buscar um produto que pudesse chamar a atenção do país inteiro. O Big Brother tornou-se um sucesso de audiência e no quesito comercial, fazendo com que o formato se estendesse para outros países, que compraram os direitos autorais para exibir seu próprio programa. No Brasil, o Big Brother chegou em 29 de janeiro de 2002, alguns anos depois da sua estreia mundial na Holanda. A emissora Globo comprou os direitos autorais da Endemol.

O programa passou por muitas mudanças ao longo dos anos até chegar em sua versão mais atual, acompanhando a evolução da cultura digital no formato em que é apresentado ao público e aos participantes. Do BBB1 ao BBB10, apenas duas mulheres venceram o programa; porém, do BBB16 ao BBB21, houve uma sequência de mulheres vencedoras. A partir dessa análise, podemos perceber que com o avanço do uso das redes e maior capacidade de comunicação, o protagonismo feminino ganhou mais espaço no programa de forma tanto positiva quanto negativa, porque, como veremos a seguir, as mulheres também são alvos mais frequentes de cancelamento, cujo suas rejeições em paredões no BBB21 foram maiores do que a da maioria dos homens presentes nessa edição. A seguir, apresentamos um quadro onde é possível identificarmos um breve histórico das edições prévias do BBB a mais recente, até o presente momento de entrega da dissertação.

Quadro 8 - Histórico de edições do BBB e algumas características

Edição	Ano	Vencedor	Sexo	Marco tecnológico
BBB1	2002	Kleber Bambam	Homem	
BBB2		Rodrigo Leonel		
BBB3	2003	Dhomini		Inicia a votação por SMS (mensagem de texto)
BBB4	2004	Cida dos Santos	Mulher	
BBB5	2005	Jean Wyllys	Homem	Acompanhamento do programa por meio de blogs, o pioneiro foi o blog "De Cara Pra Lua"
BBB6	2006	Mara Viana	Mulher	
BBB7	2007	Diego Alemão	Homem	
BBB8	2008	Rafinha		Divulgação por meio da rede social Orkut
BBB9	2009	Max Porto		
BBB10	2010	Marcelo Dourado		
BBB11	2011	Maria Melillo	Mulher	
BBB12	2012	Fael Cordeiro	Homem	
BBB13	2013	Fernanda Keulla	Mulher	
BBB14	2014	Vanessa Mesquita		
BBB15	2015	Cezár Lima	Homem	
BBB16	2016	Munik Nunes		
BBB17	2017	Emily Araújo		
BBB18	2018	Gleici Damasceno		

BBB19	2019	Paula von Sperling	Mulher	
BBB20	2020	Thelma Assis		Ingresso dos influenciadores digitais como participantes do programa.
BBB21	2021	Juliette Freire		Administradores (adms) ganham destaque da mídia
BBB22	2022	Arthur Aguiar	Homem	

Fonte: Elaborado pela autora.

As diversas transformações na forma da transmissão do programa em paralelo com o avanço digital contribuíram com a interatividade — marcada pela era multiplataforma — e para o movimento das edições. Assim, a edição do ano de 2020 tornou-se um marco importante: foram introduzidas duas categorias de participantes, Camarote e Pipoca.

Portanto, o BBB misturou famosos e anônimos em seu elenco de participantes na disputa pelo prêmio máximo, com dinâmicas como o jogo da discórdia, a prova do líder (podendo ser de resistência) e a prova do anjo. Até então, somente pessoas não famosas competiam no reality. Essa nova estratégia mudou a forma não só como os telespectadores consomem o programa, mas como os próprios participantes o jogam, pois suas imagens já consolidadas do lado de fora da casa estão em constantes jogos de instabilidade.

Quando falamos em influenciadores digitais, é possível compreender melhor os conceitos abordados nessa pesquisa, principalmente o de autenticidade. Segundo Abidin (2021), é importante pensar primeiramente na ideia de celebridade da internet, que coloca em pauta a presença midiática com grande visibilidade *online*. Ainda, para a autora, a visibilidade pode ser atrelada a qualidades tanto positivas quanto negativas e, dessa forma, um dos principais atributos das celebridades da internet seria o “acúmulo de uma audiência que recebe certo tipo de informação, assiste, reconhece e contribui, de certo modo, oferecendo alta visibilidade para esses sujeitos midiáticos” (ABIDIN, 2021, n.p.). O influenciador digital acaba sendo um tipo de celebridade da internet, que cultiva sua fama por meio da reputação e busca transformar essa visibilidade *online* em algo remunerável.

Entender influenciadores digitais implica em investigar em qual lugar do espectro de visibilidade um influenciador está. Tanto o influenciador quanto a celebridade da internet, segundo Abidin (2021), estão engajados em alguma forma de trabalho digital, que pode ser entendido como um trabalho que os indivíduos desempenham para promover a autoatração de atenção a fim de ganhar retorno e atenção do público. No Big Brother Brasil, o trabalho digital pode ser identificado nas duas categorias de participantes (Pipoca e Camarote), porque existem os administradores das contas de suas respectivas redes sociais.

Esses administradores, também chamados de “adms”, são os responsáveis por gerenciar as redes sociais dos participantes enquanto eles estão confinados no programa. São tratados como agentes, administradores ou moderadores, e há *adms* profissionais das áreas de publicidade e marketing digital, mas também amadores, como amigos e familiares dos participantes. Portanto, sua principal função consiste em construir uma reputação e uma visibilidade positiva para a pessoa da qual estão gerenciando os perfis, como monitorar o reality show 24 horas por dia (com turnos revezados); publicar posts e interagir com o público nas redes sociais; mobilizar mutirões nos dias de paredão e *hashtags* positivas; publicar notas à imprensa referentes a polêmicas e projetar uma imagem do participante pós-BBB.

Os *adms* são peças fundamentais do jogo para manter a reputação do participante do lado de fora da casa, atuando em conjunto com o que ele desempenha dentro do programa. Suas estratégias de visibilidade precisam ser muito bem pensadas e articuladas para elevar a autenticidade do participante e fazer com que o público dê suporte e demonstre interesse por meio de torcidas. Entretanto, é necessário que haja uma narrativa coerente do participante dentro e fora do programa, pois caso ela não seja identificada, há grandes chances de quebra de expectativa que se encaminha para o fenômeno conhecido por todos: o cancelamento. Para os *adms*, lidar com cancelamento no Big Brother Brasil consiste em tentar manter a reputação de um participante mesmo sem contato direto com ele. O caso de Karol Conká na edição de 2021, que descrevemos nos capítulos anteriores, é um ótimo exemplo de crise de imagem e cancelamento, onde a equipe não conseguiu lidar da melhor forma e a situação acabou virando uma “bola de neve” de ódio coletivo. Neste contexto, é ativado o mecanismo de silenciamento a partir do trabalho de visibilidade, onde o cancelado - ou sua equipe - opta por afastamento das redes e/ou desativa comentários nas publicações, evitando receber ainda mais críticas.

Os influenciadores digitais podem ser compreendidos como produtos da cultura popular, ou seja,

[...] podemos lê-los como um texto cultural popular na medida em que servem a muitos propósitos. Às vezes eles representam a realidade, às vezes eles moldam a realidade, às vezes eles refletem a realidade e há muitos tipos de influenciadores. É difícil dizer qual será o mais popular, qual será o mais receptivo, porque tanto indústria quanto gênero são muito diversificados. Da mesma forma, os públicos também são diversos (ABIDIN, 2021, n.p).

A espetacularização do *self*, ou seja, exposição excessiva do eu, configura a visibilidade dos influenciadores na cultura das redes. O olhar do espetáculo, para Karhawi (2018), também é o olhar do outro que se constrói para ser visto. Assim, quando se trata de BBB, os participantes são responsáveis pela produção de sua visibilidade, e a internet atua como facilitadora desse processo com diversas ferramentas. Para a autora, a visibilidade também é entendida como premissa para as relações sociais contemporâneas.

4.2 Big Brother Brasil 21: O Big dos Bigs

O contexto relacionado à pandemia da Covid-19 foi um acelerador para o sucesso da 21ª edição do programa Big Brother Brasil. Isoladas em suas casas, as pessoas usavam o entretenimento para distração. Além de cuidarem da própria vida, essa mesma responsabilidade era atribuída aos participantes do programa. O formato no qual o BBB atualmente é transmitido — que permite acesso às câmeras 24 horas por dia no *pay-per-view* — intensifica ainda mais a relação entre os telespectadores e os participantes.

Entre janeiro e fevereiro de 2021, início do programa que marcou a edição deste ano, mais de 2.8 milhões de usuários diferentes no Twitter já haviam mencionado o BBB em mais de 41.4 milhões de publicações. Já na TV, a audiência foi de 8.1 milhões de pessoas (BBB 21..., 2021, n.p.). Pode-se dizer que a recente mudança nas escolhas de participantes do BBB é pensada a partir das dinâmicas da internet (AMARAL, 2021), e isso acaba contribuindo para uma transposição de conteúdo que transita entre as diferentes mídias, sejam digitais ou televisivas.

Essa nova dinâmica permitiu que o programa retomasse sua audiência e mobilizasse outros tipos de debate com maior nível de engajamento nas mídias sociais

– e é exatamente nesse contexto que a cultura do cancelamento floresce e está situada. O Big Brother Brasil age como um produtor constante dos tipos de conflitos que desencadeiam ciclos midiáticos (REIS, 2021), proporcionando uma experiência de entretenimento composta por acontecimentos dentro e fora da casa que carregam diferentes discursos. O programa tem uma duração de aproximadamente três meses, o que auxilia na movimentação em torno de possíveis pautas sociais e políticas a partir dos seus desdobramentos em rede. Por ser um programa de porte nacional, o seu alcance midiático é vasto e, uma vez que algum assunto se torna viral, sua divulgação é potencializada. Dessa forma, quanto mais tempo de programa, maior a possibilidade para o surgimento de discussões tanto dentro como fora da casa.

O BBB 21 estreou no dia 25 de janeiro e, logo nas primeiras semanas, gerou muitos acontecimentos que despertaram discussão tanto dentro como fora da casa (redes sociais digitais). Porém, há algumas particularidades da edição que são importantes de serem mencionadas e destacadas, pois impulsionaram as discussões com pautas sociais, culturais e políticas que serão abordadas.

A edição de 2021 também foi marcada pela presença de grandes torcidas para os participantes, que se intensificaram no decorrer do jogo, principalmente nos períodos de votação e eliminação. Alguns conflitos também surgiram desde as primeiras semanas, como um pedido para sair do programa, uma polêmica sobre pessoas transexuais, assuntos sobre negritude e até a humilhação de participantes com falas racistas, transfóbicas, xenofóbicas, machistas, entre outros, por outros participantes.

Sendo assim, a cultura do cancelamento potencializou-se por meio do medo que transpassou cada um dos participantes, influenciando suas formas de agir dentro do programa. As primeiras semanas e suas controvérsias foram importantíssimas para o decorrer da edição, visto que as sementes de ódio foram germinando paulatinamente durante todo o programa. Em comparativos com a edição anterior, o BBB 21 teve um comportamento oposto no que diz respeito à viralidade na internet em impulsionar a carreira, visto que gerou muitas heranças de cancelamentos para alguns participantes, influenciando em suas carreiras já consolidadas. Isso fez com que a gestão de imagem se tornasse uma das principais aliadas de quem era eliminado.

Além do cancelamento estar presente em dinâmicas que surgiram durante a edição, ele tornou-se pauta em várias manchetes na internet (Figura 5) fazendo com que o assunto voltasse para o repertório midiático.

Figura 5 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21

Cancelado? Quem tem medo do cancelamento?

Hoje em dia a cultura do cancelamento parece ter virado moda e o BBB tem feito essa discussão ganhar mais destaque

Fonte: Jornal de Brasília, 2021.

Figura 6 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21

Por que 'BBB21' se tornou edição do 'medo de cancelamento'?

Vontade de bombar carreira, olho nos seguidores e medo de perder contratos pesam tanto quanto o prêmio na hora de guiar comportamentos. Mesmo com medo, há cancelados.

Fonte: G1, 2021.

Figura 7 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21

BBB21 é dominado pelo medo do cancelamento na primeira semana

O reality show teve uma marca em sua nova edição: discursos alinhados para não causar espanto no público das redes sociais

Fonte: Metrôpoles, 2021.

Figura 8 - Manchetes sobre a cultura do cancelamento no BBB 21

Jovem Pan > Programas > Pânico > 'Por medo do cancelamento, todos os participantes terão scripts politicamente corretos', diz Petrix sobre BBB

'Por medo do cancelamento, todos os participantes terão scripts politicamente corretos', diz Petrix sobre BBB

Fonte: Jovem Pan, 2021.

O que todas as manchetes trazem como tema central é a questão do medo relacionada ao cancelamento, que na época transpassava todos os participantes da edição. Os telespectadores demonstraram insatisfação devido aos discursos alinhados e a tentativa de agir de forma politicamente correta dos participantes.

O BBB diferencia-se de outros realities por possuir dinâmicas próprias de jogo que auxiliam na criação de tensões entre os participantes. São regras, provas, líderes, entre outras dinâmicas, que contribuem para geração de conflito interno e externo, além das votações e eliminações semanais. Na internet, percebe-se a comoção do público para discutir assuntos relacionados ao programa, e essa foi uma grande sagacidade da TV Globo com relação ao investimento em estratégias de convergência midiática.

Segundo Campanella (2013), a estrutura do programa segue um modelo de jogo que favorece a adoção de estratégias e alianças por parte dos competidores, que também sofrem grande influência das condições de confinamento impostas, como o isolamento da família e do mundo cotidiano e a vigilância por câmeras 24 horas por dia. A partir disso, a autenticidade de cada um dos participantes está em jogo, podendo revelar-se de diferentes formas dependendo do cenário estabelecido. As circunstâncias de isolamento “são potencializadas pelo confinamento de pessoas que são, inicialmente, desconhecidas entre si, em um ambiente projetado para aumentar a sensação de desorientação espaço/temporal e desconforto, além da constante apresentação para diferentes audiências” (CAMPANELLA, 2013, p. 06).

Um dos motivos para o cancelamento existir no BBB poderia, então, ser a possível ruptura de autenticidade dos participantes que, na visão do público, eram projetados com outra imagem prévia ao surgimento de controvérsias internas/externas à casa. A preocupação com a autenticidade contribui com o aumento de vigilância dos próprios participantes com eles mesmos, além de intensificar o sentimento de medo com relação às opiniões do público sobre seus modos de agir.

Na 21ª edição do programa, foi possível identificar que o assunto “cancelamento” estava permeando discussões dentro da casa, o que viabilizou a criação de uma dinâmica voltada para o tema no primeiro jogo da discórdia entre os brothers. O apresentador, Tiago Leifert, responsável por explicar a dinâmica aos participantes, solicitou que eles indicassem quem acreditavam ser o “cancelador” da casa, definindo-o como “aquele que o céu se abre e ele desce para ensinar você [sic], de cima para baixo, como você deve viver a sua vida, o que você deve fazer, onde você errou e por que que ele é melhor do que você”. Portanto, o foco não eram os cancelados e, sim, em quem comete o ato de cancelar. A partir de uma primeira análise, foi possível perceber que os participantes estavam divagando a respeito dos possíveis significados do termo, como abordado no capítulo 2.2 “Termos e definições”,

visto que surgiram diferentes interpretações que levavam para diferentes caminhos e visões de mundo.

Esses acontecimentos do BBB 21 auxiliam-nos a traçar paralelos entre o cancelamento na vida real e no programa, visto que refletem um “retrato da disputa de significado em torno da cultura do cancelamento [...] e espelham o modo que o tema é discutido nas redes sociais” (REIS, 2021, p. 110), com divergências e conflitos de opiniões. O jogo da discórdia com a temática do cancelamento pode ser considerado como uma breve simulação do que os próprios telespectadores acabam fazendo nas redes sociais com relação aos participantes do programa. O BBB utiliza mecanismos capazes de deixar o clima tenso e acirrado, onde os participantes são avaliados de forma constante, seja pelo público ou entre eles mesmos dentro de casa.

4.3 Exclusividades BBB 21 e o cancelamento dos participantes

Toda edição do Big Brother Brasil gera acontecimentos particulares e, nesse capítulo, iremos comentar com mais profundidade essas ocorrências na edição de 2021, que contribuiu com pautas sociais e culturais.

O BBB 21 foi a edição com mais participantes negros da história do programa, dentre eles: Karol Conká, Lucas Penteado, Lumena Aleluia, Projota, Dilson Alves da Silva Neto, mais conhecido como Nego Di, e Gilberto José Nogueira Junior, mais conhecido como Gil do Vigor. Isso resultou em discussões sobre a temática racial entre todos da casa. Além disso, é interessante perceber que, em alguns momentos das primeiras semanas, esses participantes negros começaram a formar alianças entre si, fortalecendo-se como integrantes da causa racial e como aliados no jogo.

Figura 9 - Edição com mais participantes negros

Fonte: Correio Braziliense, 2021.

Sobre a ótica da diversidade, na edição de 2021, aconteceu o primeiro beijo entre dois homens, Lucas Penteado e Gil do Vigor, com transmissão em TV aberta durante uma festa do programa. Isso gerou movimentações dentro da casa e terminou com Lucas pedindo para sair do programa.

Figura 10 - Edição com primeiro beijo homoafetivo na história do reality

MILITÂNCIA SELETIVA

Primeiro beijo gay entre homens da história do BBB vira show de bifobia

REPRODUÇÃO/TV GLOBO

Fonte: UOL, 2021.

No que diz respeito ao comportamento da audiência com relação ao programa, podemos mencionar que a edição teve o maior recorde de rejeição em relação a um participante na história de todos os BBB. A participante que carregou essa marca foi Karol Conká, com 99.17% de rejeição por meio da votação popular em um paredão.

Figura 11 - Edição com maior percentual de rejeição

Karol Conká é eliminada com a maior rejeição da história do BBB

Fonte: GShow, 2021.

O Big Brother Brasil tem como uma de suas principais características o engajamento do público (ou audiência) com o programa, principalmente com o avanço das redes sociais e com a forma com que o programa é conduzido atualmente. Em 2021, esse engajamento não foi percebido apenas nas redes sociais e no site do GShow, mas também nas buscas no Google. Por exemplo, em uma das brigas que ocorreram dentro da casa entre os participantes Gil e Viviane de Queiroz Pereira, mais conhecida como Pocah, o termo “basculho”, utilizado na discussão, popularizou-se nas buscas do Google pela audiência do programa, que teve interesse em saber o seu significado e, depois, viralizou em toda a internet, principalmente por meio de memes.

Figura 12 - Edição com termos que viralizaram na internet



Fonte: Popline, 2021.

Como a edição contou também com muitos participantes nordestinos, o regionalismo também foi uma característica marcante. Em vários momentos, notava-se o orgulho em ser nordestino na fala de Juliette e Gil, por exemplo, ao falarem de costumes sobre suas regiões.

Figura 13 - Edição com expressões regionalistas

Uso de regionalismo no BBB e a riqueza linguística de nosso país

Coordenadora do curso de Letras da Faculdade São Luís de França, Sara Rogéria, explica sobre regionalismo e o porquê deste causar estranhamento em algumas situações

Fonte: Portal Faculdade São Luís de França, 2021.

Como já abordamos até o presente momento na pesquisa, o cancelamento foi um tema destaque da edição. Com isso, apresentamos um panorama de todos os

cancelamentos que ocorreram em 2021 que se refletiram no alto índice de rejeição pós paredão.

Quadro 9 - Cancelamentos de participantes no BBB 21

Participante	Rejeição no Paredão	Motivos do Cancelamento
Carla Diaz	44.96%.	Tomou decisões que não foram vistas como inteligentes pelo público ao voltar do quarto secreto.
Fiuk	Finalista, não foi eliminado em um paredão.	Tentou mostrar-se como desconstruído e foi considerado chato durante o programa. Teve algumas falas sobre “privilégio branco” problematizadas pelo público.
Gil	50.87%.	Conhecido pela audiência por ter um comportamento agressivo e explosivo quando se sentia ameaçado ou contrariado.
Juliette	Vencedora do programa.	Falava demais durante o programa e não ouvia os demais participantes. Além disso, era conhecida por fazer muito drama.
Karol Conká	99.17%.	Fez comentários agressivos que provocaram discussões sobre abuso psicológico e preconceituosos que variaram entre <i>gaslighting</i> , xenofobia, intolerância religiosa e assédio sexual.
Lucas Penteado	Pediu para sair do programa.	Pressionou a participante Kerline.
Lumena	61.31%.	Iniciou o programa parecendo ser uma pessoa e depois mostrou-se outra completamente diferente. Foi acusada de militância agressiva.
Nego Di	98.76%.	Teve a segunda maior porcentagem de rejeição do reality. Além de insinuar que se masturbaria se deitasse ao lado de Carla Diaz, foi responsável pelo isolamento de Lucas Penteado junto com Projota e Karol Conká.
Pocah	73.16%.	Quebrou as expectativas do público ao passar a maior parte do tempo do programa dormindo.

Projota	91.89%.	Após um atrito com Lucas Penteado, o rapper virou o vilão da edição. Seu jeito mimado, planejador e até seus gostos alimentares deram o que falar entre o público.
Rodolfo	50.48%.	Acusado de machismo e homofobia, também fez uma fala considerada racista com relação ao cabelo afro de João, um participante negro.
Sarah	76.76%.	Dividiu a opinião dos internautas após dizer que gostava do ex-presidente Jair Bolsonaro.
Viih Tube	96,69%.	Considerada falsa pelos espectadores do reality por seu costume de dizer que os outros participantes eram como se fossem a sua família. Viih teve uma amizade instável com Juliette e foi eliminada em um paredão com Gil e Fiuk.

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao todo, foram 20 participantes nessa edição, sendo que mais da metade, como exposto no quadro, foi vítima de cancelamento na internet. Dentre os cancelados, tivemos também a vencedora do programa, que era da categoria Pipoca, a atualmente influenciadora digital e cantora, Juliette Freire. Isso traz a reflexão e questionamento sobre as consequências relacionadas à cultura do cancelamento, expostas no subcapítulo 2.4 “Consequências do Ciberacontecimento”.

5 METODOLOGIA: DINÂMICAS DE AUTORREFLEXÃO E ALORREFLEXÃO

A presente pesquisa de mestrado possui um caráter interdisciplinar em seu escopo, composta de *corpora* visuais e textuais referentes ao Big Brother Brasil 21. Dessa forma, para alcançar os objetivos da pesquisa, compreendemos que a análise de molduras como aporte metodológico funcionaria tanto para o audiovisual como para os textos de redes sociais e análise de internet. A construção de quadros contempla a própria ideia de Frame proposta por Goffman (1986), visto que é a partir dessa observação que identificamos padrões nos mais diversos enquadramentos. Os quadros, como exposto no capítulo teórico sobre o Frame, expõem as dimensões, que também são simbólico-interpretativas, das relações sociais. Por isso, o principal objetivo da metodologia escolhida é conseguir contextualizar, a partir das nossas relações sociais, como os nossos discursos se refletem nas mídias a partir da nossa forma de performar, tanto *online* quanto *offline*.

Para isso, usamos dois conceitos base que são essenciais para a análise das diferentes molduras e enquadramentos: o primeiro é a autorreflexão, partindo do pressuposto que é a imagem de si que o sujeito projeta. O sujeito, em nossa análise, são os participantes da 21ª edição do Big Brother Brasil que foram cancelados durante o programa. O segundo principal conceito é o de alorreflexão, que define o que é feito com a imagem do outro pelos demais sujeitos em dado espaço, ou seja, não envolve as performances do cancelado, mas sim o que está em sua volta, ou seja, da audiência e da mídia. É o olhar do auditório imaginado sobre o cancelado que se constitui pelos canceladores.

Para além da autorreflexão e da alorreflexão, dividimos em fases as performances para ambas as categorias de análise. A fase de exposição e viral, que inclui o acontecimento e a performance do cancelado, no caso da autorreflexão, e a fase de retratação pós-programa, que inclui uma segunda performance, resultado da primeira. O mesmo será realizado para a alorreflexão, entretanto, é analisada a performance dos canceladores – mídia e audiência – além das simbologias e palavras-chave, visto que aqui iremos analisar imagens visuais transmitidas pela Globo durante o programa e discursos de internet (tweets). A metodologia, criada a partir da teoria do Frame, tem embasamento nos conceitos de performance e autenticidade, que serão articulados com os quadros construídos no decorrer da análise.

5.1 Autorreflexão: imagem projetada

Muitos dos estudos sobre autorreflexão são encontrados em Giddens a partir de Rainwater (1989 *apud* GIDDENS, 2002), que afirmam que o “eu” tem uma trajetória de desenvolvimento a partir do passado em direção ao futuro antecipado, que deriva de uma consciência cognitiva das várias fases da vida. A reflexividade do eu também é contínua, ou seja, os indivíduos fazem perguntas conscientemente a eles mesmos, e isso faz com que, segundo Rainwater (1989), possamos praticar a arte da auto-observação.

Também faz parte da autorreflexão a ideia de compor uma narrativa do eu, um diário que consiste em uma autobiografia para sustentar um sentido integrado. Nisso, também podemos resgatar o conceito de autenticidade, que remete à ideia de ser verdadeiro consigo mesmo. Portanto, a autorreflexão é, de fato, uma imagem de si que o sujeito projeta para os outros com o intuito de ser aceito e visto como autêntico a partir dela.

A narrativização do eu, segundo Hall (2000), permeia nossas identidades, e é por meio dela que nos mostramos para o mundo de forma a promover uma construção prática e discursiva que se encontra em constante mudança e transformação. As dinâmicas nas quais estão situadas as identidades partem de um pressuposto de diferença e exclusão, ou seja, “só se pode marcar o que é, quando se marca também aquilo que não é” (CASTRO, 2015, p. 33). Por isso, na cultura do cancelamento, quando “cancelamos” alguém, estamos eliminando essa pessoa a partir de uma projeção que realizamos sobre ela no fundamento da diferença.

Para compreendermos o que acontece ao nosso redor, resgatamos a essência do que chamamos de cultura do sentido (GUMBRECHT, 2004), onde o ser pode revelar-se de diferentes formas em diferentes contextos e também

[...] na qual assumimos a posição de sujeito diante de coisas do mundo que colocamos a nossa frente como objetos: interpretamos, avaliamos, usamos, organizamos, ou seja, construímos discursos que façam com que tais coisas sejam inteligíveis para nós. Assim fazemos com as nossas diferenças e criamos grupos identitários. Tais sentidos, exatamente por serem construídos, estão sujeitos a flutuações, transformações, não sendo nunca permanentes, explica Stuart Hall, apesar de, no senso comum, ainda persistir uma crença na estabilidade (CASTRO, 2015, p. 35).

Portanto, é essa “crença na estabilidade” do senso comum que acaba gerando embates e discussões com relação às controvérsias abarcadas pela cultura do cancelamento, por exemplo, visto que estamos apegados a uma cultura do sentido. Segundo Elisabeth Roudinesco (2022), foi a partir da década de 1980 que a identidade passa a ser entendida por “eu sou eu, isso é tudo”, o que acaba não abrindo exceção para incorporar múltiplas formas de identificação, mesmo que temporárias e “[...] a partir da hipertrofia do eu, se exclui tudo o que foge ao si mesmo, culminando na destruição da alteridade e no fenômeno contemporâneo do cancelamento” (ROUDINESCO, 2022).

Mostrar-nos para o mundo, o que chamamos anteriormente de narrativizações do eu, implica em gerar visibilidade e, quando estamos inseridos em um contexto de cultura digital, essa visibilidade é encarada de forma diferente, visto que existem outros fatores que podem contribuir ou não para melhor promovê-la. Por isso, o conceito de trabalho de visibilidade (ABIDIN, 2016) é importante, principalmente, para celebridades e influenciadores digitais que dependem disso para manutenção da sua autenticidade. Esse conceito pode ser entendido como um trabalho que os indivíduos desempenham para promover a auto-atração de atenção a fim de ganhar retorno do público.

Para analisar esses movimentos neste trabalho, criamos dois quadros que foram divididas em duas fases do cancelamento: a primeira com a exposição e a viralidade e a segunda com a forma de retratação pós-programa de cada participante. Os cancelados selecionados para a análise foram os participantes com maior destaque durante o programa e que foram alvos de mais ataques com relação à cultura do cancelamento. Analisamos, ao todo, 9 participantes, dentre eles 3 homens negros e 5 mulheres. A partir dessa primeira observação na fase I, já é possível inferir que o conceito de interseccionalidade poderia ser colocado em pauta, entretanto, como não é o foco dessa pesquisa, não iremos aprofundar este assunto.

Cada cancelado foi responsável por um acontecimento na casa que promoveu o seu cancelamento dentro e fora do programa. Na análise, o acontecimento é acompanhado a partir da performance dos atores, ou seja, é o equivalente às suas ações durante o programa. Na fase I, ao analisarmos as performances, o jeito agressivo de ser é uma característica comum em mais de um participante. A seguir, apresentamos um quadro que foi originado do quadro 9 com as rejeições do paredão, entretanto, alguns dos participantes que foram cancelados não estão presentes

porque o critério para análise que foi utilizado mantém apenas os cancelamentos que foram de maior relevância para o programa e que contribuíram com discussões mais aprofundadas dentro e fora da casa.

Quadro 10 - Fase I - exposição

Cancelado(a)	Acontecimento & Performance do Cancelado (a) (motivo que gerou o cancelamento)
Carla Diaz	Tomou decisões que não foram inteligentes ao voltar do quarto secreto, o que deixou o público intrigado com as suas escolhas.
Gil	Conhecido pela audiência por ter um comportamento agressivo e explosivo quando se sente ameaçado ou contrariado.
Karol Conká	Comentários agressivos que provocaram discussões sobre abuso psicológico e comentários preconceituosos que variaram de gaslighting, xenofobia, intolerância religiosa e assédio sexual.
Lumena	Iniciou o programa sendo uma pessoa e depois se mostrou sendo outra completamente diferente, foi acusada de militância agressiva.
Nego Di	Dono da segunda maior porcentagem de rejeição do reality, o humorista foi eliminado com 98,76%. Além de insinuar que se masturbaria se deitasse ao lado de Carla Diaz, junto com Projota e Karol Conká, foi responsável pelo isolamento de Lucas Penteado.
Projota	Após um atrito com Lucas Penteado o rapper virou o vilão da edição. Seu jeito mimado, planejador e cheio de restrições alimentares deu o que falar entre os fãs.
Rodolfo	Acusações de machismo e homofobia; Ele também foi racista com relação ao cabelo afro do João, outro participante negro.
Sarah	Dividiu a opinião dos internautas após dizer que gosta do presidente Jair Bolsonaro.
Viih Tube	Marcada como “falsa” pelos espectadores do reality, pelo seu costume de dizer que os outros participantes eram da família. Viih teve uma amizade ioiô com Juliette e em um paredão com Gil e Fiuk.

Fonte: Elaborado pela autora.

A fase II é referente à retratação do participante pós-programa. Escolhemos analisar esse quadro porque, dessa forma, entendemos a real visão do participante frente à realidade a qual estava submetido no mundo real e não somente no mundo “fictício” do reality show. Por isso, as performances de retratação dos cancelados foram buscadas no Google a partir da frase “Como o participante X reage ao cancelamento no BBB 21”. Para complementar o quadro dessa segunda fase, acrescentamos uma coluna com a primeira reação do participante durante o Bate-Papo BBB, um programa que acompanha o primeiro contato do eliminado com o público e com as percepções da audiência sobre os momentos marcantes do participante no BBB. Essa coluna foi composta com as respostas dos próprios participantes para a pergunta padrão³ feita pela apresentadora Ana Clara Lima: “O que eliminou o participante X do BBB?” Entretanto, as duas opções de resposta para cada enquete mudavam para cada participante, fazendo com que houvesse respostas diferentes para cada um dos entrevistados.

Quadro 11 - Fase II - retratação pós-programa

Cancelado(a)	Performance do Cancelado(a)	Bate-Papo BBB - enquete: O que eliminou o participante do BBB?
Carla Diaz	Concordou com o motivo de rejeição avaliado pelo público dizendo que ela não deu ouvidos à razão após a sua volta do paredão falso. Assumiu que errou.	“Ouvir o coração”. Disse que por estar no paredão falso perdeu a noção do que era certo ou errado.
Gil	Não se arrepende do que fez no programa, porém não voltaria a participar do reality em respeito à sua família, que sofreu ameaças enquanto o participante estava sendo cancelado durante o programa.	Participar de muitas brigas no programa.
Karol Conká	Ficou afastada das redes sociais por um tempo, lançou um documentário	“Criar Fanfics”: interpretações únicas de alguns acontecimentos

³ Essas enquetes fazem parte do Bate-Papo BBB com o eliminado, que ocorre toda vez que alguém sai da casa. Os vídeos das entrevistas dos participantes foram acessados por meio da plataforma GloboPlay.

	sobre o seu cancelamento em parceria com a GloboPlay. Disse que não voltaria a participar de outro reality e que encarou todos esses momentos de turbulência como um aprendizado.	da casa.
Lumena	Sofreu crises de pânico e ansiedade, aproveitou o momento para ressignificar a experiência de cancelamento, usando a expressão “cancelar o cancelamento”. Reconheceu os erros e assumiu suas atitudes no programa.	Acredita que não “pegou a visão” do jogo na edição, acabou caindo em ciladas e se perdeu no jogo. Foi muito influenciada por outros participantes.
Nego Di	Negou ter se arrependido de ter ido ao reality e disse que não imaginava ter que encarar um cancelamento nas redes sociais pós-programa. Ainda falou que toda a experiência o ajudou a rever suas atitudes no dia a dia.	Disse que falar demais e ouvir “de menos” foram coisas que contribuíram para a sua eliminação. Acabou entrando em confusões que não tinham a ver com ele.
Projota	Disse que estava passando por um momento difícil pós-programa, que 2021 acabou sendo um dos piores anos da sua vida e que o programa intensificou muito isso.	Acredita que muitas alianças feitas no início do jogo contribuíram para a sua eliminação. Querer movimentar o jogo e participar do chamado “grupão” foi um dos principais motivos.
Rodolfo	Acredita fortemente que não havia “feito nada” para estar cancelado, mas sabia que poderia ser acusado de falas machistas.	Ter vários rivais acabou dificultando o jogo para o participante. Disse que tentou fazer mais amizades, mas não quis “forçá-las” com outras pessoas. Relacionava-se mais com pessoas que tinham pensamentos e ideias parecidos com os seus.
Sarah	Disse ter sido cancelada por motivos que eram mentira, acreditando que tinham distorcido suas atitudes/falas. Entretanto, assumiu que errou com	Excesso de confiança acabou eliminando a participante. Ela disse que o jogo “subiu à cabeça”.

	algumas atitudes e disse que serviram de aprendizado.	
Viih Tube	Entrou no programa já cancelada por coisas que havia feito anteriormente em sua carreira. Disse que já estava acostumada, mas que não lida bem com a situação. Lançou um livro chamado “Cancelada - O que a internet não mostra”.	Jogar demais ajudou a sister a ser eliminada. Ela estava focada somente no jogo interno, esquecendo que a audiência poderia não estar vendo com bons olhos a sua atitude, visto que ela mudava de opinião a cada semana, o que podia ser visualizado nas suas opções de votos em paredes que eram sempre diferentes.

Fonte: Elaborado pela autora.

Vários participantes usaram o discurso sobre “aprendizado” com os erros. Alguns, inclusive, não voltariam a participar de uma experiência de reality show em razão do cancelamento ter gerado alguns traumas tanto em nível familiar quanto em nível pessoal.

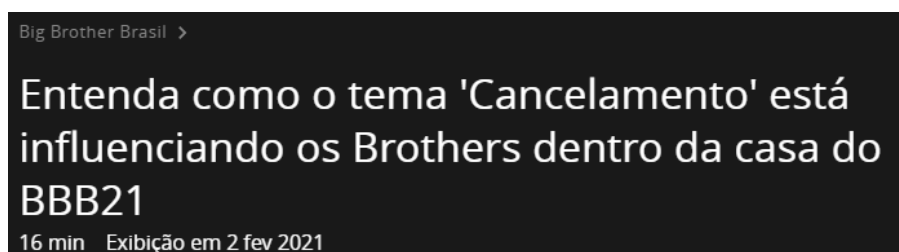
No que diz respeito ao comportamento no jogo, que na análise é o que chamamos de acontecimento e/ou performance que potencializou o cancelamento do participante, muitos acreditam que isso aconteceu por seu envolvimento em brigas, “criações de fanfics” ao recontar uma história já existente sob outra perspectiva, influências alheias, entre outras atitudes. Sendo assim, percebemos que o cancelamento não acontece “sozinho”, pois é acompanhado de uma série de narrativas que o antecedem e sucedem. Dessa forma, é mais fácil compreender o papel dos demais indivíduos em todas as fases do cancelamento, que iremos abordar na sequência, tratando sobre alorreflexão.

5.2 Alorreflexão: avaliação dos demais sobre a projeção

A dinâmica da cultura do cancelamento no Big Brother Brasil atravessa diversas camadas que se atualizam, onde participantes e o público estão presentes e distribuídos através de imagens que vão desde a Rede Globo até a cultura de fãs nas redes sociais. Para esta parte da análise, escolhemos um caminho que traça uma

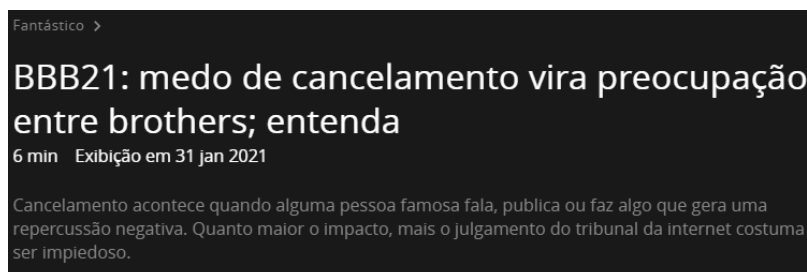
exploração cartográfica do objeto de pesquisa em episódios sobre o cancelamento na plataforma Globoplay (Figura 14 e Figura 15), da 21ª edição do Reality BBB, e em um episódio sobre o programa no Fantástico, além da pesquisa do termo⁴ “cultura do cancelamento” e “cancel culture” no Google (Figura 16) para explorar a simbologia de forma mais ampla.

Figura 14 - Edição do episódio transmitido em 02/02/21 na plataforma Globo Play



Fonte: Globoplay, 2021.

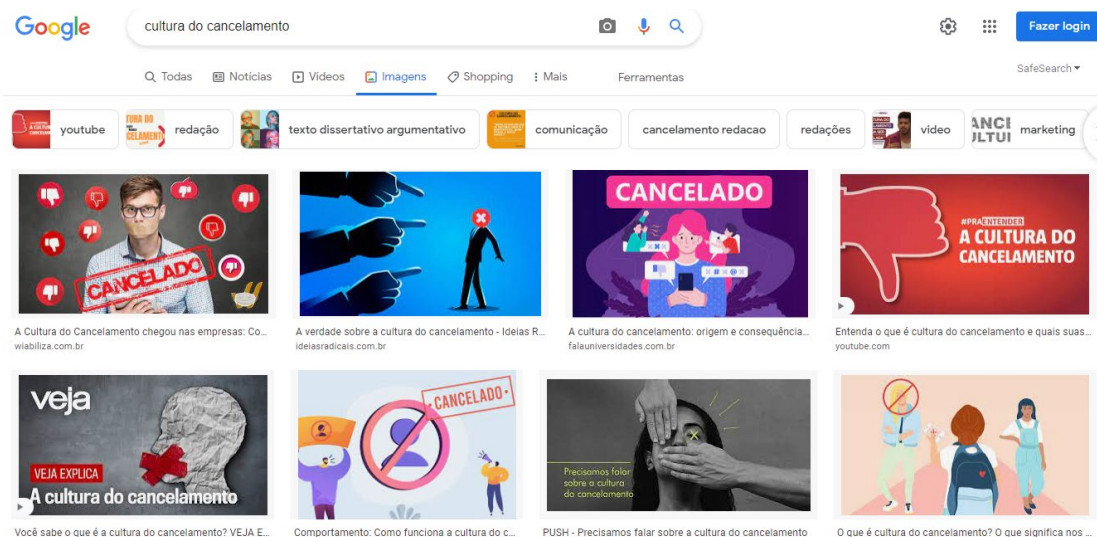
Figura 15 - Edição do episódio transmitido em 31/01/21 sobre BBB21 no Fantástico



Fonte: Globoplay, 2021.

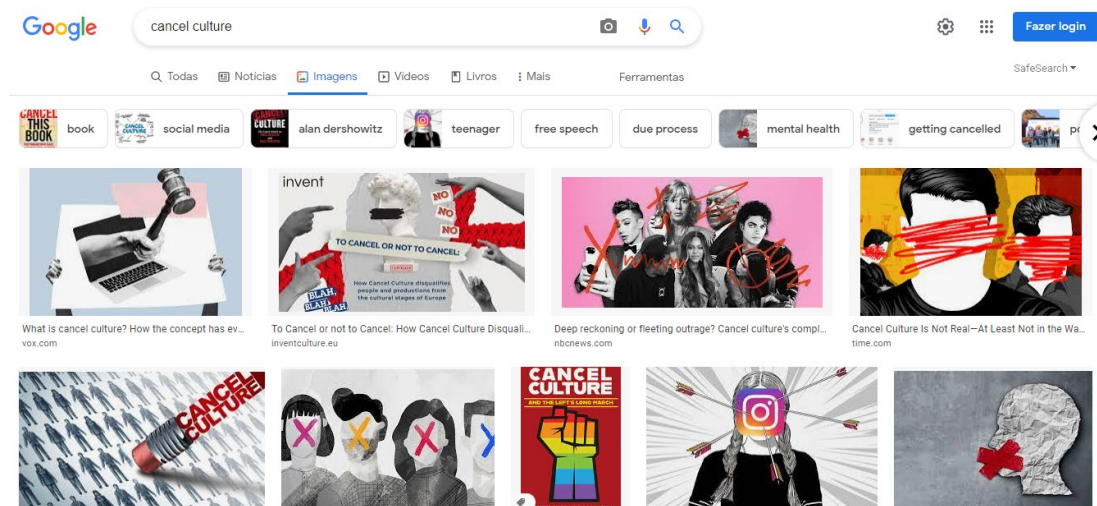
⁴ A pesquisa foi feita em inglês e em português para proporcionar um maior campo de análise.

Figura 16 - Buscas no Google do termo “cultura do cancelamento” e “cancel culture”



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 17 - Buscas no Google do termo “cultura do cancelamento” e “cancel culture”



Fonte: Elaborado pela autora.

Segundo Kilpp (2010), as moldurações praticadas pela televisão conferem sentidos identitários, como: durações, personas, objetos, fatos e acontecimentos que são resultantes de imaginários que criam realidades de outros mundos imaginados. Ao pensarmos sobre identidades, “precisamos pensar nos modos de cada indivíduo, grupo ou sociedade lidar consigo mesmo e com os outros, modos esses que agem sobre a construção dos sentidos identitários finais, por semelhança e diferenciação” (KILPP, 2010, p. 17). Essa reflexão remete-nos ao que foi discutido no capítulo

anterior sobre a narrativização do eu presente na autorreflexão, onde as projeções das nossas identidades refletem-se em nosso cotidiano.

A partir de imagens cartografadas, procedemos em três principais eixos: o das ethicidades, o dos imaginários e o das molduras (KILPP, 2010). O eixo das ethicidades, que também podem ser entendidas como subjetividades virtuais, é o que muda de natureza e se atualiza. Neste trabalho, estamos voltando nosso olhar para a cultura do cancelamento no programa Big Brother Brasil em sua 21ª edição. Como as ethicidades são atualizadas em diferentes instâncias entre emissor e receptor, há diferentes imaginários que tornam os sentidos comunicáveis. O eixo as molduras agenciam sentidos pessoais e culturalmente referenciados, cuja percepção da ethicidade direciona à compreensão das molduras. Por fim, o eixo dos imaginários possibilita uma compreensão de sentidos em identidades coletivas, sejam elas observadas em discursos ou marcas culturais, compartilhados pela sociedade e cultura.

A metodologia das molduras, para Kilpp (2010, p. 26), “é um conjunto de procedimentos de análise de audiovisualidades, que são articulados por uma conjunção de referências teórico-metodológicas [...] ela articula intuição, cartografias, desconstrução e dissecação”. A dissecação permite-nos explorar a fundo os materiais empíricos coletados a partir da cartografia, nela perceberemos diversos enquadramentos e efeitos de imagens que, quando analisados em intensidade, projetam e produzem novos sentidos para o pesquisador.

Na análise do episódio sobre o cancelamento⁵, observou-se o uso de iconografias e de uma paleta de cores (Figura 18) que remetem a significados relacionados à cultura do cancelamento. Dessa forma, já podemos visualizar algumas possíveis coleções a serem criadas se relacionamos a dissecação do episódio com as buscas do termo no Google, por exemplo.

⁵ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9234255/>>. Acesso em: 25 jan. 2023.

Figura 18 - Imagens dissecadas do episódio do BBB21 sobre cultura do cancelamento na Globoplay



Fonte: Globoplay, 2021.

Figura 19 - Imagens dissecadas do episódio do BBB21 sobre cultura do cancelamento na Globoplay



Fonte: Globoplay., 2021.

Figura 20 - Imagens dissecadas do episódio do BBB21 sobre cultura do cancelamento na Globoplay



Fonte: Globoplay., 2021.

Nesses trechos, o “X” nos participantes do programa remete ao ato de apagamento, assim como o uso de preto e branco. Além disso, o fogo que faz referência à expressão “fogo no parquinho” também transmite uma ideia de brigas e confusão, ações características da cultura do cancelamento. Realities como o Big Brother Brasil acabam por transmitir muito mais do que imagens de câmeras, espelhos e imagens especulares: eles são um espelho da sociedade e uma “janela” para o mundo, transcendendo os contextos e associando-os a diversas circunstâncias que dependem de repertórios pessoais e culturais (KILPP, 2018), circunscritos a um imaginário compartilhado.

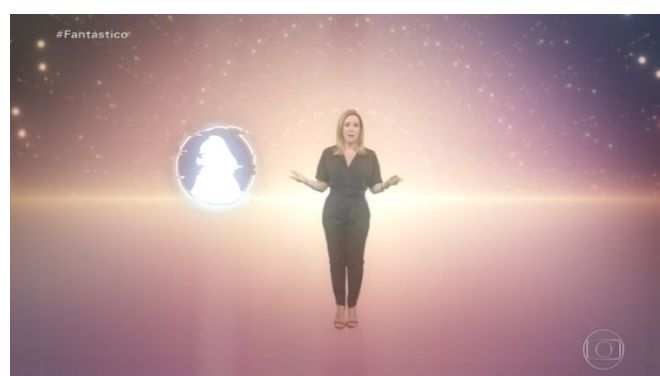
Na reportagem transmitida pelo Fantástico, também podemos identificar o apagamento na imagem por meio das “bolhas” de indivíduos que começam em conjunto até ficar apenas uma bolha. Há também uma referência ao celular, que remete à virtualização do fenômeno e como ele é propagado.

Figura 21 - Imagens dissecadas da reportagem do Fantástico sobre cultura do cancelamento na Globoplay



Fonte: Globoplay, 2021.

Figura 22 - Imagens dissecadas da reportagem do Fantástico sobre cultura do cancelamento na Globoplay



Fonte: Globoplay, 2021.

A partir dos resultados da primeira exploração imagética, identifica-se algumas pistas de molduras com relação às iconografias usadas na tradução da cultura do cancelamento em audiovisuais. O quadro 12 contém a fase I, que na alorreflexão engloba os desdobramentos da mídia, e traz essa descrição da simbologia-chave de cada imagem e suas respectivas molduras.

Quadro 12 - Fase I - exposição [mídia]

Veículo	Performance dos Canceladores	Simbologia-Chave
Google Imagens	Imagens na busca do Google	Ícones de “dislike”; cor vermelha; símbolo do “X”; símbolo de “proibido”; silenciamento com as mãos tapando a boca; borracha em lápis causando o apagamento de pessoas; martelos de “julgamento” como os de juízes.
GShow / Globoplay	Frame vinheta programa	“X” em participantes cancelados assim como os que são “eliminados”.
GShow / Globoplay	Frame edição programa	Símbolo de proibido escrito “cancelados”; utilização das cores preto e branco; cor vermelha.
GShow / Globoplay	Frame edição programa	“Fogo no parquinho” para exemplificar o conceito de “treta” e confusão.
Fantástico / Globoplay	Frame episódio no Fantástico	Desaparecimento de “avatares” para fazer

		referência ao conceito de silenciamento e/ou apagamento.
--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora.

A segunda fase, a viral, é promovida pela audiência, que, nesse trabalho, foi analisada por meio da rede social Twitter e suas postagens (tweets). Escolhemos o Twitter para essa análise porque essa é uma das redes sociais protagonistas na discussão sobre realities show pelo público. Segundo Gutmann (2020, n.p), no Big Brother Brasil “as ‘tretas’ político identitárias funcionaram e o programa extravasou os limites da própria Globo, enquanto o Twitter teve uma dimensão central nisso [...] como uma espécie de coautor com os memes, as hashtags, a cultura do cancelamento”. Portanto, as principais conversações da audiência sobre o programa transformam também o Twitter como segunda tela que auxilia nas construções narrativas.

No capítulo sobre frame, já havíamos introduzido a análise de cinco tweets da audiência para explicar os principais termos usados por ela para referir-se à cultura do cancelamento no contexto do Big Brother Brasil. A mesma metodologia foi aplicada para a construção do quadro da Fase II, apresentado a seguir, inclusive com a mesma busca e filtro na plataforma: período específico, entre 27 de janeiro de 2021 a 28 de janeiro de 2021, com 29 tweets coletados manualmente à medida que iam aparecendo na *timeline* da rede social. Ao todo, foram selecionados sete tweets da audiência, que estão descritos no quadro 13 como “performance dos canceladores”.

Quadro 13 - Fase II - viral [audiência]

Performance dos Canceladores	Palavras-Chave
“no BBB tá todo mundo pisando em ovos com medo do que as pessoas vão falar aqui fora, viih tube não soltou um pio com medo do cancelamento QUE SACO EU SÓ QUERIA ENTRETENIMENTO”.	Pisando em ovos; entretenimento.
“pauta importantíssima essa que foi levantada hoje no bbb, mas espero que a galera não fique o programa inteiro militando, falando coisas óbvias e sendo repetitivo por medo de cancelamento, eu	Militando; repetitivo.

quero ver eles brigando por coisa fútil tipo a guerra do feijão”.	
“preguiça desse bbb já, a real é que entrou todo mundo com medo do cancelamento e estão forçando ser quem NÃO SÃO, querendo militar, falar bonito e etc. ainda não vi ninguém sendo 100%”.	Participantes forçando ser quem não são; militar; falar bonito; sendo 100%.
“os branquelos com medo de cancelamento estão arruinando toda experiência BBB. falem merda malditos”.	Branquelos.
“é... vai ser difícil esse ano, muita lacração, muito medo de cancelamento. que saudades do meu bbb20 e das canceladas que tava nem aí pra nada”	Lacração; bbb20.
“nossa to vendo o que rolou no bbb a tarde e que cringey os homens tudo replicando discurso do quebrando tabu desesperados com medo do cancelamento. ao mesmo tempo que a visibilidade do 20 ajudou no programa, vai tirar muito a espontaneidade das coisas também”.	Quebrando tabu; visibilidade bbb 20; falta de espontaneidade.
“acho que todos realmente estão com medo por causa do que ocorreu no último bbb, a parada do cancelamento deve ter mexido muito com a cabeça de cada um que entrou no jogo e eles tiveram tempo o suficiente para pensar nisso e criar seus personagens, muitos ali não estão sendo eles mesmos”	Último bbb; criar personagens; falta de autenticidade.

Fonte: Elaborado pela autora.

A ironia, novamente, está presente em muitas expressões que foram usadas pela audiência. Quando estamos falando sobre um programa como o Big Brother Brasil, é importante termos consciência de que, cada vez mais, ele se desenvolve acompanhando a cultura digital e todos os seus avanços. Além disso, vários tweets analisados da audiência mencionaram que o BBB 20, edição anterior, teve muita influência no comportamento dos participantes do BBB 21 e na forma com que o

entretenimento acabou sendo transmitido, contribuindo para uma falta de espontaneidade e potencializando a falta de autenticidade. A partir disso, ficam mais evidentes os enlaces entre identidade, autenticidade e visibilidade que derivam da performance de cada um dos participantes e são transmitidos para a audiência e para a mídia como um todo.

6 TRIANGULAÇÕES ENTRE METODOLOGIA E TEORIA DO CANCELAMENTO

Com a construção dos quadros nos capítulos anteriores para análise metodológica, a triangulação surge como aliada necessária para darmos continuidade à pesquisa. Essa é uma etapa importante para analisar dados qualitativos, sendo responsável pelos entrelaçamentos das informações teóricas com os dados empíricos coletados e categorizados.

Para melhor compreendermos as dinâmicas e narrativas inseridas na cultura do cancelamento, podemos resgatar algumas perspectivas que abordamos no primeiro capítulo sobre as vertentes de estudo desse fenômeno, cruzando-as com os termos utilizados pela audiência do Big Brother Brasil 21 em tweets sobre a edição por meio da pesquisa por palavras-chave e também com os termos que podem ser considerados sinônimos do cancelamento. O estudo antipolítico e o boicote com discussões, por exemplo, sobre crimes cibernéticos e mecanismos de punição, podem ser relacionados aos termos de vítima e militância. A “cultura da lacração” e a sua relação com o “close errado”, expressões usadas na cultura digital, que remetem à necessidade performática do ser humano em se sair bem em alguma ação, mas que, em contrapartida, pode não receber o retorno desejado pelo público a partir de um rompimento em sua performance.

Ainda, temos os enlaces entre as políticas de relações públicas e a presença das marcas e dos influenciadores digitais que, seguidamente, apropriam-se de “discursinhos” na mídia para manter seus regimes de visibilidade. Nesse nicho, o termo “ban” para cancelamento também pode ser bem frequente. A psicologia por meio da “imagem de coitado” que os participantes transmitem ao refletir sobre o reconhecimento de si e do outro, assim como a consciência coletiva. Aqui, o bullying é um sinônimo apropriado para nos referirmos ao cancelamento.

A performance, trazendo as ideias de Goffman (1975) relacionadas ao teatro e aos personagens, remetem ao próprio cenário de auditório imaginado e performático dos indivíduos, que poderá ou não ocasionar alguma ruptura durante o processo. É nesse contexto que o presente trabalho encontra-se e, por isso, a própria ação de cancelar tem maior ênfase. Por fim, o estudo por meio de processos históricos pode ser caracterizado no conceito de visibilidade, visto que é atribuído um olhar para o

passado e tudo o que foi registrado anteriormente relaciona-se com o linchamento, visto que era um termo mais comum em séculos passados.

Quadro 14 - Conexões de estudo sobre o cancelamento e seus termos/sinônimos na cultura digital

Vertentes de estudo - Cancelamento	Termos Usados pela Audiência	Sinônimos do Cancelamento
Antipolítico.	Vítima; Militância.	Boicote.
Cultura da lacração.	Lacração; Quebrando Tabu.	Close Errado.
Relações públicas.	Discursinho.	<i>Ban.</i>
Psicologia.	Imagem de coitado.	Bullying.
Performance e/ou ruptura.	Teatrinho; Personagem.	Cancelar.
Processo histórico.	Visibilidade.	Linchamento.

Fonte: Elaborado pela autora.

Todas as conexões expostas ajudam-nos a situar o conceito de frame desenvolvido por Goffman (1986), com o qual podemos acompanhar as diferentes percepções e experiências a partir da forma como nos organizamos em sociedade. Todas essas formas podem ser identificadas nos mais diferentes enquadramentos das relações sociais. No quadro 14, os enquadramentos podem ser identificados a partir das diferentes colunas existentes, pois cada uma delas contempla uma dimensão simbólico-interpretativa sobre o cancelamento e seus possíveis desdobramentos.

Na contemporaneidade, os enquadramentos, quando analisados em contextos que se desdobram no ambiente digital, carregam os discursos das mídias e por isso também podem ser apresentados de muitas formas. Os termos da análise foram coletados da audiência nas redes sociais, nesse caso, no Twitter. Eles próprios já estão sobre molduras que foram construídas nesse território que circundam e acabam sendo o que Suzana Kilpp (2003) chama de processo de desconstrução do audiovisual.

Dentre todas as possíveis relações acerca do cancelamento que compartilhamos, a vertente que toca a performance e sua ruptura se encaixa melhor nas noções de frame, visto que o contexto teatral é entendido como base das teorias

de Goffman. Existem os “quadros teatrais”, ou seja, nossas performances inseridas em circunstâncias específicas, como também existem as rupturas desses quadros, o que levaria ao erro ou a ações nas quais as falhas dos atores são colocadas em evidência. Esse erro é o que leva ao cancelamento dos atores e acaba por desenvolver e dar continuidade a todo o *modus operandi* desse fenômeno que categorizamos em diferentes fases.

Para análise nessa pesquisa, utilizamos duas principais fases, que foram retiradas do meu trabalho de conclusão de curso (TABASNIK, 2020), entretanto, fizemos algumas modificações em suas nomenclaturas, pois o TCC foi baseado em um cancelamento “aberto” no Instagram, no qual o cancelado sabia o que estava acontecendo e portanto, a desativação de suas contas era uma opção, assim como o “renascimento”. Quando tratamos de cancelamento dentro do BBB, o cancelado (participante) não tem acesso ao “mundo real”, porque está isolado em uma casa sem informações do “lado de fora”, e suas contas nas redes sociais são administradas por outras pessoas. Portanto, o uso dos termos “desativação” e “renascimento” não se mostraram adequados.

Quadro 15 - Fases do cancelamento & Conexões

	Fase I: exposição	Fase II: retratação & viral
Teatro	Acontecimento	Ausência
Atos & Personagens	Performances cancelado	Performances cancelado
	Performances canceladores	Performances canceladores

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir dessa análise, conseguimos estabelecer relações entre a performance, o teatro, os personagens e o cancelamento. As performances são todas as ações desenvolvidas no ato/processo, o teatro é o ambiente em que isso é performado e, por fim, os personagens que são os atores envolvidos na cultura do cancelamento (cancelado e canceladores).

No Big Brother Brasil 21, os episódios que abordaram a temática sobre a cultura do cancelamento ocorreram já nas primeiras semanas de programa. Um deles transmitiu o jogo com a temática sobre “canceladores”⁶, que tinha o intuito de causar discórdia entre eles a partir da compreensão de cada um sobre a noção do que é ser um “cancelador”.

Figura 23 - Episódio com jogo da discórdia sobre canceladores

Jogo da Discórdia: brothers opinam quem são os canceladores no BBB21

Por Gshow — Rio de Janeiro

01/02/2021 23h10 · Atualizado há um ano



Fonte: GShow, 2021.

A partir disso, compreendemos que as conexões a respeito da cultura do cancelamento e seus diferentes termos/sinônimos também podem ser identificadas por meio do que se apresenta no ambiente televisivo, nesse caso, em um episódio com dinâmicas do reality show, onde cada participante demonstrou uma opinião diferente acerca do cancelamento e seus desdobramentos.

Outro episódio marcante no programa sobre a temática foi quando os participantes estavam reunidos e cada um falou um pouco sobre o que pensava sobre o cancelamento e o que esperavam ao entrar no programa. Isso também corrobora a ideia de diferentes visões que um mesmo fenômeno pode promover e como a projeção tem um papel muito importante em todos os desdobramentos.

⁶ Disponível em: <<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/casa-bbb/noticia/jogo-da-discordia-brothers-opinam-quem-e-o-cancelador-no-bbb21.ghtml>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

Figura 24 – Episódio sobre cultura do cancelamento e seus desdobramentos



Fonte: Globoplay, 2021.

Por fim, quando falamos de projeção, as edições do programa que são transmitidas na TV Globo e manipuladas pelos editores refletem o que ocorre na casa, mas também o que ocorre nas redes sociais, que é potencializada e comandada pela audiência. Aqui encaixam-se os conceitos-chave da análise metodológica: a autorreflexão e a alorreflexão, sendo que uma ocorre com cada participante, e a outra, o que ocorre na mídia e na audiência, respectivamente. Dessa forma, conseguimos compreender como a cultura do cancelamento influencia o programa, tanto dentro como fora da casa, ou seja, como influencia os participantes e a audiência. Justamente, o título do episódio postado na plataforma Globoplay é “Entenda como o tema 'Cancelamento' está influenciando os Brothers dentro da casa do BBB21”. Com relação às iconografias, o “X” e o “fogo no parquinho” expressam tanto a visão do público quanto dos próprios participantes, que atacam uns aos outros, como no episódio do jogo da discórdia.

Além dos episódios do BBB 21 que estão na plataforma Globoplay, há reportagens que foram transmitidas sobre o programa. Nesta pesquisa, analisamos a reportagem do Fantástico “BBB21: medo de cancelamento vira preocupação entre brothers”, que confere maior ênfase aos efeitos do cancelamento que podem causar interferências e influências aos participantes, como o medo de ser cancelado. A reportagem ainda compartilha as visões sobre o que é o cancelamento a partir da

perspectiva de “pessoas comuns” que foram entrevistadas na rua. Portanto, há uma grande relação entre essas peças audiovisuais com os tweets publicados pelo público, que refletem a dinâmica da cultura do cancelamento atrelada à transmissão de um reality show e os efeitos que isso causa no decorrer do programa, tanto para os próprios participantes quanto para a mídia como um todo.

O reality show, como o próprio nome já diz, “show da realidade”, contribui com as dinâmicas performáticas que possuem influência na autenticidade de cada participante do BBB no decorrer do programa. Essa influência projeta-se em uma preocupação com a imagem que os participantes transmitem para a audiência que, segundo Campanella (2012), já não enxerga mais um limite entre o público e o privado. Portanto, a autenticidade está intrinsecamente relacionada a como os participantes do BBB comportam-se com relação a essa audiência e, quando falamos sobre cancelamento, ela adapta-se antes, durante e depois, permeando todas as suas fases.

Ainda, podemos dizer que a autenticidade dos participantes se adapta aos marcos tecnológicos que se atualizam no decorrer da história do programa, desde o uso de blogs, que iniciou por volta de 2005 para contextualizar os acontecimentos da casa, até o uso de *streamings*, surgimento de adms em redes sociais, entre outros mais atualmente. Todas essas ferramentas usadas para comunicação fazem parte do gerenciamento de impressão da imagem dos participantes e foram mudando com o passar do tempo, auxiliando na longevidade e no sucesso do programa.

As narrativas audiovisuais carregam a exposição do olhar do outro, por isso, ser autêntico faz parte do ato performático e da construção de um personagem que tem como principal objetivo agradar ao público, nesse caso, os telespectadores do Big Brother Brasil que comandam quem fica ou sai da casa a partir das votações nos paredões. Entretanto, o que está em jogo para cada participante é um “auditório imaginado”, pois eles não sabem como o público está se comportando ou o pensa a respeito de cada um deles. Aqui entra o papel dos administradores das redes sociais, que atuam no trabalho de visibilidade de cada participante do “lado de fora” do reality show, ou seja, na “vida real”. Eles são os responsáveis por manter uma reputação e uma narrativa coerentes; entretanto, caso o participante não consiga seguir uma narrativa que agrada o público dentro da casa, ocorre o que chamamos de ruptura de performance (que também pode ser uma quebra de expectativa) que leva ao cancelamento. Todas essas performances sequenciais tanto dos participantes quanto

da audiência podem ser inseridas em molduras que estão contempladas nos audiovisuais e nos tweets, visto que são elas que dão sentido a todas as interações, discursos e experiências que surgem no decorrer do programa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluo aqui uma dissertação que caminhou comigo por dois anos. Durante esse percurso, o crescimento e o desenvolvimento foram não somente em nível acadêmico, mas também pessoal. A escolha do tema da pesquisa, cultura do cancelamento, foi uma continuação do trabalho que eu havia desenvolvido no TCC na graduação em Comunicação Digital. Esse não é um tema fácil de pesquisar, pois, apesar de ser um assunto que está em alta nos últimos anos, a bibliografia teórica sobre o cancelamento quando iniciei a pesquisa não era muito vasta; entretanto, de 2021 até o presente ano, estão sendo publicados mais textos e trabalhos acadêmicos com maior profundidade no assunto conforme descrevemos no primeiro capítulo desta pesquisa.

Quando submeti o projeto para o edital de mestrado na Unisinos, quis buscar um caminho diferente para abordar a cultura do cancelamento. A partir das disciplinas feitas ao longo dos semestres, fui adaptando a minha pesquisa com a ajuda de colegas e professores, mas a disciplina de Pesquisa em Audiovisual com a professora Sônia Montañó e o professor Tiago Lopes foi essencial para me auxiliar a enxergar uma possível lacuna que poderia ser preenchida, ainda que em parte, com a minha dissertação: aprofundar o estudo da cultura do cancelamento por meio de narrativas audiovisuais. Decidida a base da pesquisa, o desafio principal era conseguir estabelecer relações entre o audiovisual e as mídias sociais nos enquadramentos potencializados pela cultura do cancelamento.

Meu mestrado em Comunicação foi iniciado durante um período em que a pandemia da Covid-19 ainda estava gerando muitos casos. Todas as aulas das disciplinas foram em modelo remoto, assim como os seminários. Por sorte, isso não impediu a troca com os colegas e professores para o desenvolvimento e aprimoramento do trabalho. Foi em julho de 2022 que nós, estudantes da Pós-Graduação da Unisinos, recebemos uma notícia que até hoje considero inacreditável: nossa universidade informou o encerramento de inúmeros Programas de Pós-Graduação muito bem-conceituados pela CAPES. Desde então, devo admitir que tenho em mim um sentimento que mistura medo, raiva e tristeza. Infelizmente, me incluo no grupo de pesquisadores atingidos, então foi muito desafiador encontrar motivação para dar continuação a essa pesquisa. Foram meses consecutivos nos

quais tive um grande bloqueio na escrita que acabou influenciando o andamento da dissertação.

Entretanto, nesse período, tive a sorte e a honra de conseguir participar presencialmente e pela primeira vez em um congresso nacional de comunicação, o INTERCOM, que foi sediado na cidade de João Pessoa, na Paraíba. Essa viagem foi essencial para retomar a motivação pela minha pesquisa, que com muito esforço e dedicação chega ao fim. Ter que viver o luto de perder um programa Nota 7 (conceito máximo pela CAPES) é realmente muito desanimador. Nunca é fácil presenciar momentos como esse, mas essa nota ressalta a qualidade da nossa pesquisa e de toda a produção acadêmica. Como publicado em nota oficial no Instagram do PPGCom Unisinos, esse é “um programa que resiste e que, independentemente do futuro institucional, está e continuará vivo pela força e transcendência de suas realizações concretas” (PPGCOMUNICACAOUNISINOS, 2022). Com essa frase, destaco uma das principais contribuições que o meu trabalho traz para a comunidade acadêmica: a sistematização de abordagens teóricas sobre o cancelamento a partir dos desdobramentos do programa Big Brother Brasil. Optei por realizar uma aprofundada contextualização sobre a cultura do cancelamento, trazendo a evolução sobre o tema em buscas do Google Acadêmico e uma pesquisa exploratória com caminhos a serem percorridos nas mais variadas áreas e atrelados às possibilidades de pesquisa nesses diferentes campos.

Além disso, foi apresentado um panorama sobre o histórico do cancelamento e como podemos compreendê-lo a partir de diferentes perspectivas, que derivam de seus usos e apropriações, abrindo espaço para “tipos de cancelamento” e nomenclaturas que são frequentemente usadas na contemporaneidade para designar esse fenômeno. A partir disso, na análise, construímos um quadro que faz conexões entre as vertentes de estudo do cancelamento com os termos e sinônimos usados pelo público. Esse quadro possibilitou uma compreensão de como a cultura do cancelamento pode ser apresentada nas mais variadas áreas de estudo, assim como as possibilidades de entendimento de um único fenômeno a partir de múltiplas lentes. Em minha pesquisa, o foco é maior no papel da performance a partir das noções estabelecidas por Erving Goffman, que consideram o teatro e os personagens que atuam em conjunto em situações do social.

Tendo exposto isso, outra contribuição da minha dissertação estabelece-se na parte metodológica, onde utilizei a Teoria do Frame (GOFFMAN, 1986) para análise

de imagens e por meio da audiência em textos do Twitter. O maior desafio foi decidir qual caminho seria o melhor a ser percorrido nessas duas áreas de estudo. Com essa teoria e a metodologia, conseguimos visualizar uma outra forma de atualização da cultura do cancelamento no cotidiano por meio das interações sociais, assim como a influência das nossas performances, que reverbera tanto em um ambiente *online* como *offline*. A análise do frame, quando aplicada em fenômenos da cultura digital, como o Big Brother Brasil e a cultura do cancelamento, nos ajuda a entender como as ações promovidas pelos atores nesses ambientes acabam refletindo padrões sociais estabelecidos em projeções.

Além da análise de performance dos participantes do reality show e da audiência, esse trabalho enfatiza a ruptura dessa performance como aliada das “sementes” que fortalecem e dão vida à cultura do cancelamento. É por isso que o medo foi um dos principais assuntos que permeou a 21ª edição do Big Brother Brasil, pois esse sentimento construiu-se a partir das edições anteriores e teve segmento na sequência de narrativas que iam surgindo.

Como resultado de todos esses enlaces teóricos, trabalhamos a metodologia a partir dos conceitos de autoreflexão e alorreflexão para pensar o cancelamento em seu viés imagético e textual. Esses conceitos foram fundamentais para delimitar o papel dos cancelados e dos canceladores, nesta pesquisa, os participantes do Big Brother Brasil e a mídia e a audiência, respectivamente. Assim, as narrativas de ambos esses pilares foram categorizadas em fases do cancelamento, assunto que foi tema do meu trabalho de conclusão de curso e que adaptamos em um novo quadro de fases, uma vez que o TCC foi pensado no contexto de influenciadores do Instagram e aqui, em uma articulação com um programa de TV e o Twitter.

Trabalhamos nessa pesquisa com um entrelaçamento de metodologias, que contemplou desde a análise de frames até a análise de internet e exploração cartográfica. A exploração do território na cartografia transforma as percepções do pesquisador, o que possibilita o ato de perder-se para (re)encontrar-se. A metodologia das molduras de Kilpp (2010) contempla o viés cartográfico como parte de sua essência, autenticando linhas de fato e de fuga relativas ao movimento do objeto, características que vão sendo percebidas pelo pesquisador no percurso do processo transitório e investigatório.

Quando colocamos em pauta o cancelamento de participantes de realities show como o Big Brother Brasil, o papel dos administradores de suas redes sociais é

fundamental, visto que eles são os principais responsáveis pela contenção desse fenômeno fora da casa, ou seja, no mundo real. São os adms que gerenciam a imagem de cada participante, trazendo narrativas coerentes com as performances de cada *brother/sister* dentro da casa. Quando há uma ruptura dessa narrativa que, para o público, torna-se inconsistente, o cancelamento acontece por parte da audiência, e os adms precisam encontrar formas para manter a imagem do cancelado diante dos ataques nas plataformas de redes sociais. O caso de Karol Conká no BBB 21 foi um dos que mais repercutiu, atingindo muitos desdobramentos, mesmo após a cantora ter saído da casa. Como resposta, foram publicadas notas de esclarecimento em suas redes, limitação de comentários em publicações do perfil pessoal, perdas enormes de seguidores, entre outros. Portanto, para gestão de imagem de cada participante do BBB, é fundamental ter bons adms, o que inclusive gerou o termo “profissionalização dos adms”, visto que essa atividade ficou cada vez mais conhecida não somente dentro do universo de realities, mas no de influenciadores e marcas como um todo.

Minha pesquisa preencheu uma lacuna no que diz respeito ao cancelamento e o universo imagético, entretanto, ainda há muito o que ser explorado dentro desse campo, principalmente com mais ênfase na semiótica. Além disso, uma ideia inicial de meu projeto de pesquisa era abordar o conceito de imaginário algorítmico (BUCHER, 2016), o que acabou não se concretizando. Porém, pesquisas futuras podem retomar essa noção para abordar a cultura do cancelamento e seus desdobramentos com relação ao impacto que causa na sociedade e a sua influência direta na cultura digital, que enfatiza a necessidade de sermos vistos para sermos reconhecidos. Outro caminho possível para o estudo desse fenômeno é investigar suas relações com o viés interseccional que caminha junto de uma das suas principais características: ser uma cultura de cancelamento seletiva.

O estudo sobre a cultura do cancelamento e seus enlacs presentes em reality shows diz muito sobre os reflexos de nossa sociedade na era das redes sociais. Esse trabalho foi realizado na área de comunicação, mas pode ser construído em conjunto com outras áreas, como a Psicologia e até mesmo a História. Análises comportamentais como as realizadas nessa pesquisa são fundamentais para compreendermos os fenômenos contemporâneos e todos os desdobramentos que surgem a partir do olhar do outro. O cancelamento, portanto, de acordo com os resultados dessa pesquisa, insere-se no contexto teatral, no qual há uma fonte

inesgotável de espectadores que têm como papel julgar atores por meio de projeções no espetáculo que chamamos de vida.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, Crystal. Visibility labour: engaging with influencers: fashion brands and #ootd advertorial campaigns on instagram. **Media International Australia**, [S.l.], v. 161, n. 1, p. 86-100, 26 set. 2016.
- ABIDIN, Crystal; KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com crystal abidin. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 289-301, abr. 2021.
- ALBERTO, Thiago Pereira; SÁ, Simone Pereira de. As controvérsias de Morrissey e a cultura do cancelamento. **Revista ECO-Pos**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 252-276, 30 nov. 2021. Disponível em: <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27697/15224>. Acesso em: 19 jun. 2022.
- AMARAL, A.; NUNES, C. G. Performances identitárias no Instagram: uma análise do perfil de Edu K após o reality show A Fazenda. **Rizoma**, v. 5, n. 2, p. 105-120, 3 jan. 2018.
- AMARAL, Adriana. BBB 21 é marco de era em que a internet domina e pauta o que passa na TV. **O Tempo**, São Paulo, 21 fev. 2021. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/diversao/bbb-21-e-marco-de-era-em-que-a-internet-domina-e-pauta-o-que-passa-na-tv-1.2449973>>. Acesso em: 16 abr. 2022.
- BALBINO, Michelle Lucas Cardoso; OLIVEIRA, Amanda Andrade de; DEBERALDINI, Catarina; et al. A CULTURA DO CANCELAMENTO. **Scientia Generalis**, Patos de Minas, v. 2 n. Supl.1, 2021, Anais do IV Fórum de Iniciação Científica. Disponível em: <<https://scientiageneralis.com.br/index.php/SG/article/view/353>>. Acesso em: 10 fev. 2023.
- BALDISSERA, Rian Dos Santos; BLETSCHE, Susana; DALLABRIDA, Rafaeli; et al. Cultura do Cancelamento: uma Perspectiva Psicanalítica. **Salão do Conhecimento**, Unijuí, v. 7 n. 7, 2021.
- BAN. In: **Dicionário Cambridge**. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/ban>>. Acesso em: 05 jan. 2023.
- BATESON, Gregory. Uma teoria sobre brincadeira e fantasia. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. **Sociolinguística Interacional**, São Paulo: Loyola, 2002.
- BBB 21 é marco de era em que a internet domina e pauta o que passa na TV. **O Tempo**, São Paulo, 21 fev. 2021. Diversão. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/diversao/bbb-21-e-marco-de-era-em-que-a-internet-domina-e-pauta-o-que-passa-na-tv-1.2449973>>. Acesso em: 10 jan. 2023.
- BITTENCOURT, Renato Nunes. Moralidade Líquida, Lacerção e Cultura do Cancelamento. **Cadernos Zygmunt Bauman**, [S. l.], v. 11, n. 27. Disponível em: <<https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/view/17977>>. Acesso em: 10 fev. 2023.

BOICOTE. *In: Dicionário Oxford*. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://languages.oup.com/google-dictionary-pt-en/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

BONDARENKO, Mykola; ASPRIADIS, Neofytos; EREMINA, Alina; et al. Character Assassination and Cancel Culture Theory. *In: CARP 2021 CONFERENCE, 2021*, online. **Conference Report...** [S.l.], 2021, online. Disponível em: <<https://carpresearchlab.org/carp-2021-conference/>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

BOLLMER, Grant. **Materialist Media Theory**: an introduction. New York: Bloomsbury Academic, 2019.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BULLYING. *In: Dicio*. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/bullying/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

BULLYING. *In: Dicionário Cambridge*. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/bullying>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

CAMPANELLA, B. O fã na cultura da divergência: hierarquia e disputa em uma comunidade on-line. **Contemporânea**: Revista de Comunicação e Cultura, v. 10, n. 3, 2012.

CAMPANELLA, B. Tirando as máscaras: o reality show e a busca pela autenticidade no mundo contemporâneo. **E-Compós**, [S. l.], v. 16, n. 1, 2013. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/872>>. Acesso em: 16 abr. 2022.

CAMPANELLA, Bruno; ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. O “ao vivo” como promessa de participação e de autenticidade nos reality shows. **Lumina**, [S.L.], Universidade Federal de Juiz de Fora, v. 11, n. 1, 30 abr. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/2139>>. Acesso em: 5 maio 2022.

CANCELADO? Quem tem medo do cancelamento? **Jornal de Brasília**, Brasília, 03 fev. 2021. Disponível em: <<https://jornaldebrasil.com.br/blogs-e-colunas/pragmatica/cancelamento/>>. Acesso em: 07 jan. 2023.

CANCELAR. *In: Dicionário Oxford*. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://languages.oup.com/google-dictionary-pt-en/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

CARLSON, Marvin. **Performance**: uma introdução crítica. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

CARRERA, Fernanda Ariane Silva; POLIVANOV, Beatriz Brandão. Rupturas performáticas em sites de redes sociais: um olhar sobre fissuras no processo de apresentação de si a partir de e para além de Goffman. **Intexto**, [S.L.], n. 44, 1 jan. 2019.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiências?** São Paulo: Paulus, 2006.

CASTRO, Daniele. Corpo à deriva: pensando diferença e identidade sob a perspectiva da cultura da presença. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v. 14, n. 01, p. 32-42, jun. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3wl9lSt>. Acesso em: 22 mai. 2022.

Clark, Rosemary. "Hope in a hashtag": the discursive activism of #WhyIStayed. **Feminist Media Studies**, Londres, v. 16, 2016.

CLOSE ERRADO. In: *In: Dicionário Informal*. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/close%20errado/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

COULDRY, Nick. **Media: why it matters**. Reino Unido: Polity Press, 2020.

CREED, W. Douglas; LANGSTRAAT, Jeffrey A.; SCULLY, Maureen A. A Picture of the Frame: frame analysis as technique and as politics. **Organizational Research Methods**, [S.L.], v. 5, n. 1, p. 34-55, jan. 2002.

DE WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da Televisão**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

DESCONSTRUÇÃO. In: **Dicio**. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/desconstrucao/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. *In: Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ENTENDA como o tema 'Cancelamento' está influenciando os Brothers dentro da casa do BBB21. Globoplay, 2021. 1 vídeo (16 min). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9234255/>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

EVOLUÇÃO. *In: Significados*. [S.l., 2023?]. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/evolucao/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

FERREIRA, Pedro Donizete. Roudinesco, ao chamar os outros de identitários, expressa posições do identitarismo branco. Folha UOL, São Paulo, 26 mar. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2022/03/roudinesco-ao-chamar-os-outros-de-identitarios-expressa-posicoes-do-identitarismo-branco.shtml>>. Acesso em: 03 fev. 2023.

FIGUEIREDO, J.; MORAES, I; POLIVANOV, B. **Rupturas em performances identitárias online: levantamento e análise de casos em sites de redes sociais**. Relatório final de pesquisa PIBIC CNPq/UFF. 2017.

GAMA, Érica R. **Entre a Tradição e a Modernidade: uma aproximação entre os eventos cotidianos e as narrativas midiáticas: uma análise do ritual do casamento no programa "Chuva de Arroz"**. 2015. 138 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fuminense, 2015.

GAMSON, W. A.; MODIGLIANI, A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. **American Journal of Sociology**, v. 95, n. 1, 1989.

GARCIA, Deomara Cristina Damasceno; VIEIRA, Antoniella Santos; PIRES, Cristiane Carneiro. A explosão do fenômeno: reality show. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**. Covilhã, Portugal. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/15099512-A-explosao-do-fenomeno-reality-show.html>>. Acesso em: 10 jan. 2023.

GARIBE, Maria Eduarda Vasconcellos Becker. Como o Big Brother Brasil 20 arquitetou a sua comunicação a fim de potencializar os acontecimentos imprevisíveis do programa ao vivo? **Revista Miguel**, Rio de Janeiro, n. 4, jan/jun 2021. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/53112/53112.PDF>>. Acesso em: 5 maio 2022.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.

GOFFMAN, Erving. Footing. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P.M. (orgs.), **Sociolinguística interacional**, 2. ed., São Paulo: Loyola, 2002.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeastern University Press, 1986.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto/Ed. PUC-Rio, 2004.

GUTMANN, J. O BBB 20 não foi como era: como o programa engajou discussões de feminismo, machismo e racismo na quarentena. Entrevista concedida a Thais Borges. **Jornal Correio 24h**, Salvador, documento digital, 2020. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/o-bbb-20-nao-foi-como-era-como-oprograma-engajou-discussoes-de-feminismo-machismo-e-racismo-na-quarentena>>. Acesso em: 10 fev 2023.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomas Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HENN, R. **El cibercontecimiento: producción y semiosis**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

HENN, R. Seis categorias para o cibercontecimiento. In: NAKAGAWA, R.; SILVA, A (Orgs). **Semiótica da Comunicação II**. São Paulo: INTERCOM, 2015.

HILL, Annette. **Reality TV**. Audiences and popular factual television. Londres: Routledge, 2009.

HORA, Bianca Dias da; MARTINS, Milena Fagundes. A Cultura do Cancelamento e Suas Facetas: justiça social, intransigências e disputas narrativas. **Iniciacom**, São

Paulo, v. 10, n. 3, 2021. Disponível em:
<https://www.academia.edu/56800952/A_Cultura_do_Cancelamento_e_Suas_Facetas_Justi%C3%A7a_Social_Intransig%C3%A7%C3%A3o_e_Disputas_Narrativas_Entrevista>. Acesso em 16 abril 2022.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. *Fans, Bloggers, and Gamers: Media Consumers in a Digital Age*. New York: New York University Press, 2006.

KARHAWI, Issaaf Santos. **De blogueira à influenciadora**: motivações, ethos e etapas profissionais na blogsfera de moda brasileira. 2018. Tese (Pós em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <<https://bit.ly/3gLFWO0>>. Acesso em: 20/06/2020.

KARHAWI, Issaaf. A Cultura do Cancelamento e Suas Facetas: Justiça Social, Intransigências e Disputas Narrativas. **Revista Iniciacom**, São Paulo, v. 10, n. 3, 2021. Entrevista concedida a Bianca Dias da Hora e Milena Fagundes Martins. Disponível em: <<https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4110/pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2023.

KAROL CONKÁ é eliminada com a maior rejeição da história do BBB. **GShow**, Rio de Janeiro, 23 fev. 2021. Disponível em:
<<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/noticia/karol-conka-e-eliminada-com-a-maior-rejeicao-da-historia-do-bbb.ghtml>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

KAROL Conká. Wikipedia, 2023. Disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Karol_Conká>. Acesso em: 07 jan. 2023.

KILPP, Suzana. "Sentidos identitários paradoxais de TV na internet". **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, São Paulo, v. 45, n. 50, julho de 2018, p. 278.

KATZ, Elihu. Introduction: The End of Television? **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 625, n.1, 2009.

KILPP, Suzana. *Ethicidades televisivas*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

KILPP, Suzana. Isso não é um espelho. In: KILPP, Suzana. **A traição das imagens**: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows. Porto Alegre: Entre Meios, 2010.

LINCHAMENTO. In: **Dicionário Informal**. [S.l., 2023?]. Disponível em:
<<https://www.dicionarioinformal.com.br/linchamento/>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MANSQUE, William. De animosidade" a "tchaki tchaki": confirma o dicionário com expressões do "BBB 21". GZH, Rio de Janeiro, 26 fev. 2021. Disponível em:
<<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/tv/noticia/2021/02/de-animosidade-a>>

tchaki-tchaki-confira-o-dicionario-com-expressoes-do-bbb-21-cklmd5vl00150166ij0tvrmi.html>. Acesso em: 08 jan. 2023.

MATEUS, Samuel. Reality-Show – Uma análise de gênero. **Revista Comunicando**, Lisboa, v.1, n.1, dezembro, 2012.

MELO, Geovana. BBB 21 é o reality show brasileiro com maior número de participantes negros. *Correio Brasiliense*, Brasília, 25 jan. 2021. Disponível em: <<https://www.correiobrasiliense.com.br/diversao-e-arte/2021/01/4902470-bbb-21-e-o-reality-show-brasileiro-com-maior-numero-de-participantes-negros.html>>. Acesso em: 08 jan. 2023.

MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 79. jun. 2012.

MESSARIS, Paul; ABRAHAM, Linus. The Role of Images in Framing News Stories. In: REESE, Stephen D; GANDY JUNIOR, Oscar H; GRANT, August e. **FRAMING PUBLIC LIFE: perspectives on media and our understanding of the social world**. New Jersey: Taylor & Francis, 2008. p. 215.

MIYASHIRO, Kelly. Primeiro beijo gay entre homens da história do BBB vira show de bifobia. UOL, São Paulo, 7 fev. 2021. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/atitude/primeiro-beijo-gay-entre-homens-da-historia-do-bbb-vira-show-de-bifobia-50865>>. Acesso em: 08 jan. 2023.

MONTARDO, S.; ARAÚJO, W. Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 2, p. 472-494, 2013.

NASCIMENTO, Liliane da C. Exposição e performance em sites de rede sociais. *In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA (ABCiber)*, 4., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

NG, Eve. **Cancel Culture: a critical analysis**. Athens: Palgrave Macmillan, 2022.

NUNES, J. H. A sociolinguística de Goffman e a comunicação mediada. **Tempo Social**, v. 19, n. 2, nov. 2007.

OLIVEIRA, Matheus Pimenta de. **Auge e cancelamento: análise de narrativa do big brother brasil e seus impactos na publicidade**. 2021. TCC (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34019>>. Acesso em: 5 maio 2022.

ORSI, Lorena. isso é um experimento científico [...]. São Paulo, 11 jan. 2023. Twitter: @lorenaaorsi. Disponível em: <<https://twitter.com/lorenaaorsi/status/1613165481594343425>>. Acesso em: 03 fev. 2023.

ORWELL, George. *1984*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PEARSON, Diana Heather. **Accountability, Exile and Social Media**: an analysis of contemporary online public shaming practices and "cancel culture". 2021. 89 f. Tese (Doutorado Master Of Arts In Gender And Social Justice Studies) - Department Of Women's And Gender Studies, University Of Alberta, Edmonton, 2021. Disponível em: <<https://era.library.ualberta.ca/items/f350e32d-cfe1-4ec3-ad62-18eccde45fed>>. Acesso em: 19 jun. 2022.

PILZ, Jonas. **Apropriações Publicitárias de Ciberacontecimentos**: sentidos oriundos de conversações em rede operadas por atores sociais com interesses mercadológicos como estratégia de relacionamento. 2017. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, 2017.

POLIVANOV, Beatriz. **Dinâmicas Identitárias em Sites de Redes Sociais**: Estudo com Participantes de Cenas de Música Eletrônica no Facebook. Rio de Janeiro: Luminária, 2014.

POR MEDO do cancelamento, todos os participantes terão scripts politicamente corretos, diz Petrix sobre BBB. Jovem Pan, São Paulo, 18 fev. 2021. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/entretenimento/por-medo-do-cancelamento-todos-os-participantes-terao-script-diz-petrix-sobre-bbb.html#:~:text=%E2%80%9CO%20p%C3%BAblico%20do%20cancelamento%20criou,alinhado%20com%20o%20politicamente%20correto>>. Acesso em: 07 jan. 2023.

POR QUE 'BBB21' se tornou edição do 'medo de cancelamento'? G1, Rio de Janeiro, 03 fev. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/02/02/por-que-bbb21-se-tornou-edicao-do-medo-de-cancelamento.ghtml>>. Acesso em: 07 jan. 2023.

PPG EM COMUNICAÇÃO UNISINOS. Com grande alegria o PPG [...]. São Leopoldo, 13 set. 2022. Instagram: @ppgcomunicacaounisinos. Disponível em: <<https://www.instagram.com/ppgcomunicacaounisinos/>>. Acesso em: 03 fev. 2023.

PRISCO, Luiz. BBB21 é dominado pelo medo do cancelamento na primeira semana. Metrôpoles, Brasília, 30 jan. 2021. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/bbb/bbb21-e-dominado-pelo-medo-do-cancelamento-na-primeira-semana>>. Acesso em: 07 jan. 2023.

REIS, Bárbara. **Cancelamento para consumo**: como as redes sociais moldaram o gênero do reality show. 2021. 148 f. TCC (Graduação em Jornalismo) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

ROCHA, Debora C. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. **E-compós**, Brasília, v. 12, n. 3, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/387/380>.

ROGERS, Richard. Deplatforming: following extreme internet celebrities to telegram and alternative social media. **European Journal Of Communication**, [S.L.], v. 35, n. 3, p. 213-229, 6 mai. 2020.

ROMANO, Alex. Why We Cannt Stop Fighting About Cancel Culture. **Vox**, [S.I.], 25 ago. 2020. Disponível em: <https://www.vox.com/culture/2019/12/30/20879720/what-is-cancel-culture-explained-history-debate>. Acesso em: 16 abr. 2022.

SAAD, Elizabeth. O que podemos falar sobre “cultura do cancelamento”? Em debate. **COM+**: ECA-USP, 2020. Disponível em: <http://www.commais.org/2020/08/o-que-podemos-falar-sobre-cultura-docancelamento/>. Acesso em 15 abril 2022.

SALES, André Luis Leite F.; FONTES, Flávio F.; YASUI, Silvio. Para (re)colocar um problema: a militância em questão. **Temas em Psicologia**, Associação Brasileira de Psicologia [S.L.], v. 26, n. 2, p. 565-577, 2018.

SAWICKI, F.,; SIMEANT, J. Inventário da sociologia do engajamento militante: Nota crítica sobre algumas tendências recentes dos trabalhos franceses. **Sociologias**, v. 13, n.28, 2011.

SCHECHNER, Richard. “O que é performance?”. *In*: **Performance studies: an introduction**, second edition. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2006.

SCHECHNER, Richard. O que é performance?. **O percevejo**, Rio de Janeiro, ano 11, n. 12, 2003.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos, v. 17, n. 3, p. 1-1, 22 set. 2015.

SMITH-SHOMADE, Beretta E. Narrowcasting in the New World Information Order. **Television & New Media**, [S.L.], v. 5, n. 1, p. 69-81, fev. 2004.

SNOW, D.; BENFORD, R. Ideology, frame resonance, and participant mobilization. **International Social Movement Research**, v. 1, p. 197–217, 1988.

STEFANO, Luiza de Mello. **Convergência Midiática e Segunda Tela**: uma análise das plataformas online do Big Brother Brasil. Minas Gerais: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2016.

TABASNIK, Rafaela de Carvalho. **Controvérsias da Cultura do Cancelamento em plataformas digitais**: performances em torno da influencer digital Gabriela Pugliesi. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Digital) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). São Leopoldo, 2020.

TAFNER, Roberta Scórcio Maia. A Publicidade no Big Brother Brasil: as novas lógicas de produção entre veículo e anunciantes. *In*: COMUNICON, 8, 2021, Online. Anais... ESPM, 2021. Disponível em: <https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/GT-07-TAFNER.pdf>. Acesso em: 5 maio 2022.

TANKARD JUNIOR, James W. The Empirical Approach to the Study of Media Framing. In: REESE, Stephen D; GANDY JUNIOR, Oscar H; GRANT, August e. **FRAMING PUBLIC LIFE: perspectives on media and our understanding of the social world.** New Jersey: Taylor & Francis, 2008. p. 95.

TORRES, Leonardo. BBB 21: o que é “basculho”? Buscas pelo termo crescem após briga de Gil e Pocah. POP Line, Salvador, 16 fev. 2021. Disponível em: <<https://portalpopline.com.br/bbb-21-basculho-buscas-crescem-briga-gil-pocah/>>. Acesso em: 08 jan. 2023.

TORRES, Ton. O fenômeno dos memes. *Ciência e Cultura*, São Paulo, v. 68, n. 3, 2016. Disponível em: <<http://cienciaecultura.bvs.br/pdf/cic/v68n3/v68n3a18.pdf>>. Acesso em: 08 jan. 2023.

TOURI, Maria; KOTEYKO, Nelya. Using corpus linguistic software in the extraction of news frames: towards a dynamic process of frame analysis in journalistic texts. **International Journal Of Social Research Methodology**, [S.L.], v. 18, n. 6, p. 601-616, 3 jul. 2014.

USO DE regionalismo no BBB e a riqueza linguística de nosso país. Portal Faculdade São Luís de França, Aracaju, 26 fev. 2021. Disponível em: <<https://portal.fslf.edu.br/blog/sem-categoria/uso-de-regionalismo-no-bbb-e-a-riqueza-linguistica-de-nosso-pais/>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

VAN DIJCK, José. Television 2.0: YouTube and the Emergence of Homecasting. In: V INTERNATIONAL CONFERENCE OF MASSACHUSETTS, 2007, Institute of Technology (MIT5). Disponível em: < https://web.mit.edu/comm-forum/legacy/mit5/papers/vanDijck_Television2.0.article.MiT5.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2023.

VELASCO, Joseph Ching. You are Cancelled: virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging. **Rupkatha Journal On Interdisciplinary Studies In Humanities**, [S.L.], v. 12, n. 5, 17 out. 2020.

VIANNA, Letícia; DREYER, Bianca Marder. A Cultura do Cancelamento sob o olhar das Relações Públicas. In: XV CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, São Paulo, 2021. Anais... São Paulo: ABRAPCORP, 2021.

BBB21: medo de cancelamento vira preocupação entre brothers; entenda. Fantástico, 2021. 1 vídeo (6 min). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9227167/>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

JOGO DA DISCÓRDIA: brothers opinam quem são os canceladores no BBB21. GShow, Rio de Janeiro, 01 fev. 2021. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/casa-bbb/noticia/jogo-da-discordia-brothers-opinam-quem-e-o-cancelador-no-bbb21.ghtml>>. Acesso em: 20 fev. 2023.