

Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara Takahama
(Organizadores)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2



Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara Takahama
(Organizadores)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



A produção do conhecimento nas ciências da comunicação 2

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P964 A produção do conhecimento nas ciências da comunicação
2 / Organizadores Edwaldo Costa, Suélen Keiko Hara.
- Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0055-4

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.554221103>

1. Comunicação. I. Costa, Edwaldo (Organizador). II.
Hara, Suélen Keiko (Organizadora). III. Título.

CDD 302.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

Este e-book lança um olhar para a Ciências da Comunicação, mais especificamente sobre a produção do conhecimento. O segundo volume da obra “A produção do conhecimento nas ciências da comunicação” explora questões epistemológicas e metodológicas acerca da pesquisa de comunicação com base nas propostas de convergência e de sobreposição de temas e metodologias que se fazem notar de forma crescente na literatura atual, tanto por parte de pesquisadores da comunicação como das ciências sociais e humanas.

A obra é composta por 15 artigos que visam compreender os contornos que as Ciências da Comunicação e seus componentes estabelecem entre si e com outras tessituras sociais. Trata-se, portanto, de uma necessária atitude crítica diante do campo em toda a sua complexidade, para mirar suas reconfigurações, seus atravessamentos e os sentidos que os fatos comunicacionais e outros produzem na contemporaneidade.

Os autores abordam a comunicação estratégica, o jornalismo cultural, a ciência da informação, a reverberação midiática, o conceito de equilíbrio de baixo nível, a propagação de informações, os projetos Green Belt, a gestão de comunicação em tempos da Covid-19, a comunicação pública, o conceito Amazônia pela cultura letrada regional, o estudo do caso “Fabiane - a bruxa do Guarujá”, a história da comunicação, editoria política, telejornalismo e um estudo de caso dos portais de notícias Metrôpoles e R7. Do ponto de vista do campo de pesquisa, os assuntos abordam uma configuração transdisciplinar.

Um dos objetivos deste e-book, volume 2, é continuar propondo análises e discussões a partir de diferentes pontos de vista: científico, comunicacional, social. Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, temas, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, este e-book ofereça uma contribuição plural e significativa.

Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO: NARRATIVAS E TEMPORALIDADES

Geraldo Pieroni

Aline Cristina Pires

Augusto Puga

Débora Rosenente

Fábio Ricardo Gioppo

Gisele Filippetto


Júlio Rigoni Filho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211031>

CAPÍTULO 2..... 22

A COMUNICAÇÃO EXTERNA E A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA NA GESTÃO DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

Layana do Amaral Rios


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211032>

CAPÍTULO 3..... 34

ASPECTOS GERAIS DA TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA EM BIOTECNOLOGIA NO BRASIL: UMA ABORDAGEM DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Francisco Carlos Paletta

Thiago Negrão Chuba

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211033>


CAPÍTULO 4..... 57

SER CURTIDO E APROVADO OU DESCURTIDO E APAGADO? UM ESTUDO DE CASO DOS PORTAIS DE NOTÍCIAS ON-LINE METRÓPOLES E R7

Iasmim Santos

Andréa Souza

Daniela Ribeiro


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211034>

CAPÍTULO 5..... 72

A ATUAÇÃO DO PORTAL DE NOTÍCIAS 'A CIDADE ON' NO ÂMBITO DO JORNALISMO CULTURAL EM CAMPINAS

Letícia Cristina Sobrinho

Maria Lucia De Paiva Jacobini


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211035>

CAPÍTULO 6..... 83

CONSULTÓRIO NO AR: COMO A AUDIÊNCIA SE APROPRIA DOS CONTEÚDOS DOS PROGRAMAS DE SAÚDE NO RÁDIO

Elane Gomes Santos Coutinho


Valdinei Trombini

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211036>

CAPÍTULO 7..... 94

FATORES DE COMUNICAÇÃO QUE CONTRIBUÍRAM PARA O SUCESSO DE PROJETOS
GREEN BELT

Juliana Regina Galvão Reis

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211037>

CAPÍTULO 8..... 108

GESTÃO DE COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE COVID-19: O CASO DE ESTUDO DE
UMA EMPRESA MOÇAMBICANA

Catarina Winnie Santos Garrido

Felipe Miranda de Souza Almeida


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211038>

CAPÍTULO 9..... 129

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DO MINISTÉRIO DA SAÚDE NA COBERTURA
DA CAMPANHA NACIONAL DE VACINAÇÃO CONTRA A POLIOMIELITE E CONTRA O
SARAMPO DE 2018

Johnny Ribas da Motta

Nelia Rodrigues Del Bianco

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211039>

CAPÍTULO 10..... 158

NOTAS SOBRE A INCORPORAÇÃO DO CONCEITO AMAZÔNIA PELA CULTURA
LETRADA REGIONAL


Luís Francisco Munaro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110310>

CAPÍTULO 11..... 172

FOGUEIRAS INQUISITÓRIAS NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS: ESTUDO DO CASO
“FABIANE, A BRUXA DO GUARUJÁ”

Bárbara Carolina Rodrigues Marques

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110311>

CAPÍTULO 12..... 183


EQUILÍBRIO DE BAIXO NÍVEL: UM PANORAMA BIBLIOMÉTRICO DAS PUBLICAÇÕES
DE MAIOR FATOR DE IMPACTO




Cícero Pereira Leal

Rogério Galvão de Carvalho

José Antônio Rodrigues do Nascimento

Kleydson Jurandir Gonçalves Feio

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110312>

CAPÍTULO 13	197
A EFETIVAÇÃO DO IGNORANCIALISMO POR MEIO DA REVERBERAÇÃO MUDIÁTICA	
Álvaro Nunes Lorangeira	
Tarcis Prado Júnior	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110313	
CAPÍTULO 14	210
POR TRÁS DA EDITORIA POLÍTICA DO JORNAL O ALTO URUGUAI (DE 1995 A 2005)	
O QUE FOI NOTÍCIA NOS 11 ANOS DE MUTISMO POLÍTICO	
Lana D'Ávila Campanella	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110314	
CAPÍTULO 15	238
A HISTÓRIA E OS DESAFIOS DO TELEJORNALISMO EM TEMPOS DE PANDEMIA	
Edwaldo Costa	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110315	
SOBRE OS ORGANIZADORES	252
ÍNDICE REMISSIVO	253

SER CURTIDO E APROVADO OU DESCURTIDO E APAGADO? UM ESTUDO DE CASO DOS PORTAIS DE NOTÍCIAS ON-LINE METRÓPOLES E R7

Data de aceite: 01/02/2022

Iasmim Santos

Graduada em Jornalismo pela Faculdade Anísio Teixeira (FAT)
<http://lattes.cnpq.br/3284847115139079>

Andréa Souza

Daniela Ribeiro

RESUMO: Este estudo teve o intuito de refletir sobre a cobertura jornalística dos portais de notícias on-line *Metrópoles* e *R7*, com enfoque nos *cancelamentos* ocorridos de janeiro a setembro de 2020. Por meio dele, identificou-se que enquanto o *R7* apresentou perfis variados de personalidades *canceladas* na pandemia, o *Metrópoles* focou em uma delas, revelando como os canais de comunicação podem contribuir com a manutenção do *cancelamento* seguindo uma perspectiva alinhada aos critérios jornalísticos.

PALAVRAS-CHAVE: Cobertura jornalística; Personalidades na pandemia; Cancelamento; Portais de notícias; Celebidades canceladas.

ABSTRACT: This study aimed to reflect on the journalistic coverage of the online news portals *Metrópoles* and *R7*, with a focus on cancellations that occurred from January to September 2020. Through it, it was identified that while the *R7* presented different profiles of personalities canceled in the pandemic, *Metrópoles* focused on one of them, revealing how communication

channels can contribute to maintaining the cancellation following a perspective aligned with journalistic criteria.

KEYWORDS: News coverage; Personalities in the pandemic; Cancellation; news portals; canceled celebrities

1 | INTRODUÇÃO

As redes sociais digitais e as interações nos espaços virtuais, tema do presente estudo, promovem variadas mudanças no cenário contemporâneo, sendo pertinente observarmos que nesse contexto as possibilidades de criar, recriar ou se desvincular de algo são muito maiores. Deste modo, foi imprescindível analisarmos as manifestações que nasceram em tempos pós-modernos, a exemplo do *cancelamento* virtual, um movimento que, em virtude da pandemia em 2020, aflorou e repercutiu nos espaços virtuais.

Logo, esse movimento, que ganhou o meio on-line originando debates e discussões, teve o seu surgimento em casos nos quais personalidades ou qualquer indivíduo, que por terem se manifestado de uma forma vista como incorreta, tiveram sua ação criticada e transformada em alvo de ataques no ambiente virtual promovendo consequências para a vida pública e digital de quem sofreu o *cancelamento*.

A vista disso, o movimento do *cancelamento* virtual atraiu a atenção de veículos jornalísticos on-line, que observaram

esse movimento de envolvimento e permanência dos usuários e passaram a promovê-los e repercutí-los. É importante ressaltarmos que o foco neste artigo é a cobertura jornalística dos *cancelamentos* de personalidades que tiveram seus comportamentos reprovados socialmente no contexto da pandemia.

Neste presente trabalho, foram escolhidos dois portais de notícias on-line *Metrópoles* e *R7*, e analisamos a problemática: como as matérias desses portais refletem o *cancelamento* de figuras públicas na cobertura jornalística em 2020? E como objetivo geral refletimos sobre a cobertura jornalística dos portais de notícias *Metrópoles* e *R7* a respeito dos *cancelamentos* de personalidades que repercutiram na mídia no contexto da pandemia em 2020. Já, como objetivos específicos discorreremos sobre os comportamentos relacionados às práticas de *cancelamento* através da análise da cobertura dos portais de notícias on-line *Metrópoles* e *R7*. Identificamos a recorrência de personalidades *canceladas* na pandemia, com base na análise dos portais de notícias on-line e foram esmiuçados os principais critérios de valor jornalístico envolvidos nas construções das matérias.

Para tanto, este estudo torna-se relevante para a ordem social, porque a partir dele foi possível conhecermos os motivos que mais entrelaçam um indivíduo a ponto de ser *cancelado*, demonstrando como o movimento do *cancelamento* foi interpretado e quais os alvos que ele mira. Ao fazermos a análise dos portais em questão foi possível percebermos as nuances por trás do *cancelamento* e como isso se intensificou¹ em 2020, ano atípico, já que o mundo se observou diante de uma pandemia e mudanças comportamentais. Logo, essa pesquisa torna-se imprescindível ao campo da comunicação, fazendo-nos perceber também que a educação midiática é uma ferramenta necessária para promover reações mais saudáveis e prevenir determinadas consequências que possam surgir em conjunto com *cancelamentos* em ambientes midiáticos.

Além disso, os objetivos metodológicos desta pesquisa apresentaram caráter descritivo e exploratório, tendo como campo de estudo a internet trazendo elementos da netnografia. E apresentou, como estratégia de pesquisa, o Estudo de Caso realizado por meio da coleta de dez matérias jornalísticas, sendo cinco matérias do portal *Metrópoles* e cinco matérias do portal *R7*, essas matérias referem-se aos *cancelamentos* ocorridos durante a pandemia, de janeiro a setembro de 2020. A escolha das matérias foi compilada através de palavras-chave em ferramentas de pesquisa como o Google e nas áreas de buscas dos próprios portais escolhidos. Além da análise dessas matérias, como uma ferramenta do método exploratório, foi utilizada a análise de discurso para refletirmos a respeito das questões propostas nos objetivos desta pesquisa.

Dessa forma, autores referenciais foram trazidos para o desenvolvimento desse

¹ Conforme dados da Kantar, empresa especializada em pesquisas de comunicação, mídia, consumo e medição no meio digital, com a pandemia a navegação na web se elevou em 70%, e o engajamento nas mídias sociais aumentou em 61% em relação às taxas de usos normais, o que pode possibilitar ainda mais o policiamento virtual. Barômetro COVID-19: Atitudes do consumidor, hábitos e expectativas da mídia – Disponível em: <<https://www.kantar.com/Inspira-tion/Coronavirus/COVID-19-Barometer-Consumer-attitudes-media-habits-and-expectations>>. Acesso em: 13 abr. 2021.

artigo, que foi dividido em cinco capítulos: a noticiabilidade e a prática jornalística na web; jornalismo, redes sociais digitais e interações; cancelamento virtual e educação para as mídias, e os dois últimos capítulos foram reservados para a análise do nosso estudo de caso. Por meio dessa análise, foi possível identificarmos que enquanto o portal R7 apresentou perfis variados de personalidades *canceladas* na pandemia, o portal Metrôpoles focou em uma das personalidades, evidenciando como os canais de comunicação podem contribuir com a manutenção do *cancelamento* seguindo uma perspectiva direcionada e alinhada aos critérios de noticiabilidade na prática jornalística.

2 | NOTICIABILIDADE E A PRÁTICA JORNALÍSTICA NA WEB

O termo jornalismo refere-se ao substantivo jornal e por extensão designa toda atividade que produz e divulga informações na atualidade (PINTO, 1999). Logo, a atividade jornalística opera com base em determinados princípios que conduzem a sua prática e seus produtos, como o compromisso ético com uma ideia de verdade, que pode ser compreendida através dos aspectos principais e transformada em relato noticioso. Além disso, foi observado que no discurso jornalístico vários elementos são predispostos na construção das notícias para que assegurem uma coerência a determinadas narrativas, um exemplo desses elementos são os critérios de noticiabilidade (valor-jornalístico ou valor-notícia).

A noticiabilidade corresponde a um conjunto de critérios, técnicas e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, diariamente, entre um número extenso e indefinido de fatos, uma quantidade mensurável, finita e tendencialmente fixa de notícias (WOLF, 1985). Esses critérios de valores-notícia surgem para responder e direcionar quais são os fatos realmente relevantes e significativos a ponto de serem transformados em notícia e expostos ao público (FERREIRA; DALMONTE, 2008).

Os principais critérios analisados nos estudos da comunicação, conforme Ferreira e Dalmonte (2008) envolvem: novidade; proximidade geográfica; negativismo; surpresa; impacto; conflito pessoal; pessoa de destaque ou personagem público; incomum; referente ao governo; de interesse nacional/ universal/ pessoal/econômico (número de pessoas afetadas); injustiça que provoca indignação; catástrofe; emoção; descobertas/ invenções; crime e violência. Para mais, o autor Franciscato (2014) nos apresenta o critério de continuidade e ruptura, que orienta o jornalista para situações pontuais que ainda não tiveram um fim, ou que representaram uma quebra ou separação na ordem de acontecimentos; e o critério de normalidade e anormalidade que se associa à identificação de padrões de normalidade em contraste do que é 'anormal', também considerada uma forma de ruptura.

Além das contribuições sobre os critérios de noticiabilidade ao discurso jornalístico, é importante trazermos alguns elementos que se potencializaram com a internet. Logo,

cada meio possui uma linguagem própria “a rádio diz, a televisão mostra e o jornal explica” (CANAVILHAS, 2003, p. 64), com a internet não poderia ser diferente, ao utilizar um texto, som e imagem em movimento, a internet tem uma linguagem única que se potencializou no hipertexto e nos conteúdos que são utilizados em outros meios existentes (CANAVILHAS, 2003).

Com isso, ao falarmos sobre a prática jornalística na web, observamos elementos multimídias (áudio, vídeo, hiperligações) que alteraram o processo de produção de uma notícia e a forma como se ler. A exemplo, pode-se citar a leitura não-linear², que apresenta a necessidade da disponibilização de um complemento informativo, no qual permita a um indivíduo recorrer a ele sem que isso provoque mudanças no mapa mental de compreensão da notícia. À vista disso, pode-se observar que o webjornalismo apresenta a quebra da linearidade do texto como uma das dificuldades das novas plataformas, portanto, o jornalista da web precisa encontrar o melhor caminho para levar o leitor a uma quebra nas regras de recepção impostas e comuns aos meios comunicacionais atuais (CANAVILHAS, 2003).

3 | JORNALISMO, REDES SOCIAIS E INTERAÇÕES

O século XXI proporcionou ao jornalismo uma explosão de mensagens jornalísticas em um mesmo suporte (o ambiente digital) ampliando o campo noticiável e as possibilidades de inclusão sem fronteiras delimitadas. Proporcionou também a disseminação de mensagens originadas por diversas fontes simbolizando os mais variados interesses, exigindo do jornalista mais competência e integridade aos valores que compõem sua atividade.

O discurso propagado através de coberturas jornalísticas de sites, blogs, portais de notícias ou redes sociais digitais, termo que será esmiuçado nesse capítulo, passou a apresentar não apenas uma narrativa ao público, mas também passou a demonstrar elementos essenciais que situassem esse público, cada vez mais exigente e fragmentado, ao lugar em que se desenvolve determinada narrativa repassada. Ou seja, integrando esse receptor para que ele se sinta conectado e integrado aos elementos expostos em determinada matéria, ou conteúdo informativo. Por meio disso, compreende-se que a prática jornalística precisa ser completa, geradora de contexto, sentido e pertencimento (COELHO, 2013).

Ademais, quando o jornalista passa a operar no ambiente on-line ele torna-se mais dependente do público. Esse profissional precisa pensar nas opções adequadas para que o seu público interaja, visto que a interatividade torna possível que um usuário opine, elogie, critique, colabore com sugestões e principalmente ajude a construir as notícias. E com a ampla utilização das redes sociais digitais como suporte para plataformas informativas essa interação tornou-se ainda mais relevante.

² Leitura não-linear corresponde a uma composição que oferece caminhos distintos, além da possibilidade de múltiplos finais e interpretações.

Conforme Souza e Cardoso (2011) as redes sociais são como uma estrutura formada por indivíduos e organizações que estão ligadas por relações e partilham valores e objetivos parecidos. Análogo à ideia anterior, a pesquisadora Raquel Recuero (2009) define as redes sociais digitais como um conjunto de dois elementos, os atores e suas conexões, mediados por um computador: os “atores”, que podem ser pessoas, instituições, grupos, ou os nós da rede. E suas “conexões”, que são formadas por interações ou laços sociais. Essas interações mediadas por um computador são capazes de gerar fluxos de informações e trocas de sentido que impactam as estruturas. Cabe acrescentarmos que essas ligações estabelecidas entre computadores viabilizam a ampliação do ciberespaço, que Lévy (1999, p. 92) define como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores”.

Dessa forma, a interatividade, uma das possibilidades que surge nos ambientes digitais, aumenta as probabilidades de comunicação com o outro, como apresenta Lévy (1999), a interatividade mediada pelos computadores define um dispositivo de comunicação “todos-todos”, ou seja, todos os indivíduos podem falar com todos. Assim como analisa Raquel Recuero (2009) em seus estudos:

A interação social é compreendida como geradora de processos sociais a partir de seus padrões na rede, classificados em competição, cooperação e conflito [...] Existem interações que visam somar e construir um determinado laço social e existem interações que visam enfraquecer ou mesmo destruir outro laço (RECUERO, 2009, p. 79 – 81).

Além disso, através das redes e ferramentas digitais observamos que assim como existem possibilidades de publicar e distribuir conteúdo, existe também a consequência de termos informações monitoradas e vigiadas por qualquer indivíduo na rede (FALQUETO, 2014). É o que discutiremos a seguir.

4 | CANCELAMENTO VIRTUAL E EDUCAÇÃO PARA AS MÍDIAS

O *cancelamento* virtual é um termo novo, mas que pode ser compreendido como “o ato de boicotar uma pessoa, isto é, negá-la e excluí-la da legitimação social em resposta a uma atitude tomada por ela que tenha sido considerada errada” (BRASILEIRO; AZEVEDO, p. 6, 2020). O termo³ é compreendido também como uma ameaça ou ataque à reputação e aos meios de subsistência atuais e futuros dos *cancelados*. E para mais, quando nos atentamos a forma como essa prática de *cancelamento* opera, pode-se verificar que ela se caracteriza por publicações em massa, e na maior parte das vezes, realizada por vários internautas e canais midiáticos contra um indivíduo (BRASILEIRO; AZEVEDO, 2020).

Conforme Oliveira e Honório (2020), o movimento de *cancelar* o outro é “um novo envelopamento de algo que já conhecemos e identificamos durante décadas, a exemplo

3 O que é a ‘cultura de cancelamento’ – Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-53537542>>. Acesso em: 12 abr. 2021.

temos o linchamento, o boicote, o ódio e humilhação” (OLIVEIRA; HONÓRIO, 2020, p. 6). Segundo esses pesquisadores, podemos nos atentar aos três principais tipos de *cancelamento*: o primeiro se refere ao boicote, e na maioria das vezes está ligado à política, religião, marcas, personalidades, ou instituições de poder que romperam ou fragmentaram a confiança de seus consumidores. O segundo tipo se refere ao *ban ou close errado*, que é considerado um movimento informal, mas que pode atingir desde internautas anônimos que repercutem, até influenciadores e celebridades. Já o linchamento virtual é o terceiro tipo de exclusão observada nas redes sociais digitais, também considerado um movimento informal, assim como o segundo tipo. E, normalmente, é gerado por um ou mais *closes errados*, que como consequência se desencadeia em um *cancelamento*.

Os *cancelamentos* originam-se como uma reação contrária a comportamentos que se desviam da norma padrão, princípios morais ou éticos, e na maioria das vezes destinam-se aos influenciadores digitais, que são “aquelas pessoas que se destacam nas redes digitais e que possuem capacidade de mobilizar um grande número de seguidores, pautando opiniões e comportamentos e até mesmo criando conteúdos exclusivos” (SILVA; TESSAROLO, p. 3, 2016), e às celebridades que, para Bauman (2011), significa o mesmo que está vulnerável aos olhos da sua audiência.

Ademais, segundo Chiari et al. (2020) é possível observarmos que esse movimento tomou destaque em 2017 tendo como “alvo” dos ataques *influencers* de Hollywood. Em um primeiro estágio os ataques surgiram a partir da hashtag *MeToo*, a fim de expor e denunciar abusos e violências sexuais que teriam sido efetivadas por personalidades públicas. No início, o movimento teve sucesso, porque conseguiu levar à prisão pessoas que, devido à posição social, poucos desconfiariam dos seus crimes, como o produtor de cinema Harvey Weinstein denunciado por agressão sexual, estupro e assédio, sendo considerado culpado de duas das cinco acusações de má conduta sexual⁴.

Contudo, ainda segundo Chiari et al. (2020), cabe observarmos que o movimento do *cancelamento* pode tomar diferentes proporções, não só expondo atitudes tidas como erradas por lei, mas expondo qualquer indivíduo que não atenda às expectativas que foram depositadas nele. A vista disso, os comportamentos negligentes e que põem em risco a vida da coletividade foram um dos mais reprovados, no período da pandemia em 2020. Isso porque, devido ao surto da COVID-19 iniciado no fim de 2019, a Lei nº 13.979/20⁵ foi promulgada trazendo medidas de enfrentamento da emergência de saúde pública visando à proteção da coletividade, como o isolamento social e medidas relacionadas à quarentena.

Logo, quando uma pessoa demonstra que não está cumprindo as medidas de prevenção, a fim de dissolver ou diminuir a contaminação do Coronavírus, os vigilantes sociais, pessoas que observam as ações das outras no ambiente virtual, começam

4 Harvey Weinstein é condenado a 23 anos de prisão; entenda o caso em 7 questões – Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-51553491>>. Acesso em: 12 abr. 2021.

5 Diário Oficial da União – Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.979-de-6-de-fevereiro-de-2020-242078735>>. Acesso em: 28 de out 2020.

a repercutir em suas falas discursos de indignação contra o comportamento de outros indivíduos até chegar ao banimento. Por meio disso, basta uma frase mal colocada, um comportamento desaprovado e emitido principalmente por uma figura pública, por conta de contraposição de discurso, pela associação com artistas já *cancelados* ou por apresentarem apelos discriminatórios (OLIVEIRA; HONÓRIO, 2020), o dardo do *cancelamento* pode ser acionado. Além disso, cabe observarmos que as ações e reações envolvidas em movimentos de *cancelamento* podem estar associadas às sociedades em que o poder público não apresenta credibilidade e confiabilidade diante da opinião pública, a partir disso a população acaba se tornando juíza e executora (OLIVEIRA; HONÓRIO, 2020).

Logo, torna-se perceptível a necessidade de uma educação midiática⁶, que corresponde a um compilado de habilidades que auxiliam o indivíduo a acessar uma informação, criar conteúdo e sobreviver no ambiente informacional das redes sociais digitais, a fim de formar produtores de sentidos mais conscientes e críticos para atuarem no ambiente virtual.

Os autores Kellner e Share (2008) expõem que uma aprendizagem focada na mídia pode intensificar os nossos processos críticos analíticos e explorar a recepção da audiência para que se aprenda a ler e criar criticamente textos de mídia; buscar justiça social; além de compreender os contextos políticos, econômicos, históricos e sociais em que todas as mensagens são escritas e lidas.

Além disso, quando um indivíduo está digitalmente letrado ele sabe que as redes sociais digitais podem ser utilizadas tanto para reverberar situações boas quanto situações ruins. Como salienta Buckingham (2010), os indivíduos alfabetizados para a mídia passam a utilizar as redes digitais para o seu crescimento e o dos outros, realizando buscas eficientes, comparando uma série de fontes e separando os conteúdos ou documentos confiáveis dos não confiáveis e os relevantes dos irrelevantes. Ademais, esse autor destaca que os usuários precisam “fazer perguntas sobre as fontes dessa informação, sobre os interesses de seus produtores, além de questões mais amplas sobre os pontos de vista que são representados ou não o são” (BUCKINGHAM, 2010, p. 49-50).

5 | ANÁLISE DO PORTAL DE NOTÍCIAS ON-LINE METRÓPOLES

O portal Metrôpoles, fundado em 2015, assim como a editora e a rádio fazem parte do Grupo Metrôpoles. Conforme o Google Analytics, 63 milhões de usuários únicos prestigiam a página mensalmente⁷ e seu crescimento se direciona ao âmbito nacional e dimensões regionais. Para mais, as matérias coletadas e analisadas deste portal se concentram nas editoriais *Celebridades* e *Entretenimento*.

A partir disso, podemos iniciar analisando a matéria (A), nela pode-se observar

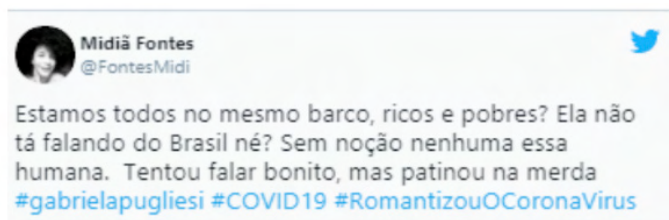
6 A educação midiática como vacina contra a infodemia - Disponível em: <<https://porvir.org/a-educacao-midiatica-como-vacina-contr-a-infodemia/>>. Acesso em: 16 de mar. 2021.

7 Metrôpoles – Disponível em: <<https://www.metrosoles.com/quem-somos>>. Acesso em: 06 nov. 2020.

que as redes sociais digitais são um perigo para os artistas sertanejos. Com a leitura do subtítulo, observa-se também que o ambiente das *lives* é propício para provocar a onda de *cancelamento*, porque é um ambiente *regado por muito álcool e pouca inibição dos artistas* sendo um terreno fértil aos *cancelamentos*. Em um dos trechos dessa matéria, é demonstrado que o público desses artistas não estava preparado para vê-los sem filtro. O que nos faz subentender a necessidade de um preparo aos usuários das redes sociais digitais que na maioria das vezes não sabem como agir e muitos partem para a crítica, xingamentos e aniquilamento de determinado “alvo”.

Ao analisarmos as personalidades *canceladas* temos: a cantora sertaneja Marília Mendonça que foi *cancelada*, porque debochou de um de seus músicos que, segundo a cantora, teria se relacionado com uma mulher transexual. Esse comportamento de deboche não foi visto com bons olhos pelo público LGBTQ+ que disseminou críticas e *cancelou* a cantora. Outros *cancelados* foram: o cantor Leonardo que comparou o HIV ao Coronavírus e o cantor Eduardo Costa, que fez um comentário pejorativo relacionado ao bebê de uma cantora sertaneja. Quando analisamos os critérios de valor jornalístico envolvidos nesta matéria observamos: o de pessoa de destaque; de indignação, o critério de proximidade, já que os artistas apresentados nessa matéria fazem parte de um mesmo estilo musical e apresentam relações semelhantes ao público.

Na matéria (B) ao observarmos o título, vemos que a influenciadora destacada, Gabriela Pugliesi, é colocada no banco de acusada, ou aquela que ficará sentada no banco de réu no tribunal do ciberespaço, sendo os internautas os seus acusadores. O motivo de a influenciadora ter sido *cancelada* remete a forma como romantizou o Coronavírus, após realizar uma publicação, na qual diz *algo invisível que chegou e colocou tudo no lugar*. A forma como a influenciadora expressou suas palavras indignou os internautas, provavelmente, porque Gabriela generalizou questões que não se enquadram a todos. Ficar em casa na quarentena, por exemplo, foi um privilégio que poucos puderam adotar. Os critérios de valor jornalístico em destaque são o de indignação e de personalidade pública.



(Figura 1) Captura de imagem da publicação de uma internauta, após texto postado por Pugliesi. Extraída da matéria (B).

Na matéria (C) observamos os mesmos critérios jornalísticos citados anteriormente,

como também o critério de anormalidade que se associa a uma quebra de expectativa. Nessa matéria, Gabriela Pugliesi foi *cancelada* devido à promoção de uma festa clandestina. A festa promovida pela influenciadora gerou revolta no público anônimo e em personalidades famosas, que também atuaram na posição de *canceladoras*, como a humorista Tatá Werneck e o cantor Emicida que *desejou um isolamento sem sofrimento para todos, menos para Pugliesi*. A influenciadora perdeu o patrocínio de diversas marcas, e também seus seguidores, que são essenciais àqueles que desejam progredir e se consolidar nas redes sociais digitais. Pugliesi contava com 4,55 milhões de seguidores antes do acontecimento e passou a contabilizar 4,4 milhões em abril de 2020, mês que ocorreu a festa. E ao analisarmos os seguidores da *influencer* neste ano de 2021, observa-se que ela está conseguindo se consolidar novamente no ambiente digital, já que apresenta atualmente 4,5 milhões de seguidores. E, não podemos ignorar que continua sendo um número alto.

Na matéria (D) Pugliesi continua figurando como personalidade de destaque, e o conteúdo abordado refere-se ao retorno da influenciadora no dia 20 de julho ao postar um vídeo pedindo desculpas aos seus seguidores, após ter se afastado por três meses das redes sociais digitais por conta dos julgamentos sofridos. Nessa matéria, como critérios jornalísticos temos: pessoa de destaque e o critério de continuidade observado logo no título da matéria, que nos leva a inferir que os leitores que vão lê-la já estão integrados aos acontecimentos envolvidos com a *influencer* e provavelmente vão querer saber um pouco mais. Já na última matéria (E), do portal *Metrópoles*, observamos os mesmos critérios de valor jornalístico observados na matéria anterior, tendo Gabriela Pugliesi também como personalidade em foco. O título da matéria induz que já lemos a matéria (D) e sugere que provavelmente o público que está lendo esta matéria deseja saber mais sobre o decorrer do caso que ainda não foi finalizado. Observa-se na matéria (E) que, após um vídeo pedindo desculpas, Pugliesi ainda estava sendo alvo de críticas.



(Figura 2) Captura de imagem da publicação de uma internauta, após a volta de Gabriela Pugliesi ao Instagram. Extraída da matéria (E).

6 | ANÁLISE DO PORTAL DE NOTÍCIAS ON-LINE R7

O portal R7 ou R7.com é considerado um dos maiores portais de internet brasileiro, criado em 2009, pertence ao Grupo Record⁸ e oferece conteúdos informativos e de entretenimento. No ano de 2017, o R7 expôs que se tornara o quinto maior da América Latina⁹. Para mais, cabe destacarmos que as matérias que serão analisadas nesse portal foram coletadas nas editorias *Life Style* e *Entretenimento*.

A vista disso, na primeira matéria (F) analisada, pode-se observar que o *cancelado* em destaque é o MC Kevin. O ex-músico frequentou áreas de lazer do prédio, no qual residia mesmo sabendo que estava infectado, o que contribuiu com a realização de um Boletim de Ocorrência feito pelos seus vizinhos. Outra situação que gerou revolta nos internautas relaciona-se a uma postagem que o MC realizou horas antes de ter revelado que estava com o vírus. Nessa postagem o MC proferia as seguintes palavras: *não posso sair, mas vou sair, porque não aguento mais ficar em casa*. Isso gerou uma onda de reações nos seus 5 milhões de seguidores, sendo duramente criticado por ter saído de casa e desrespeitado o isolamento, já pressupondo estar infectado. A partir dessa repercussão negativa, MC Kevin apagou as suas publicações. Os critérios de valor jornalístico observados foram: de pessoa de destaque; indignação; crime; critério de continuidade já que essa matéria apresenta duas seções dedicadas a apresentar a progressão de eventos que envolveram o cantor, além do critério de anormalidade.

8 Grupo Record – Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-record/>>. Acesso em: 06 nov. 2020.

9 Quinto maior site da América Latina – Disponível em: <<https://noticias.r7.com/bahia/quinto-mais-visitado-da-america-latina-portal-r7-tem-138-milhoes-de-acessos-mensais-31032018?amp>>. Acesso em: 06 nov. 2020.

Comentário 1:

Chocada com a irresponsabilidade de MC Kevin.

Comentário 2:

Que cara sem noção, tá com o vírus confirmado, e postando que saiu de casa sim porque não aguenta mais ficar trancado

Comentário 3:

A raiva que eu estou do MC Kevin não é pouca! Isso que ele fez é um desrespeito.

(Figura 3) Comentários de seguidores do MC Kevin extraídos da matéria (F).

Na matéria (G) a partir do título observa-se que uma sucessão de ações ocorre até que a personalidade em foco, Gabriela Pugliesi, fosse detonada. Nessa matéria o motivo do *cancelamento* foi o mesmo retratado na matéria (C) do portal *Metrópoles*, a festa realizada pela personalidade. Dentre os principais critérios jornalísticos pode-se citar: o critério de personalidade de destaque; indignação; o critério de continuidade, porque ao decorrer dos fatos observamos intertítulos que descrevem a progressão dos episódios figurados pela *influencer*, além do critério ruptura ou anormalidade.

Na matéria (H) verifica-se que logo no título a posição da personalidade *cancelada*, Gabriela Pugliesi, é intensificada. A influenciadora é retratada como traidora social e a fala de uma psicóloga colabora para isso, segundo essa profissional *furar isolamento é traição social*. Ademais, como critérios de valor jornalístico pode-se citar: o de personalidade de destaque; de interesse e o critério de indignação.

Na matéria (I) existe uma ênfase ao termo *cancelados* que provavelmente foi utilizado para atrair a atenção do público que se interessa pelo conceito. Como personalidades apresentadas pode-se citar: Pugliesi, MC Kevin, Thaila Ayala que foi *cancelada*, porque criou uma marca de roupas inspirada pelo Coronavírus, intitulada *Vi.rus 2020* e o cantor Gustavo Lima, que foi *cancelado* por dois motivos, o primeiro por segurar uma galinha morta na mão, algo normal para a realidade do sertanejo, mas para muitos uma imagem não apreciável, e ter escrito na legenda da imagem *jantar garantido*. E o segundo motivo por ter furado a quarentena para pescar com Leonardo, outro cantor.

A partir disso, o cantor Gustavo Lima se pronunciou contra os *canceladores*: *esse povo está querendo me cancelar. Que que é cancelar? Depois do que, 12 anos, 10 anos de sucesso, cancelar eu? Vai ser difícil*. Além de observarmos que o cantor foi *cancelado* por um termo que não tem o conhecimento, ele expõe que não ficará submisso a esse conceito. E observa-se também, na fala do cantor, que para ele quanto mais conhecido e sucesso tiver uma personalidade menos ela será alvo de críticas, mas ao associarmos isso aos *cancelamentos* que ocorreram no início de 2021, a exemplo da rapper Karol Conká observa-se que não importa o tamanho da sua fama ou militância, se desagradou

o pacto coletivo depositado sobre esse indivíduo, a personalidade pode sim, sofrer com *cancelamento*. Mas, assim como se posicionou o cantor Gustavo Lima, uma personalidade também tem o direito de aderir ou não ao que está sendo acusada.

Outros famosos *cancelados* foram o MC Livinho, o ator Evan Peters e a atriz Emma Watson que foi *cancelada* por conta do *Blackout Tuesday* (terça-feira do apagão), a atriz aderiu ao movimento e fez a publicação de uma imagem preta no seu Instagram, no entanto ela usou uma moldura branca na imagem para manter a estética e a organização do seu perfil, contudo os internautas não perdoaram o detalhe que não passou despercebido pelos *canceladores*. A atriz recebeu muitas críticas, e com isso, observam-se como pequenas coisas podem tomar grandes proporções quando os vigilantes da internet estão a nos observar. Dentre os critérios jornalísticos que se evidenciam podemos citar: o de pessoa de destaque; de indignação; de interesse de grande número de pessoas; de continuidade, ao observarmos diferentes personalidades envolvidas em um mesmo acontecimento, o *cancelamento*, e o critério de anormalidade.

Na última matéria (J) analisada o portal relembra casos de personalidades que foram *canceladas*, o termo *relembra* nos faz deduzir que algo foi esquecido e nessa matéria pode-se observar o poder do discurso jornalístico de disseminar ou intensificar determinada fala ou acontecimento. Nela, observam-se os mesmos critérios jornalísticos da matéria anterior. Como personalidades lembradas, pode-se citar: Gabriela Pugliesi; Thaila Ayala; Flávia Pavanelli que deu a entender que tinha contraído a COVID de entregadores de *delivery*, a ex-bbb Rafa Kalimann que foi alvo de críticas após publicar fotos de uma festa junina que realizou para os sobrinhos durante a quarentena; o jogador de futebol Neymar que foi cobrado pelos seus seguidores para que liberasse dinheiro, a fim de ajudar no combate ao Coronavírus. Após as críticas o jogador doou cinco milhões para ajudar no combate ao vírus. E, como última personalidade lembrada tivemos a atriz Isis Valverde que entrou na mira do *cancelamento* por manter a babá de seu filho trabalhando durante a quarentena.

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O termo *cancelamento* se intensificou com a pandemia em 2020, já que afloraram nas pessoas o descontentamento, julgamentos e críticas diante dos comportamentos alheios. Portanto, ao verificarmos os comportamentos que mais levaram uma personalidade a ser *cancelada*, com base na cobertura jornalística dos portais de notícias on-line *Metrópoles* e *R7*, pode-se mencionar: a ausência de empatia, o desrespeito ou preconceito, a romantização do Coronavírus, a negligência, o egoísmo, o assédio, e a utilização de símbolos ou expressões não apreciadas por uma comunidade virtual.

Além disso, ao falarmos de personalidades mais *canceladas*, observa-se que enquanto o portal *R7* mesclou na exibição e cobertura de variadas personalidades, fazendo uma abordagem mais geral, o portal *Metrópoles* não expôs uma variedade de

personalidades *canceladas*, como visto no R7, sendo Gabriela Pugliesi uma personalidade que ganhou destaque nos dois portais, porém mais ênfase no *Metrópolis*.

Cabe salientarmos que os portais de notícias on-line, ao noticiarem o movimento do *cancelamento*, têm o poder de perpetuarem ideias e intensificarem discursos que nascem em territórios digitais, colaborando com a extensão dos julgamentos. Contudo, as matérias analisadas dos portais on-line só figuraram como notícias, porque foram incluídas dentro de critérios de noticiabilidade, com isso, pode-se destacar dentre os principais critérios observados nesse estudo: o critério de personagem público ou pessoa de destaque; indignação; interesse; crime; continuidade e anormalidade.

A vista disso, a pandemia exigiu novas posturas e atenção redobrada não só de personalidades, que estão mais suscetíveis a serem curtidas ou apagadas nas redes sociais digitais, mas de qualquer indivíduo ou produtor de conteúdo que explore o ambiente digital. Para mais, pode-se perceber que os efeitos de *cancelar* um indivíduo podem perdurar mais para uns do que para outros, podendo ser assunto para futuras pesquisas: a análise de gêneros mais recorrentes em *cancelamentos*, assim como o aprofundamento nos mecanismos que a educação midiática possui, a fim de promover comunicações interpessoais mais saudáveis, diálogos críticos e empáticos, respeito entre opiniões divergentes, contribuições positivas para o âmbito social e consciências mais fortalecidas e assertivas no amanhã.

REFERÊNCIAS

BRASILEIRO, Felipe Sá; AZEVEDO, Jade Vilar de. Novas práticas de linchamento virtual: fachadas erradas e cancelamento de pessoas na cultura digital. Revista Latinoamericana de Ciencias de la comunicación. Vol. 19, n.º. 34, 2020.

BAUMAN, Zygmunt. 44 Cartas do Mundo Líquido Moderno. Tradução: Vera Pereira. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BUCKINGHAM, David Cultura Digital. Educação Midiática e o Lugar da Escolarização Educação & Realidade. Vol. 35, n.º. 3. Set./Dez, 2010, pp. 37-58.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Livros Labcom, 2003.

COELHO, Pedro Manuel Rouxino| Samina. A formação académica para o jornalismo do século XXI: sobre questões de prática e técnica Jornalismo e mercado - os novos desafios colocados à formação. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, 2013.

CHIARI, Breno da Silva. et al. A cultura do cancelamento, seus efeitos sociais negativos e injustiças. ETIC - Revistas Eletrônicas da Toledo Prudente. Vol.16, n.º. 16. 2020.

FALQUETO, Emanuely Silva. Cibercultura, redes sociais digitais e a complexificação só fazer comunicativo. TROPOS: Comunicação, Sociedade e Cultura. Vol. 1, n.º. 2. 2014.

FERREIRA, Giovandro Marcus; DALMONTE, Edson Fernando. Webjornalismo, critérios de noticiabilidade e efeitos de sentido. *Comunicação Veredas*. Ano 7, nº. 07. Nov. 2008.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. *Compós*. 2014.

KELLNER, Douglas; SHARE, Jeef. Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação. *Educação & Sociedade*. Vol. 29, nº. 104. Out. 2008, pp. 687-715.

LÉVY, PIERRE. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1ª ed. São Paulo: Ed. 34, 1999.

OLIVEIRA, Camilla Pereira de; HONÓRIO, Bruno. *Cultura do Cancelamento: O que é? Do que se alimenta? Como se reproduz?* MUTATO. São Paulo, 2020.

PINTO, Manuel. O jornalismo enquanto campo social e como domínio de formação. *Comunicação e Sociedade*. Vol.12, nº 1-2, 1999, pp 75-95.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. *Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia*. Intercom. São Paulo, 2016.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; CARDOSO, Carla. As redes sociais digitais: um mundo em transformação. *Agenda Social*. Vol. 5, nº 1. Jan./ Abr. 2011, por. 65-78.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 8ª ed. Portugal: Presença, 1985.

ANEXOS

Matérias do portal de notícias *Metrópoles*

Matéria (A) - Cancelados! Redes sociais têm sido prova de fogo para cantores sertanejos. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/de-marilia-mendonca-a-eduardo-costa-entenda-a-onda-de-sertanejos-cancelados>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (B) - Coronavírus: Gabriela Pugliesi é acusada de romantizar doença. Disponível em: <https://www.metropoles.com/celebridades/coronavirus-gabriela-pugliesi-e-acusada-de-romantizar-doenca>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (C) - Após festa, Pugliesi perde 150 mil seguidores no Instagram. Disponível em: <https://www.metropoles.com/celebridades/apos-festa-pugliesi-perde-150-mil-seguidores-no-instagram>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (D) - Vídeo: Gabriela Pugliesi volta ao Instagram e fala sobre responsabilidade. Disponível em: <https://www.metropoles.com/celebridades/video-gabriela-pugliesi-volta-ao-instagram-e-fala-sobre-responsabilidade>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (E) - Após vídeo de desculpas, Pugliesi conseguiu perdão da internet? Confira. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/apos-video-de-desculpas-pugliesi-conseguiu-perdao-da-internet-veja-dados>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matérias do portal de notícias *R7*

Matéria (F) - Com covid-19, MC Kevin fura isolamento social e é criticado. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/musica/com-covid-19-mc-kevin-fura-isolamento-social-e-e-criticado-11052020>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (G) - Gabriela Pugliesi quebra quarentena, faz festa e é detonada. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/gabriela-pugliesi-quebra-quarentena-faz-festa-e-e-detonada-26042020>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (H) - Caso Pugliesi: psicóloga explica que furar isolamento é traição social. Disponível em: <https://lifestyle.r7.com/caso-pugliesi-psicologa-explica-que-furar-isolamento-e-traicao-social-27042020>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (I) - De Gustavo Lima a Thaila Ayala: veja famosos que foram 'cancelados'. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/fotos/de-gusttavo-lima-a-thaila-ayala-veja-famosos-que-foram-cancelados-09062020>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

Matéria (J) - 'Cancelados': relembre vacilos de influenciadores durante pandemia. Disponível em: <https://lifestyle.r7.com/fotos/cancelados-relembre-vacilos-de-influenciadores-durante-pandemia-21072020>. Acesso em: 31 de mai. 2021.

ÍNDICE REMISSIVO

A

A Cidade ON 3, 72

Amazônia 2, 4, 158, 159, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Anúncios de prevenção às drogas 16

A terceira margem do rio 10, 11

Audiência 3, 62, 63, 83, 84, 85, 86, 89, 91, 92, 243, 245, 246, 249

Audiovisual 8, 73, 79, 246

B

Biotecnologia 3, 34, 35, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 50, 53, 54, 55, 56

Biotecnologia no Brasil 3, 34

C

Caça às bruxas 172, 174, 176, 180, 181

Campanha de vacinação 130, 132, 135, 140, 143, 145, 146, 147, 148, 151

Campanha nacional de vacinação contra a poliomielite 4, 129, 131, 140, 142, 152, 155

Cancelamento 57, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 181

Celebridades canceladas 57

Ciência da informação 2, 3, 34

Ciências 1, 2, 21, 39, 43, 51, 53, 81, 82, 155, 156, 157, 162, 163, 182, 183, 208, 249, 250

Ciências da comunicação 1, 2

Cinema 10, 13, 14, 15, 16, 20, 62, 73, 74, 77, 79, 80, 133

Cobertura jornalística 57, 58, 68

Comunicação 1, 2, 3, 4, 1, 2, 3, 5, 6, 16, 19, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 38, 45, 47, 57, 58, 59, 61, 69, 70, 74, 76, 81, 82, 83, 84, 85, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 139, 140, 142, 144, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 172, 173, 174, 175, 176, 180, 181, 182, 201, 202, 205, 209, 210, 219, 221, 239, 241, 245, 249, 250

Comunicação digital 108, 115, 126

Comunicação estratégica 2, 3, 22, 23, 29, 30, 31, 32

Comunicação externa 3, 22, 23, 26, 27, 28, 31, 32

Comunicação pública 2, 4, 129, 130, 132, 133, 140, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157

Conceito Amazônia 4

Conceito Amazônia pela cultura letrada regional 4

Conhecimento 1, 2, 14, 15, 27, 37, 38, 41, 47, 49, 50, 55, 67, 74, 75, 77, 79, 80, 86, 92, 94, 96, 109, 115, 125, 126, 176, 198, 201, 208, 240, 241

Convergência da TV com as redes sociais 3

Covid-19 2, 4, 8, 20, 58, 62, 71, 96, 106, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 126, 127, 238, 239, 240, 246, 248, 249

D

Desinformação 4, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 144, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 180

Desinformação em saúde 4, 129, 148, 153

E

Ecosistema da desinformação 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140, 148, 151, 152, 153

Editoria política 2, 5, 210, 234, 235, 236

Equilíbrio de baixo nível 2, 4, 183, 185, 186, 188, 194

Equipes de projeto 108, 111, 115, 116

Estratégias comunicacionais 4, 129, 130, 150, 153, 156

Estratégias comunicacionais do Ministério da Saúde 4, 129

F

Fabiane 2, 4, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182

Fabiane, a bruxa do Guarujá 4, 172

Fact-checking 129, 130, 132, 140, 148, 149, 150, 157

Fogueiras inquisitórias 4, 172

G

Gestão da identidade organizacional 3, 22, 23

Gestão de comunicação 2, 4, 108, 110, 111, 126, 127

Gestão de comunicação em tempos de Covid-19 4, 108

Guarujá 2, 4, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182

H

História 2, 3, 5, 1, 2, 3, 5, 6, 10, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 54, 72, 83, 84, 93, 133, 157, 158, 159, 160, 170, 171, 172, 174, 176, 181, 182, 197, 199, 200, 210, 211, 213, 214, 216, 218, 219, 220, 229, 235, 237, 238, 239, 240, 246, 248, 250

História da comunicação 2, 3, 1, 2, 3, 19

História da mídia impressa 158

I

Ignorancialismo 5, 197, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208

Impactos da pandemia de covid-19 no setor audiovisual 8

J

Jazz 13, 14, 15, 16, 21

Jornalismo cultural 82

Jornalismo cultural em Campinas 2, 3, 10, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 158, 166, 168, 169, 172, 200, 201, 235

Jornal O Alto Uruguai 5, 210, 218, 219, 220

L

Livros 69, 158

M

Ministério da saúde 4, 8, 20, 51, 106, 129, 130, 132, 134, 135, 140, 143, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156

Mudanças sociais 10

N

Narrativas 3, 1, 2, 59, 160, 163, 181, 211

P

Panorama bibliométrico 4, 183

Personalidades na pandemia 57

Portais de notícias 2, 3, 57, 58, 60, 68, 69

Portal de notícias 3, 63, 66, 71, 72, 73, 81

Produção do conhecimento 1, 2

Programas de saúde 3, 83, 86, 92

programas de saúde no rádio 3, 83, 86, 92

Projetos Green Belt 4

Publicações de maior fator de impacto 4, 183

R

Redes sociais 4, 3, 4, 5, 7, 27, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 69, 70, 71, 80, 81, 85, 87, 93, 96, 102, 119, 122, 126, 131, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 152, 154, 172, 173, 175, 181, 200, 205

Reverberação midiática 2, 5, 197, 208

T

Telejornalismo 2, 5, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249

Temporalidades 3, 1, 2, 19

V

Vacinação 4, 117, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 157

Viajantes 8, 158, 160, 164, 213

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

