

## **Do estrelato ao ódio: análise das notícias sobre discurso de ódio e cancelamento no portal G1 ao longo da edição do BBB21<sup>1</sup>**

Isadora Freitas do Vale Lima<sup>2</sup>  
Lana Krisna de Carvalho Moraes<sup>3</sup>  
Universidade Estadual do Piauí, Picos-PI.

### **RESUMO**

Este trabalho teve como objetivo norteador analisar a cobertura jornalística feita pelo Portal G1 sobre os discursos de ódio e prática de cancelamento do BBB 2021. Como problema central, identificar os cancelados e como foram repercutidas as notícias sobre discurso de ódio pelo Portal G1? Fez uso da pesquisa bibliográfica, documental e análise do discurso de 32 notícias publicadas entre fevereiro e outubro de 2021. Autores como Raquel Recuero (2014) Thiago Carcará (2017) e Marcia Benetti (2007). Observou-se que o maior índice de cancelamento e discurso de ódio ocorreu contra participantes negros, especialmente mulheres, como pouco espaço de defesa nas notícias analisadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes sociais; Discurso de ódio; Cultura do cancelamento; Big Brother Brasil 21; Portal G1.

### **INTRODUÇÃO**

Ao longo dos anos, a sociedade vem criando novas formas de se comunicar e o jornalismo busca acompanhar todas elas. De acordo com Schwingel (2012), No decorrer de quase duas décadas, com a utilização da internet e do ciberespaço, o ciberjornalismo se configurou como uma nova modalidade jornalística. Com o surgimento das redes sociais digitais, o ciberjornalismo também buscou meios de se inserir nesses novos espaços, com o objetivo de atingir maior diversidade de público, no contexto atual diversos portais de notícias, sejam nacionais ou regionais, têm seus perfis inseridos em redes sociais digitais.

O público abraçou a ideia de vigiar 24 horas a vida dos participantes, incorporando as dinâmicas e os conflitos do jogo, o que contribuiu para o crescimento

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação Multimídia do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Graduada no Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí-UESPI, email: [jornalistaisadorafreitas@gmail.com](mailto:jornalistaisadorafreitas@gmail.com)

<sup>3</sup> Jornalista, Professora da Universidade Estadual do Piauí, Mestre em Educação, Doutoranda em Comunicação pela UFPE, email: [lanakrisna.lm@gmail.com](mailto:lanakrisna.lm@gmail.com)

nos lares e rotinas das famílias brasileiras. Segundo o Portal Uol (2021), a edição de número 21 quebrou todos os recordes de audiência e comoção nacional, uma vez que o programa se reinventou desde a edição 20, quando passou a permitir a participação de famosos e anônimos

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a cobertura jornalística feita pelo Portal G1 sobre os discursos de ódio e prática de cancelamento do BBB 2021, como problema central, identificar os cancelados e como foram repercutidas as notícias sobre discurso de ódio pelo Portal G1?

Fez uso do método análise dos discursos midiáticos, a partir dos estudos de Márcia Benetti (2007), além de analisar de forma qualitativa as características dos fenômenos, que no caso foram os discursos de ódio com a junção das coletas de dados, como catalogar todas as notícias que foram veiculadas no Portal G1 sobre o assunto. A pesquisa documental possibilitou aprofundar e refletir acerca das informações sobre como o jornalismo de entretenimento do Portal G1 noticiou os discursos de ódio do reality show Big Brother Brasil 21.

Para conseguirmos analisar o discurso de ódio e a cultura do cancelamento presente na edição 21 do Big Brother Brasil, buscamos no Portal G1 através palavras-chaves como: cancelamento, Big Brother Brasil 21 e nomes dos participantes. Encontramos 32 notícias que possuem como tema central o cancelamento e discussão de ódio que a edição despertou no público das redes sociais digitais.

## **1 DISCURSO DE ÓDIO E CULTURA DO CANCELAMENTO**

Para entendermos como o jornalismo mudou com o advento da internet e como surgiu a dinâmica do ciberjornalismo dentro das redes sociais digitais, é justo que temos que entender, antes de tudo, como ocorrem as dinâmicas dentro dessas redes sociais digitais e como é a relação dos personagens que habitam nelas. Para Recuero (2009, p. 22): “Estudar redes sociais, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço<sup>4</sup> é explorar uma metáfora estrutural para compreender a composição dos grupos sociais”.

---

<sup>4</sup> Entenda o que é ciberespaço e como surgiu a expressão. <https://www.estudopratico.com.br/entenda-o-que-e-ciberespaco-e-como-surgiu-a-expressao/>, acesso em 20/06/2022.

Como Recuero explicita as redes sociais digitais são formadas e mantidas a partir das relações comunicacionais dos seus atores.

Cada ator social com o seu perfil anexado nas redes sociais digitais demonstra nesse espaço a sua personalidade, através de fotos, vídeos, posições políticas, entre outras. Recuero (2009, p. 27) afirma: “Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público”, refletimos que a linha entre o privado e o público nas redes sociais digitais é tênue, uma vez que ao estar inserido nesses espaços, de alguma forma você pretende ser visto, ou participar de algumas das bolhas que estão contidas nessas redes.

Com a conectividade instantânea que as redes oferecem, estamos a todo o momento compartilhando momentos do nosso dia, opiniões, ou tudo aquilo que queremos que os nossos seguidores vejam, mas o mais importante, mais do que mostrar, queremos ver. Acompanhar a vida dos famosos “*digital influencers*” diariamente se tornou parte da rotina da sociedade, uma vez que os próprios precisam compartilhar, para faturar com a exposição, “ser influenciador digital é ser legitimado pelos públicos e pelo mercado”, afirma Karhawi (2018, p. 47).

Com tamanha visibilidade, esses atores digitais se sentem confortáveis em compartilhar seus pensamentos sobre assuntos importantes na sociedade, como política, religião ou outras causas. Porém, com a constante evolução social, algumas pautas não são mais tratadas como antes, e quando esse famoso digital erra ao falar de um tema ou toma atitudes que segundo o manual politicamente correto da internet não é adequado, automaticamente ele é cancelado. “As cobranças que os *influencers* enfrentam, vêm daqueles que consomem o que ele produz, como também dos que não aprovam o que ele faz” (CARMO, 2021, p.10).

O ato de “cancelar alguém” significa que aquela figura pública teve uma atitude considerada ofensiva, preconceituosa ou polêmica, e agora ele será boicotado das redes, não terá mais credibilidade e receberá diariamente mensagens de ódio. Cada caso de cancelamento é diferente, não é algo que tem a mesma consequência para todos, por exemplo, quando o *influencer* é cancelado, o caso pode ter grande repercussão e ser esquecido quando uma nova polêmica de outra pessoa surgir, ou a pessoa pode ficar marcada por ser cancelado e não conseguir reaver sua credibilidade tão rápido assim. Para Carcará (2017, p. 493): “A vida em sociedade emerge um plexo de condições que

devem necessariamente ser conhecidas para, aí detectar-se preceitos relevantes para entender o porquê da democracia do ódio”.

Cada bolha digital possui uma linha de pensamento, discurso e atitudes, e como as redes sociais refletem o real e vice-versa, essas bolhas são responsáveis por formar ou influenciar a opinião pública. Para Barbosa e Specimille (2020, p. 15): “Essas “bolhas” sociais são responsáveis por potencializar e tornar instantâneas a disseminação de notícias e fatos encarados como verdadeiros, sem ao menos serem questionados e analisados”. Quando esses grupos decidem que alguém dentro da internet ou até fora cometeram um erro, inicia-se o ciclo do ódio, uma vez que compartilham o conteúdo com o máximo de pessoas, comentam a sua opinião, muitas vezes utilizam do anonimato das redes para proferir xingamentos ou ameaças, até conseguirem obter o cancelamento.

## **2 DISCURSO DE ÓDIO E CANCELAMENTO NO PORTAL G1 AO LONGO DA EDIÇÃO DO BBB21**

Os jogadores mais cancelados da edição 21 e que o G1 noticiou foram Karol Conká, Projota, Nego Di e Lumena. Porém, quando nos deparamos com o conteúdo de cada matéria, e consideramos todo o contexto geral do que ocorreu na edição 21, já conseguimos identificar quais sentidos o veículo da emissora quis repassar com as vozes dos discursos presentes nas notícias.

Analisamos que as matérias encontradas no Portal G1 sobre cancelamento na edição 21 do Big Brother Brasil focam na cantora Karol Conká e a outra parte no cancelamento de participantes negros já supracitados nesse tópico. Outro ponto que percebemos é que o veículo só publicou duas matérias sobre os discursos de ódio e cultura do cancelamento com fins de conscientização e abordar mais o tema, além de não ter publicado nenhuma matéria sobre os demais participantes que foram cancelados ou que tiveram atitudes erradas dentro do programa, como Rodolfo, Viih Tube, Caio Afiune, entre outros. Quando mencionamos que o G1 não publicou nenhuma matéria sobre atitudes errôneas de demais participantes, não falamos no sentido de que o veículo estava como alguém que noticia apenas os fatos ruins dos participantes, mas como comunicadores entendemos que a emissora não ter se pronunciado ou não ter veiculado notícia alguma sobre participantes brancos que foram cancelados pelo público das redes

sociais, tanto por falas e colocações equivocados, como por atitudes banais como falsidade, mentiras, entre outros.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir das notícias pesquisadas, conseguimos perceber que a maior quantidade de publicações aconteceu nos meses de Fevereiro, Março, Abril e Maio, uma vez que nos respectivos meses os participantes com maior índice de cancelamento ainda estavam dentro do programa, que no caso foram Karol Conká, Nego Di, Lumena Aleluia, Projota e Lucas Penteado, no caso, a maioria dos participantes negros da edição.

Ao nos depararmos com os números de porcentagem das matérias em que cada um dos cinco participantes foram citados, também conseguimos retirar mais conclusões, Karol Conká foi tema de 44% das notícias publicadas, Lucas Penteado 16%, Projota 14%, Lumena 14% e Nego Di 12%.

Com os seguintes números, conseguimos concluir que o G1 escolheu publicar mais notícias sobre a participante mais cancelada da edição, uma mulher e negra, mas esse percentual de 44% de notícias publicadas não foi sobre os danos do cancelamento, mas sobre como a participante foi cancelada, como o público das redes sociais digitais estava reagindo às atitudes da participante, além de atitudes de ódio que conseguiram ultrapassar o limite entre o digital e o real.

Com base nas pesquisas e dados apresentados nesta pesquisa, concluimos que as notícias repercutidas pelo Portal G1 sobre os discursos de ódio do BBB21 se caracterizam em volta de mostrar apenas os personagens que estavam sendo cancelados a todo momento pela mídia, além de publicarem notícias majoritariamente sobre os participantes negros cancelados e mulheres.

### **REFERÊNCIAS**

BARBOSA, Suzana. Jornalismo digital de terceira geração. Covilhã: Labcom, 2007.

'BBB 21' SUPEROU AUDIÊNCIA DAS ÚLTIMAS SETE EDIÇÕES DO REALITY, DIZ GLOBO. UOL, 2021. Disponível em:  
<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/03/29/bbb-21-superou-audiencia-das-ultimas-sete-edicoes-do-reality-diz-globo.htm>. Acesso em: 12/12/2021.

CARMO, Rayssa Pinheiro do. Cultura do cancelamento nas redes sociais digitais: um estudo de caso dos cancelamentos da Gabriela Pugliesi e Karol Conká. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

CARCARÁ, Thiago Anastácio. DISCURSO DO ÓDIO E DEMOCRACIA: PARTICIPAÇÃO DAS MINORIAS NA BUSCA PELA TOLERÂNCIA. Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE), v. 5, n. 1, p. 489-530, 2017.

KARHAWI, Issaaf. Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises. 2018. Disponível em:  
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/172213>. Acesso em: 9 maio. 2022.

LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão**. Metamorfozes jornalísticas, v. 2, Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.