

CULTURA DO CANCELAMENTO: O QUE ISSO SIGNIFICA?



INTRODUÇÃO	3
O QUE É A CULTURA DO CANCELAMENTO E COMO ELA SURTIU?.....	5
QUAIS SÃO AS CONSEQUÊNCIAS DO CANCELAMENTO?	10
COMO SE PRECAVER DO CANCELAMENTO?.....	13
CONCLUSÃO	18
SOBRE O SEBRAE PE	20



INTRODUÇÃO

A tecnologia proporcionou inúmeros benefícios às pessoas e às empresas. É inegável que, além do entretenimento, ela trouxe mais facilidade à comunicação e à integração de dados e, principalmente, mais liberdade para ouvir ou assistir ao que o usuário deseja.

Foi esse avanço que trouxe também algumas das **principais ferramentas de marketing e de divulgação da atualidade, ou seja, as mídias digitais ou redes sociais.**

Contudo, juntamente a esses enormes benefícios, surgiram alguns desafios com os quais o empresário precisa aprender a lidar.

São diversos elementos, tais como: invasões, comentários maldosos, utilização de fotos e vídeos postados para outras finalidades etc. Enfim, os problemas são consideráveis e o empreendedor deve aprender a lidar com eles, tendo em vista que é muito difícil manter um negócio sem estar nessas mídias sociais.

Recentemente, um conceito que vem atordoando a mente de muitos que utilizam a Internet para divulgar os seus produtos é a cultura do cancelamento. **Nos anos de 2020 e de 2021, notamos o potencial destrutivo de empresas e de pessoas que esse fator tem.** Pensando nisso, nós resolvemos escrever sobre o assunto.

Neste e-book, mostraremos as origens da cultura do cancelamento e o seu conceito. Além disso, apresentaremos algumas dicas simples de como você pode se precaver. Continue lendo!



**O QUE É A CULTURA
DO CANCELAMENTO
E COMO ELA
SURTIU?**

O QUE É A CULTURA DO CANCELAMENTO E COMO ELA SURTIU?

O cancelamento é um processo que ocorre no ambiente das redes sociais. Com a exposição das pessoas nas mídias, as suas opiniões e as suas atitudes podem desagradar determinados grupos de indivíduos. Como uma forma de retaliação, os chamados “canceladores” incitam a sua base de seguidores a deixarem de seguir uma empresa ou uma marca. Em alguns casos, **existe até a possibilidade de fazer denúncias à mídia social com o objetivo de diminuir o seu alcance.**



Em outras palavras, essa seria uma forma de penalizar algum tipo de atitude considerada inadequada por grupos com uma grande influência digital. Isso é algo muito novo e que ainda está em etapa de descoberta em alguns segmentos de mercado. Analisando de forma mais ampla, o cancelamento faz com que as pessoas deixem de consumir os produtos de uma empresa “cancelada”. **O objetivo de todo esse trabalho é estagnar a sua atividade até que a marca vá até as redes sociais pedir desculpas pelas suas palavras ou pelas atitudes.**

Basicamente, existem dois tipos de políticas de cancelamento ou dois pontos de vista distintos. Por exemplo, temos o cancelamento positivo, causado pela indignação das pessoas quanto a situações que, antes, passavam despercebidas, como preconceitos, e temos o cancelamento negativo. Nesse caso, é considerado como tal aquele em que há a intolerância e a falta de diálogo, que podem gerar diversas injustiças sociais.

O QUE É A CULTURA DO CANCELAMENTO E COMO ELA SURTIU?

QUANDO A CULTURA DO CANCELAMENTO SURTIU?

Não há um consenso quanto à data específica do surgimento da cultura do cancelamento. Contudo, segundo a [Revista Istoé](#), essa prática surgiu com força com o movimento Metoo no ano de 2017. **O foco era denunciar o assédio sexual sofrido por mulheres e cometido por homens poderosos.**

No ano de 2019, o termo cancelamento foi considerado o mais relevante segundo o [Dicionário Macquarie](#). A instituição definiu que a palavra captura um aspecto importante, classificando essa política como uma atitude persuasiva, gerando resultados bons e ruins.

Ao longo dos anos, milhares de pessoas sofreram o cancelamento. Entre elas, algumas personalidades, como o ex-presidente dos Estados Unidos, algumas multinacionais e celebridades de outros países. No entanto, como ocorre com praticamente tudo em nosso país, a política do cancelamento foi “importada”. Centenas de jornalistas, artistas famosos e outras pessoas da mídia já foram cancelados por algum motivo. Porém, **esse é o tipo de problema que não fica restrito às pessoas físicas**. As empresas e as grandes marcas também sofrem muito com a cultura do cancelamento.





QUAIS FORAM OS “CANCELADOS” MAIS FAMOSOS DOS ÚLTIMOS TEMPOS?

A mesma publicação da Revista Istoé mostrou grandes nomes da política e personalidades do entretenimento que foram cancelados ao longo dos anos. Um exemplo aconteceu com a escritora britânica J.K. Rowling, autora da saga Harry Potter. O cancelamento ocorreu por conta das **declarações preconceituosas contra transexuais**.

Outra personalidade cancelada foi o popular YouTuber Shane Dawson. O cancelamento se deu quando ele divulgou **vídeos com conteúdos racistas**, como também aconteceu com a cantora Lana Del Rey por causa de mensagens do mesmo cunho. Um exemplo de marca também cancelada foi a Uncle Ben's, uma empresa americana que fornece arroz. O ato se deu em razão de a sua **logomarca ter sido considerada racista**.

O QUE É A CULTURA DO CANCELAMENTO E COMO ELA SURTIU?

QUAIS AS EXPECTATIVAS PARA O FUTURO DA POLÍTICA DO CANCELAMENTO?

O cancelamento praticado por muitas pessoas começa a perder força quando algumas que são consideradas “canceladoras” começam a ser canceladas também. Porém, **é impossível prever se essa “cultura” perdurará ou se algum dia perderá a força.**

Também é importante ter em mente que existe um grande interesse competitivo nessa tal “política do cancelamento”. **Se um concorrente for cancelado, por exemplo, outras empresas podem se beneficiar com o aumento do seu faturamento**, tendo em vista que as pessoas passam a não consumir produtos e serviços de marcas “canceladas”.

Logo, o papel do empresário deve ser evitar o máximo possível envolver-se em assuntos sensíveis em seu negócio. Além disso, é necessário adotar algumas práticas para auditar as suas postagens, a fim de eliminar a possibilidade de haver comentários que podem gerar cancelamento. Discorreremos sobre esses cuidados com mais detalhes em outro tópico deste e-book.





**QUAIS SÃO AS
CONSEQUÊNCIAS
DO
CANCELAMENTO?**

QUAIS SÃO AS CONSEQUÊNCIAS DO CANCELAMENTO?

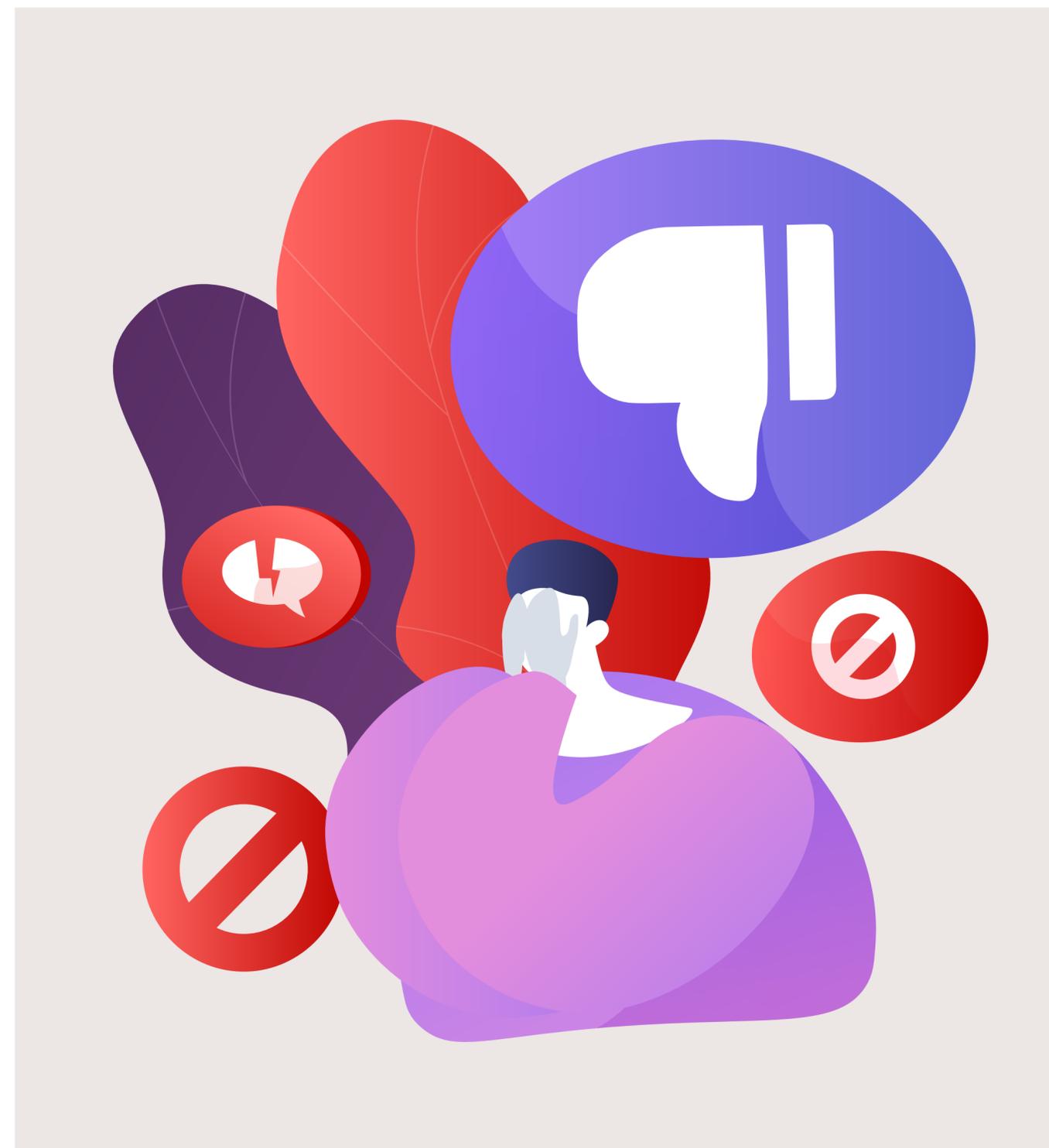
Agora, mostraremos quais são as consequências do cancelamento para as empresas. Continue lendo!

DIMINUIÇÃO DO NÚMERO DE SEGUIDORES NAS REDES SOCIAIS

Um dos fenômenos que ocorrem ao ser cancelado é a diminuição do número de seguidores nas redes sociais. Atualmente, **as empresas utilizam essas plataformas com o objetivo principal de divulgar os seus produtos ou serviços.**

Para tanto, elas fornecem algum tipo de conteúdo de valor para os interessados. Periodicamente, elas lançam as suas promoções e ofertas nas redes sociais e, sendo assim, essas mídias são ferramentas de extrema importância para os resultados de um negócio.

Com a redução do número de seguidores, o cancelamento acaba impactando negativamente as vendas da empresa. Além disso, esse processo de diminuição de pessoas que seguem a marca nas redes sociais também gera custos. Isso porque **a conquista de seguidores demanda campanhas de marketing que necessitam de investimentos.**



PERDA DE CONTRATOS E ACORDOS

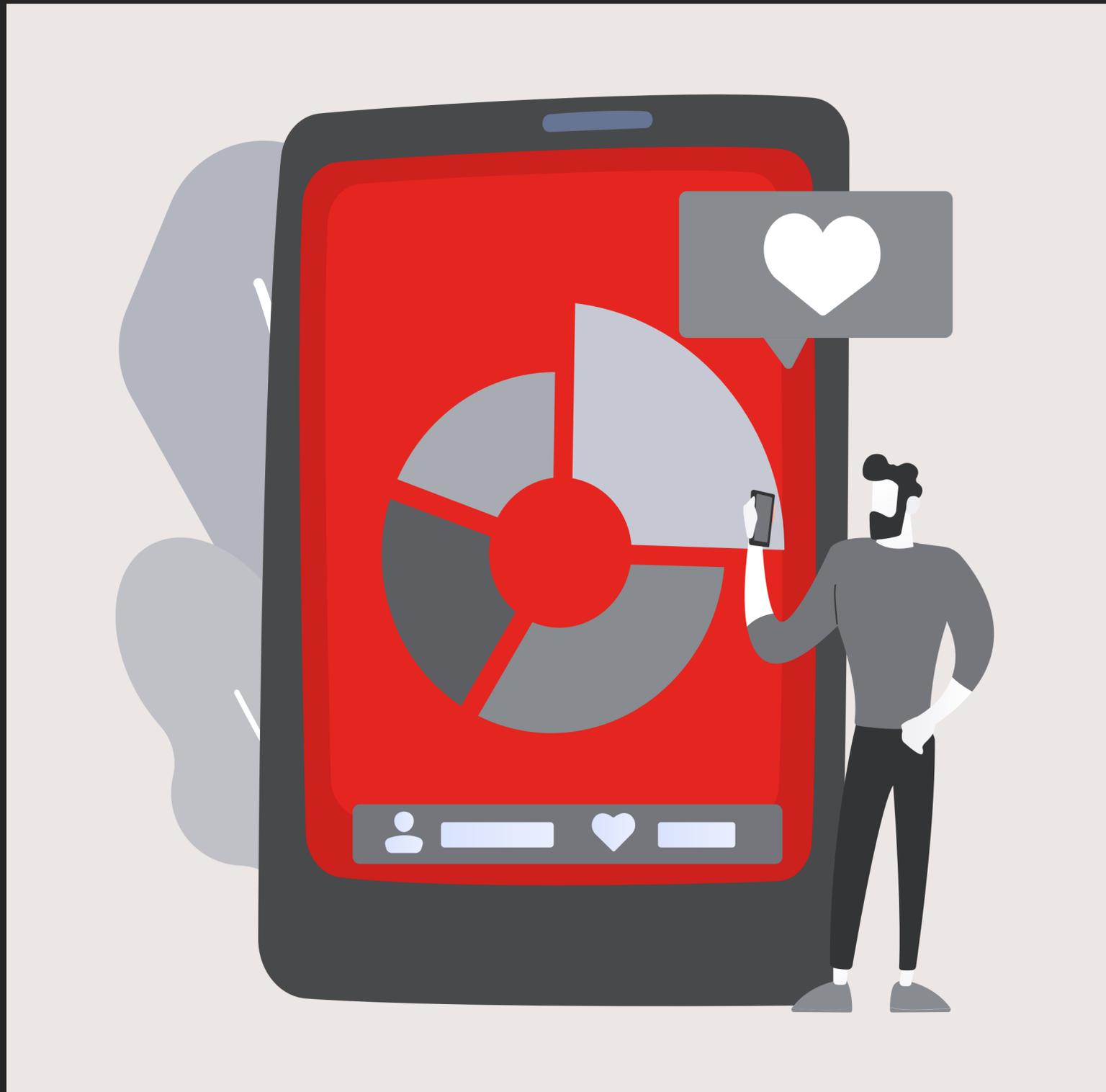
Outra consequência gravíssima é a perda de contratos ou acordos firmados ou bem encaminhados.

Quando o cancelamento acontece, outras empresas e pessoas físicas tendem a ter receio de fazer negócios com o cancelado. É importante mencionar que isso pode acontecer com clientes, fornecedores ou, até mesmo, com personalidades que fariam alguma campanha de marketing.

Geralmente, essas pessoas e empresas não querem ter a sua imagem vinculada a uma marca que foi cancelada. Muitas não fazem isso por maldade, mas, sim, para evitar o seu próprio cancelamento posteriormente.

DIMINUIÇÃO DO FATURAMENTO E DA LUCRATIVIDADE

Por fim, tudo isso diminui consideravelmente o faturamento da empresa. Afinal, as vendas podem ser prejudicadas. Com o efeito disso, **temos a queda na lucratividade do negócio.** Em alguns casos, a marca pode perder a atratividade e a sua continuidade pode se tornar inviável, com a dificuldade de entrada de novos investimentos.



**COMO SE
PRECAVER DO
CANCELAMENTO?**

COMO SE PRECAVER DO CANCELAMENTO?

Agora que você entendeu o que é a política de cancelamento, a sua história e as consequências, finalmente, mostraremos como se prevenir dos cancelamentos e dos “canceladores”. Confira!

CONHEÇA OS TEMAS QUE MAIS GERAM CANCELAMENTO

O primeiro passo é conhecer os temas que mais geram cancelamento. Para saber esse dado, temos uma [pesquisa desenvolvida pela Porter Novelli, que foi divulgada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial \(ABERJE\)](#). Ela mostrou os assuntos que têm um maior potencial de cancelamento corporativo.

O dado é analisado da seguinte forma: **ao se posicionar quanto a um tema sensível, você tem x% de chance de ser cancelado**. Assim, a pesquisa levantou as seguintes informações:



- » os temas relacionados a questões raciais estão liderando a lista, **com 70%**;
- » a quebra de protocolos contra a COVID-19 gera **68%** de chance de cancelamento;
- » as questões relacionadas à imigração, **61%**;
- » as ligadas às mudanças climáticas e questões relacionadas ao meio ambiente, **57%**;
- » as questões relacionadas aos grupos LGBTQIA+, **57%**.

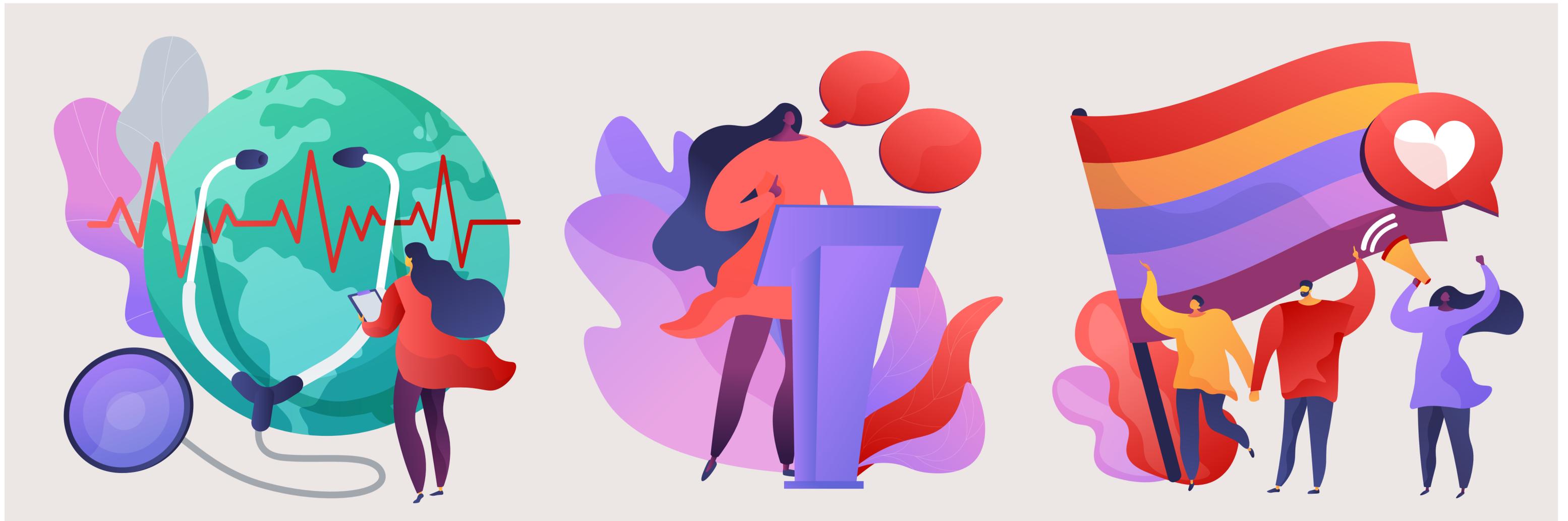
A pesquisa também mostrou que uma empresa cancelada pode reverter o caso. O chamado “descancelamento” pode ocorrer quando a marca adota algumas medidas. Os dados levantados mostram que, ao implementar determinada ação, **as pessoas têm x% de chance de voltar a considerar fazer negócios com a empresa.** Veja os números:

- » pedidos de desculpas com declarações públicas: **43%** de chances de reverter o cancelamento;
- » esclarecimentos da situação: **41%**;
- » adoção de programas e políticas internos para realizar mudanças de ações e pensamentos que geraram o cancelamento: **40%**;
- » demissão de pessoas responsáveis por fazer declarações ofensivas: **33%**;
- » alterações de marcas ou representações externas: **20%**;
- » doações para uma organização sem fins lucrativos que tem relevância no país: **17%**.

Nesse sentido, por mais cuidados que você tome, é possível que, em algum momento, a sua marca seja cancelada. Portanto, vale a pena conhecer esses elementos para saber o que fazer caso o cancelamento aconteça.

EVITE POSICIONAMENTOS ACERCA DE TEMAS SENSÍVEIS

Outro ponto importante é **evitar posicionamentos quanto a temas sensíveis**. Uma empresa não tem obrigação de se posicionar em temas sociais e políticos. Ela pode — e deve — contribuir para o bem-estar social, para a diversidade, para a sustentabilidade etc. Contudo, isso deve ser feito com ações efetivas e não com posicionamentos. Caso você pense em se posicionar em alguns momentos, prefira temas simples e leves, especialmente que não estejam na lista dos assuntos que mais geram cancelamentos.



FAÇA AUDITORIAS EM SUAS POSTAGENS

Por fim, **é fundamental auditar as suas postagens em textos, imagens e vídeos** — tanto as que ainda serão feitas quanto as antigas. Isso porque muitos dos cancelamentos que acontecem atualmente derivam de situações em que você não tinha a menor noção de que tocaria em um ponto sensível. Em outras palavras, isso significa que você pode ser cancelado por uma ação adotada inconscientemente. Portanto, vale a pena analisar com muita atenção todos os tipos de postagens que você fizer a partir de agora.

Nesse sentido, é imprescindível ter um cuidado muito grande com publicações em texto. Isso porque, em muitos casos, o empresário pode se expressar equivocadamente por meio das palavras. **Uma dica interessante para evitar esse problema é pedir para outras pessoas fazerem uma leitura criteriosa das postagens.** Porém, não se esqueça das fotos e dos vídeos. Tudo (mesmo!) deve ser analisado com muita atenção e com cuidado para evitar o cancelamento.





CONCLUSÃO

Por fim, ao entender que a política do cancelamento é algo que pode danificar a imagem da sua empresa, é importante ter em mente que a blindagem é fundamental. Utilize as dicas deste conteúdo para evitar esse tipo de problema em seu negócio e, caso ele ocorra, **tenha calma para conseguir reverter a situação com o menor impacto possível.**

Atualmente, as redes sociais ganharam uma grande importância para os negócios. É difícil pensar em desistir delas por conta da tal “política do cancelamento”. Sendo assim, o papel do empresário é aprender a conviver com ela e, principalmente, manter-se longe dessas discussões polarizadas.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.