

## #BURGUERKINGLIXO: TWITTER UM CAMPO DE BATALHA MORAL.

KALLÉU SCHMIDT MENDES<sup>1</sup>; LARA ROBERTA RODRIGUES FACIOLI<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – kalleu.schmidt@gmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande (FURG) – larafacioli@yahoo.com.br

### 1. INTRODUÇÃO

Este artigo busca ser um ensaio da dissertação de mestrado do Programa de Pós-graduação de Sociologia da UFPel. A pesquisa conta com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. Esta dissertação trata do fenômeno digital conhecido como “cultura do cancelamento”, este fenômeno pode ser descrito como uma manifestação em rede, motivada pela indignação coletiva sobre algum acontecimento específico. Este artigo busca aprofundar-se sobre um destes casos, como um exemplo que pode nos ajudar a compreender as motivações morais por trás desse fenômeno.

O fenômeno do cancelamento pode ser relacionado com um caso de linchamento virtual. Autores como Byung-Chu Ham utilizam o conceito *ondas de indignação* para descrever este mesmo fenômeno, Ham(2018) caracteriza como:

Efficientes em mobilizar e compactar a atenção. Por causa de sua fluidez e volatilidade não são, porém, apropriadas para organizar o discurso público, a esfera pública. Elas são incontroláveis, inconstantes, efêmeras e amorfas demais para tanto. Elas inflam repentinamente e se desfazem de maneira igualmente rápida. (HAN, 2018, p.21)

Como bem coloca Ham, estes fenômenos digitais são voláteis e efêmeros, surgem e somem de maneira muito rápida, porém alguns atingem proporções maiores, e consequências que rompem a fronteira do digital. Estes casos de cancelamento são geralmente motivados por questões morais, que geram indignação, e senso de justiça, MISKOLCI (2021) em seu livro intitulado *Batalhas Morais*, busca explicar estes conflitos morais e políticos na esfera pública técnico-midiática que resultam muitas vezes no cancelamento, situadas na contemporaneidade do Brasil:

Em vez do convite ao diálogo e ao engajamento em lutas que poderiam ser coletivas, delimitam-se ao monopólio de fala que definiam o poder de proferir julgamentos de superioridade moral. Em lugar de se demandar justiça social, espalhou-se a prática da denúncia, do escracho e do cancelamento visando - conscientemente ou inconscientemente - a vinganças. (MISKOLCI, 2021 p. 76)

Estas batalhas morais que Miskolci apresenta são identificadas nos casos de cancelamento que acontecem no Brasil frequentemente, neste artigo busco analisar um caso específico de cancelamento onde a dimensão moral é presente, como também o conflito entre moralidades distintas.

## 2. METODOLOGIA

Para melhor analisar este fenômeno digital complexo, de maneira que se possa facilitar e tornar possível a análise, foi utilizado duas metodologias mixadas, em primeiro lugar é utilizado a análise de redes sociais (ARS), através de um software chamado Gephi, por ele conseguimos extrair os dados investigados no Twitter e gerar grafos em rede, para melhor possamos analisar as relações dos usuários durante o fenômeno de cancelamento. Para esta análise de caso a identidade dos usuários não tem tamanha relevância, mas sim as relações encontradas e agrupamentos na rede. Por fim é realizada uma etnografia digital, com o grafo da rede em mãos, o que facilita o trabalho de interpretação das relações sociais e influências presentes em casos de cancelamento.

A utilização destes métodos mixados não só facilita o processo de investigação como possibilita a compreensão profunda do fenômeno, como explica Recuero:

Em termos de mídia social, onde os dados são bastante distanciados dos grupos sociais, a combinação desses métodos pode ser extremamente vantajosa, justamente por permitir compreender o fenômeno em sua abordagem mais ampla. (RECUERO, 2016, p.128)

Neste artigo vamos mostrar um desses grafos gerados, o que esse grafo nos revela, e o que a etnografia realizada a partir deste dados nos diz sobre o fenômeno digital do cancelamento.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No Brasil casos de cancelamento nas redes sociais vem acontecendo com frequência, tanto de celebridades como de instituições, neste artigo pretendo analisar o caso de cancelamento da empresa multinacional de fast food Burger King.

No dia 25 de junho de 2021 a *hashtag*: “#BurgerKingLixo” surge entre os temas mais comentados no Twitter do Brasil, uma campanha contrária a propaganda intitulada “Como explicar?”<sup>1</sup>.

Na figura 1 abaixo temos o grafo da rede extraída do Twitter, com um busca pela *hashtag*: “#BurgerKingLixo”. Podemos observar que esta rede se divide claramente em dois grupos, um no canto inferior esquerdo (que chamarei de proponente) e outro no canto superior direito (que chamarei de opositor). Estas duas sub-redes representam opiniões opostas sobre a *hashtag*, enquanto a rede proponente busca através da *hashtag* atacar e deslegitimar a campanha e até mesmo a própria Burger King, a rede opositora, ridiculariza e se opõem ao cancelamento.

A partir deste grafos conseguimos mensurar os usuários de maior destaque nas redes, o tamanho do círculo representa o grau de ligações feitas pelo usuário, o que na prática são curtidas e comentários e compartilhamentos de seus tweets.

---

<sup>1</sup> Lançada pela rede de fast food Burger King no dia 23 de junho de 2021 em apoio ao movimento LGBTQIA+, a propaganda apresenta crianças falando como explicar aos filhos relações LGBTQIA+. A propaganda gerou uma onda de indignação pela utilização de crianças na campanha. Propaganda está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=301GMPHt7M>>

As diferentes cores representam as conexões internas mais próximas entre os usuários.

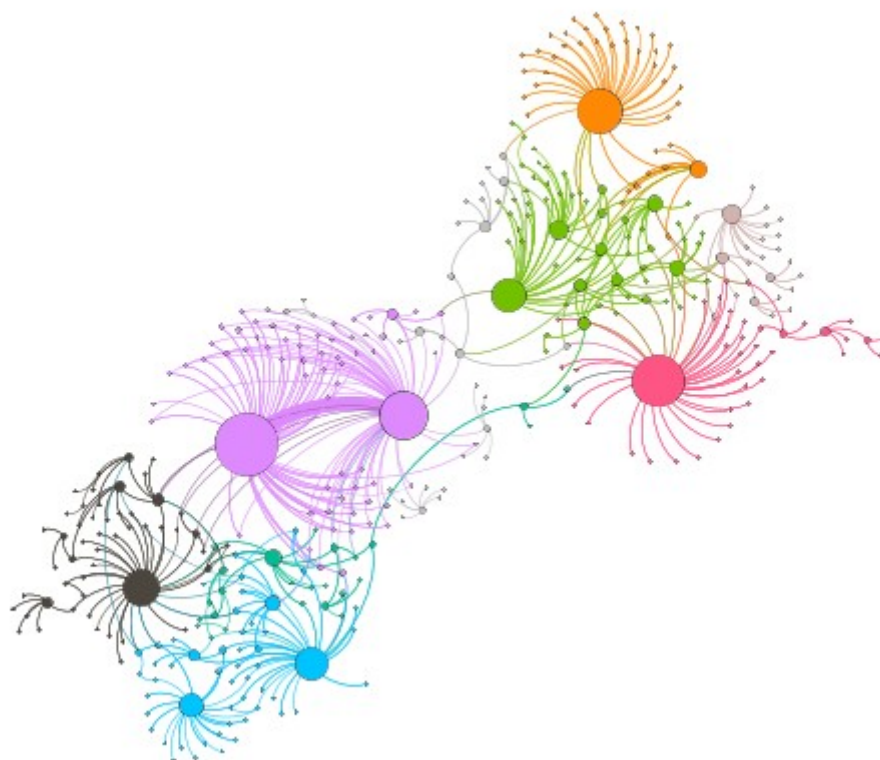


Figura 1 - Grafo sobre o caso #BurgerKingLixo

Através dos comentários de mais destaque nas redes dos proponentes conseguimos compreender a motivação por trás da *hashtag* #BurgerkingLixo. Um dos tweets de maior destaque nesta rede revela sua indignação: “o Burger King quer lacrar ensinando aos seus filhos pequenos sobre sexualidade e relações LGBT. Na minha casa ninguém pede mais!” escreve a usuária X proponente<sup>2</sup>.

Entre os comentários de mais destaque na rede dos opositores, um deles chama a atenção por explicar o processo que as *hashtags* que aparecem em destaque acabam alcançando grupos de diferentes moralidades. Neste tweet também revela o posicionamento contrário a *hashtag* de um usuário Y do grupo dos opositores: “Fui entrar na tag #BurgerKingLixo achando que tinha acontecido algo mas são pessoas preconceituosas problematizando um comercial onde dois pais tem um filho e na relação existe respeito e carinho, parem de propagar ódio! toda forma de amor é válida! o comercial está lindo!”.

#### 4. CONCLUSÕES

<sup>2</sup> Os nomes dos usuários serão mantidos em sigilo pois suas identidades não são autenticadas pela plataforma.

Observa-se que neste exemplo de cancelamento da rede de fast food Burger King, a clara polarização política e moral no Brasil, que está cada vez mais presente na rede social Twitter. Este exemplo revela diversas características do funcionamento do cancelamento no Brasil, primeiramente a criação de uma *hashtag* que possa simbolizar a indignação coletiva, neste caso #BurgerKingLixo. Logo a necessidade de fazer com que esta *hashtag* apareça entre os temas mais comentados do Twitter. Isto acontece devido a grande quantidade de curtidas, compartilhamentos e respostas aos tweets que utilizem esta.

Com a *hashtag* em destaque outros usuários começam a ter acesso a *hashtag*, o que pode levar a um maior engajamento, como também a uma resposta contrária, até mesmo o surgimento de uma *hashtag* em resposta, o que não foi o caso. Os usuários que não concordavam com o cancelamento utilizavam a mesma *hashtag* para criticá-la. Este comportamento é característico da plataforma Twitter, que gera um ranking de assuntos mais comentados, colaborando para exposição e o debate de certos assuntos, diferentes de outras plataformas, o Twitter auxilia para que se crie um campo de batalha moral.

Ao fazer o grafo da rede, fica visível a polarização encontrada neste caso específico, as batalhas morais encontram no Twitter uma plataforma que auxilia o fenômeno digital de indignação moral, que aqui chamamos de cancelamento.

Este artigo busca mostrar que é possível realizar uma análise profunda de um fenômeno digital complexo e dinâmico através de metodologias mixadas. Como foi mostrado empiricamente as batalhas morais neste caso, neste projeto de pesquisa buscamos continuar investigações similares para melhor caracterizar as diferentes moralidades em batalha com a polarização crescente no Brasil.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HAN, B.C. **No Enxame : perspectivas do digital**. Petrópolis, RJ : Vozes: 2018.

MISKOLCI, R. **Batalhas Morais : Política Identitária na Esfera Pública Técnico-midiatizada**. São Paulo, SP: Autêntica: 2021.

RECUERO, R. Métodos mistos: combinando etnografia e análise de redes sociais em estudos de mídia social. In: Bruno Campanella; Carla Barros. (Org.). **Etnografia e consumo midiático: Novas tendências e desafios metodológicos**. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2016, v. 1, p. 117-132.