



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Facultat de Filologia
i Comunicació

GRAU
CIC [COMUNICACIÓ
INDÚSTRIES
CULTURALS]

Grau de Comunicació i Indústries Culturals

La cultura de la cancel·lació en el món de l'espectacle: una aproximació crítica

Treball de final de grau

Autora: Laura-Neït Adiego Bistué

Tutora: Alba Guimerà Galiana

Universitat de Barcelona

Curs 2022-2023



Agraïments

A la meva tutora, pel seu ajut i les seves indicacions.

A la meva família, pel seu suport.

Resum: Aquest treball estudia la cultura de la cancel·lació, un fenomen propi de les xarxes socials que consisteix en el rebuig col·lectiu d'una *celebrity* després que aquesta actui de manera ofensiva. A través de la crítica en massa, els usuaris d'Internet busquen responsabilitzar la persona cancel·lada de les seves accions. El treball ofereix l'anàlisi de cinc casos concrets de cancel·lació dins del món de l'espectacle, amb el principal objectiu de definir com afecta el fenomen la trajectòria professional dels famosos.

Paraules clau: cultura de la cancel·lació, *celebrities*, xarxes socials, fenomen fan, discurs d'odi

Resumen: Este trabajo estudia la cultura de la cancelación, un fenómeno propio de las redes sociales que consiste en el rechazo colectivo de una *celebrity* después de que ésta actúe de manera ofensiva. Mediante la crítica en masa, los usuarios de Internet buscan responsabilizar a la persona cancelada de sus acciones. El trabajo ofrece un análisis de cinco casos concretos de cancelación dentro del mundo del espectáculo, con el principal objetivo de definir cómo afecta el fenómeno a la trayectoria profesional de los famosos.

Palabras clave: cultura de la cancelación, *celebrities*, redes sociales, fenómeno fan, discurso de odio

Abstract: This research studies cancel culture, a phenomenon that takes place in social media and consists in the collective rejection of a celebrity who has acted in an offensive way. Through mass criticism, Internet users want to hold famous people accountable for their actions. This research offers an analysis of five case studies of cancellation inside the entertainment industry with the main goal of defining how this phenomenon affects celebrities' professional careers.

Keywords: cancel culture, celebrities, social media, fan phenomenon, hate speech

Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)

Aquest treball de fi de grau contribueix, principalment, a un dels 17 Objectius de Desenvolupament Sostenibles (ODS) aprovats per l'Assemblea General de les Nacions Unides: "10. Reducció de les desigualtats". El treball estudia un fenomen que es caracteritza per la denúncia de discursos d'odi, que afecten a les comunitats més desafavorides de la societat. En aquesta línia, el treball fa menció de discursos discriminatoris com el racisme, l'homofòbia i el masclisme.

Així doncs, el treball també s'adapta a l'Objectiu de Desenvolupament Sostenible número 5, "igualtat de gènere". En diverses ocasions, la cultura de la cancel·lació denuncia la violència masclista i busca donar veu a les víctimes d'agressions sexuals per part de personatges públics.

Índex

1. Introducció.....	1
2. Marc teòric.....	3
2.1. Què és la cultura de la cancel·lació?	3
2.2. Fonts de documentació principals	3
3. Precedents de la cultura de la cancel·lació	5
3.1. Abans d'Internet	5
3.1.1. Moviments socials i concepte d'identitat	5
3.1.2. La cultura de la cancel·lació abans de les xarxes: el cas de Sinéad O'Connor	6
3.1.3. Els <i>fandoms</i> i les relacions parasocials	8
3.2. L'arribada d'Internet i el paper de les xarxes socials	11
3.2.1 L'interès pel món de les <i>celebrities</i>: els blogs de tafaneries	11
3.2.2 Els moviments socials a les xarxes	15
3.2.3. Les <i>celebrities</i> i les comunitats de fans a les xarxes	17
4. Actualitat: <i>cancel·lar</i> algú	23
4.1. Orígens del concepte	23
4.2. Reflexions i opinions	28
5. Anàlisi de casos	37
5.1. Metodologia de l'anàlisi	37
5.2. Casos	38
5.2.1. Cas I: Chris Brown	38
5.2.2. Cas II: Lea Michele	43
5.2.3. Cas III: Kanye West	46
5.2.4. Cas IV: Gina Carano	50
5.2.5. Cas V: Ansel Elgort	53
6. Valoració dels casos.....	57
7. Conclusions	59
8. Bibliografia.....	63

1. Introducció

L'objectiu principal d'aquest treball de final de grau és estudiar la cultura de la cancel·lació, un fenomen propi de les xarxes socials. Això implica la investigació dels seus orígens i del seu funcionament actual. Conseqüentment, a través d'un estudi de casos concrets de cancel·lació pretén respondre a la qüestió següent: quines són les conseqüències d'una cancel·lació en la carrera professional d'un personatge de l'espectacle?

Així doncs, aquest treball comprèn:

- Un estudi dels precedents, és a dir, el context socio-cultural que dona pas al sorgiment de la cultura de la cancel·lació. Resulta imprescindible analitzar tant els moviments socials contemporanis com el fenomen fan, dos elements claus a l'hora de comprendre el tema del treball.
- Una investigació dels primers indicis de cultura de cancel·lació a les xarxes socials i de l'expressió "cancel·lar algú". Un cop el concepte agafa forma, es vol veure també quines són les reflexions principals que experts de la comunicació i figures públiques han expressat al respecte.
- Una anàlisi de cinc casos concrets de cancel·lació per veure el fenomen posat en pràctica, i així poder extreure'n conclusions precises.

L'estudi posa el focus principal en el món de l'espectacle, on solen tenir lloc la majoria de les cancel·lacions. Cal mencionar, però, que el concepte ha arribat a altres àmbits professionals, com ara la literatura i la política.

Per dur a terme l'estudi, primer de tot s'ha fet una recerca de fonts de documentació. Es tracta d'un tema que presenta diferents vessants i per tant, s'ha considerat escaient establir límits que permetin un desenvolupament coherent del treball. D'aquesta manera, s'ha pogut complir l'objectiu del treball i analitzar tots els punts que comprèn. L'anàlisi dels casos ha permès examinar el funcionament de la cultura de la cancel·lació i, com a conseqüència, proporcionar una resposta a la qüestió sobre les conseqüències del fenomen.

Per últim, la principal motivació que ha portat a fer aquest treball és el fet que la cultura de la cancel·lació ha esdevingut un tema de gran interès mediàtic en els últims anys. Com que és un tema de l'actualitat, existeix poca bibliografia sobre ell, però aquest inconvenient ve compensat per la possibilitat de fer una aportació innovadora. A més, es tracta d'un tema que s'inscriu plenament dins dels estudis de comunicació –és un fenomen que té lloc a les xarxes socials– i en l'àmbit de les indústries culturals, ja que se centra en el món de l'espectacle.

2. Marc teòric

2.1. Què és la cultura de la cancel·lació?

La cultura de la cancel·lació és un fenomen que ha sorgit en els darrers anys a Internet. El diccionari de Cambridge ho defineix com un tipus de comportament dins d'una societat o grup, especialment a les xarxes socials, que consisteix en rebutjar i deixar de donar suport a algú perquè ha dit o fet alguna cosa ofensiva. El diccionari Merriam-Webster defineix “cancel·lar” en aquest sentit com l'acció de retirar el suport a algú, com ara a una *celebrity* o companyia, de manera pública, especialment a les xarxes socials.

Es tracta d'un procés amb el funcionament següent: una figura pública diu o fa una cosa considerada immoral i, a continuació, els usuaris de les xarxes socials critiquen en massa el seu comportament a través de publicacions i comentaris. Si bé la indignació del públic es pot trobar a les diferents plataformes, Twitter és on se sol originar, ja que la informació es difon de manera immediata, permet compartir contingut multimèdia i hi predominen els *hashtags*, que normalment s'utilitzen en aquest context.

A vegades, una cancel·lació pot tenir lloc anys després a les accions immorals del famós. Això té lloc quan els usuaris decideixen treure a la llum comportaments que potser en el seu moment havien estat ignorats. A l'hora de fer-ho, se sol presentar evidència per recolzar el motiu de la cancel·lació, com per exemple vídeos, imatges o captures de text del famós en qüestió que demostrin actituds inapropiades.

Les cancel·lacions solen englobar temes com ara el racisme, l'homofòbia, la transfòbia, el masclisme i altres tipus de discriminacions, igual que assumptes relacionats amb agressions sexuals. Els usuaris pretenen donar visibilitat a aquests temes i educar tant la persona cancel·lada com el públic en general. Per tant, la cultura de la cancel·lació s'associa generalment a idees progressistes, tot i que la crítica massiva a les xarxes socials també pot sorgir com a oposició a aquest tipus de valors.

2.2. Fonts de documentació principals

En primer lloc, s'ha extret informació d'articles de premsa i de documents acadèmics escrits per experts en l'àmbit de la comunicació. Una gran part de les fonts consultades

són de caràcter digital. Els documents acadèmics s'han obtingut a partir d'una recerca exhaustiva a través de cercadors específics, com ara Google Scholar. En tot moment s'ha comprovat l'autenticitat de les fonts consultades.

A la vegada, s'han consultat espais digitals com Twitter, Instagram, Youtube i blogs d'Internet. L'ús de fonts d'aquest estil s'ha vist necessari, ja que el treball tracta un tema propi de l'era digital i, per tant, s'ha considerat imprescindible completar la informació proporcionada amb publicacions a les xarxes.

L'ús de totes aquestes tipologies de fonts diferents ha permès obtenir tota la informació necessària per poder desenvolupar el treball, i ha servit d'ajuda a l'hora de consultar dubtes i verificar els coneixements previs. El buidatge que s'ha dut a terme es pot apreciar al llarg del treball a través de citacions textuais i imatges.

En segon lloc, cal remarcar el fet que la cultura de la cancel·lació ha sorgit en els últims anys i, per tant, actualment hi ha pocs articles acadèmics sobre el tema. Una de les fonts més consultades ha estat l'article *DRAG THEM: A brief etymology of so-called "cancel culture"* de Meredith Clark (2020), que ha permès posar en perspectiva el funcionament actual de la cultura de la cancel·lació. La majoria dels articles acadèmics consultats tracten temes que han contribuït a entendre el context en què sorgeix el fenomen i les característiques que el defineixen. Un exemple és l'article *Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance*, dels autors D. Horton i R.R. Wohl (1956), on es tracta el fenomen fan, essencial a l'hora d'entendre el tema del treball.

La premsa digital, en canvi, ofereix més fonts d'informació, i constitueix gran part de la bibliografia del treball. Per obtenir els articles de premsa, s'ha consultat una gran varietat de mitjans de comunicació, tant generals com específics. Un article que ha resultat clau per aquest treball és *Why we can't stop fighting about cancel culture* d'Aja Romano, publicat al diari digital Vox, el 2020. Aquest article ha permès descobrir els orígens de la cultura de la cancel·lació, que es tracten en un dels apartats del treball.

3. Precedents de la cultura de la cancel·lació

3.1. Abans d'Internet

3.1.1. Moviments socials i concepte d'identitat

La cultura de la cancel·lació tendeix a apuntar contra figures públiques que atempten contra col·lectius minoritaris. La crítica negativa en massa, però, no podria tenir lloc sense l'existència de moviments socials previs que, actualment, són presents a les xarxes, que s'han convertit en un espai de diàleg i debat. Aquests moviments socials són el resultat de l'existència d'identitats col·lectives, que permeten als individus organitzar-se per poder reivindicar les seves idees de manera conjunta.

Els moviments socials tenen com a principal objectiu aconseguir un canvi individual, polític i/o cultural (Cross; Snow, 2012). Les mobilitzacions d'aquest tipus es comencen a popularitzar al món occidental a principis del segle XIX, a través de reivindicacions col·lectives, reunions públiques i el compromís a la causa, en un context de canvis polítics i econòmics, com ara la guerra, el capitalisme i l'aparició del proletariat (Tilly, 2004). Les circumstàncies empenyen els individus a reagrupar-se al voltant d'identitats.

Aquestes identitats col·lectives es caracteritzen per experiències compartides entre els individus que en formen part i pel sentiment de perseguir els mateixos interessos a través de l'acció conjunta (Snow, 2001). Es considera que el precursor de les identitats col·lectives és la consciència de classe dins del moviment marxista, que ressalta els elements comuns entre la classe obrera (Hunt; Benford, 2004). Els moviments socials poden buscar canvis progressius, és a dir, una millora de la situació del moment, però també poden tenir com a objectiu mantenir l'estatus quo i evitar l'alteració del sistema. Per tant, independentment de la decantació ideològica del moviment, es pretén desafiar o defensar les institucions del moment a través de l'organització (Cross; Snow, 2012). Castells (2012) explica que els moviments socials es caracteritzen per tenir la figura del líder, que s'encarrega de promoure els programes polítics, ideològics i personals, i de transformar el sentiment d'injustícia en acció.

Els moviments socials depenen de les identitats col·lectives, ja que permeten l'organització de manera més precisa entre els individus (Hunt; Benford, 2004). Hunt i Benford (2004) també afirmen que, a la vegada, els moviments socials donen lloc al naixement de noves identitats col·lectives, que es poden trobar en diversos àmbits, però

destaquen sobretot en el multiculturalisme, el gènere, la sexualitat, l'ètnia i el nacionalisme. Dins de les comunitats que agrupen aquestes identitats es busca conscienciar els seus membres que la posició social en què es troben és inferior a la dels individus que no en formen part (Van Stekelenburg, 2013).

Els mitjans de comunicació són els encarregats principals de difondre les activitats organitzades pels col·lectius i de donar a conèixer totes les novetats sobre les mobilitzacions. L'arribada de la televisió i la ràdio suposen un gran canvi per als moviments socials, que per primera vegada poden ser emesos en directe. L'abast dels moviments socials i de les lluites col·lectives, però, s'expandeix encara més amb l'arribada d'Internet als anys 90.

3.1.2. La cultura de la cancel·lació abans de les xarxes: el cas de Sinéad O'Connor

La pràctica del boicot es pot veure com el precedent analògic de la cultura de la cancel·lació (Clark, 2020), ja que consisteix en deixar de donar suport a un producte o persona per evitar que es popularitzi. Es tracta d'una pràctica present en diversos àmbits, com ara el món de l'entreteniment. En diverses ocasions al llarg del temps, el públic ha intentat boicotejar els productes d'un artista per demostrar el rebuig a les seves idees o accions, en un context en què encara no es disposava d'un espai global de discussió com les xarxes socials.

Un dels casos de boicot més significatiu és el de la cantant irlandesa Sinéad O'Connor, considerat per diversos periodistes com una de les primeres cancel·lacions prèvies a l'aparició de les xarxes socials (Adams, 2022; Power, 2022).

El 1992, Sinéad O'Connor va aparèixer al programa nord-americà *Saturday Night Live* (SNL) de la cadena NBC per cantar la cançó *War* de Bob Marley. Durant el concert, que es transmetia en directe, la cantant va decidir canviar l'actuació inicial de manera improvisada, sense informar als executius del programa. L'artista va canviar la lletra original de la cançó, que criticava el colonialisme, per denunciar els abusos infantils de l'Església Catòlica. Al final de l'actuació, O'Connor va ensenyar una fotografia del Papa Joan Pau II i la va trencar a trossos mentre incitava al públic a lluitar contra l'enemic, referint-se a l'Església Catòlica.



Figura 1. Sinéad O'Connor trenca una fotografia del Papa Joan Pau II. Font: Rolling Stone (original: Yvonne Hemsey, Getty Images).

Entre els dos dies posteriors a l'actuació, la cadena NBC va rebre més de 500 trucades, la gran majoria de les quals eren queixes contra la cantant (The Spokesman-Review, 5/10/1992). El portaveu de l'Església Catòlica va acusar l'artista de promoure l'odi (Daily News, 6/10/1992). La setmana següent a l'incident, un dels presentadors de SNL va iniciar el programa ensenyant la fotografia del papa que Sinéad O'Connor havia trencat enganxada amb cinta adhesiva, i va ridiculitzar la cantant mentre el públic l'aplaudia.

El rebuig del públic va seguir al llarg de l'any de l'incident. Fans de Sinéad O'Connor van decidir boicotejar la seva obra com a mostra de decepció i oposició a la seva posició ideològica. A Nova York, davant de la seva companyia de gravació, una picadora va destrossar CDs i cintes de vídeo de la cantant com a forma de protesta (Reilly, 1992). En el seu llibre *Rememberings* (2021), Sinéad O'Connor explicava que després de l'incident, la cadena NBC li va prohibir tornar a sortir a cap dels seus programes (extracte publicat a The Daily Telegraph, 5/6/2021).

Sinéad O'Connor ja s'havia vist involucrada en controvèrsies prèviament a l'incident del *Saturday Night Live*. El 1990, la cantant va negar-se a actuar al Garden State Arts Center a Nova Jersey després de saber que, abans del concert, era obligatori que sonés l'himne nacional dels Estats Units. La reacció de la cantant va fer que el local li prohibís actuar de nou en un futur. El senador de Nova York Nicholas Spano va incitar la població a boicotejar l'actuació que havia de fer la cantant poc després a Nova York (Los Angeles Times, 28/8/1990) i algunes cadenes de ràdio van decidir deixar de posar la música d'O'Connor després de rebre trucades que ho exigien (The Washington Post, 28/8/1990).

Les accions controvertides d'O'Connor estan considerades com el detonant del descens del seu èxit (Blake, 2022), però la cantant ho va viure com una oportunitat per deixar enrere la imatge d'estrella del pop que havia aconseguit després de l'èxit de la seva cançó del 1990 *Nothing Compares 2 U*:

“After SNL I could just be me. Do what I love. Be imperfect. Be mad, even [...] So, far from the Pope episode destroying my career, it set me on a path that fit me better” (O'Connor, 2021).

L'oposició del públic en massa a la cantant remet al fenomen contemporani de la cultura de la cancel·lació. L'absència de les xarxes socials en aquell moment va fer que, per una banda, la reacció de l'audiència només es pogués descobrir a través dels mitjans de comunicació. Per altra banda, Sinéad O'Connor no disposava d'eines per explicar les seves motivacions als seus fans amb un tracte personal, sinó que havia de fer declaracions formals, a vegades a través d'un portaveu (com es pot comprovar a Reilly, 1992).

3.1.3. Els *fandoms* i les relacions parasocials

La cultura de la cancel·lació afecta les *celebrities*, personatges admirats pel públic. Quan una *celebrity* es converteix en el blanc de crítiques negatives, els seus fans es veuen amb la responsabilitat de defensar-la a través de les xarxes socials. Abans de conèixer com actuen aquestes persones en una situació així, cal fer retrospectiva dels orígens de les comunitats de fans, conegudes popularment amb el nom de *fandoms*, i la relació que estableixen amb les persones que admiren.

Els *fandoms* poden girar entorn de productes culturals, com ara pel·lícules, llibres o sèries de televisió. Avui en dia, són presents principalment a les xarxes, però existeixen des d'abans de l'era digital. Es considera els fanàtics de *Sherlock Holmes* d'Arthur Conan Doyle com un dels primers *fandoms*, present des del segle XIX (Lantagne, 2015). Els *fandoms* també poden centrar-se en una figura pública en concret, sobretot en l'àmbit de la música pop i del cinema. Generalment, les comunitats de fans tenen noms propis, que solen estar relacionats amb l'objecte que s'admira. Per exemple, es pot tractar d'una derivació del nom del producte o artista –“Trekkies” és el nom dels fans de *Star Trek*; “Swifties” és com es coneix als fans de Taylor Swift– o pot sorgir a partir d'un element

relacionat, com és el cas dels fans de Lady Gaga, que porten el nom de “Little Monsters” a partir del títol de l'àlbum de la cantant *The Fame Monster*. Aquest apartat se centra en la idolatria als famosos del món de l'espectacle, que neix com a conseqüència del sorgiment de les estrelles de Hollywood.

Després de la Primera Guerra Mundial, els Estats Units es consoliden com la principal potència del cinema i les productores de Hollywood s'adonen que els actors, a qui es refereixen com les “estrelles”, són claus per l'èxit (Lipovetsky; Serroy, 2015). Lipovetsky i Serroy (2015) diuen que Hollywood ha creat un culte transestètic als famosos, ja que l'interès del públic traspasa la pantalla i arriba a les seves vides personals.

Amb la indústria de la música passa una cosa similar: gràcies als avenços tecnològics, que permeten a les famílies disposar de reproductors musicals, la música esdevé un producte de masses. El públic augmenta i sorgeixen nous artistes, als quals s'escolta religiosament (Lipovetsky; Serroy, 2015). L'adoració, igual que en el cinema, arriba més enllà de l'obra musical de l'artista. Lipovetsky i Serroy (2015) conclouen que el fanatisme envers les estrelles només és possible amb instruments materials de la reproducció i difusió del so i la imatge, que permeten tant la gravació de la música com el seu consum repetit, i que aporten les condicions materials necessàries per al sorgiment dels ídols del món de l'espectacle.

La relació entre fans i ídols és unidireccional: el fan coneix –o creu conèixer– tot sobre el seu ídol, però aquest percep els fans com un conjunt. Aquest tipus de relació no recíproca rep en diverses ocasions el nom de relacions parasocials, un terme encunyat pels autors Horton i Wohl (1956). Horton i Wohl expliquen que la ràdio, la televisió i el cinema creen la il·lusió que hi ha una relació cara a cara entre el públic i l'interpret. Això s'accentua encara més en el cas de la televisió, on l'actor, per molt que interpreti un rol fictici i que dialogui amb altres personatges, es percep com si estigués tenint una conversa amb l'audiència, que l'escolta atentament i se sent dins de la trama. El públic desenvolupa una opinió sobre el personatge en base a les seves accions i la seva forma d'expressar-se, i l'actor es basa en la percepció del públic per interpretar el personatge de la manera més atractiva possible.

Horton i Wohl (1956) es refereixen amb el terme “personalitat” (*persona*) per referir-se a aquelles estrelles que són conegudes per fer d’elles mateixes, una categoria que inclou els presentadors de televisió i de ràdio i les estrelles dels *reality shows*, però que avui en dia també podria agrupar els *influencers*, les *celebrities* d’Internet. Amb aquestes personalitats, l’audiència desenvolupa un vincle encara més pròxim, ja que es presenten a sí mateixes i no a través d’un rol fictici.

No obstant això, l’arribada de les xarxes socials ha fet que *celebrities* que el públic tradicionalment adorava pel seu treball, com ara la música o la interpretació, també puguin compartir constantment aspectes de la seva vida personal que els fans no poden conèixer a través de la seva obra. Això els permet connectar amb l’audiència de la mateixa manera que la *persona* a qui fan referència Horton i Wohl. La relació parasocial que desenvolupa el fan amb el seu artista preferit pot arribar fins el punt en què el fa pensar que el coneix millor que ningú, com si es tractés d’un amic o familiar proper. Es crea una il·lusió d’intimitat que, en moltes ocasions, és impulsada pels managers de les *celebrities*, que les inciten a comportar-se de manera que s’adaptin a la imatge que el públic ha creat d’elles per complaure’l (Horton i Wohl, 1956). Per tant, la imatge que presenta el famós de cara al públic és, fins a cert punt, una aparença, però els fans la perceben com si fos una representació acurada de la realitat perquè no poden conèixer més del que se’ls ofereix.

El *fan mail* és una manera pels fans de poder-se sentir encara més propers als seus ídols (Horton i Wohl, 1956). Actualment, aquest sistema ha estat substituït pels missatges a través de les xarxes socials, que faciliten la interacció entre l’admirador i l’artista. Plataformes com Twitter, Instagram i, recentment, TikTok permeten als famosos decidir si volen contestar els missatges dels seus fans sense la necessitat de desenvolupar una connexió amb ells (Stever; Lawson, 2013). El públic, després d’haver desenvolupat un vincle emocional amb la *celebrity*, es veu amb la responsabilitat de ser-li fidel com a mostra de suport.

Els fans veuen les figures públiques com la representació ideal de com ha de ser una persona: es converteixen en un model a seguir o en un “heroi modern” (Horton i Wohl, 1956). De Backer, Nelissen et al (2007) sostenen aquest enfocament, i diuen que part del públic mostra interès per les *celebrities* perquè els perceben com a professors que els

proporcionen les estratègies necessàries per créixer com a persones i tenir èxit, mentre que la resta del públic, els fans més fidels, perceben els famosos com si fossin familiars, amics o inclús parelles amoroses.

Diversos teòrics intenten trobar les motivacions que porten algú a idolatrar els famosos. Per exemple, els descriuen com a persones solitàries o histèriques (Jensen, 1992). Horton i Wohl (1956) diuen que l'aïllament i la falta d'interacció social fan que un individu a desenvolupi aquest tipus de relació amb un famós fins a l'extrem. Pan (2022), en canvi, descriu com a factors psicològics principals el desig de les persones de formar part d'un grup i l'evasió de la realitat a través de l'entreteniment. Independentment dels motius, l'adoració als personatges públics i l'interès per les seves vides continua vigent avui en dia, en un moment en què la informació es difon de manera immediata i es pot connectar fàcilment amb persones d'arreu del món que tenen les mateixes aficions.

3.2. L'arribada d'Internet i el paper de les xarxes socials

3.2.1 L'interès pel món de les *celebrities*: els blogs de tafaneries

Abans de les xarxes socials, les *celebrities* no disposaven de mitjans per compartir els aspectes íntims de la seva vida com avui dia. Si un fan volia sentir-se més proper al seu ídol havia de recórrer a la premsa rosa, que oferia als lectors informació privada de les *celebrities*, en ocasions sense el seu consentiment. Les revistes del cor juguen amb la curiositat del públic i presenten la informació de manera cridanera per incitar-los a llegir els articles. A través del sensacionalisme, contribueixen a fabricar la imatge pública de les *celebrities* i conviden el públic a formar opinions sobre les seves vides personals. La relació parasocial que té un fan amb el seu famós preferit, a qui veu com una persona propera, fa que el vulgui conèixer millor i la tafaneria és l'única manera de satisfer aquesta necessitat (De Backer et al, 2007).

En la dècada dels anys 80, el format de les revistes i tafaneries passa al format televisiu amb l'aparició de la cadena Entertainment Tonight als Estats Units, que dedica tots els seus programes a informar sobre les estrelles de Hollywood (Tucker, 2018). L'ex-periodista del New York Daily News Ben Widdicombe explica a The Guardian (6/3/2021) que l'interès pel món de les *celebrities* augmenta després dels atemptats de

l'11 de setembre, quan els editors de la premsa buscaven distreure la població nord-americana de la tragèdia a través d'informació lleugera.

A mitjans de la dècada dels 2000, les revistes del cor es veuen amenaçades per l'aparició de pàgines web i blogs sobre *celebrities*, que poden publicar la informació al moment sense haver d'esperar al dia següent. A diferència dels periodistes tradicionals, els *bloggers* –nom que reben les persones que controlen els blogs– no depenen de regles ètiques i professionals, i no estan controlats per empreses (Johnson i Kaye, 2004). A més, no necessiten tenir cap tipus de formació professional com a periodistes per publicar informació.

La figura del *blogger* ocupa una posició única en la indústria de l'entreteniment: funciona a la vegada com a productor i consumidor de la imatge de les *celebrities* (Petersen, 2007). A diferència de la premsa tradicional de paper, els blogs de tafaneries, que podrien ser vistos com un mitjà de comunicació digital, poden completar la informació amb contingut audiovisual. Els blogs sorgeixen en una època en què les xarxes socials tot just començaven a aparèixer i les *celebrities* encara no disposaven d'eines per compartir el seu dia a dia amb els fans. Per tant, els *bloggers* tenien el poder d'alterar la manera en què eren percebudes de cara al públic. Es tractava de l'únic mecanisme per als admiradors de descobrir de manera immediata els aspectes més íntims de la vida dels seus ídols.

En aquell moment, un dels *bloggers* més destacats en l'àmbit de la tafaneria de les estrelles de Hollywood era Perez Hilton, pseudònim de Mario Lavandeira, amb la pàgina web PerezHilton.com. Al seu blog, que encara es troba en funcionament, Hilton acompanya les notícies de tafaneries amb fotografies plenes de gargots que simplifiquen la informació del text. El blog consta dels apartats “relationships”, on parla sobre especulacions de la vida romàntica dels famosos, i “controversy”, dedicat a les controvèrsies de les *celebrities* que han causat fúria a les xarxes. En diverses ocasions, el *blogger* es refereix als famosos amb sobrenoms pejoratius. Per exemple, parla de l'actriu Jennifer Aniston amb el sobrenom “Maniston” (Hilton, n.d.) per posar en evidència la seva vida amorosa.



Figura 2. Imatge del blog de Perez Hilton.

Perez Hilton redacta les notícies de manera subjectiva i, com passa en altres blogs del mateix estil o en la premsa rosa tradicional, la informació que presenta sol estar basada en rumors. El *blogger* ha contribuït a posar en perill la reputació de diverses *celebrities*. Un exemple és la cantant Britney Spears, que en la dècada dels 2000 es va veure involucrada en diverses controvèrsies per problemes de salut mental. Perez Hilton criticava tot tipus de comportaments de la cantant i creava rumors sense cap tipus d'evidència. En un dels seus articles, Hilton acusa a Spears d'inhalar cocaïna: “[...] she makes yet another bathroom visit — Brit, why do you need to use the restroom so much... powdering your nose?” (Hilton, (24/12/2007). En una altra ocasió jutja les seves habilitats com a mare: “The not-so-great mother of two” (Hilton, 28/12/2007).

En un altre article, el *blogger* critica l'aspecte de les ungles de la cantant, l'acusa de voler cridar l'atenció dels paparazzi i es riu del fet que estigui soltera:

“The lonely mother of two ventured out on Friday night for another unnecessary trip. She stopped by the soon-to-be closing Virgin Megastore in West Hollywood for CDs her daily paparazzi attention.

The former pop star shows off her disgusting finger nails and a ring on her wedding finger.

Britney has an imaginary husband, y'all.

Maybe she meets up with him whenever she goes to all those hotels!” (Hilton, 29/12/2007).

Perez Hilton ha estat criticat per fer comentaris misògins (Fairclough, 2007), com ara avergonyir a dones famoses per la seva vida amorosa o per haver guanyat pes. També se l'ha culpabilitzat d'intentar treure de l'armari a famosos i especular sobre la seva sexualitat (Petersen, 2007). El 2021, Hilton va disculpar-se públicament amb Britney Spears i els seus fans per la manera en què escrivia sobre ella al seu blog (Towers, 2021).

El paper del *blogger* ha perdut pes en els últims anys. L'aparició de les xarxes socials ha fet sorgir nous formats que tenen la mateixa funció que tenien els blogs en aquell moment. Ara, hi ha canals de Youtube que imiten el format de Hilton, a través de títols i imatges cridaneres i que, en lloc de centrar-se únicament en *celebrities* de l'espectacle, també informen sobre els *influencers*.

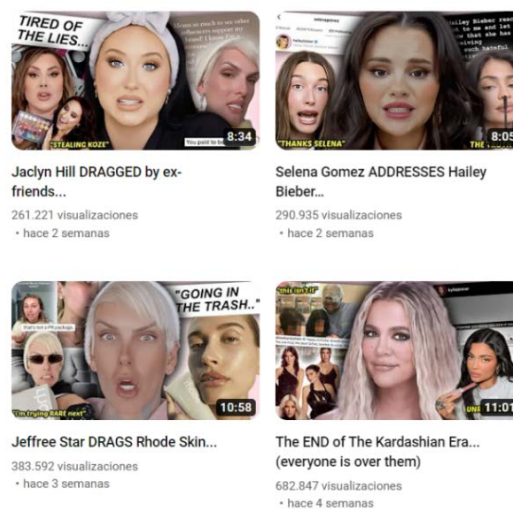


Figura 3. Exemples de vídeos sobre celebrities del canal de Youtube TeaSpill.

Instagram i TikTok també s'han convertit en un espai per parlar de les accions controvertides dels famosos. Com a fonts d'informació, els comptes que ho fan utilitzen principalment les pròpies declaracions de les *celebrities* a les xarxes, articles de la premsa rosa o de l'entreteniment, fotografies dels paparazzi i rumors. Tot i que la gran majoria dels propietaris dels comptes no fan pública la seva identitat, n'hi ha d'altres que segueixen els passos de Perez Hilton i es mostren a sí mateixos, com és el cas de l'usuària hannahkosh a TikTok.



Figura 4. Publicació del compte d'Instagram wigsandtea

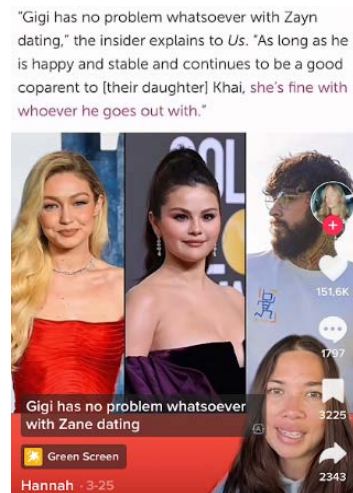


Figura 5. Publicació a TikTok de l'usuària hannahkosh

3.2.2 Els moviments socials a les xarxes

Internet sorgeix en un context d'acció social i política al voltant de les identitats, que es converteixen en el principi organitzatiu (Castells, 2000). Per primer cop, es poden construir comunitats virtuals on s'hi pot participar des d'arreu del món i, a través de les xarxes, altres individus poden conèixer les característiques que comparteixen els diferents col·lectius i adonar-se que en formen part (Van Stekelenburg, 2013). Segons Van Stekelenburg (2013), el ciberespai permet als membres de les comunitats compartir la seva lluita per aconseguir el suport polític i així poder assolir canvis en la societat.

L'existència d'un espai virtual en què qualsevol usuari pot publicar contingut fa que la divisió entre els papers d'emissor i receptor, fins llavors clara, quedi difuminada. Els moviments socials ja no depenen dels mitjans de comunicació tradicionals per obtenir visibilitat, sinó que els mateixos membres dels col·lectius poden fer-ne difusió pel seu compte. Així doncs, Internet també trenca amb la jerarquia existent dins dels moviments socials, on hi havia la figura del líder, que s'encarregava de transmetre els missatges. A les xarxes, la informació no ha de passar per cap tipus de control previ que, en el cas dels mitjans de comunicació tradicionals, podia estar influït per inclinacions polítiques.

Les xarxes socials, si bé no són equivalents a les mobilitzacions físiques, s'han convertit en una eina d'organització i de difusió dels esdeveniments polítics i socials arreu del món. Els primers moviments a través d'Internet comencen als països àrabs (Castells,

2012), en concret a Tunísia entre 2010 i 2011, amb les protestes de la Primavera Àrab, en contra de la corrupció del govern. Els usuaris van crear el *hashtag* “#sidibouزيد” a Twitter per fer difusió de la situació. L’existència dels *hashtags* és una forma de tenir agrupada tota la informació d’un mateix moviment per part dels diversos usuaris. Twitter es converteix en un instrument tant pels activistes que organitzen protestes com per aquells interessats per les notícies arreu del món (Lotan et al, 2011).



Every [#Arab](#) leader is watching [#Tunisia](#) in fear. Every Arab citizen watching Tunisia in hope and solidarity. [#Sidibouزيد](#).
[Tradueix el tuit](#)

7:39 p. m. · 13 de gen. de 2011



Voice of Tunisia
[@Voiceoftunisia](#)

Tunisians too early for congratulations, we did not succeed yet. power still in the corrupt RCD party. [#sidibouزيد](#) [#tunisia](#) [#jasminrevolt](#)
[Tradueix el tuit](#)

7:53 p. m. · 14 de gen. de 2011

Figura 6. Usuari de Twitter utilitza el *hashtag* “#Sidibouزيد”

Figura 7. Tuit d’un compte dedicat a donar veu als habitants de Tunísia.

Els mitjans de comunicació tradicionals, que en aquell moment començaven a adaptar-se al món digital amb pàgines web, s’adonen que el públic busca encara més immediatesa en una situació d’emergència d’aquest tipus. La seva presència a Internet no és suficient, així que comencen a crear perfils a les xarxes socials per mantenir la seva audiència. Un exemple és la cadena BBC, que va utilitzar el seu compte oficial a Twitter per anunciar les novetats sobre el conflicte.



BBC Breaking News
[@BBCBreaking](#)

Tunisia's President Ben Ali steps down amid ongoing protests and leaves the country
[Tradueix el tuit](#)

6:52 p. m. · 14 de gen. de 2011

Figura 8. El compte oficial de la BBC anuncia l’abandonament del president de Tunísia.

Totes les xarxes socials poden exercir com un instrument per l’organització dels moviments socials i també per l’educació entre aquells que volen saber-ne més. Les característiques que defineixen a cada plataforma fan que la seva funció dins dels moviments socials pugui variar. Instagram, per exemple, permet mostrar la informació

de forma atractiva i cridanera a través d'imatges amb text. En els últims anys, han sorgit comptes que es dediquen a publicar informació sobre els esdeveniments del món i que pretenen ensenyar als seus seguidors l'existència dels diferents moviments socials. Tot i això, la xarxa social on sol predominar el discurs polític és Twitter, ja que la senzillesa dels missatges faciliten el seu consum.



Figura 9. Exemple de publicacions a Instagram sobre temes polítics i socials. Font: Wasserman, 2021.

Twitter, si bé és un mecanisme que ajuda a difondre informació, també comporta la divisió dels usuaris en petits espais o comunitats, que es basen en ideologies i gustos comuns. Aquesta plataforma personalitza el contingut que els usuaris consumeixen i l'algorisme ensenya a l'usuari principalment allò que es considera que serà del seu interès en base a interaccions prèvies i amaga allò que creu que no ho és. Per tant, es creen “bombolles de filtres” (Pariser, 2011), el propi món digital de cada usuari. Així doncs, els usuaris es veuen atrapats en certs espais online, on es troben amb altres persones que comparteixen els mateixos interessos i acaben creant comunitats online. Dins d'algunes d'aquestes comunitats és on sorgeix el concepte de cancel·lació i la crítica en massa a *celebrities*, que es tractarà més endavant.

3.2.3. Les *celebrities* i les comunitats de fans a les xarxes

L'era digital ha canviat la manera en què consumim el món de l'entreteniment. Per una banda, el fan ha passat de ser un consumidor aparentment passiu a actiu (Busquet, 2012). Els fans són capaços de compartir les seves reaccions tant amb altres fans com amb els famosos, i poden publicar el seu propi contingut relacionat amb allò que admiren. Per

altra banda, les *celebrities* poden compartir el seu dia a dia a les xarxes socials, i així establir una proximitat amb els fans com mai abans.

En els inicis d'Internet, els fòrums es van convertir en els espais per defecte d'interacció entre els fans que, per primera vegada, es podien comunicar sense fronteres territorials. Com explica Busquet (2012), Internet permet que la interacció social sigui més intensa i continuada que mai i, per tant, el sentiment de comunitat entre els fans augmenta. Els fans han utilitzat el que es coneix com a pirateria per convertir-lo en un art fet per a les seves pròpies finalitats (Jenkins, 2010). Entre el contingut *fan-made* es poden trobar des d'obres d'art inspirades en personatges ficticis fins a *fanzines* amb històries de ficció basades en obres existents.

Actualment, els fans creen perfils a les xarxes socials dedicats únicament a allò que admiren. Les característiques que defineixen cada plataforma, però, fan que els fans es concentrin més en unes que en altres. Aquest apartat posa el focus en dues xarxes socials en concret, Tumblr i Twitter, ja que solen destacar entre els fans pels motius següents:

- Són plataformes *microblogging*, és a dir, permeten la interacció ràpida entre els usuaris i la creació de contingut multimèdia propi. Tant en una com en l'altra, es poden fer publicacions només de text, només d'imatges o vídeos, o de tot a la vegada.
- Permeten crear *hashtags*, que faciliten l'accés al contingut, compartir contingut aliè ("retuitejar" a Twitter; fer "reblog", a Tumblr), comentar, seguir i donar *like*. El fet de poder seguir un usuari i viceversa dona lloc a vincles entre els usuaris, que potencia el sentiment de comunitat.
- Les dues disposen d'interfícies similars: una pàgina principal on es poden veure les publicacions dels usuaris els quals se segueix i que s'actualitza constantment.
- Permeten l'ús de pseudònims. Són plataformes que funcionen amb noms d'usuari, no demanen el nom complet de la persona. Per tant, es pot mantenir l'anonimat més fàcilment. Els fans solen crear noms d'usuaris relacionats amb allò que admiren i no solen revelar informació personal.

Tumblr neix el 2007 com una plataforma de *microblogging* que permet als usuaris compartir contingut multimèdia. Allà es concentrava majoritàriament l'interès per les *celebrities*, els productes audiovisuals i la literatura. Entre el contingut de fans a Tumblr destacaven les *fanfictions*, trames creades pels fans a partir d'una història o personatges

existents. Tot i que en un principi comença com una cosa pròpia dels fans del cinema, la televisió o la literatura, fins i tot prèvia a les xarxes socials, evoluciona en el món de les *celebrities*. Els fans converteixen les *celebrities* en personatges de les seves novel·les, sobretot com a interès romàntic del protagonista. Les *fanfictions* solen ser llargues i l'autor les actualitza constantment. Hi ha usuaris que opten per fer històries curtes i completes amb una sola publicació, que tracten sobre una interacció imaginària entre el lector i el famós. A vegades ho completen amb fotografies o *GIFs* dels famosos involucrats.



Figura 10. Exemple d'un escenari que el lector s'ha d'imaginar amb el cantant de One Direction Niall Horan. Font: 1derful-imagine.tumblr.com

En un principi, Tumblr destacava per la manca de supervisió del contingut, fet que donava lloc a la publicació de pornografia i contingut explícit. El 2018, Tumblr va anunciar que començaria a haver-hi regulacions en la plataforma per evitar contingut d'aquest estil. Això va fer que molts usuaris decidissin migrar a altres plataformes. Tumblr continua vigent, sobretot entre els *fandoms*, però el sorgiment de noves plataformes ha fet que quedi en segon pla.

Una de les xarxes socials cap a on han emigrat els fans és Twitter, ja que, com s'ha mencionat prèviament, té unes característiques similars a Tumblr. Juntament amb els usuaris també van arribar els *fandoms* i el contingut que solien generar a Tumblr. A Twitter, els fans comencen a ser coneguts amb el nom de "stan", un terme que sorgeix a partir de la cançó amb el mateix nom d'Eminem, que tracta sobre un fan que es diu així i que està obsessionat amb ell. Per tant, com a conseqüència, els espais o comunitats de Twitter formades per fans reben el nom de "Stan Twitter".

Si bé Tumblr i Twitter comparteixen característiques, la diferència principal es troba en el nombre de caràcters. Tumblr accepta publicacions textuais extenses; Twitter, en canvi, posa el límit als 280 caràcters per tuit. Per tant, les *fanfictions* queden enrere i es comencen a popularitzar nous tipus de contingut que s'adapten més a Twitter. Un exemple són les *fancams*, vídeos de pocs segons que sorgeixen entre els *fandoms* dels grups de K-Pop (música pop coreana), on apareixen els seus artistes preferits a l'escenari, amb la intenció de demostrar la seva admiració i a la vegada promocionar la seva música. Actualment, es troben *fancams* de famosos de qualsevol àmbit i territori, fins i tot de personatges ficticis.

L'arribada de les xarxes socials també ha permès a les figures públiques comunicar-se amb els seus seguidors. Twitter destaca entre les *celebrities* perquè permet la interacció amb els fans sense cap tipus de compromís: el famós pot decidir llegir o no llegir els missatges dels fans, els quals no poden saber si els ha vist (Stever; Lawson, 2013). A més, es tracta d'una plataforma que arriba a un públic més general que, per exemple, Tumblr. Hi ha ocasions en què els famosos decideixen interactuar amb els missatges dels seus fans, ja sigui donant *like*, deixant un comentari, fent "retuit" o, fins i tot, començant a seguir el fan. Els famosos utilitzen Twitter principalment per fer difusió dels seus projectes, però també per apropar-se als seus fans compartint aspectes del seu dia a dia.



Figura 11. La rapera Nicki Minaj contesta la pregunta d'un fan



Figura 12. L'actriu Rachel Zegler dona retuit a una felicitació d'aniversari

Fins fa poc, la premsa rosa era el mètode principal per aproximar-se a les *celebrities*. Actualment, ho són elles mateixes a través dels seus perfils a les xarxes socials. Ara, quan un famós es veu involucrat en un escàndol o afectat per rumors negatius, pot donar

explicacions directament i immediatament a les xarxes socials. Per exemple, l'estrella de *reality show* Khloé Kardashian, a través de Twitter, va desmentir un rumor que deia que se li havia prohibit anar a la MET Gala l'any 2021:



Figura 13. Khloé Kardashian desmenteix un rumor a través del seu perfil de Twitter

Aquesta nova forma de consumir el món de l'entreteniment ha fet que inclús la premsa rosa utilitzi les publicacions de les *celebrities* a les xarxes com a font d'informació per als seus articles. El blog de Perez Hilton ho ha fet en diverses ocasions, com ara en un article on explica que l'estrella de *reality show* Kylie Jenner mostra el seu cabell natural, i la font d'informació és un vídeo a TikTok que ha publicat ella mateixa (Hilton, 24/4/2023). En l'article, Hilton cita alguns dels comentaris que es troben en el vídeo de TikTok.

L'ús de les xarxes socials ha proporcionat una certa autoritat a les *celebrities* a l'hora de mantenir la seva imatge pública. Actualment, ja no depenen dels mitjans de comunicació tradicionals per fer comunicats, sinó que ho poden fer elles mateixes. Això també s'ha pogut comprovar dins del fenomen de la cancel·lació, ja que els famosos poden defensar les seves accions o demanar disculpes a través de les xarxes, i així mantenir una proximitat amb l'audiència.

4. Actualitat: *cancel·lar* algú

4.1. Orígens del concepte

Un dels dubtes principals que pot manifestar-se a l'hora d'investigar la cultura de la cancel·lació és l'origen del concepte. La crítica en massa o, fins i tot, el boicot cap a una figura pública controvertida no neix a les xarxes socials –així s'ha pogut comprovar amb el cas de Sinéad O'Connor durant la dècada dels noranta– però els avenços tecnològics ofereixen un espai on poder organitzar aquestes pràctiques sense limitacions espai-temporals. Per primer cop es pot conèixer la reacció del públic en directe i des dels seus propis canals, sense haver de passar pels filtres dels mitjans de comunicació tradicionals.

La plataforma Tumblr, a part de replegar els *fandoms* del moment, també es va convertir en la llar de les comunitats marginades, que buscaven un espai públic i petit on tractar temes sociopolítics que en altres plataformes podien ser ridiculitzats o ignorats (Renninger, 2014). Tumblr exerceix com una espècie d'aula virtual que exposa als usuaris a noves idees (Sarappo, 2018), normalment en relació amb el racisme, l'homofòbia, la transfòbia i el masclisme. L'interès per aquest temes, mesclat amb la fascinació pel món de les *celebrities*, dona pas als primers indicis del que es coneix avui en dia com a cultura de la cancel·lació: el rebuig en massa d'una *celebrity* com a conseqüència de les seves accions.

A principis de la dècada dels 2010, comencen a sorgir perfils a Tumblr dedicats únicament a conscienciar al públic sobre l'altra cara de les *celebrities*. Un dels més destacats va ser el blog “yourfaveisproblematic”, actiu entre els anys 2013 i 2016, que es dedicava a agrupar les malifetes dels ídols del moment. Cada publicació estava dedicada a un famós diferent i sempre es seguia la mateixa pauta: una llista amb les accions que els administradors del compte denominaven com a “problemàtiques”, és a dir, discriminatòries, acompanyades d'enllaços a les fonts d'informació o de fotografies com a evidència. El blog permetia als usuaris preguntar qualsevol dubte sobre els temes tractats, com ara l'homofòbia o el racisme, i demanar que es fes una publicació sobre els seus ídols per assegurar-se que no estaven donant suport a algú problemàtic.

JUSTIN BIEBER

- "I'm actually part Indian. I think Inuit or something? I'm enough percent that in Canada, I can get free gas."
- He thinks being gay is a choice. when asked about his views on homosexuality, he said "It's everyone's own decision to do that".
- "I really don't believe in abortion. It's like killing a baby"
- On rape: "I think that's really sad, but everything happens for a reason"

Figura 14. Publicació de *yourfaveisproblematic* en relació al cantant Justin Bieber.

En una publicació, els administradors expliquen que l'objectiu del blog és que els fans coneguin les accions problemàtiques dels seus ídols i els aconsella renyar-los enlloc de defensar-los irreflexivament (*yourfaveisproblematic*, 2013). Aleshores es començava a parlar d'una cultura de cridar l'atenció ("call-out culture"), que es definia com una pràctica per responsabilitzar els individus, normalment famosos, de les seves accions immorals (Stryker, 2016), una definició similar a la de la cultura de la cancel·lació actual.

Aquest fenomen, igual que passa amb les comunitats de fans, arriba a la resta de xarxes socials, sobretot després del canvi de normativa de Tumblr, que comporta la migració d'usuaris a nous espais. Twitter esdevé un lloc de crítica a les figures públiques i, igual que amb els *fandoms*, es desenvolupen noves estratègies per fer-ho que s'adaptin millor a les característiques de la plataforma. En aquest context neixen els formats de *hashtag* "[celebrity]IsOver" i "[celebrity]IsOverParty", que els usuaris utilitzen per celebrar cada cop que un famós que els desagrada fa alguna cosa problemàtica. El primer ús que es coneix d'aquest format de *hashtag* es publica el 2015 en referència a la cantant Taylor Swift (Haasch, 2020). El tuit el va fer un compte de fans dedicat a la cantant Katy Perry, amb qui Swift tenia una història de rivalitat.



Figura 15. Un usuari de Twitter utilitza el hashtag "#TaylorSwiftIsOverParty", seguit d'emojis alegres.

Aquest format de *hashtag* no es va començar a popularitzar fins l'any següent. El 2016, va resorgir el *hashtag* "#TaylorSwiftIsOverParty", aquest cop utilitzat per més usuaris, després que Taylor Swift estigués involucrada en un escàndol amb el raper Kanye West i

l'estrella de *reality show* Kim Kardashian (Haasch, 2020). A partir d'aquell moment i fins a l'actualitat, sorgeixen variants del *hashtag* dirigides a diferents *celebrities* cada vegada que són rebutjades pel públic. Al mateix temps, els fans creen *hashtags* per defensar els seus ídols de les crítiques i mostrar-los el seu suport:



Figura 16. Un fan de Taylor Swift utilitza el hashtag “#TaylorSwiftIsNOTOverParty” per contrarestar les crítiques negatives a la cantant.

Igual que el blog “yourfaveisproblematic”, els usuaris comencen a crear llistats de les accions problemàtiques de cada famós a través de fils de Twitter, que permeten la publicació de diversos tuits enllaçats. Els usuaris poden “retuitejar” els fils dels altres i, per tant, ajudar a difondre la informació entre cercles més enllà de les comunitats de fans.



Figura 17. Usuari de Twitter fa un fil on agrupa informació per demostrar que el cantant Justin Bieber és problemàtic.

Les *fancams*, un fenomen que s’ha mencionat anteriorment, guanyen protagonisme en aquest context. Els usuaris aprofiten l’èxit dels *hashtags* relacionats amb les cancel·lacions per promocionar les pel·lícules, sèries de televisió i cançons dels seus ídols a través de *fancams* tant de personatges reals com ficticis (Haasch, 2020).



Figura 18. Usuari utilitza la cancel·lació del youtuber Logan Paul per promocionar una fancam del personatge de Marvel Wanda Maximoff.

Paral·lelament, es comença a popularitzar entre alguns usuaris de Twitter el concepte de “cancel·lar algú”. El verb “cancel·lar”, utilitzat amb el sentit d’acabar amb algú, té els seus orígens fora d’Internet. L’exemple d’ús d’aquest terme més antic del qual es té evidència es troba a la pel·lícula de 1991 *New Jack City* (Romano, 2019). El terme, però, no es popularitza a les xarxes socials fins que apareix en un episodi del *reality show* de VH1 *Love and Hip-Hop: New York* l’any 2014, on un dels membres de l’elenc diu a un altre que “està cancel·lat” (Romano, 2019). Els fanàtics del programa comencen a citar la frase a Twitter i, a partir d’aquí, passa a formar part del vocabulari dels usuaris.

A través d’una cerca avançada a Twitter, s’ha pogut comprovar que entre els anys 2014 i 2016 es van publicar pocs tuits amb el terme “cancel·lar” dirigit a una persona. Els pocs exemples que es troben ho fan amb to humorístic, tal i com s’utilitzava en l’episodi de *Love and Hip-Hop: New York*.

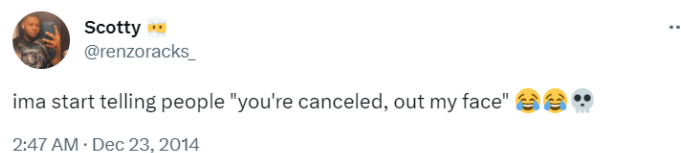


Figura 19. Un dels primers tuits on s'utilitza l'expressió “cancel·lar algú”, publicat el 2014.

Entre 2015 i 2017, comencen a sorgir els primers tuits dirigits a personatges públics. Un dels pocs exemples és en relació al cantant i raper Travis Scott, qui havia utilitzat un insult homòfob en un concert (Figura 20). Un altre tuit fa referència a un usuari de Twitter que

havia mostrat suport a Donald Trump (Figura 21). Aquests són dos dels primers casos d'ús del concepte “cancel·lar algú” en relació a accions problemàtiques o vistes com immorals i dirigits a figures públiques.

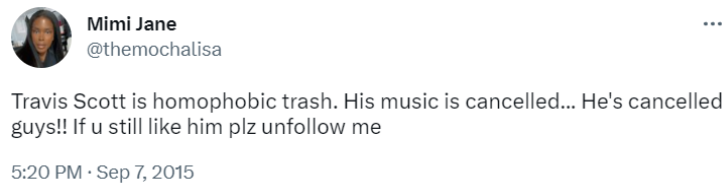


Figura 20. Un usuari diu que Travis Scott està cancel·lat per ser homòfob.



Figura 21. Un usuari respon a un altre amb una captura d'un tuit per demostrar-li que la persona amb qui està interactuant està cancel·lada perquè dona suport a Donald Trump.

El “boom” del terme no té lloc fins la publicació de l'article *Everyone Is Canceled* al diari The New York Times, on Bromwich (2018) defineix la cancel·lació de la següent manera: “[...] the word refers to total disinvestment in something (anything)” (Bromwich, 2018). En aquest article es fa referència a l'existència d'una cultura de la cancel·lació per demostrar que no es tracta de casos aïllats, sinó d'un fenomen que es manifesta constantment. A partir d'aquell moment, la cultura de la cancel·lació es converteix en un tema de discussió dels periodistes als mitjans de comunicació.

L'èxit de l'expressió “cancel·lar algú” acaba substituint el “call-out” que s'havia utilitzat fins llavors. En diverses ocasions, s'ha intentat establir una diferència entre els dos termes, ja que es considera que la “call-out culture” només volia responsabilitzar les persones de les seves accions immorals, mentre que la cultura de la cancel·lació busca el boicot sense cap tipus de perdó. Tanmateix, si s'observen articles a la premsa de quan només es parlava de “call-out culture”, se la defineix com una forma de *cyberbullying* i de falta de debat (Roach, 2017), i es critica la seva toxicitat (Ahmad, 2015), de la mateixa

manera que passa avui en dia amb la cultura de la cancel·lació. La cultura de la cancel·lació es pot veure com una expansió de la “call-out culture” (Romano, 2019), ja que sorgeix en un moment en què tant les xarxes com els temes socials i polítics guanyen protagonisme, per tant, hi participen més usuaris que mai.

4.2. Reflexions i opinions

En pocs anys, la cultura de la cancel·lació s’ha convertit en un tema d’interès mediàtic. Crítics de la comunicació, periodistes i fins i tot figures polítiques han expressat els seus posicionaments al respecte. A partir del procés de recerca que s’ha fet per poder fer aquest treball, s’ha pogut observar que les reflexions d’experts i personatges públics sobre la cultura de la cancel·lació varien des d’estar a favor dels seus objectius a comparar-la amb la censura. Alguns es qüestionen la seva efectivitat i d’altres, el seu funcionament. Els posicionaments es poden classificar de la següent manera:

1) La cultura de la cancel·lació com a veu per a les comunitats marginades

Un dels posicionaments principals és defensar que la cultura de la cancel·lació té com a aspecte positiu donar veu a comunitats marginades, que històricament han estat silenciades (Gary a Ho, 2019). En moltes ocasions, les cancel·lacions sorgeixen després que un famós exerceixi un discurs d’odi, com ara insults racistes, l’oposició al col·lectiu LGTBI o comentaris masclistes. En conseqüència, és una eina tant per als usuaris de les comunitats afectades com per a aquells que els donen suport en la defensa dels grups més vulnerables de la societat. A Twitter, les cancel·lacions fomenten el debat i l’aparició de discursos, que ajuden a conscienciar a les persones sobre temes sociopolítics que potser desconeixien fins llavors.

Com a resposta a aquells que diuen que la cultura de la cancel·lació limita la llibertat d’expressió, Beauchamp (2020) explica que el que busquen els activistes que critiquen les persones amb discursos discriminatoris no és limitar la seva llibertat d’expressió, sinó expandir-la perquè pugui incloure aquelles comunitats que mai abans han pogut expressar-se lliurement.

Un assumpte que la cultura de la cancel·lació també ha ajudat a visibilitzar és l'abús sexual. El moviment *Me Too*, tot i existir des d'abans d'aquest fenomen –s'atribueix el seu origen a l'activista Tarana Burke el 2006– és va popularitzar el 2017 a Twitter, després que l'actriu Alyssa Milano fes un tuit amb el *hashtag* “#MeToo”. En un principi, el *hashtag* va ser utilitzat per dones famoses per denunciar l'assetjament sexual que havien patit pel productor de Hollywood Harvey Weinstein. Des de llavors, el fa servir qualsevol persona per denunciar públicament conductes sexuals inapropiades, sobretot per part de figures públiques. D'aquesta manera, es busca responsabilitzar les persones perpetradores de les seves accions.

Aquest tipus de denúncies posen en evidència la realitat de *celebrities* que, per molt que es mostrin carismàticament davant de les càmeres, en l'àmbit privat actuen de manera completament diferent. Això pot ajudar als fans a dissoldre les relacions parasocials amb els seus ídols, que poden ser perilloses, i observar els fets de manera objectiva. Les actituds negatives de les *celebrities* també demostren que el fet que una persona sigui famosa no la converteix automàticament en un model a seguir.

2) Cancel·lar és censurar

El juliol de 2020, la revista Harper's Magazine va publicar una carta amb el nom *A Letter on Justice and Open Debate*, signada per diversos autors, periodistes, professors i teòrics coneguts, com J.K. Rowling o Noam Chomsky. La carta, que comença amb un elogi als avenços recents contra la injustícia social, critica com això ha comportat també unes noves regles morals que no permeten la convivència de diferents ideologies. Els signants concorden en què hi ha una nova forma de censura per part d'una societat intolerant, que a més incita a la ridiculització pública d'aquells amb idees contràries.

La carta, tot i no mencionar directament la cultura de la cancel·lació, defensa un posicionament habitual al respecte: cancel·lar és censurar. En la reflexió número 1, alguns experts defensaven que la crítica en massa és producte de la indignació de comunitats marginades en el moment en què es veuen amenaçades. Les persones que discrepen amb la cultura de la cancel·lació, en canvi, consideren que el fet de no poder expressar segons quins comentaris, per molt que puguin ser ofensius, posa en perill la seva llibertat d'expressió.

Si bé la carta de Harper's Magazine planteja un posicionament que, tot i crític amb la cancel·lació, no busca desacreditar les persones progressistes, altres sí mostren una oposició radical a les seves ideologies. El 2020, en un discurs electoral, Donald Trump va descriure la cultura de la cancel·lació com una “arma política” de l'esquerra i com la “definició mateixa del totalitarisme” (Beer, 2020). Trump també va afegir que és un fenomen completament aliè als valors americans i que, per tant, no ha d'existir als Estats Units. En un altre discurs el mateix any, Trump va dir que l'objectiu de la cultura de la cancel·lació és fer que els americans visquin amb por de ser humiliats, ja que l'esquerra vol evitar que diguin el que realment és veritable.

El concepte de cancel·lar ha passat a formar part del discurs polític, sobretot per sectors de dretes. No és el primer cop que polítics conservadors s'han apoderat d'un terme propi dels cercles progressistes. Un altre exemple és el mot *woke* (despert) que, tot i nèixer com a part del lema “stay woke” per denunciar la brutalitat policial contra la comunitat afro-americana (Romano, 2020), actualment és utilitzat per persones de dretes per referir-se de manera pejorativa a aquells que busquen canvis socials. De la mateixa manera que passa amb la cancel·lació, els polítics conservadors veuen les persones *woke* com una amenaça als seus valors. El governador republicà dels Estats Units Ron DeSantis va dir en el seu discurs de celebració de victòria que havia lluitat contra allò *woke*, tant en les escoles, com en les corporacions, i que la multitud *woke* ha de morir (Harriot, 2022).

Per tant, la cultura de la cancel·lació es planteja com una pràctica que traspasa els límits de les xarxes socials i que afecta el dia a dia de les persones. En la carta de Harper's Magazine, es menciona que les figures públiques temen perdre el seu *modus vivendi* cada cop que expressen els seus pensaments. Aquest punt de vista defensa que la crítica en massa a les xarxes socials sí que té conseqüències en les carreres professionals dels cancel·lats, és per això que té lloc un clima de por. Aquest clima no es limita només a les persones conservadores, també sorgeix entre aquells que aspiren a una conscienciació social, però que temen cometre errors en el procés i que no se'ls perdoni. Les persones crítiques amb la cultura de la cancel·lació utilitzen el concepte de l'espiral del silenci d'Elisabeth Noelle-Neumann¹ per descriure la situació en què es veuen, que els porta a

¹ L'espiral del silenci és una teoria del món de la comunicació que estableix que les persones adapten el seu discurs a les opinions majoritàries i amaguen aquelles idees que creuen que no s'hi adapten.

no fer públics tots els seus pensaments per por a ser cancel·lats (L'Executiva Agressiva, 2023). En relació a la carta de Harper's Magazine, la filòsofa Marina Garcés remarca aquesta cultura de la por, que ha convertit el debat en linxament (Garcés a Navarro, 2020).

Per últim, algunes figures públiques que han estat criticades per accions considerades immorals es mostren com a víctimes d'un assetjament a les xarxes. Com s'ha vist abans, Trump es presenta a sí mateix i a les persones d'ideologies similars com el principal objectiu d'una gran amenaça, la cultura de la cancel·lació. Un altre exemple és l'advocat nord-americà Alan Dershowitz, que va ser acusat en el documental de Netflix *Jeffrey Epstein: Filthy Rich* (2020) per una de les víctimes de Jeffrey Epstein² d'haver participat en les agressions sexuals. El mateix any, Dershowitz va publicar el llibre *Cancel Culture: The Latest Attack on Free Speech and Due Process*, on nega les declaracions d'abusos. L'autor es presenta a sí mateix com la verdadera víctima de l'assetjament d'una cultura que descriu com una nova forma de censura i un atac a la llibertat d'expressió (Dershowitz, 2020).

3) El mite de la cancel·lació

Tot i l'èxit de moviments com el *Me Too*, són poques les vegades en què les denúncies públiques en contra de *celebrities* han prosperat més enllà de les xarxes. Això fa que, entre les persones que defensen que la finalitat de la cultura de la cancel·lació ha de ser acabar amb la carrera professional d'aquells que cometen delictes i difonen discursos d'odi, sorgeixi el dubte de si realment funciona. Alexandria Ocasio-Cortez, membre de la Cambra de Representants dels Estats Units i activista, va explicar en un fil de Twitter (2020) que si una persona estigués realment cancel·lada no se li permetria publicar els seus pensaments en mitjans importants i que això no sembla que sigui cert, ja que continuen disposant d'espais per fer-ho. En els seus tuits, Ocasio-Cortez fa referència a polítics de dretes com Donald Trump, qui veu la cultura de la cancel·lació com una amenaça per a aquells que pensen igual que ell, però que, tot i així, continua disposant de recursos per expressar la seva ideologia conservadora.

² Jeffrey Epstein era un financer que va ser condemnat per delictes d'abús sexual.

Per tant, es pot qüestionar si la por que ha generat la cultura de la cancel·lació, tant entre els grups conservadors i persones que tenen por a equivocar-se, està justificada o si es tracta d'una exageració. Segons Clark (2020), polítics i *celebrities* han creat una narrativa de pànic en relació a la por a ser cancel·lat o censurat, conceptes que utilitzen indistintament. Clark afegeix que els periodistes també hi han contribuït, ja que la manera en què tracten la cultura de la cancel·lació als mitjans tradicionals s'ha convertit en una eina per silenciar els grups minoritaris.

Tot i les crítiques negatives que rebin les *celebrities*, el moment de la cancel·lació també desperta el suport a la persona cancel·lada de part del públic, tant de fans que simpatitzen amb el seu ídol, per molt que no comparteixin els mateixos valors, com de persones amb ideologies similars. En el moment d'una cancel·lació, les minories que expressen decepció amb una figura pública són vistes com a promotores d'una nova forma de censura. En realitat, es tracta de persones que no disposen dels recursos per poder aturar els productes culturals de les persones suposadament cancel·lades (Butler, 2018). Per tant, si l'objectiu principal de la cancel·lació de *celebrities* no es compleix, es posa en dubte l'efectivitat que els plantejaments anteriors donaven per fet.

4) La cancel·lació i el risc de la crítica destructiva

Un altre aspecte que ha rebut crítiques és la manera en què es cancel·la. Es considera que, tot i poder contribuir a la visibilització de certs temes socials i polítics, la crítica en massa pot acabar convertint-se en *cyberbullying* en lloc d'una oportunitat per aprendre.

Ahuja i Kerketta (2021) defensen que la cultura de la cancel·lació no deixa espai al creixement personal i no permet a les persones cancel·lades aprendre dels seus errors. En lloc de formular discursos educatius per assegurar-se que la persona en qüestió sàpiga per què allò que ha dit està malament, els usuaris passen directament a la crítica destructiva. En alguns casos es pot deduir que la persona cancel·lada té intencions malèvoles, per exemple si no és el primer cop que fa comentaris de l'estil o si té un discurs d'odi estructurat, però en altres ocasions pot ser qüestió d'ignorància sobre un tema concret. Per tant, la crítica destructiva pot dificultar l'aprenentatge.

A més, un cop un famós és cancel·lat és difícil que se'l deixi de percebre com a tal a les xarxes socials, per molt que hagi passat temps tant des de les accions problemàtiques com de la cancel·lació. La petjada digital fa que tot perduri a Internet i per tant, per molt que una *celebrity* s'hagi disculpat públicament, les seves accions poden ressorgir en un futur i donar pas a una nova cancel·lació.

Un dels aspectes que porta els usuaris al *bullying* és la llibertat que ofereixen les xarxes socials a l'hora de publicar contingut. Tot i que Twitter declari que es prohibeixen comportaments que incitin a l'assetjament dirigit a un individu específic (Twitter, 2023), el nombre elevat d'usuaris a la plataforma fa que sigui complicat controlar tot el contingut. Això fa que els usuaris prenguin mesures extremes, com ara revelar informació privada de la persona cancel·lada, una pràctica que es coneix popularment com fer *doxxing*. A més, els usuaris estan protegits per l'anonimat, un escut que impedeix que els altres puguin criticar més enllà d'allò que comparteixen, com ara el seu aspecte físic o informació personal. La falta de control a les xarxes també pot comportar la difusió de desinformació en el moment de la cancel·lació. Per exemple, un usuari pot acusar a una *celebrity* de ser problemàtica i aportar informació fora de context o fins i tot, sense cap tipus d'evidència.

En el punt 3 els experts defensaven que la cultura de la cancel·lació no afecta la trajectòria professional dels famosos. Per molt que això pugui ser cert, aquest fenomen pot influir en la percepció que els usuaris de les xarxes tenen de les *celebrities*. En els últims anys, les xarxes socials formen part del dia a dia de les persones, fins el punt en què els comentaris a les xarxes poden afectar de la mateixa manera que els comentaris a la vida real. La pràctica del *doxxing* demostra que el contingut *online* pot anar més enllà del món digital, ja que en aquest cas s'atempta contra el dret a la privacitat de les persones.

Dins d'aquest posicionament també sorgeix el dubte de quines són realment les intencions darrere de les cancel·lacions. Malgrat que la cultura de la cancel·lació sorgeix des del sentiment de responsabilitzar les *celebrities* de les seves accions controvertides mentre es visibilitzen assumptes socials, alguns usuaris hi participen com una forma d'entreteniment i cauen en la frivolitat. Com s'ha vist en l'apartat d'aquest treball sobre els orígens de la cancel·lació, els usuaris utilitzen les cancel·lacions per promocionar les *fancams* dedicades als seus ídols o productes audiovisuals preferits. Per una banda, això

desvia l'atenció del motiu de la cancel·lació –la publicació massiva de *fancams* eclipsa les publicacions educatives– i, per altra banda, treu seriositat a la situació.

En diverses ocasions, la cultura de la cancel·lació es converteix en una guerra entre els *fandoms*, que defensen o critiquen la persona cancel·lada segons els seus gustos personals. Les relacions parasocials que desenvolupen els fans amb els seus ídols els porten a justificar les seves accions, ja que els perceben com a persones properes que cal protegir. No obstant, quan es tracta d'un famós a qui no admiren no es veuran en el mateix compromís. En casos extrems, els fans d'una *celebrity* busquen deliberadament els draps bruts d'una altra per defensar la seva aversió.

Un exemple d'aquesta mena va tenir lloc el 2021, quan es va fer pública la relació entre el cantant Harry Styles i l'actriu i directora de cinema Olivia Wilde. Els fans de Harry Styles, que han desenvolupat una relació parasocial amb el cantant, es veuen amb l'autoritat d'opinar sobre les seves decisions personals (Morgan, 2023). A vegades, és una qüestió de gelosia, ja que els fans poden percebre als seus ídols com a parelles amoroses (Horton; Wohl, 1956), per tant, Olivia Wilde podia suposar una amenaça. Així doncs, els fans del cantant van començar a publicar comentaris controvertits que l'actriu havia fet anys enrere, a vegades descontextualitzats, amb la intenció de cancel·lar-la. Les intencions veritables darrere de la cancel·lació no es poden demostrar, i és possible que alguns usuaris que van participar-hi se sentissin afectats pels seus comentaris, però en aquest cas es pot deduir un biaix perquè l'actriu no havia estat mai abans sotmesa a una cancel·lació, tot i l'antiguitat de les seves accions.

A més de la subjectivitat dels fans, la participació en la cultura de la cancel·lació també pot ser fruit d'un sentiment de superioritat moral en relació a la persona cancel·lada, i una oportunitat per buscar els elogis de la resta d'usuaris. Igual que els famosos, els usuaris poden crear un personatge davant de les càmeres –en aquest cas, Twitter– amb un discurs ètic, però actuar de manera diferent a la vida real. El psicòleg Rob Henderson (2020) explica que participar en la cultura de la cancel·lació fa créixer la percepció que un mateix té del seu estatus social. Si anteriorment es parlava de com les persones veuen a les *celebrities* com a professors (Horton; Wohl, 1956), Mitrofan (2020) afegeix que l'interès per la vida de les *celebrities* pot ser també el resultat de voler distingir-se de les seves males decisions per sentir-se més poderós.

Per últim, quan una cancel·lació té lloc temps després de les accions, els usuaris no solen tenir en compte el context sociocultural, sinó que utilitzen un absolut presentisme (Losada, 2021). Henderson (2020) relaciona la cultura de la cancel·lació amb la teoria del “concept creep”: a mesura que el món es converteix en un lloc més segur, la definició popular del dany s’expandeix. Henderson ho exemplifica amb un estudi on els participants havien d’observar cares amb expressions tant neutres com amenaçadores. Cada vegada que hi havia menys de les segones, els participants començaven a descriure les expressions neutres com a amenaçadores. El fet que les xarxes socials hagin esdevingut un espai per denunciar la injustícia social ha fet que sorgeixin nous discursos i punts de vista constantment, per tant, un comentari que actualment no es considera problemàtic potser sí que ho serà en un futur.

5. Anàlisi de casos

5.1. Metodologia de l'anàlisi

En aquest apartat s'analitzarà la cancel·lació de cinc figures públiques que pertanyen a diferents àmbits del món de l'entreteniment i l'espectacle, reconegudes internacionalment: Chris Brown, Lea Michele, Kanye West, Gina Carano i Ansel Elgort. Tots aquests perfils s'han convertit en objecte de la cultura de la cancel·lació després d'haver mostrat comportaments que han estat criticats a les xarxes socials.

Els casos escollits estan relacionats tant amb discurs d'odi com amb acusacions d'assetjament, per veure si els resultats varien segons el motiu de la cancel·lació. Els casos de Chris Brown i Ansel Elgort són acusacions d'assetjament, mentre que el cas de Lea Michele és una acusació de discriminació laboral i de racisme. Els casos de Kanye West i Gina Carano tenen a veure amb la difusió d'un discurs d'odi, que ells mateixos han fet a través de les xarxes socials. Els requisits que reuneixen tots aquests casos perquè encaixin en aquesta anàlisi són els següents:

- Una cancel·lació concreta, és a dir, les crítiques negatives han sorgit de manera massiva en un moment determinat.
- Un *fandom* actiu a les xarxes socials.
- Com a mínim, una resposta del famós en qüestió a la situació, ja sigui als seus perfils de les xarxes com a través de mitjans de comunicació.
- Un personatge públic que normalment participi en projectes, com ara pel·lícules, gires o lliuraments de premis. La *celebrity* ha d'estar activa en el moment de la cancel·lació. Això permetrà veure la diferència de la seva activitat abans i després de la cancel·lació, igual que els efectes immediats a la seva trajectòria professional.
- El pas d'un cert temps des de la cancel·lació, com a mínim cinc mesos, per tal de poder veure una evolució de les conseqüències.

Tanmateix, s'ha decidit prescindir de l'estudi d'*influencers*, ja que la seva feina depèn únicament de les xarxes socials i, per tant, les conseqüències poden requerir un estudi diferent.

Pel que fa a l'anàlisi particular dels casos escollits, en tots ells s'estudiaran els següents aspectes:

1. El motiu de la cancel·lació, és a dir, les accions que han portat la persona a la crítica en massa a les xarxes.
2. La reacció del públic a les xarxes, tant d'aquells que cancel·len el famós com dels que el defensen. Si personatges públics han defensat o criticat el perfil analitzat, també es mencionarà.
3. La resposta del subjecte a la cancel·lació
4. Les conseqüències en la trajectòria professional del famós, tant en els projectes que es trobava fent en el moment de la cancel·lació com en posteriors.

5.2. Casos

5.2.1. Cas I: Chris Brown

1) Motiu de la cancel·lació

Chris Brown, un dels cantants del gènere R&B més populars del moment, s'ha convertit en un personatge controvertit dins del món de l'espectacle després de veure's involucrat en nombrosos escàndols públics al llarg de la seva trajectòria. Alguns d'ells es poden veure en la cronologia següent, elaborada a partir d'un article de la revista People (Heigl, 2023):

- El 2009, la nit abans dels premis de música Grammy, Chris Brown va assetjar la cantant Rihanna, la seva parella en aquell moment. Rihanna va explicar a la policia que Brown l'havia amenaçat de mort i, després, l'havia assetjat físicament. Posteriorment, es va filtrar una fotografia del moment de l'assetjament, on apareix Rihanna amb la cara plena de blaus. Brown es va declarar culpable i un jutjat el va sentenciar a cinc anys de llibertat condicional.
- El 2013 una dona va acusar a Chris Brown d'haver-la tirat a terra en una discoteca. La dona va compartir a les xarxes fotos del seu genoll dret, que havia acabat amb els lligaments trencats a causa de l'agressió.
- El 2017 la seva ex-parella, l'actriu Karrueche Tran, va aconseguir una ordre de restricció de cinc anys contra Chris Brown. En el jutjat, Tran va presentar

missatges de text i de veu del cantant on l'amenaçava de mort i de cometre actes violents contra els seus amics.

- El 2019, la policia va detenir Chris Brown a París després que una dona presentés una denúncia per violació agreujada.
- El 2022, va fer-se pública la notícia que una dona havia acusat a Chris Brown de violació, que havia tingut lloc dos anys abans en un iot a Florida.

2) Reacció del públic a les xarxes socials

Tots els escàndols de Chris Brown l'han portat a ser objecte de crítiques a les xarxes al llarg dels anys, però en aquesta secció es vol posar el focus en l'acusació de violació del 2022. Malgrat que algunes de les seves accions van tenir lloc abans de la cultura de la cancel·lació, els usuaris les van mencionar de nou quan es va fer pública l'acusació més recent per demostrar que Brown mostra un patró de violència. Un exemple es pot veure en el tuit següent, on un usuari menciona l'assetjament del cantant a Rihanna.

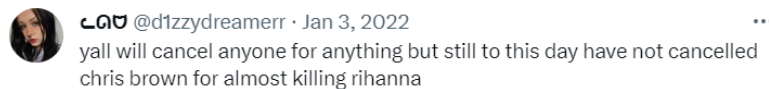


Figura 22. Usuari de Twitter menciona l'assetjament de Chris Brown a Rihanna

Els fans de Chris Brown, però, van posar en dubte la veracitat de les acusacions. Un dels arguments que van utilitzar va ser qüestionar-se per què la víctima l'havia acusat dos anys després. També deien que Brown és un *target* d'acusacions pel fet d'haver estat acusat diverses vegades abans, ja que això pot convèncer al públic més fàcilment. Alguns inclús definien les acusacions passades com a mentides, sense proporcionar cap tipus d'evidència.

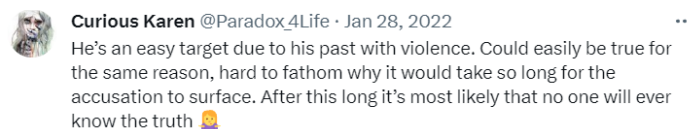


Figura 23. Un Usuari defensa que Brown és un objectiu fàcil a causa del seu passat violent

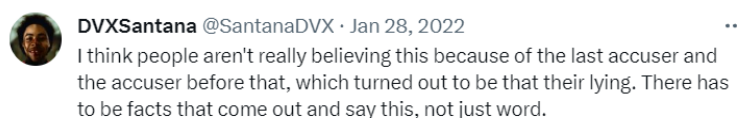


Figura 24. Un Usuari acusa a les persones que han denunciat a Brown de mentir

Un altre argument que els fans del cantant solen utilitzar és referir-se a l'assetjament a Rihanna, l'únic que accepten com a fet i no com una acusació falsa, com un error de la seva joventut que s'hauria de deixar en el passat.



Figura 25. Exemple d'un fan de Chris Brown referint-se a l'assetjament a Rihanna com un error de la seva joventut

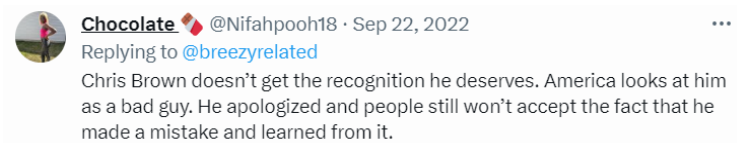


Figura 26. Un altre fan de Brown es refereix a l'assetjament del 2009 com un error

Els fans de Chris Brown utilitzen el lema “Free Breezy” cada cop que el cantant es veu involucrat en un escàndol. Es poden veure exemples d'això des d'abans de l'acusació més recent, com ara quan va ser detingut el 2019 a París per assetjament. Alguns d'ells també difonen la narrativa que els mitjans de comunicació i el públic tenen la intenció de boicotejar Chris Brown, i que així ho fan cada cop que el cantant ha de treure música nova.

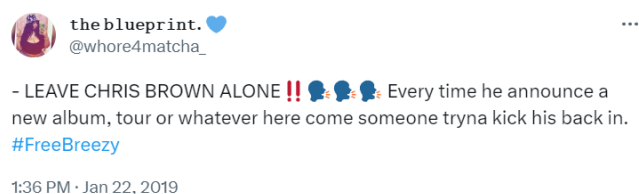
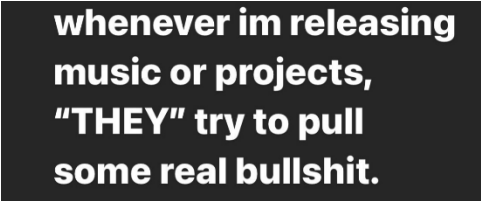


Figura 27. Un fan del cantant utilitza el hashtag #FreeBreezy

3) Resposta del famós a la cancel·lació

Chris Brown ha respost a les crítiques que ha rebut al llarg de la seva carrera professional en relació als escàndols. El cantant utilitza arguments similars als del seu *fandom* a l'hora de defensar-se. Pel que fa a l'acusació de violació de 2022, Chris Brown va fer una publicació on acusava la presumpta víctima de mentir, i on també insinuava que aquest tipus d'acusacions només surten quan està a punt de publicar música nova, el mateix argument que utilitzava un dels seus fans per defensar-lo de l'escàndol del 2019.



**whenever im releasing
music or projects,
"THEY" try to pull
some real bullshit.**

Figura 28. Captura de la publicació que va fer Brown a les xarxes. Font: @CBnowblog (Twitter)

No és la primera vegada que Chris Brown nega les acusacions de violència de gènere. Pel que fa al cas de Karrueche Tran del 2017, Chris Brown va negar-ho tot en un comentari a una publicació d'Instagram que tractava el tema, tot i l'existència d'una ordre de restricció. Brown criticava les persones que es creuen que el seu assetjament a Rihanna és evidència d'un patró d'abús en el seu comportament i deia que les dones que l'han acusat posteriorment s'aprofiten d'això perquè creuen que donarà credibilitat a les seves històries. Per últim, Brown acusava als mitjans de difondre aquestes notícies per cridar l'atenció.



chrisbrownofficial 🦋 And I will not just accept papers from any lawyer and I will not go to court to admit guilt to further tarnish who I am. I pled guilty in the Rihanna case because I was. I refuse to allow these evil hearted people to label me and lie because they think it will skyrocket their career. Just stay away from me.

Figura 29. Captura d'un comentari del cantant a Instagram, on es defensa de les acusacions.

Font: balleralert (Instagram)

El 2023, Chris Brown va fer menció de la cultura de la cancel·lació, després que la cantant Chloë Bailey anunciés una col·laboració musical amb ell i rebés crítiques negatives a les xarxes. En una publicació a Instagram, Brown va acusar la cultura de la cancel·lació de tenir un biaix racial i va mencionar a famosos blancs que també tenen acusacions de violència sexual o domèstica però que, segons ell, no reben les mateixes crítiques.

De la mateixa manera que els seus fans, l'única acció que Chris Brown no ha negat mai és el seu assetjament a Rihanna, possiblement perquè es va fer pública una fotografia dels fets i, per tant, és difícil de desmentir. En un documental, però, Chris Brown va dir que la seva relació amb Rihanna era mútuament abusiva i que ell la va pegar després que ella l'ataqués físicament primer (BBC, 2017). Tot i això, amb posterioritat al documental, el

cantant s'ha declarat culpable d'assetjar Rihanna en diverses ocasions, sense mencionar l'existència d'una violència mútua, i en la mateixa publicació on Brown mencionava la cultura de la cancel·lació, es referia a l'abús físic a Rihanna com un error que havia comès de jove.

4) Conseqüències

Chris Brown havia d'actuar a l'edició dels American Music Awards (AMA's) del 2022 per fer un tribut a Michael Jackson, però els productors de l'entrega de premis van decidir cancel·lar l'actuació. El motiu de la decisió no s'ha arribat a fer públic, però podria estar relacionat amb l'acusació de violació, ja que havia tingut lloc mesos abans de la gala. No obstant això, Brown va ser guardonat en aquella mateixa edició amb el premi al millor artista masculí de R&B. Quan es va anunciar el guanyador, part del públic va escriure per mostrar la seva oposició (Carras, 2022). Tot i l'incident, Chris Brown conserva el seu premi i els AMA's no van fer cap declaració al respecte.

Després que es cancel·lés l'actuació, Chris Brown va fer una publicació a Instagram amb un peu de foto, posteriorment eliminat, on explicava que les gal·les de premis no el deixaven actuar des de feia anys (Stanford, 2022). Si bé la última actuació del cantant en un lliurament de premis va ser el 2017, no hi ha evidència que demostrï que sigui una decisió deliberada, ni que tingui relació amb les seves accions.

Les principals conseqüències negatives que ha patit Chris Brown van tenir lloc just després que es fes públic l'assetjament a Rihanna. El 2009 va sorgir una petició online que demanava que es retirés la nominació de Chris Brown a un premi a la gala dels Kids' Choice Awards. La petició va aconseguir més de 10.000 firmes (Michaels, 2009). La nominació finalment va ser retirada, però a petició de Chris Brown. El mateix any, la marca de xiclets Wringley va finalitzar el contracte amb el cantant, qui feia de patrocinador, a causa de l'incident.

Tot i l'assetjament a Rihanna, les nombroses acusacions posteriors i la crítica negativa a les xarxes, Chris Brown ha mantingut el seu èxit i el suport dels fans al llarg dels anys. El seu disc posterior a l'incident de 2009, *Graffiti*, va arribar a la posició número 7 de la llista d'èxits musicals Billboard. Dos dels seus discos, *F.A.M.E* (2010) i *Fortune* (2012)

van arribar a la posició número 1, i el seu àlbum més recent, *Breezy* (2022), el va convertir en l'artista masculí amb més aparicions a la llista, superant el rècord d'Elvis Presley. El cantant ha estat nominat a un total de 13 premis Grammy, el més recent el 2023 en la categoria de millor àlbum de R&B.

Després de perdre el contracte amb Wringley, Chris Brown no ha tingut problemes a l'hora de fer negocis amb altres marques. El 2021, el cantant va col·laborar amb SoFlo Snacks per treure una edició limitada de cereals, que es va esgotar ràpidament. Chris Brown també ha creat la seva pròpia marca de roba, Black Pyramid. Actualment, la pàgina web de la marca es troba en procés de renovació (última visita 11/6/2023), però fins fa poc oferia la compra en línia dels articles.

El 2023, Chris Brown va començar una gira per Europa amb parades a ciutats com París, Berlín i Londres, amb entrades esgotades en qüestió de minuts. El mateix any, Brown va encapçalar el festival de hip-hop Rolling Loud a Tailàndia.

5.2.2. Cas II: Lea Michele

1) Motiu de la cancel·lació

El maig de 2020, l'actriu Lea Michele va publicar un tuit donant suport a les protestes del moviment *Black Lives Matter*, després de l'assassinat de George Floyd en mans de la policia. L'actriu Samantha Ware, qui havia treballat amb Michele a la sèrie de televisió *Glee*, va respondre al tuit acusant-la d'haver fet comentaris racistes i d'haver convertit el rodatge de la sèrie en un infern. Altres actors van donar suport a les acusacions de Samantha Ware i van compartir històries similars a Twitter.

En una entrevista posterior amb la revista *Variety*, Samantha Ware va explicar la seva experiència treballant amb Lea Michele de manera més detallada, en concret la vegada que Michele va amenaçar amb fer-la fora de la sèrie davant de tothom. Samantha Ware també mencionava que, cada vegada que Lea Michele li faltava al respecte, la resta de companys no tenien el coratge d'aturar-la perquè també havien patit *bullying* per part de l'actriu (Ware a Wagmeister, 2020).

2) Reacció del públic a les xarxes socials

L'acusació de Samantha Ware va obrir una discussió pública a les xarxes sobre el comportament de Lea Michele, on hi van participar altres actors que també havien treballat amb ella. Per exemple, l'actriu Heather Morris va publicar un text a Twitter (2020) on definia a Michele com una persona desagradable com a companya de treball i deia que era necessari cridar-li l'atenció. L'actor Dabier Snell va acusar Lea Michele de no haver-lo deixat seure a la mateixa taula que la resta dels actors. Entre els actors que van denunciar l'actitud de Michele a les xarxes es troben Amber Riley, Alex Newell, Yvette Nicole Brown i Gerard Canonico.



Figura 30. L'actor Dabier Snell denuncia el comportament de Lea Michele en un tuit

Els usuaris a les xarxes van expressar la seva decepció amb Michele i van mostrar suport per aquells que l'havien acusada de discriminació. Després d'una cerca avançada, centrada en el moment de la cancel·lació l'any 2020, s'ha vist que gran part dels tuits al respecte són en oposició a l'actriu. Inclús alguns dels seus fans van expressar que deixarien de donar suport a Lea Michele a causa de les seves accions.

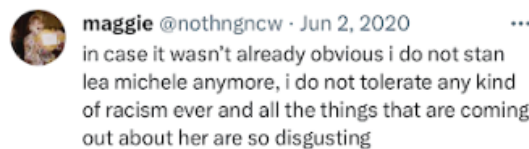


Figura 31. Un usuari diu que ja no dona suport a Lea Michele després de l'escàndol

3) Resposta del famós a la cancel·lació

Uns dies després de l'escàndol, Lea Michele va desactivar el seu compte de Twitter. A continuació, va respondre a les acusacions a través d'una publicació a Instagram. La publicació, que continua present al seu perfil (última visita 8/06/2023), consisteix en tres captures d'un escrit, sense peu de foto i amb els comentaris desactivats. En el text, Lea Michele explica que les respostes al seu tuit en suport al moviment Black Lives Matter

l'havien dut a reflexionar sobre les seves pròpies actituds de cara als seus companys de feina. Tot i reconèixer possibles comportaments negatius, l'actriu diu no recordar haver fet comentaris racistes en particular. A continuació, Lea Michele, que llavors estava embarassada, explica que vol responsabilitzar-se de qualsevol acció que hagi estat vista com a problemàtica per donar un bon exemple al seu fill. Finalment, l'actriu es disculpa i promet millorar de cara al futur.

Des de la disculpa pública, Lea Michele ha mencionat l'escàndol de nou en dues entrevistes. Michele va explicar a The New York Times (2022) que liderar un projecte implica comportar-se bé tant davant com darrere de les càmeres, i reconeix que en el passat no ho havia tingut en compte. L'actriu va afegir que part de la culpa del seu comportament negatiu té a veure amb el perfeccionisme en què s'ha vist sotmesa des de petita, quan va començar a treballar a Broadway. Un any després, Lea Michele va fer referència a les acusacions en una entrevista amb Interview Magazine, on va confessar que havia contactat amb els ex-companys que l'acusaven de *bullying* i racisme per mantenir converses que l'havien ajudat a obrir els ulls (Michele a Harris, 2023). L'actriu menciona que, si bé les experiències negatives que ha viscut al llarg de la seva vida no són excusa, no es poden ignorar a l'hora de comprendre el seu comportament problemàtic.

4) Conseqüències

L'escàndol va portar a l'empresa de menjar a domicili HelloFresh a trencar el seu contracte amb Lea Michele, qui feia publicitat de la marca a través de publicacions a Instagram. HelloFresh ho va anunciar en un tuit que explicava que la marca no tolera el racisme o cap tipus de discriminació i que, per tant, no volien continuar associant-se amb l'actriu.

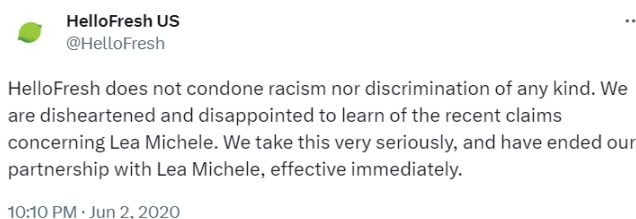


Figura 32. L'empresa HelloFresh anuncia que ja no col·laborarà amb l'actriu.

Després de les acusacions, Lea Michele ha continuat activa en el món de l'espectacle. El 2022, Michele va aconseguir el paper de la protagonista del musical *Funny Girl*, en substitució de l'actriu Beanie Feldstein que, després que la seva actuació rebés crítiques negatives a la premsa, havia decidit abandonar el projecte. Els usuaris a les xarxes socials van denunciar aquesta decisió a causa del comportament problemàtic de Lea Michele, i van fer resorgir les acusacions del 2020. Tot i les crítiques en massa, l'actriu ha conservat el seu paper a *Funny Girl*. A més, la participació de Lea Michele ha obtingut crítiques positives i ha portat al musical a trencar rècords de taquilla (Rubin, 2022).

El 2022, Michele va anunciar una gira musical als Estats Units per interpretar cançons de Broadway i de *Glee*. Tot i això, el mateix any l'actriu va anunciar que es veia obligada a anul·lar les actuacions perquè havia de preparar el paper com a protagonista del musical *Funny Girl* (Sanchez, 2022).

Des de la cancel·lació a les xarxes, l'actriu ha aparegut en portada a la revista InStyle de Mèxic en l'edició de juliol-agost del 2022, ha assistit als premis de Broadway Tony Awards del mateix any, ha continuat apareixent com a convidada en programes de televisió, com ara el *Tonight Show* (dos cops, el 2022 i el 2023) i, com s'ha vist anteriorment, ha aconseguit entrevistes amb premsa de prestigi com The New York Times.

L'activitat de Lea Michele en els últims anys, però, es concentra a Broadway. L'actriu no ha tornat a participar en sèries de televisió o pel·lícules des de les acusacions, però res apunta que sigui a causa de les crítiques a les xarxes o del seu comportament durant els rodatges. Si es té en compte que Michele va anul·lar els espectacles per dedicar-se únicament a *Funny Girl*, és possible que aquest sigui el motiu de la seva absència a la gran pantalla.

5.2.3. Cas III: Kanye West

1) Motiu de la cancel·lació

En els darrers anys, el raper nord-americà Kanye West s'ha vist enmig de diversos escàndols. El primer va tenir lloc en el període d'eleccions del 2016 als Estats Units, quan

West va fer públic el seu suport al candidat republicà Donald Trump. Dos anys després, el raper va explicar en una entrevista amb TMZ (2018) que l'esclavitud als Estats Units durant el període dels segles XVIII i XIX va ser una decisió pròpia dels esclaus mateixos.

Les seves controvèrsies, però, arriben a l'extrem més alt el 2022. A la desfilada de la seva marca de roba, Kanye West va aparèixer vestit amb una samarreta amb la frase "White Lives Matter", un eslògan que utilitzen les persones que s'oposen al moviment *Black Lives Matter*. Més endavant, el raper va publicar un seguit de missatges anti-semites a Instagram i a Twitter. A partir de llavors, Kanye West ha tornat a difondre comentaris i teories de la conspiració d'aquest estil en entrevistes amb mitjans de dretes. A Infowars, West va explicar que estimava els jueus però també els nazis, es va autodeclarar nazi i va mostrar admiració per Hitler (Goggin, 2022). Més tard, el raper va dir que els jueus haurien de perdonar Hitler i va comparar l'avortament amb l'Holocaust.

2) Reacció del públic a les xarxes socials

Tot i que els comentaris controvertits de Kanye West comencessin el 2016, en aquesta secció s'han tingut en compte les reaccions posteriors als seus comentaris del 2022, ja que són els que han creat més polèmica. A les xarxes, els usuaris van denunciar els comentaris anti-semites del raper i també van mencionar els seus comportaments previs, com ara les seves opinions sobre l'avortament o l'esclavitud. Kim Kardashian, que havia estat casada amb Kanye West durant anys, va fer un tuit on denunciava la conducta del raper.



Figura 33. Un usuari es pregunta per què West disposa d'un espai públic, malgrat els seus comentaris.

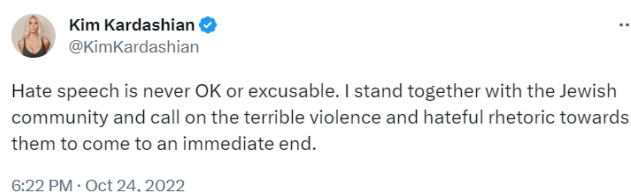


Figura 34. Kim Kardashian dona suport a la comunitat jueva en un tuit.

Malgrat l'oposició majoritària a les xarxes, el raper continua tenint un *fandom* que, encara que no defensi concretament els seus comentaris, mostra admiració pública per la seva música. No obstant això, amb el pas del temps, alguns dels seus fans han començat a minimitzar les accions controvertides del raper. Un exemple que ho demostra va tenir lloc després que en un episodi del programa *Keeping Up With The Kardashians*, Kim Kardashian expliqués que les accions del seu ex-marit afectarien més els seus fills en un futur que l'escàndol en què es va veure involucrada el 2007, quan es va filtrar una cinta seva de contingut sexual. Alguns usuaris van mostrar el seu desacord amb el comentari de Kardashian, ja que consideraven que el seu escàndol era més perjudicial que els comentaris anti-semites de Kanye West.



Figura 35. Un usuari expressa desacord amb el comentari de Kim Kardashian

3) Resposta del famós a la cancel·lació

Kanye West ha respost a les crítiques a les xarxes i als seus escàndols al llarg del temps. En una entrevista, el raper va dir que la cultura de la cancel·lació havia contribuït al seu divorci de Kim Kardashian. West també va mencionar que, tot i estar suposadament cancel·lat, realment no ho estaria mai. Kanye West ja havia parlat de la cultura de la cancel·lació prèviament en una altra entrevista, quan va dir que tant aquest fenomen com el moviment del *Me Too* eren resultat d'una mentalitat de masses o *mob mentality* (Brown, 2021).

Respecte als comentaris anti-semites, Kanye West va demanar disculpes en una entrevista, i va dir que sentia que havia causat dolor i confusió (Thompson, 2022). Tot i això, l'artista va afegir que no es penedia d'haver-los fet, malgrat reconèixer que fossin racistes. Després de la finalització del contracte amb Adidas, Kanye West va explicar que creu que l'empresa va prendre la decisió perquè tothom es va posar en contra d'ell. A continuació, va afegir que les conseqüències que ha patit a causa de les seves accions són un càstig diví.

4) Conseqüències

Malgrat que Kanye West ha fet comentaris controvertits durant anys, les conseqüències negatives arriben el 2022, després dels comentaris a favor del nazisme. Adidas, amb qui Kanye West col·laborava en la línia de roba i sabates Yeezy, va anunciar que trencaria el contracte a través d'una declaració on denunciava l'anti-semitisme. Altres empreses com Balenciaga, GAP i JPMorgan Chase també van decidir finalitzar els seus contractes amb West.

Uns mesos posteriors a l'escàndol, Adidas va dir que la finalització del contracte amb Kanye West havia afectat el negoci, i que preveia perdre més de mil milions de vendes el 2023, a causa de no poder vendre els productes Yeezy que encara tenien en stock. Finalment, Adidas i West van arribar a l'acord de posar a la venda els productes restants de la col·laboració. Adidas va dir que donarien part dels beneficis obtinguts a través de les vendes a les comunitats afectades pels comentaris del raper.

Pel que fa a la música, l'artista va publicar el seu disc més recent, *Donda*, el 2021. Tot i que per llavors West ja havia fet comentaris controvertits, el disc va entrar a la llista Billboard i va comptar amb la participació d'artistes coneguts internacionalment. Kanye West havia de treure un segon àlbum, *Donda 2*, l'any següent. Inicialment, West va publicar una mostra del CD exclusivament a la plataforma Stem Player i dues de les cançons van entrar a la llista de Billboard. El seu pla de llançar l'àlbum complet, però, es va veure afectat després que Stem Player finalitzés el contracte amb Kanye West com a conseqüència dels seus comentaris. Tot i això, la discografia del raper continua present a altres plataformes, com ara Spotify, on té un total de 55 milions d'oients mensuals.

Els comentaris anti-semites de Kanye West també han fet que tant Twitter com Instagram, les plataformes on els va publicar, suspenguessin els seus comptes. Tot i la manca de presència a les xarxes, mitjans de comunicació conservadors han ofert espai a Kanye West per expressar i defensar la seva ideologia, com ara Fox News i InfoWars.

Actualment, el raper té la intenció de presentar-se a les eleccions presidencials del 2024 dels Estats Units. Kanye West ja s'havia presentat a les eleccions del 2020, com a candidat independent, on va aconseguir un total de 70.000 vots.

5.2.4. Cas IV: Gina Carano

1) Motiu de la cancel·lació

L'actriu Gina Carano, que va començar en l'àmbit de les arts marcial mixtes, ha aparegut en diverses pel·lícules i sèries de televisió al llarg de la seva carrera professional, com ara en la franquícia *Fast & Furious* i, més recentment, la sèrie de Disney+ *The Mandalorian* (2019-2021), basada en les pel·lícules de *Star Wars*.

En diverses ocasions, Gina Carano ha utilitzat les xarxes socials per expressar la seva ideologia conservadora. El 2021, l'actriu va fer una sèrie de publicacions controvertides en relació a la pandèmia del Covid-19, com ara comentaris anti-vacunes i en contra de la imposició de l'ús de mascaretes per part dels líders polítics demòcrates. Aquests comentaris van comportar crítiques a les xarxes, que van augmentar quan Carano va publicar a Instagram un missatge on comparava la situació dels jueus durant l'Holocaust amb l'odi que reben els republicans nord-americans per les seves ideologies polítiques.

2) Reacció del públic a les xarxes socials

Després dels comentaris de l'actriu, els usuaris de Twitter van crear el *hashtag* “#FireGinaCarano”, amb l'objectiu que Disney l'acomiadés de *The Mandalorian*. En els tuits, els usuaris també denunciaven altres comentaris conservadors que l'actriu havia fet prèviament.

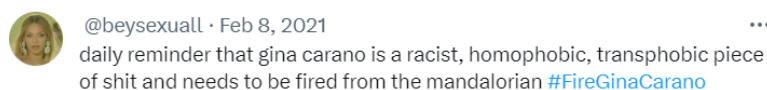


Figura 36. Un usuari utilitza el *hashtag* #FireGinaCarano

Com a resposta, alguns fans de la sèrie *The Mandalorian* van començar *hashtags* en suport a l'actriu i al seu personatge a la sèrie, Cara Dune. Alguns inclús van intentar crear un moviment per fer que el *hashtag* “#WeLoveCaraDune” es convertís en *Trending Topic* com a mostra de suport a l'actriu.

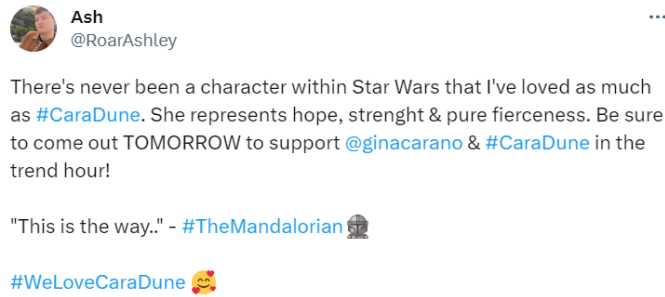


Figura 37. Un usuari mostra el seu suport a l'actriu

A part dels fans de la sèrie, el suport a l'actriu també venia per part de persones conservadores amb idees similars. El polític republicà nord-americà Ted Cruz va fer un tuit denunciant la decisió de Disney d'acomiar-la o, com diu en el missatge, cancel·lar-la.

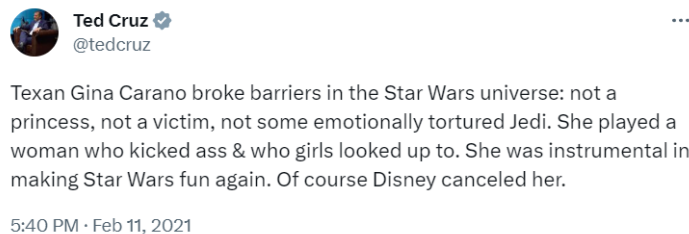


Figura 38. Ted Cruz critica a Disney per cancel·lar Gina Carano

3) Resposta del famós a la cancel·lació

Després de l'escàndol, Gina Carano va fer una declaració al respecte, on criticava la cultura de la cancel·lació i mencionava que pretén que la seva llibertat a expressar les seves idees inspiri als altres:

"I am sending out a direct message of hope to everyone living in fear of cancellation by the totalitarian mob. I have only just begun using my voice which is now freer than ever before, and I hope it inspires others to do the same. They can't just cancel us if we don't let them". (Carano a Wiseman, 2021).

El 2022, Carano va tornar a referenciar la seva cancel·lació en un tuit com a resposta a les crítiques que havia rebut la presentadora Whoopi Goldberg després de dir en el seu programa de televisió que l'Holocaust no havia tingut res a veure amb qüestions d'ètnia. En el tuit, l'actriu mostra el seu suport per Goldberg i recomana tenir converses enlloc de cancel·lar les persones.



Figura 39. En un tuit, Gina Carano encoratja la conversació en lloc de la cancel·lació

4) Conseqüències

Com a conseqüència, Lucasfilm, la productora de *The Mandalorian*, va anunciar l'acomiadament de Gina Carano de la sèrie i va dir que no tenia intenció de tornar a treballar amb ella en un futur. En la declaració, Lucasfilm descrivia els comentaris de l'actriu a les xarxes com inacceptables (Ray, 2021). A més, Disney+ i Lucasfilm van decidir abandonar el projecte de fer una sèrie *spin-off* centrada en el personatge de Gina Carano a la saga de Star Wars, Cara Dune. La controvèrsia també va portar a l'empresa de joguines Hasbro a deixar de produir més figures d'acció inspirades en el personatge, i a l'acomiadament de l'actriu de l'agència de talents a la qual formava part, United Talent Agency.

Una setmana després dels diversos acomiadaments, l'actriu va anunciar que produiria i protagonitzaria una pel·lícula a The Daily Wire, un mitjà de comunicació conservador. Ben Shapiro, el co-fundador del mitjà, va explicar que havien contractat a Gina Carano perquè l'objectiu de The Daily Wire és oferir una alternativa per a aquells que s'oposen al que descriu com el caràcter autoritari i d'esquerres de Hollywood (Wiseman, 2021). La pel·lícula, *Terror on the Prairie*, es va estrenar a la pàgina web de The Daily Wire i en alguns cinemes de Rússia i els Emirats Àrabs, que va permetre aconseguir 13.000 dòlars.

Des de llavors, Carano ha col·laborat en entrevistes amb The Daily Wire i amb un altre mitjà de comunicació conservador, Fox News. En les entrevistes, Carano expressa les ideologies que van donar pas a la seva cancel·lació a les xarxes i explica la seva experiència després de ser acomiadada per Disney.

El 2022, es va estrenar la pel·lícula *My Son Hunter*, protagonitzada per Gina Carano. L'argument de la pel·lícula gira al voltant del fill del president dels Estats Units Joe Biden, Hunter, acusat de corrupció per Donald Trump i els republicans. La pel·lícula ha estat distribuïda pel mitjà d'extrema dreta Breitbart News.

5.2.5. Cas V: Ansel Elgort

1) Motiu de la cancel·lació

El 2020, una usuària de Twitter amb el nom de Gabby va acusar l'actor Ansel Elgort d'haver-la assetjada sexualment quan ella tenia 17 anys i ell 20, l'any 2014. En la publicació, l'usuària explicava que tot va començar quan ella va enviar un missatge a l'actor per Twitter per mostrar la seva admiració i ell va respondre amb l'enllaç al seu compte de Snapchat privat amb la intenció d'establir una conversa. A continuació, deia que Elgort li havia demanat enviar fotografies on sortís nua i, quan van quedar en persona, la havia assetjada sexualment. L'usuària va completar la seva acusació amb una fotografia d'ella i Elgort junts, i diverses captures de les converses inapropiades.

2) Reacció del públic a les xarxes socials

L'acusació va donar pas a l'ús del *hashtag* “#AnselElgortIsOverParty”, que va quedar inundat per *fancams*. Com s'ha tractat anteriorment en aquest treball, els usuaris de les xarxes utilitzen l'èxit d'aquest tipus de *hashtags* per promocionar els vídeo-muntatges dels seus ídols, a la vegada que critiquen les accions de la persona cancel·lada.



Figura 40. Un usuari de Twitter publica una *fancam* del músic Tyler Joseph amb el *hashtag* #AnselElgortIsOverParty

Malgrat les múltiples crítiques negatives, alguns usuaris es qüestionaven la legitimitat de l'acusació. L'evidència que l'usuària que acusava Elgort havia compartit no era suficient

per algunes persones, que consideraven que les imatges podien haver estat manipulades. Alguns acusaven també la presumpta víctima de voler cridar l'atenció, i d'altres deien que era suficientment gran per haver-ho pogut evitar.

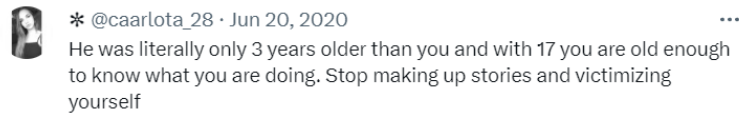


Figura 41. Un usuari acusa a la presumpta víctima d'inventar-se la història

3) Resposta del famós a la cancel·lació

Ansel Elgort va publicar a Instagram una declaració poc després de l'acusació, que va eliminar poc després. En la declaració, l'actor confirmava que havia mantingut una relació romàntica amb Gabby, però que havia estat completament consensuada i legal. Elgort reconeixia que no havia actuat correctament després de trencar amb ella, ja que havia deixat de contestar els seus missatges bruscament, però nega haver-la assetjada en qualsevol moment. Finalment, l'actor es disculpava per haver actuat d'aquesta manera i deia que pretenia continuar creixent per evitar repetir els mateixos errors (Stedman, 2020).

Des de llavors, Ansel Elgort no ha tornat a mencionar l'escàndol públicament, ni als seus perfils de les xarxes socials ni en entrevistes als mitjans.

4) Conseqüències

Un any després de l'acusació d'assetjament es va estrenar la pel·lícula *West Side Story* (2021), on Elgort interpreta un dels protagonistes. La pel·lícula s'havia rodat el 2019, abans de les acusacions, i s'havia d'estrenar l'any següent, però es va ajornar a causa de la pandèmia del Covid-19. Això va fer que la campanya de promoció de la pel·lícula tingués lloc posteriorment a les acusacions, al llarg de l'any 2021. L'actor va aparèixer en diversos vídeos promocionals de la pel·lícula, però es desconeix si es van rodar abans o després de l'acusació. *West Side Story* va rebre diverses nominacions a l'edició dels Òscars del 2022. A diferència dels seus companys de l'elenc, però, Elgort no va assistir a la gala de premis.

Tot i això, Ansel Elgort havia fet una aparició pública el 2021, als Fashion Media Awards, per donar suport al seu pare, el fotògraf Arthur Elgort, a qui lliuraven un premi. El 2022 l'actor va fer més aparicions públiques en esdeveniments prestigiosos, com ara la MET Gala i la Fashion Week de París.

Des del 2022, Ansel Elgort és el protagonista de la sèrie de HBO Max *Tokyo Vice*, de la qual també n'és productor executiu. Com va passar amb *West Side Story*, es va fer pública la participació d'Elgort en el projecte abans de l'acusació d'assetjament, però actualment encara treballa a la sèrie, que ha estat renovada per una segona temporada. L'actor ha participat en entrevistes relacionades amb la sèrie amb mitjans com Hollywood Access i Gold Derby, i ha viatjat a Japó amb la resta de l'elenc per celebrar l'estrena de la sèrie.

Pel que fa a l'activitat a les xarxes socials, Elgort és actiu a Instagram, on té un total de 8 milions de seguidors. Quan va fer-se pública l'acusació, l'actor va estar un any sense publicar contingut, però va tornar el 2021 per promocionar *West Side Story* i, des de llavors, utilitza el compte per parlar dels seus projectes i compartir aspectes de la seva vida.

Ansel Elgort, tot i ser principalment actor, havia publicat diverses cançons anys enrere. La seva cançó més recent –sense tenir en compte la banda sonora de *West Side Story*– va sortir el 2018. El gener de 2023, va compartir un seguit de fotografies a Instagram on se'l veu en un estudi de gravació, fet que dona a insinuar que pretén reprendre la seva carrera musical.

6. Valoració dels casos

Com a principal conclusió, aquesta anàlisi mostra que la cultura de la cancel·lació no sol anar més enllà de les xarxes socials i, generalment, les conseqüències per a les trajectòries professionals dels famosos resulten ser obstacles que poden superar.

En els casos de Lea Michele, Gina Carano i Chris Brown, els seus acomiadaments respectius no els han privat de prendre part en nous projectes amb posterioritat. Per exemple, la participació de Lea Michele a *Funny Girl* ha contribuït a l'èxit del musical, malgrat les crítiques negatives. La cancel·lació de Gina Carano li ha obert les portes a un nou públic disposat a escoltar les seves idees conservadores. Cap dels escàndols de Chris Brown, ni aquells que li han causat problemes legals ni les acusacions més recents, han fet que el cantant deixi de fer concerts, de col·laborar amb empreses o d'obtenir èxits musicals.

El cas d'Ansel Elgort, en un principi, el va portar a reduir les seves aparicions públiques, però ha pogut reprendre l'activitat tant a les xarxes com en esdeveniments i entrevistes en poc temps. En cap moment ha estat acomiadat de cap projecte, i inclús ha aconseguit un paper en una sèrie d'una plataforma popular. Això pot fer pensar que les cancel·lacions tenen efectes immediats, però que, després de poc temps, perden força i passen a ser una cosa del passat.

Kanye West és el perfil que s'ha vist més perjudicat, possiblement pel pes dels seus comentaris, que condemnen directament un grup minoritari. Tot i això, el raper, que ha perdut els seus perfils a dues xarxes socials, manté la seva presència en plataformes on pot continuar compartint la seva música, com ara Spotify, Youtube o Apple Music. A més, com ha passat amb Gina Carano, certs mitjans de comunicació li han proporcionat un espai per compartir el seu discurs.

Per últim, cal destacar que, tot i les crítiques negatives, les cancel·lacions també comporten una onada de suport per part dels fans. A més, la resposta del famós a la situació pot tenir un gran impacte en la reacció del *fandom*, que normalment té l'objectiu de defensar el seu ídol. Així s'ha pogut veure en el cas de Chris Brown: el cantant ha creat un relat on es mostra com una víctima d'un boicot per part dels mitjans i del públic en

general, que aprofiten qualsevol oportunitat per criticar-lo, i planteja l'assetjament del 2009 com un error de la seva joventut que no defineix el seu present. Aquests són els arguments que utilitzen els seus fans a l'hora de defensar-lo a les xarxes socials. Gina Carano i Kanye West també han difós un discurs similar, que culpa la cultura de la cancel·lació de les conseqüències que han patit. En el cas de Carano, aquesta narrativa ha rebut el suport d'una part del públic i de personatges polítics. Per tant, la resposta d'un famós a la cancel·lació pot influir en la reacció de l'audiència i, fins i tot, proporcionar-li nous fans.

7. Conclusions

En primer lloc, l'estudi dels precedents ha permès veure que, com s'havia plantejat a l'inici del treball, tant els moviments socials com el fenomen fan han influït en el sorgiment i en el desenvolupament de la cultura de la cancel·lació.

Al llarg de la història, els individus s'han organitzat en col·lectius segons les seves identitats. Arran dels moviments socials del segle XIX, aquestes identitats col·lectives giren al voltant de conceptes com l'ètnia i el gènere i, com s'ha observat en els exemples de cancel·lació que s'estudien en aquest treball, les *celebrities* són cancel·lades per fer comentaris que discriminen aquests grups. Conseqüentment, si no fos pels discursos sorgits a partir de les lluites socials, els individus no disposarien dels coneixements necessaris per denunciar aquest tipus de conductes.

Quant al fenomen fan, el concepte de relacions parasocials ha resultat útil a l'hora d'entendre el vincle unidireccional que estableix un fan amb el seu ídol. Gràcies a l'anàlisi de casos concrets, s'ha pogut observar que les teories plantejades per Horton i Wohl s'han mantingut fermes amb el pas del temps. Els fans es veuen amb l'obligació de protegir els seus ídols com si es tractés de familiars, amics o inclús parelles romàntiques, i així ho fan quan té lloc una cancel·lació.

L'anàlisi d'aquests precedents dins del context digital actual ha permès establir encara més similituds amb la cultura de la cancel·lació. Per una banda, les xarxes ofereixen un espai als col·lectius minoritaris per mobilitzar-se, i, per primera vegada, els permet disposar d'eines que faciliten la difusió del seu discurs. A diferència de mitjans tradicionals com la premsa o la ràdio, Internet permet la publicació de contingut de forma lliure i immediata. Addicionalment, l'ús dels *hashtags* ajuda a categoritzar els assumptes socials per tal que els usuaris puguin accedir fàcilment a la informació relacionada.

Internet també ha suposat un canvi en la forma en què es consumeix el món de l'entreteniment. L'aparició dels blogs de tafaneries és resultat de l'interès del públic per conèixer detalladament la vida privada de les *celebrities*. L'estudi del paper de blogs com el de Perez Hilton ha contribuït a entendre per què el públic decideix cancel·lar o, pel

contrari, defensar un famós a partir d'aspectes que van més enllà dels seus productes culturals.

Els blogs d'aquest estil perden rellevància un cop les *celebrities* comencen a disposar dels seus propis perfils a les xarxes socials. Per una banda, la presència a les xarxes atorga a les persones famoses un cert control de la seva imatge pública. Temps enrere, quan famosos de l'espectacle es veien involucrats en escàndols, no disposaven d'eines per defensar-se de les crítiques. Això s'ha pogut observar amb l'exemple de cancel·lació, abans d'Internet, de la cantant Sinéad O'Connor que s'ha explicat en aquest treball. Ara, i com s'ha comprovat amb l'estudi de casos, les *celebrities* utilitzen els seus perfils a les xarxes com a mitjà principal per justificar-se o demanar disculpes després d'una cancel·lació.

Per altra banda, les xarxes permeten a les *celebrities* interactuar directament amb el públic i, per tant, intensificar les relacions parasocials entre fan i ídol. Així ho ha mostrat l'estudi de casos, on es pot observar com els famosos cancel·lats utilitzen les xarxes per aproximar-se a la seva audiència, tant en el moment en què decideixen compartir les seves opinions ofensives com en el moment de defensar-se d'una cancel·lació, igual que s'ha vist com els fans protegeixen incondicionalment els seus ídols davant les crítiques negatives.

Un dels objectius principals d'aquest treball era traçar els orígens de la cultura de la cancel·lació. A partir d'una recerca exhaustiva, s'ha demostrat com la denúncia dels comportaments immorals de les *celebrities* va començar en un espai on es concentraven, sobretot, col·lectius minoritaris: la plataforma Tumblr. Allà, els usuaris mesclaven la seva curiositat per temes socials amb el seu interès pel món de l'espectacle. La investigació dels primers indicis de la cultura de la cancel·lació també ha permès descobrir que, en un principi, els usuaris d'Internet es referien al fenomen amb un altre nom, "call-out culture". A posteriori, s'ha pogut veure que el mot "cancel·lar" en el sentit d'acabar amb algú existia abans de l'era digital, però que no es va popularitzar fins el seu ús en un programa de televisió l'any 2014.

El treball convida a reflexionar sobre el lèxic que utilitzen els usuaris de les xarxes socials i les eines que donen pas a la viralització del contingut. L'ús de *hashtags*, que s'ha

remarcant prèviament com un element clau a l'hora d'organitzar moviments socials, també destaca quan té lloc una cancel·lació com una manera de cridar a l'acció col·lectiva. A Twitter, els usuaris veuen principalment allò que l'algorisme considera que serà del seu interès en base a interaccions prèvies i, a partir d'aquí, es creen "espais" on es troben reunits els usuaris amb preferències similars. El fet que un individu pugui tenir més d'un interès el porta a trobar-se en diversos cercles de la plataforma a la vegada al mateix temps i, com a conseqüència, expressions pròpies d'un espai es difonen en els altres. Això és el que ha ocorregut amb l'expressió "cancel·lar algú" que, no només s'ha propagat per totes les xarxes, sinó que ha passat a formar part de discursos mediàtics.

Per últim, l'estudi de cinc casos concrets ha permès comprovar les diferents reflexions respecte a la cultura de la cancel·lació tractades en aquest treball: "la cultura de la cancel·lació com a veu per a les comunitats marginades", "cancel·lar és censurar", "el mite de la cancel·lació" i "la cancel·lació i el risc de la crítica destructiva".

A través de l'anàlisi, s'ha pogut afirmar que el discurs d'odi i les denúncies d'assetjament sexual donen pas a una reacció negativa en massa. Això concorda amb els experts que destacaven com a punt positiu que la cultura de la cancel·lació és una eina de visibilització pels col·lectius minoritaris. Les xarxes socials s'han convertit en un espai per tractar assumptes que fins llavors eren considerats tabú. Malgrat això, la recerca ha demostrat que el públic no tendeix a fomentar el diàleg, per tant, es posa en dubte la seva eficàcia com a eina educativa.

L'estudi, si bé s'ha centrat només en cinc casos, ha respost un dels objectius plantejats a l'inici del treball, que és si realment afecta la trajectòria professional dels famosos. Si bé s'ha vist que sí que pot perjudicar-los d'alguna manera o altra, el públic no disposa dels recursos suficients per posar fi al modus vivendi de persones en posició de poder. Tots els casos analitzats, fins i tot aquells que utilitzaven les xarxes socials per difondre discursos d'odi, continuen disposant d'espais per fer-ho, igual que dels béns necessaris per mantenir el seu lloc dins del món de l'espectacle. Així doncs, es nega l'existència d'una nova forma de censura, un argument que utilitzen els individus que perceben la cultura de la cancel·lació com una amenaça a la llibertat d'expressió. No es pot menystenir, però, l'impacte de l'opinió pública a les xarxes socials, que en diverses

ocasions ha fet que les empreses relacionades amb els famosos cancel·lats actuïn al respecte.

Per tant, la cultura de la cancel·lació existeix, en el sentit en què els usuaris es mobilitzen col·lectivament per denunciar els comportaments immorals de les *celebrities*. A vegades, aquestes denúncies perduren al llarg del temps, i tornen a sortir a la llum amb posterioritat, fet que porta a pensar que les cancel·lacions són perdurables. No obstant això, es pot dir que, al mateix temps, la cultura de la cancel·lació no existeix perquè no compleix amb la seva aspiració al rebuig complet d'una *celebrity*. Fins i tot, pot tenir un efecte rebot: a partir d'una cancel·lació, els famosos poden generar un discurs que els obre les portes a noves audiències amb ideologies similars i, per tant, assoleixen un espai on difondre els seus valors sense futures conseqüències.

8. Bibliografia

- Adams, Joshua. "Nothing Compares" And A Culture That Cancelled Sinead O'Connor. A: *Medium* [en línia]. 27/01/2022. <<https://journojoshua.medium.com/nothing-compares-and-a-culture-that-cancelled-sinead-oconnor-ca77e4f2cd5d>>
- Ahmad, Asam. A Note on Call-Out Culture. A: *Briar Patch* [en línia]. 2/03/2015. <<https://briarpatchmagazine.com/articles/view/a-note-on-call-out-culture>>
- Ahuja, Nitika; Kerketta, Jessica. The Omnipresence of Cancel Culture: A Balanced Contrast . A: *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 2021, vol. 11, núm. 1, pp. 33-41.
- Alexandria Ocasio-Cortez (@AOC). 10/07/2020. People who are actually "cancelled" don't get their thoughts published and amplified in major outlets. This has been a public service announcement <https://twitter.com/AOC/status/1281388656935284736> [tuit].
- BBC. Chris Brown speaks about Rihanna assault [en línia]. 16/08/2017. <<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-40948006>>
- Beer, Tommy. Trump Attacks 'Cancel Culture' -- But Tried Recently To Cancel These People. A: *Forbes* [en línia]. 6/09/2020. <<https://www.forbes.com/sites/tommybeer/2020/09/06/trump-attacks-cancel-culturebut-tried-recently-to-cancel-these-people/?sh=7fd7dfc14b2a>>
- Beauchamp, Zack. The "free speech debate" isn't really about free speech. A: *Vox* [en línia]. 22/07/2020. <<https://www.vox.com/policy-and-politics/2020/7/22/21325942/free-speech-harpers-letter-bari-weiss-andrew-sullivan>>
- Billboard [en línia] <<https://www.billboard.com/>>
- Black Pyramid Store [en línia] <<https://www.blackpyramidclothing.com/password>>
- Blake, Meredith. Making the radical case for Sinéad O'Connor: She was right all along. A: *Los Angeles Times* [en línia]. 7/10/2022 <<https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/story/2022-10-07/sinead-o-connor-documentary-nothing-compares-showtime>>
- Bromwich, Jonah E. Everyone Is Canceled. A: *The New York Times* [en línia]. 28/06/2018. <<https://www.nytimes.com/2018/06/28/style/is-it-canceled.html>>
- Brown, Lee. Kanye West calls cancel culture, #MeToo part of 'mob mentality'. A: *New York Post* [en línia]. 5/11/2021. <<https://nypost.com/2021/11/05/kanye-west-calls-cancel-culture-metoo-part-of-mob-mentality/>>
- Browne, David. Excerpt: Sinéad O'Connor Recalls 'SNL' Pope Furor in New Memoir. A: *Rolling Stone* [en línia]. 30/05/2021. <<https://www.rollingstone.com/music/music-features/sinead-oconnor-snl-pope-memoir-1174191/>>
- Busquet, Jordi. El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. A: *Revista de Estudios de Juventud*, 2012, nº. 96, p.13-29.
- Butler, Danielle. The Misplaced Hysteria About a "Cancel Culture" That Doesn't Actually Exist. A: *The Root* [en línia]. 23/10/2018. <<https://www.theroot.com/the-misplaced-hysteria-about-a-cancel-culture-that-do-1829563238>>
- Butler, Sarah. Adidas plans not to destroy unsold Yeezy stock but sell it off for charity. A: *The Guardian* [en línia]. 11/05/2023. <<https://www.theguardian.com/fashion/2023/may/11/adidas-not-destroy-unsold-yeezy-stock-sell-off-charity-shows-kanye-west>>

Cambridge Dictionary. *Cancel Culture* [en línea]. <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cancel-culture>>

Carras, Christi. Kelly Rowland tells booing crowd to ‘chill out’ after Chris Brown wins AMA. A: *Los Angeles Times* [en línea]. 21/11/2022. <<https://www.latimes.com/entertainment-arts/story/2022-11-21/amas-2022-chris-brown-booed-kelly-rowland>>

Castells, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura Volumen I: La sociedad red*. 2a edició. Madrid: Alianza Editorial, 2000.

Castells, Manuel. *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial, 2012.

Chron. Chris Brown loses endorsement deal with Wringley [en línea]. 6/08/2009. <<https://www.chron.com/entertainment/article/Chris-Brown-loses-endorsement-deal-with-Wringley-1749896.php>>

Clark, Meredith D. DRAG THEM: A brief etymology of so-called “cancel culture”. A: *Communication and the Public*, 2020, vol. 5(3-4), p. 88–92.

Coleman II, C. Vernon. Chris Brown Asks Where’s Cancel Culture for White Artists as Fans Bring Up His Assault on Rihanna. A: *XXL* [en línea]. 17/02/2023. <<https://www.xxlmag.com/chris-brown-cancel-culture-white-artists/>>

Cross, Remy; Snow, David A. Social Movements. A: Ritzer, George (ed.). *The Wiley Blackwell Companion to Sociology*. Oxford: Blackwell Publishing, 2012. p. 522-544.

Daily News. O’Connor draws criticism, pity. 6/10/1992

The Daily Telegraph. Inside the live TV moment that ended Sinead O’Connor’s career [en línea]. 5/06/2021 <<https://www.dailytelegraph.com.au/lifestyle/stellar/inside-the-live-tvmoment-that-ended-sinead-oconnors-career/news-story/cdedb870e0e3fdde2ff400dda5ce3912>>

D’Alessandro, Anthony. Hasbro Says “No Current Plans To Create More” Gina Carano ‘Mandalorian’ Action Figures. A: *Deadline* [en línea]. 16/02/2021. <<https://deadline.com/2021/02/gina-carano-action-figures-canceled-by-hasbro-official-statement-1234694835/>>

De Backer, Charlotte J. S.; Nelissen, Mark et al. Celebrities: From Teachers to Friends. A Test of Two Hypotheses on the Adaptiveness of Celebrity Gossip. A: *Human Nature*. Springer Science + Business Media, 2007, vol 18, p. 334–354.

Dershowitz, Alan. *Cancel Culture: The Latest Attack on Free Speech and Due Process*. Hot Books, 2020.

Fairclough, Kirsty. Fame is a Losing Game: Celebrity Gossip Blogging, Bitch Culture and Postfeminism. A: *Genders*, n. 48, 2007.

Goggin, Ben. Ye praises Hitler in interview with Alex Jones. A: *NBC News* [en línea]. 1/12/2022. <<https://www.nbcnews.com/news/us-news/ye-kanye-west-infowars-alex-jones-video-interview-elon-musk-rcna59693>>

Grammy [en línea] <<https://www.grammy.com/>>

Haasch, Palmer. How #isoverparty became the default hashtag format for Twitter cancellations, from celebrities like Doja Cat to companies like Wendy's. A: *Insider* [en línea]. 2/06/2020. <<https://www.insider.com/isoverparty-hashtag-wednys-cancel-culture-twitter-doja-cat-dojacatisoverparty-2020-6>>

Harper's Magazine. A Letter on Justice and Open Debate [en línia]. 7/07/2020. <<https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/>>

Harriot, Michael. War on wokeness: the year the right rallied around a made-up menace. A: *The Guardian* [en línia]. 21/12/2022. <<https://www.theguardian.com/us-news/2022/dec/20/anti-woke-race-america-history>>

Harris, Jeremy O. Lea Michele on Glee, Growth, and "the Hardest Fucking Role in New York". A: *Interview Magazine* [en línia]. 7/02/2023. <<https://www.interviewmagazine.com/culture/lea-michele-on-glee-growth-and-the-hardest-fucking-role-in-new-york>>

Heather (@HeatherMorrisTV). 3/06/2020
<<https://twitter.com/HeatherMorrisTV/status/1268283724774268928>> [tuit]

Heigl, Alex. A Complete History of Chris Brown's Legal Troubles. A: *People* [en línia]. 7/01/2023. <<https://people.com/music/chris-brown-a-timeline-of-the-singers-legal-trouble/>>

Henderson, Rob. What propels cancel culture? A: *Psychology Today*, 2020, 53 (2), p. 36-38.

Hilton, Perez. Britney's CRAZY Night (Part 5): Panic Attack at Walgreen's! A: *PerezHilton.com* [en línia]. 24/12/2007 <<https://perezhilton.com/britneys-crazy-night-part-5-panic-attack-at-walgreens/>>

Hilton, Perez. Can't She Afford A Manicure? A: *PerezHilton.com* [en línia]. 29/12/2007 <<https://perezhilton.com/cant-she-afford-a-manicure/>>

Hilton, Perez. Kylie Jenner Shows Off Natural Hair In Rare Makeup-Free TikTok! Look!. A: *PerezHilton.com* [en línia]. 24/04/2023. <<https://perezhilton.com/kylie-jenner-natural-hair-makeup-free-tiktok-video/>>

Hilton, Perez. Maniston Wants to Make Her Own Shitty Films! A: *PerezHilton.com* [en línia] <<https://perezhilton.com/maniston-wants-to-make-her-own-shitty-films/amp/>>

Hilton, Perez. She Needs Her Driver's License Taken Away! A: *PerezHilton.com* [en línia]. 28/12/2007 <<https://perezhilton.com/she-needs-her-drivers-license-taken-away/>>

Ho, Shannon. Deep reckoning or fleeting outrage? Cancel culture's complexity proves a double-edged sword. A: *NBC News* [en línia]. 21/07/2019. <<https://www.nbcnews.com/pop-culture/viral/deep-reckoning-or-fleeting-outrage-cancel-culture-s-complexity-proves-n1031466>>

Horton, D.; Wohl, R. R. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. A: *Psychiatry*, 1956, vol. 19, p. 215-229.

Jacobs, Julia. Lea Michele Is Well Aware That the Pressure Is On. A: *The New York Times* [en línia]. 1/09/2022. <<https://www.nytimes.com/2022/09/01/theater/lea-michele-funny-girl-broadway.html>>

Jenkins, Henry. *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós. 2010.

Jensen, Joli. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. A: Lewis, Lisa A. (ed). *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Londres i Nova York: Routledge, 1992, p. 9-29.

Johnson, T. J.; Kayer, B. K. Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users. A: *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2004, vol. 81 n.3, p. 622-642.

Kale, Sirin. 'I was worried Lindsay, Paris or Britney would die': why the 00s were so toxic for women. A: *The Guardian* [en línia]. 6/03/2021 <<https://www.theguardian.com/culture/2021/mar/06/why-the-00s-were-so-toxic-for-women>>

Lantagne, Stacey M. Sherlock Holmes and the Case of the Lucrative Fandom: Recognizing the Economic Power of Fanworks and Reimagining Fair Use in Copyright. A: *Michigan Telecommunications and Technology Law Review*. Vol. 21. 2015.

Lea Michele (@leamichele) 3/06/2020 <https://www.instagram.com/p/CA-HatxlQ6h/> [publicació a Instagram]

Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean. *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. 1a ed. Barcelona: Anagrama, 2015, Colección Argumentos.

Losada, Elena. La foguera de les cancel·lacions. A: *Ara* [en línia] 16/10/21. <https://www.ara.cat/opinio/foguera-cancel-lacions-elena-losada_129_4149475.html>

Lotan, Gilad; Graeff, Erhardt et al. The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. [en línia] A: *International Journal of Communication*, vol. 5, 2011 <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1246/643>>

Los Angeles Times. Legislator Urges Boycott Over Sinead's Anthem Ban [en línia]. 28/08/1990 <<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1990-08-28-ca-409-story.html>>

Michaels, Sean. Chris Brown withdraws from Nickelodeon Kids' Choice awards. A: *The Guardian* [en línia]. 12/03/2009. <<https://www.theguardian.com/music/2009/mar/12/chris-brown-nickelodeon-kids-choice-awards>>

Mitrofan, Francesca. *Cancelling the Callouts: The 'Dramageddon' of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online*. Uppsala: Uppsala universitet, 2020.

Morgan, Lucy. Can we care about Harry Styles *without* dunking on his female partners, please? A: *Glamour Magazine* [en línia]. 27/03/2023. <<https://www.glamourmagazine.co.uk/article/olivia-wilde-misogynistic-abuse-harry-styles>>

Navarro, Beatriz. Los intelectuales se rebelan contra la 'cultura de cancelar'. A: *La Vanguardia* [en línia]. 9/07/2020. <<https://www.lavanguardia.com/cultura/20200709/482194746019/intelectuales-contracultura-cancelacion-intolerancia-discrepar.html>>

Noelle-Neumann, Elisabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2011 (1a ed. 1995), 185.

Pan, Yutong. Analysis on the Motives Being a Fan or Fandom and the Possible Factor That Some Fans Performed Sasaengpaen/Fanatical Behavior. A: *Atlantis Press. Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2022, vol. 63.

Peiser, Jaclyn; Bogage, Jacob. Kanye West's antisemitism cost him Adidas and most of his empire. A: *The Washington Post* [en línia]. 25/10/2022. <<https://www.washingtonpost.com/business/2022/10/25/adidas-kanye-west-partnership-ends/>>

Petersen, Anne. Celebrity juice, not from concentrate: Perez Hilton, gossip blogs, and the new star production. A: *Jump Cut* [en línia], 2007, n°49. <<https://www.ejumpcut.org/archive/jc49.2007/PerezHilton/text.html>>

Power, Ed. Nothing compares to Sinéad O'Connor: New film shines a light on outspoken singer. A: *Irish Examiner* [en línia]. 29/09/2022. <<https://www.irishexaminer.com/lifestyle/artsandculture/arid-40971986.html>>

Ray, Siladitya. Disney Drops Gina Carano From The Mandalorian After Controversial Social Media Post. A: *Forbes* [en línia]. 11/02/2021. <<https://www.forbes.com/sites/siladityaray/2021/02/11/disney-drops-gina-carano-from-the-mandalorian-after-controversial-social-media-post/?sh=46e943782966>>

Reilly, William M. Steamroller crushes Sinead O'Connor recordings. A: *UPI* [en línia] 21/10/1992<<https://www.upi.com/Archives/1992/10/21/Steamroller-crushes-SineadOConnor-recordings/5284719640000/>>

Roach, Emily. "Your Fave Is Problematic"—Callout Culture, Cyberbullying and Toxic Activism in Fandom. A: *The Mary Sue* [en línia]. 19/05/2017. <<https://www.themarysue.com/your-fave-is-problematic-callout-culture/>>

Romano, Aja. A history of "wokeness". A: *Vox* [en línia]. 9/10/2020. <<https://www.vox.com/culture/21437879/stay-woke-wokeness-history-origin-evolution-controversy>>

Romano, Aja. Why we can't stop fighting about cancel culture. A: *Vox* [en línia]. 30/12/2019. <<https://www.vox.com/culture/2019/12/30/20879720/what-is-cancel-culture-explained-history-debate>>

Rubin, Rebecca. 'Funny Girl' With Lea Michele Breaks a Broadway Box Office Record. A: *Variety* [en línia]. 20/12/2022. <<https://variety.com/2022/legit/news/funny-girl-lea-michele-broadway-box-office-record-1235466230/>>

Sanchez, Rosa. Lea Michele Cancels Her Life in Music Tour to Focus on Funny Girl. A: *Harper's Bazaar* [en línia]. 3/08/2022. <<https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a40794748/lea-michele-cancels-life-in-music-tour-broadway-funny-girl/>>

Sarappo, Emma. How Tumblr Taught Social Justice to a Generation of Teenagers. A: *Pacific Standard* [en línia]. 13/12/2018. <<https://psmag.com/social-justice/how-tumblr-taught-social-justice-to-a-generation-of-teenagers>>

Saturday Night Live (2/10/2013). Joe Pesci Monologue - Saturday Night Live [Arxiu de video]. Recuperat de: <https://www.youtube.com/watch?v=kPykO9jdLk0>

Snow, David A. Collective Identity and Expressive Forms. A: Smelser, Neil J; Baltes, Paul B (ed.). *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier, 2001, vol. 4, pp. 2212–2219.

SoFlo Snacks [en línia]. Breezy's Cosmic Crunch. <<https://soflosnacks.com/products/breezys-cosmic-crunch>>

The Spokesman-Review. Singer rips pope, shocks audience. 5/10/1992.

Stanford, Alesia. Chris Brown complains he's no longer invited to perform at award shows despite filling out concert tours... amid his many legal woes: 'Let me be great'. A: *Daily Mail* [en línia]. 25/08/2022. <<https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-11146333/Chris-Brown-laments-not-invited-sing-awards-shows-spite-packed-performances.html>>

Stedman, Alex. Ansel Elgort Denies Accusation of Sexually Assaulting a Teenage Girl. A: *Variety* [en línia]. 20/06/2020. <<https://variety.com/2020/film/news/ansel-elgort-denies-sexual-assault-teenage-girl-1234642752/>>

Steever, Gayle S.; Lawson, Kevin. Twitter as a Way for Celebrities to Communicate with Fans: Implications for the Study of Parasocial Interaction. A: *North American Journal of Psychology*, 2013, vol. 15, n. 2, p. 339-354.

Stryker, Kitty. The Problem with Callout Culture. A: *The Walrus* [en línia]. 30/05/2016. <<https://thewalrus.ca/the-problem-with-callout-culture/>>

TED. (2/5/2011). Beware online “filter bubbles” | Eli Pariser. [Arxiu de vídeo]. Recuperat de <https://m.youtube.com/watch?v=B8ofWFx525s>

TheFestivals.uk. Chris Brown announces sixth London date for March [en línia]. 26/01/2023. <<https://thefestivals.uk/chris-brown-another-london-show/>>

Thompson, Eliza. Kanye West Apologizes for Anti-Semitic Comments But Says He ‘Absolutely’ Doesn’t Regret Making Them. A: *U.S. Weekly* [en línia]. 19/10/2022. <<https://www.usmagazine.com/celebrity-news/news/kanye-west-apologizes-for-anti-semitic-comments-admits-no-regret/>>

Tilly, Charles. *Social Movements, 1768-2004*. Londres: Paradigm Publishers, 2004.

TMZ. Adidas Says It Could Lose More Than \$1 Billion After Dropping Kanye West [en línia]. 10/02/2023. <<https://www.t TMZ.com/2023/02/10/adidas-kanye-west-lose-money-yeezy-brand-shoes-antisemitic/>>

TMZ. KANYE WEST SAYS SLAVERY'S A CHOICE, UNEDITED [en línia], 2018. <<https://www.t TMZ.com/watch/0-lrudlmxu/>>

Towers, Andrea. Perez Hilton regrets how he treated Britney Spears: 'I absolutely apologize and carry deep shame'. A: *Entertainment Weekly* [en línia]. 24/6/2021. <<https://ew.com/music/perez-hilton-regrets-how-he-treated-britney-spears-apologizes/>>

Twitter. *Abuso y acoso* [en línia] <<https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/abusive-behavior>>

Van Stekelenburg, Jacquelin. Collective Identity. A: Snow, David A. (ed) et al. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements*. Oxford: Blackwell, 2013.

Wagmeister, Elizabeth. ‘Glee’ Actor Samantha Ware on Why She Called Out Lea Michele (EXCLUSIVE). A: *Variety* [en línia]. 11/06/2020. <<https://variety.com/2020/tv/news/samantha-ware-glee-lea-michele-interview-black-actress-hollywood-1234631015/>>

The Washington Post. LISTENERS ANGERED BY SINEAD O’CONNOR. [en línia]. 28/08/1990. <<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1990/08/28/listeners-angered-by-sinead-oconnor/b0b89b89-3ec1-4ad8-8978-4dd80513f342/>>

Wasserman, Bella. Aesthetic Activism: How Instagram Transformed Social Justice. A: *The dial* [en línia]. 3/12/2021. <<https://hsdial.org/2021/12/03/aesthetic-activism-how-instagram-transformed-social-justice/>>

Wiseman, Andreas. Gina Carano Hits Back, Announces New Movie Project With Ben Shapiro’s Daily Wire: “They Can’t Cancel Us If We Don’t Let Them”. A: *Deadline* [en línia]. 12/02/2021. <<https://deadline.com/2021/02/gina-carano-mandalorian-ben-shapiro-hits-back-cancel-culture-1234692971/>>

Yourfaveisproblematic. *My fave is problematic. Now what?* [en línia], 2013. <<https://yourfaveisproblematic.tumblr.com/post/45767409472/my-fave-is-problematic-now-what>>