

VÍDEOS DO TIKTOK® E O BEM-ESTAR ANIMAL- Redes sociais como fonte de estudo sobre as relações humano-animal

VIDEOS OF TIKTOK® AND ANIMAL WELFARE- Social networks as a source of study on human-animal relations

DOI:10.34117/bjdv7n2-305

Recebimento dos originais: 10/01/2021

Aceitação para publicação: 10/02/2021

João Paulo Novelletto Pisa

Mestrado

Instituição de atuação atual: Universidade Federal de Santa Catarina

Endereço completo: Rod. Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi 88034-000, Florianópolis, SC, Brasil

E-mail: joaopisamdv@gmail.com

Denise Pereira Leme

Doutora

Instituição de atuação atual: Universidade Federal de Santa Catarina

Endereço completo: Rod. Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi 88034-000, Florianópolis, SC, Brasil

E-mail: denise.leme@ufsc.br

RESUMO

O *Tiktok*® é uma nova rede social onde as pessoas comuns podem postar os seus vídeos, alguns deles há a presença de animais, domésticos ou selvagens, em diversas situações. Sabendo que todas as pessoas são responsáveis pelo bem-estar animal, este artigo teve como objetivo verificar como a relação de alteridade com os animais influenciam o bem-estar destes. Para isto, foram coletados 795 vídeos na parte "escolhido para você" a fim de classificar e verificar o seu conteúdo de forma crítica e interdisciplinar. As três classificações foram: Afeto (23,29%), Humanização (21,35%) e Humor e entretenimento (55,22%). O primeiro grupo mostrou que na maior parte dos vídeos os animais não fugiram ou não mostraram alguma reação aversiva quando os humanos faziam carinho, tendo outras expressões; no segundo, mostrou os animais com roupas, fantasias e outras situações humanizadas e na última classificação, houve mais situações negativas para os animais do que positiva, o que leva a banalização do mal. Os animais mais presentes foram os caninos (34,41%), equinos (24,70%), felinos (9,59%), bovinos (9,11%) e aves pet ou selvagem (6,00%), mas houve outros em menor porcentagem. Em conclusão, esta rede social mostra uma dualidade na relação humano-animal, há seu lado negativo, mas há o positivo, em que as pessoas mostram afetos, capacidades emocionais, cognitivas e algumas vezes uma nova visão dos animais como consumo para humano. Sendo assim uma nova fonte de criatividade para pesquisadores.

Palavras-chave: Bioética, Direito dos animais, Emoções, Etologia, *One welfare*.

ABSTRAT

Tiktok is a new social network where ordinary people can post their videos, some of them with the presence of animals, domestic or wild, in different situations. Since all people are responsible for animal welfare, this article aimed to verify the relationship of otherness with animals and how that influences their welfare. For this, 795 videos were compiled in the part "elected by you" to classify and verify their content in a critical and interdisciplinary way. The three classifications were Affection (23,29%), Humanization (21,35%), and Humor and Entertainment (55,22%). The first showed that in most of the videos the animals did not run away or show any aversive reaction when the humans acted towards them, presenting other expressions; in the second, it showed the animals with clothes, costumes and other humanized situations and in the last classification, there are more negative situations for animals than positive ones, which leads to the trivialization of evil. The most present animals were canines (34,41%), horses (24,70%), felines (9,59%), bovines (9,11%) and domestic or wild birds (6,00%), but there are others. In conclusion, this social network shows a duality in the human-animal relationship, there is the negative side, but there is the positive also, in which people show affection, emotional and cognitive capacities and sometimes a new vision of animals for human consumption. Thus, it is a new source of creativity for researchers.

Keywords: Animal's law, Bioethics, Emotions, Ethology, One welfare.

1 INTRODUÇÃO

Para a OIE (2020), o bem-estar animal é uma forma de contribuir para que os animais sob nossa tutela tenham mais qualidade de vida, com sua saúde integral garantida; utilizando-se de indicadores para dizer se há um alto ou baixo grau de bem-estar. E todas as pessoas são responsáveis pelo bem-estar animal, inclusive as pessoas comuns que estão como tutores dos animais. Contudo, muitos podem ter uma alteridade que não respeita a natureza dos animais, exercendo a humanização, que é quando os animais são tratados e vistos como pessoas, o que pode ser algo prejudicial para ambos os lados (VIDELA, 2017); ou por outro lado objetificando os animais.

O *Tiktok* é uma rede social que tem como objetivo que as pessoas coloquem seus vídeos caseiros, muitas vezes, as pessoas postam conteúdo com seus animais domésticos ou até selvagens, em diversas situações. Nela, é possível denunciar atos de maus tratos aos animais, mas isto depende da visão dos avaliadores (usuários) para vídeos impróprios serem retirados ou não da rede. Em várias redes sociais, os animais estão presentes, assim como fomentam discussões de ética animal. O *Twitter*, por exemplo, pode ser um meio não ideal para uma fala entre consumidores e produtores, onde as pessoas ficam nas suas bolhas, sem ter um bom diálogo direto entre si; mas é o ambiente em que as pessoas estão e se engajam no assunto por meio das *hashtags* e podem criar movimentos (BUDDLE;

BRAY; PITCHFORD, 2018). Sendo considerada uma rede onde ativista têm mais visibilidade e constroem tentativas de debates (WONNEBERGER; HELLSTEN; JACOBS, 2020). Mesmo que exista conflitos entre as opiniões, os ativistas veem os outros que comem carne como pessoas oligofrênicas e os que comem carne não suportam os ativistas, tidos como “os chatos”. Os autores de um recente estudo destacam que as redes não mudam as opiniões dos consumidores a partir do conteúdo produzido pelos ativistas (BUDDLE; BRAY; ANKENY, 2018). Para o exemplo de *Facebook* e *Instagram*, num estudo, de Linné (2016), as vacas leiteiras são mostradas como se estivessem em um paraíso, tendo assim um instrumento de publicidade positiva para os consumidores, e isso impede uma reflexão ética mais complexa, pois anulam-se algumas questões ao mesmo tempo em que se mostram vacas para atrair emocionalmente o público. Por outro, esta publicidade com apelo emocional pode ser útil para adoção de animais, onde um abrigo usa uma conta no *Instagram* (BAUTISTA-HOBIN, 2015), com métodos definidos de como usá-la corretamente para ter sua validade e para atingir o seu público (ÖSTRING, 2020).

As redes sociais podem ser um modo de publicidade das empresas, de ongs de proteção animal e uma espaço para ativistas, sejam veganos ou que consomem carne, mesmo aqueles que optam por um consumo mais eticamente defensável. Portanto, torna-se importante que os cientistas de bem-estar animal tenham contato com as redes sociais, pois são canais diretos, onde muita coisa acontece com os animais, até em situações cotidianas com os pets. Por conta disto, este trabalho tem como objetivo verificar a relação de alteridade entre as pessoas e os animais, de forma direta ou indireta, em uma amostra de vídeos publicados na rede social *Tiktok*, e classificar quais suas mensagens diretas para o bem-estar dos animais e para consciência ética das pessoas; a partir de uma perspectiva interdisciplinar. Como resultado, sugerir novas pesquisas na área, tendo como fonte os vídeos com animais apresentados no aplicativo *Tiktok*

2 MATERIAL E MÉTODOS

2.1 COMITÊ DE ÉTICA

Este estudo dispensa aprovação dos comitês de ética, pois foram coletados vídeos e comentários de domínio público na rede social *Tiktok*.

2.2 GERAL

Este artigo é um estudo descritivo de vídeos visualizados na rede social *Tiktok*. Em 2020, Denise Tremura descreveu uma gaúcha que compartilha momentos com seus animais de fazenda, uma ovelha e uma galinha, na rede social *Tiktok*. A partir de tais vídeos, as pessoas podem ter outra ideia sobre os animais que servem de alimento às pessoas, pois aparecem como pets. A partir de então, o primeiro autor deste estudo entrou na rede *Tiktok* para analisar e verificar a relação de alteridade entre as pessoas e os animais presentes nos vídeos desta rede e como tais vídeos poderiam implicar em atitudes sobre o bem-estar animal. Foram observados e selecionados vídeos desta plataforma durante oito dias, da sexta-feira, 16 de outubro de 2020 até a próxima sexta, dia 23 de outubro de 2020. Os vídeos foram coletados de forma aleatória a partir da parte “escolhido para você”, isto é, a partir dos algoritmos do aplicativo *Tiktok* para celular *Android*. Foram excluídos da amostra os vídeos com contextos de procedimentos veterinários, de manejo, de esportes e eventos com animais, e os que não tinham o animal dentro de um contexto compreensível para o animal ou pessoa, seja pela espécie ou conteúdo. Após esta semana, de verificação e seleção dos vídeos, houve o processamento dos dados. Foi feito um quadro para classificação do vídeo (segundo critérios apresentados no próximo tópico), espécie animal, descrição das imagens e palavras-chave.

2.3 CLASSIFICAÇÕES

A partir dos vídeos selecionados, foi realizada a classificação dos vídeos pelo assunto principal que ele continha. Os vídeos foram classificados em: 1) *Afeto*, 2) *Humanização* e 3) *Humor e Entretenimento*. O que caracteriza cada uma das classificações está contido no quadro a seguir.

Quadro1 – Caracterização das classificações

Classificação	Caracterização
Afeto	Vídeos que continham uma ligação de alteridade entre os humanos os animais, mas, de forma positiva do lado humano.
Humanização	Os vídeos que tinham a presença de animais vestidos, em que falam ou fazem algo considerado antropomórfico
Humor e Entretenimento	Vídeos que de certa forma servem como um motivo de riso, seja um riso de engraçado ou um riso de se desconectar com a realidade.

Fonte: do autor.

A partir da tabulação dos dados, quantificou-se a classificação, espécie e palavras-chaves com a ajuda do site (rotasul.net/c-tools/texto). As palavras-chaves foram aquelas que resumiam o conteúdo dos vídeos. Nos vídeos considerados como humor e entretenimento, além de verificar o que aconteciam nos vídeos, as palavras-chaves consideraram também os comportamentos (exploratório, cognitivo e anormal) ou emoções dos animais (negativo e positivo), porém, quando não havia mensagem central ou não havia algo significativo foi considerado como não informado. É lógico que talvez outras pessoas poderiam ter outras interpretações e classificariam cada vídeo de outro modo, assim como a experiência pessoal interfere nas interpretações; entretanto buscou-se classificar os vídeos com base em conceitos de etologia, ética e filosofia. Contudo, estas classificações contribuem para refinar a descrição e entendimento dos vídeos para que o objetivo principal seja realizado.

Os resultados e a discussões apresenta comentários sobre os principais vídeos, animais e destaques sob uma perceptiva das ciências humanas, sociais e filosofia, além de considerar o comportamento e bem-estar animal. Apenas o primeiro autor executou a coleta dos dados e o processamento dos resultados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 GERAL

Durante os dias de coleta, foram selecionados primeiramente 900 vídeos num total de 15h07min no aplicativo, cerca de 1 vídeo visualizado por minuto. Contudo, no processamento dos vídeos, foram excluídos 105 vídeos, por haver alguma dificuldade de entendimento ou identificação da espécie ou não ter algo significativo, restando assim, 795 vídeos para serem analisados. A tabulação dos dados, como descrito antes, resultou no quadro e na tabela a seguir, com um resumo do que continham os vídeos.

Quadro 1- Classificação, frequência e descrição geral

Classificação	Frequência	Descrição geral
Humor e Entretenimento	439 (55,22%)	Houve interação entre animais e pessoas, pessoas dançando com os animais, desafios, observação do comportamento animal e diversas atitudes para com os animais. Estavam presentes animais de fazenda, pet e selvagens.
Afeto	186 (23,39%)	A maioria dos animais vistos nos vídeos aceitaram o afeto das pessoas, não demonstrando nenhum tipo de tentativa de fuga ou aversão. Em alguns

		momentos, os animais estavam em um estado mais relaxado. Noutros, os animais seguiam em direção ao seu tutor. As espécies foram tanto de animais pet, os de fazenda e até selvagens
Humanização	170 (21,38%)	Havia animais usando fantasias temáticas, roupas, acessórios como óculos, comemorando aniversário, legendas em primeira pessoa, os tutores fazendo movimentos para dar um efeito de que eles estão fazendo algo, algumas pessoas se intitulavam como mãe e pai do animal e ainda interpretações de emoções como ciúmes, gratidão e tristeza. Houve animais pet, de fazenda e selvagens.
Total	795 (100%)	Houve interação entre os animais e as pessoas, ou outros animais, em diversas atitudes que podem levar a consequências ao bem-estar animal, sejam positivas ou negativas.

Fonte: Autor

Tabela 1- Frequências gerais dos animais

Espécie	Frequência
Canino	287 (34,41%)
Equino	206 (24,70%)
Felino	080 (9,59%)
Bovino	076 (9,11%)
Aves PET/ selvagens	050 (6,00%)
Porco	030 (3,60%)
Galinha	015 (1,89%)
Peixe	008 (0,96%)
Pônei	007 (0,84%)
Outros	089 (10,67%)
Total	834 (100%)

Fonte: Autor

A principal classificação foi humor e entretenimento, tendo mais da metade (55,22%) da frequência, depois os afetos entre humanos e os animais (23,39%) e a humanização dos animais (21,38%), tendo proximidade de porcentagem entre essas últimas. Na tabela 1, os animais mais verificados foram as espécies domésticas mais conhecidas e que as pessoas mais possuem apelo, mesmo que haja aves selvagens que estão amansadas e peixes também. Embora tal resultado seja apenas uma amostra de milhares de pessoas nesta rede social que criam milhares de conteúdos variados. No início, o aplicativo oferecia mais equinos e bovinos, já que estes eram os mais curtidos

por ser de interesse pessoal da área de pesquisa do autor, mais da metade para o final, o maior número foi de animais pet, principalmente os caninos, presentes em mais de 1/3 (34,41%) dos vídeos selecionados. Este resultado pode de fato refletir a realidade das interações humano-animal, pois as pessoas estão numa rede social como forma de se entreterem e o animal que as pessoas mais possuem contato é mesmo o cão.

A seguir, serão discutidas as classificações e o que foi observado em cada uma delas; identificando a alteridade dos humanos com os animais, inclusive as de forma indireta, e a questão de bem-estar animal.

3.2 AFETO

Nos vídeos classificados como afeto, as palavras-chave foram constituídas do comportamento do animal em relação ao carinho recebido do ser humano. Muitos animais demonstraram relaxamento e o comportamento mais visto foi de aceitar o afeto (57,96%; mas de certa forma, todos que não foram negativos, considerou-se que aceitaram o afeto), apenas 2,37% reagiram a não querer o afeto) como sair, mostrar os dentes, mordidas que machucaram as pessoas). Outros ainda não aceitaram o carinho em determinados lugares do corpo, ou aceitaram por determinado tempo, depois saíram. Algumas pesquisas colocam aceitação ou a rejeição da aproximação e/ou toque do ser humano como avaliação de bem-estar animal e da relação humano-animal, como nos trabalhos de Battini, Barbieri, Waiblinger e Mattiello (2016), de Rousing, Bonde, Badsberg e Sørensen (2004) e Rousing e Waiblinger (2004), o primeiro com caprinos e os demais com bovinos.

Na tabela 2, é possível verificar quais foram os principais comportamentos relacionados ao afeto que o ser humano dá. Em 4,75% iam ao encontro ao tutor, isto lembra muito o que o filósofo Spinoza pensou, que existem as emoções positivas e negativas, dependendo da forma que ocorrem, e ainda há a expectativa do encontro, em que a valência emocional depende do último encontro (AVEZEDO, 2017). Outro destaque foram as lambidas que, em vacas, pode ser um modo de demonstrar o comportamento afiliativo, isto é, uma possível forma de amizade entre elas (MACHADO; MACHADO FILHO; DAROS; MACHADO; HÖTZEL, 2020). Chamaram a atenção o ato de alguns estarem de olhos fechados (4,07%), as mordiscadas (3,05%) e os o fato de os animais ficarem próximos às pessoas, encostados (5,42%). Por fim, houve mais momentos com valência emocional positiva ou neutra (97,63%) do que negativa (2,37%), mesmo que as positivas sejam mais difíceis de serem classificadas assim, e por isto algumas não negativas foram classificadas como neutras.

Tabela 2- Frequência das palavras-chaves de atitudes dos animais presentes nos vídeos Tiktok classificados como *Afeto*.

Palavras-chave	Frequência
Aceita	142 (57,96%)
Encontro	014 (04,75%)
Olhos fechados	012 (04,07%)
Lambidas	011 (03,73%)
Mordiscadas	009 (03,05%)
Encosta/Próximo	016 (05,42%)
Negativo	007 (02,37%)
Outros	034 (11,53%)
TOTAL	245 (100%)

Fonte: Autor

Na tabela a seguir (tabela 3), nota-se que os principais animais foram as espécies domesticadas e que têm mais contato com o ser humano, sendo o equino (30,16%), o canino (25,40%) e o bovino (15,34%) os mais vistos, porém, há ainda outras espécies.

Tabela 3- Frequência dos animais nos vídeos classificados como *Afeto*.

Animal	Frequência
Equino	57 (30,16%)
Canino	48 (25,40%)
Bovino	29 (15,34%)
Aves Pet/Selvagem	20 (10,58%)
Porco	06 (03,17%)
Outros	29 (15,34%)
Total	189 (100%)

Fonte: Autor

Nos equinos, além dos citados anteriormente, foi destacada a questão do *grooming*, inclusive deles fazendo nas pessoas; também houve comportamentos como balançou a cauda, noutro, um cheirou a pessoa. Ainda, os equinos foram os que mais fizeram o comportamento de mordiscar (8 de 9 encontrados). Houve quatro vídeos em que o equino estava de olhos fechados. As lambidas e o mordiscar fazem parte do *grooming*, um comportamento de limpeza, mas que também mostra uma forma de afeto entre os animais (FRASER, 1992). No artigo de McGreevy, Oddie, Burton e McLean (2009), dentre os comportamentos sociais que os equinos fiseram com indivíduos da mesma espécie e com os seres humanos também se destacou o *gromming*. Outra pesquisa mostrou que os equinos tendem a se aproximar e seguir um ser humano conhecido, podendo indicar uma boa relação entre as duas espécies (MAROS; BOROSS; KUBINYI, 2010). Para verificar se os equinos possuem afeto pelos seres humanos, os pesquisadores Lundberg, Hartmann e Roth (2020) notaram que há ansiedade de separação em cavalos separados de humanos, ainda os humanos foram um ponto de segurança para os equinos, que diminuíram a frequência cardíaca quando estavam próximos de um ser humano,

inclusive, mas menos que de um estranho. Estes estudos podem indicar que há alguma forma de afeto dos cavalos em relação ao ser humano.

Já nos cães domésticos, não houve vídeos que chamaram a atenção além dos presentes na tabela 2.

Assim como nos bovinos, que se destacam pelos comentários gerados quando as pessoas veem o bovino em afeto positivo com o ser humano, alguns associavam os bovinos com os cães, como no caso dos vídeos da ovelha da tiktoker Cá Moreira (TREMURA, 2020), ou como sendo considerados membros da família. Mas, a maioria chegava na dissonância cognitiva, já que são animais tradicionalmente vistos como comida, ou outras funções para o ser humano, mas nos vídeos deste estudo são amigos dignos de afeto. O que lembra um pouco o livro *Holy Cow* do autor *David Duchovny* (2016), em que o leitor é levado a repensar suas relações com os animais, principalmente aos que servem de alimento, ao descrever a trajetória da vaca *Elsie* em sair da fazenda para um outro lugar, para autoconhecimento, embora de forma humanizada, muito do que foi escrito pode ser verificado em vacas reais, suas emoções, vida social e inteligência. Ainda, leva-se ao entendimento que o animal é apenas uma construção social, não o que ele é para ele mesmo. E com certeza há influências da reflexão ética no modo como os humanos os tratam e utilizam (PISA; ZANTUT; LEME, 2020).

Em relação aos afetos, os vídeos da rede social *tiktok* podem oferecer oportunidades de pesquisas de comportamento animal sobre a reação deles quando o ser humano faz um carinho, por exemplo. Neste estudo, os olhos fechados, lambidas e mordiscadas dos equinos podem ser um caminho para sugerir que os animais possuem afetos conosco, além de estudos na percepção do público sobre afeto e animais de consumo humano. Na questão dos objetivos do artigo, se pode dizer que um bom afeto é importante para o bem-estar do animal (PISA; TACITO; LEME, 2020), mas ele pode significar outra coisa para os seres humanos; uma forma das pessoas substituírem os afetos que teriam com outros humanos para os animais, isto é uma transferência na psicanálise, o que pode levar a uma antropomorfização prejudicial aos animais, mesmo que a capacidade de sentir afeto seja real (FERNANDES, 2015). Por fim, ainda pode ser um modo das pessoas terem um outro imaginário de alguns animais, que culturalmente apenas são vistos como alimentos. Ou ainda, mesmo que nem todas as pessoas acreditam que isto seja possível, como o treinador de cavalos Monty Roberts, que chega a chocar seus estudantes quando perguntam se ele pensa que os equinos sentem algo por eles e o encantador de cavalos responde que acredita que não (MOREIRA, 2012), assim como

algumas pessoas da comunidade acadêmica não acreditam no afeto dos animais para com humanos (BEKOFF, 2010).

3.3 HUMANIZAÇÃO

A humanização foi a classificação menos vista na coleta de vídeos, com os cães sendo os mais presentes (52,30%), depois os equinos (12,64%) e gatos (9,77%); já os demais podem ser conferidos na tabela 4.

Tabela 4- Frequência dos animais nos vídeos classificados como humanização

Animal	Frequência
Canino	91 (52,30%)
Equino	22 (12,64%)
Felino	17 (09,77%)
Bovino	06 (03,45%)
Porco	09 (05,17%)
Ave PET/Selvagem	11 (06,32%)
Outros	18 (10,34%)
Total	174 (100%)

Fonte: o Autor

As palavras-chaves desta classificação foram colocadas conforme se constituíam os vídeos coletados (tabela 5), com mais frequência para o uso de roupas (21,03%), fantasias (15,39%) e atitudes que as pessoas induziram o animal fazer, como movimentos em que os tutores pegavam os animais para fazerem uma cena (10,26%), assim como criar legendas como se o animal falasse em primeira pessoa (8, 72%) e festas de aniversário para os animais (4,10%). Contudo, em 40,51% dos vídeos nesta classificação, as pessoas colocaram os animais em diversas situações; como denominando emoções, por exemplo, atribuindo tristeza porque o animal estava com lágrimas nos olhos, assim como outros sentimentos, como gratidão e ciúmes. Lógico que os animais possuem emoções como a tristeza, mas não choram como o ser humano e, as emoções secundárias como gratidão e ciúmes podem ser mais difíceis de serem comprovadas cientificamente (PISA, 2020). Embora haja possibilidade de terem tais emoções (WOHLLEBEN, 2019). Em resumo, as pessoas os colocavam em diversas situações que não estavam de acordo com o comportamento natural dos animais, como a realização de trabalhos, estudo e esportes usando equipamentos humanos.

Tabela 5- Frequência das palavras-chaves nos vídeos classificados como humanização

Palavra-chave	Frequência
Roupa	41 (21,03%)
Fantasia	30 (15,39%)
Pessoa induz cena	20 (10,26%)

Primeira pessoa?	17 (08,72%)
Aniversário	08 (04.10%)
Outros	79 (40,51%)
Total	195 (100%)

Fonte: Autor

Ao analisar as palavras-chave nas três espécies mais presentes nesta classificação, pode-se notar que os cães foram os que mais utilizaram roupas, fantasias, estiveram com pessoas se movimentando e fizeram algo relativo às atividades humanas, mas também, se destacaram por serem tidos como filhos. Nos vídeos de felinos domésticos, não houve nada diferente do que já foi mostrado no geral, e dos equinos houve pessoas que pintaram sua cauda, cascos e crina. Em um vídeo, um equino foi buscar sua família em um incêndio, outro era sugestivo de comportamento anômalo e um destaque seria um vídeo em que a pessoa estava vestida de equino de hipismo e o equino estava vestido de pessoa, isto é, o cavalo estava em um devir-humano e a pessoa estava em um devir-equino. Esta questão do devir-animal foi estabelecida pelos filósofos *Deleuze* e *Guitarri*, que consiste na transformação do ser humano em animal, seja pelo viés do comportamento ou essência ou ainda, na aparência. Então, não apenas o animal pode ser antropomorfizado como o ser humano pode vir a se tornar um animal (PISA; LEME, 2020).

As implicações da humanização dos animais podem ser prejudiciais, mesmo que na maioria dos casos os animais participaram da proposta do ser humano de encenar para o *Tiktok*, mas houve um caso em que o animal apresentou desconforto ao utilizar a fantasia. Por outro lado, algumas delas podem ser vistas como enriquecimento ambiental, em que o ser humano utiliza situações de seu meio para ser mais criativo quando cria alguma situação para os animais, como no aniversário. Mesmo assim, como visto anteriormente, pode ser prejudicial para as pessoas e para os animais. Além de colocar os animais em risco de acidente em algumas situações. Ou ainda, a utilização de animais considerados exóticos ou selvagens como pet, assim como no afeto, mudam a visão com relação ao animal, como no caso de afeto por porcos e bovinos. Por isso, a sugestão de redes sociais como o *Tiktok* para pesquisa sobre animais não-humanos é realmente para também identificar o grau de bem-estar animal nas situações diversas em que o ser humano põe os animais, além do usual, com uma reflexão no campo filosófico da ética, para além dos indicadores. Também para se ter uma ideia de que se há respeito à dignidade do animal ou não. Assim como, mais pesquisas na questão das emoções dos animais podem ser realizadas usando-se os vídeos *Tiktok*, pois, além da

antropomorfização, há a antroponegação, quando as pessoas negam algo dos animais, como por exemplo as capacidades cognitivas e estados afetivos (KOHLENER, 2015).

3.4 HUMOR E ENTRETENIMENTO

Na classificação do humor e entretenimento, novamente o animal mais presente foi o cão (31,49%), seguido dos equinos (26,81%) e felinos (12,55%).

Tabela 7- Frequências dos animais nos vídeos classificados como humor e entretenimento

Animal	Frequência
Canino	148 (31,49%)
Equino	126 (26,81%)
Felino	059 (12,55%)
Bovino	041 (08,72%)
Porco	016 (03,40%)
Galinha	011 (02,34%)
Ave PET/Selvagem	019 (04,04%)
Outros	050 (10,64%)
Total	470 (100%)

Fonte: Autor

Na tabela a seguir (tabela 8), há as principais palavras-chaves dos conteúdos observados nos vídeos. Em primeiro lugar ficou a categoria “outros” com quase 2/3 do total (63,12%) e infelizmente não se pode comentar todos neste artigo pela grande variedade de situações. Houve desafios como dar pouca ração para os animais (1,84%), danças (1,43%), animais movimentados pelas pessoas (1,43%), alguns puxados pela pata (2,05%) e a há aqueles em que os seres humanos instigavam o medo nos animais (4,71%). Mas também houve as ações dos animais, como o atacar e o brincar, com 8,40% e 4,71%, respectivamente

Tabela 8- Frequência das palavras-chave nos vídeos classificados como humor e entretenimento

Palavras-chave	Frequência
Interação com animal	047 (09,63%)
Ataca o ser humano	041 (08,40%)
Brinca	023 (04,71%)
Pessoa instiga medo	023 (04,71%)
Comida	013 (02,66%)
Puxando patas	010 (02,05%)
Pouca ração	009 (01,84%)
Pessoa dança	007 (01,43%)
Pessoa movimenta	007 (01,43%)
Outros	308 (63,12%)
Total	488 (100%)

Fonte: Autor

Com a tabela 9 pode-se notar que a maioria foi considerada sugestiva de os animais estarem em emoções negativas, sejam elas raiva ou medo (38,70%), que foram assim considerados por apresentarem comportamentos que poderiam significar a valência emocional negativa, como o tipo da expressão facial, fuga, ataque ou mordidas ou ainda, pela situação, pois, as emoções estavam diretamente proporcionais à situação em que os animais estavam (BOISSY; MANTEUFFEL; JENSEN; MOE; SPRUIJT; KEELING; WINCKLER; FORKMAN; DIMITROV; LANGBEIN, 2007). Os comportamentos considerados anômalos, que também são considerados indicativos de um grau menor de bem-estar animal foram verificados em 2,01% das palavras-chaves. Já o oposto, que são as que podem ser vistas como emoções positivas, estavam em 16,56%, como em situações de afetos entre animais e relacionadas à comida (recompensa, satisfação etc.). Por outro lado, as pessoas observaram muito o comportamento animal, tanto o exploratório (5,59%) como as capacidades cognitivas (1,79%). Já o *flehmen* (FRASER, 1992) esteve presente em 1,79% dos vídeos, mas somente um deles foi considerado de acordo com a ciência (exploração olfativa), mesmo que tenha sido postado como uma piada, nas outras vezes eram consideradas um estado de alegria. Por fim, os que não foram compreendidos na emoção presente ou outro comportamento, o não informado, foi de 29,75%. Os outros foram de vocalização, deitar-se ao lado da pessoa, escolha de opção, atenção e observação do comportamento natural dos animais.

Tabela 9- Frequência das palavras-chave dos comportamentos e emoções nos vídeos classificados como humor e entretenimento

Comportamento/Emoções	Frequência
Negativo	173 (38,70%)
Não informado	133 (29,75%)
Positivo	079 (16,56%)
Exploratório	025 (05,59%)
Comportamento anormal	009 (02,01%)
Flehmen	008 (01,79%)
Ação envolvendo cognição	008 (01,79%)
Outros	012 (02,69%)
Total	447 (100%)

Fonte: Autor

Ao olhar estes dois últimos quadros, pode-se pensar que as atitudes das pessoas foram nada engraçadas para os animais. Como por exemplo, para as galinhas, que foram incomodadas com pessoas que se aproximavam de seus ovos ou pintinhos, em um vídeo uma pessoa deu *nuggets* de frango para elas comerem e um outro, um galo foi cantar e uma criança o impediu colocando a mão no pescoço do animal. Com os bovinos, havia

peessoas que instigavam os animais, algumas pessoas se aproximavam de um grupo e começavam a correr atrás deles; outras simulavam ataques a elas. Mas o oposto também foi visto, como na interação entre o animal e bebês ou crianças, como foi visto com porcos. Embora em um vídeo da classificação “instiga medo”, houve quem filmou uma boa interação social, com brincadeiras e um até dormiu com leitões. Tanto suínos como bovinos tiveram devir-cão, isto é, vistos além de sua função de servir de alimento para as pessoas, mas como pets. Para as galinhas, a proporção de negativo e positivo foi de 7:2; enquanto para os bovinos e suínos, foram de 16:7 e 2:4, respectivamente.

Nas três espécies mais frequentes, foi visto que os caninos tiveram mais emoções negativas (54) do que positivas (16). Neles, foi observado vídeos de desafios, como aqueles em que as pessoas colocavam pouca ração no pote para ver a reação dos cães; houve aqueles que estavam agressivos, outros que olhavam para seu tutor e os que procuraram mais alimento em volta. Esta espécie teve muita variedade de vídeos, inclusive um que praticava coito com outra espécie animal, pessoas que faziam sanduíches com filhotes, cães interagindo com outros animais de forma positiva, havia pessoas que faziam seus cães se assustarem, entre outros. Nos equinos, houve a questão do *flehmen* (FRASER, 1992) interpretado erradamente como risada, brincadeiras, enriquecimento ambiental, pessoa tentando montar mas ele não deixando, pessoas montadas fazendo com que ele pulasse, uma doma violenta, o *grooming* (FRASER, 1992), espojar, apresentação de objeto novo em seu ambiente, eles tentando abrir uma porta etc; mas, os destaques entre os equinos são os comportamentos agressivos e repetitivos na baias, uma pessoa agrediu o cavalo por acidente ao fazer uma dança e outra fez um vídeo jogando água em seu animal, em ambos os animais mostraram desconforto na situação. Vieira (2015) mostrou em sua pesquisa que a maioria das pessoas que responderam ao questionário afirmaram que seus equinos possuíam problemas de comportamento, contudo, a maioria também não demonstrou que isso seria um problema de bem-estar; talvez isso sugere o motivo das pessoas postarem vídeos de animais em situação de estresse, agressividade e movimentos repetitivos sem discutir a saúde e a ética disto. Ou ainda, uma falta de informação sobre o tema, pois as pessoas pareciam interessadas oferecer uma vida adequada aos animais, mas não sabiam como. A proporção nesta espécie ficou com 44:35, negativo e positivo. Por último, o gato doméstico, que além dos já vistos no geral, houve os destaques de uma pessoa com atitudes românticas com um gato, beijando-o, entre outras cenas de interação com outros animais, objeto

novo, vendo peixes no aquário, e outros. Tendo 21:3 de proporção entre negativo e positivo.

A principal implicação para o bem-estar animal, nesta classificação, é que nem todo o humor, ou forma de entretenimento para as pessoas, é algo positivo para os animais. De forma geral, a valência negativa dos vídeos foi de 68,65% e positiva, 31,35%, que é menos da metade. Embora haja mais observações das capacidades emocionais positivas, sociais e cognitivas dos animais, mesmo que em uma situação de graça, a grande parte dos vídeos não são favoráveis à boa qualidade de vida dos animais.

Em resumo, algo ruim para os animais virou humor para as pessoas. Pode-se pensar que o riso pode ser uma forma de mostrar relação entre opressor e oprimido, pois há quem ri e quem é o motivo do riso. Na vida social humana, o racismo pode ser usado como exemplo; desde a época da primeira república (ALMEIDA; SILVA, 2013, OLIVEIRA NETO, 2015) e os dias atuais, o negro como motivo de riso. De certa forma o risível contribui para que haja o impedimento do pensamento reflexivo, isto é, leva à banalidade do mal, conceito descrito pela Hannah Arendt. Nesse conceito, pessoas comuns fazem maldades por não terem um momento para pensar o que é certo ou errado, há como ela chama, de *esvaziamento do pensamento*. O exemplo seria o Eichmann, uma pessoa que atuou em campo de concentração, escolhendo como as pessoas iriam morrer e como. Ele era um cidadão comum, mas como ele não pensava, era também um homem cínico que se comunicava por clichês; era um palhaço (ANDRADE, 2010) e parece que é isto que as pessoas viram quando estão nesta rede social, a necessidade de rir a todo custo, sem qualquer tipo de pensamento ético. Porém, o humor é uma necessidade, é antítese do trágico, sendo um modo de lidar com lado ruim da vida (MORAIS, 2008). Portanto, esta classificação também implica na banalização do mal que o ser humano comum pode fazer com os animais, o sofrimento dos animais e problemas comportamentais. Além de não saber interpretar corretamente o comportamento natural dos animais. Por outro lado, há também os vídeos de afetos positivos, enriquecimento ambiental, brincadeiras e a atenção para as capacidades cognitivas e emocionais dos animais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rede social *Tiktok* possui milhares de vídeos postados por pessoas comuns, que criam conteúdos diversos para entreter as pessoas e em alguns destes vídeos há participação dos animais, assim como qualquer forma de arte. Os animais participam dos vídeos de modos diversos, de acordo com a vontade das pessoas, por isto, é essencial que haja algum tipo de pensamento reflexivo para garantir que eles tenham sua dignidade e saúde integral garantidas, pois, como foi visto durante este artigo, muitos vídeos podem implicar negativamente no grau de bem-estar dos animais. Nesta rede social, há a dualidade, não é somente algo negativo, mas pode ser um modo de ver os animais além das funções que desempenham na sociedade e a uma maior visão de sua subjetividade e inteligência no âmbito do público leigo. Por estes motivos, são sugeridas pesquisas no campo do comportamento e bem-estar animal e da bioética, além da psicanálise, filosofia, ciências humanas e outras; considerando este um conteúdo popular (redes sociais) que pode ser uma fonte de criatividade para os pesquisadores, professores e intelectuais. Por fim, sugere-se que estes últimos estejam mais presentes nas redes sociais, produzindo algo para ajudar as pessoas a terem uma alteridade melhor com os animais, dentro de um contexto harmônico com o ambiente em geral.

AGRADECIMENTOS

A CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior).

CONFLITOS DE INTERESSES

Os autores declaram que não há conflitos de interesse.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Silvia Capanema; SILVA, Rogério Sousa. Do (in)visível ao risível: o negro e a. **Estudos Históricos (Rio de Janeiro)**, [S.L.], v. 26, n. 52, p. 316-345, dez. 2013. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-21862013000200004>.

ANDRADE, Marcelo. A banalidade do mal e as possibilidades da educação moral: contribuições arendtianas. **Revista Brasileira de Educação**, [S.L.], v. 15, n. 43, p. 109-125, abr. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1413-24782010000100008>.

AZEVEDO, Livia Godinho Nery Gomes. Ethics of joy and encounter: elucidations of spinoza and psychodramatic perspectives. **Revista Brasileira de Psicodrama**, [S.L.], v. 25, n. 1, p. 78-85, 2017. Federação Brasileira de Psicodrama. <http://dx.doi.org/10.15329/2318-0498.20170009>.

BATTINI, Monica; BARBIERI, Sara; WAIBLINGER, Susanne; MATTIELLO, Silvana. Validity and feasibility of Human-Animal Relationship tests for on-farm welfare assessment in dairy goats. **Applied Animal Behaviour Science**, [S.L.], v. 178, p. 32-39, maio 2016. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.applanim.2016.03.012>.

BAUTISTA-HOBIN, Elena Maria. **Instagram and Adoption Rates: The Impact of Proactive Social Media on Adoption Rates at the Arizona Animal Welfare League & SPCA**. 2015. 41 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Barrett, The Honors College, Arizona State University, Arizona, 2015.

BEKOFF, Marc. **A vida emocional dos animais: alegria, tristeza e empatia dos animais: um estudo científico capaz de transformar a maneira como os vemos e os tratamos**. São Paulo: Cultrix, 2010. 208 p.

BOISSY, Alain; MANTEUFFEL, Gerhard; JENSEN, Margit Bak; MOE, Randi Oppermann; SPRUIJT, Berry; KEELING, Linda J.; WINCKLER, Christoph; FORKMAN, Björn; DIMITROV, Ivan; LANGBEIN, Jan. Assessment of positive emotions in animals to improve their welfare. **Physiology & Behavior**, [S.L.], v. 92, n. 3, p. 375-397, out. 2007. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.physbeh.2007.02.003>.

BUDDLE, E. A.; BRAY, H. J.; PITCHFORD, W. S.. Keeping it 'inside the fence': an examination of responses to a farm-animal welfare issue on twitter. **Animal Production Science**, [S.L.], v. 58, n. 3, p. 435-444, 2018. CSIRO Publishing. <http://dx.doi.org/10.1071/an16634>.

BUDDLE, Emily A.; BRAY, Heather J.; ANKENY, Rachel A.. Why would we believe them? Meat consumers' reactions to online farm animal welfare activism in Australia. **Communication Research And Practice**, [S.L.], v. 4, n. 3, p. 246-260, 20 mar. 2018. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/22041451.2018.1451209>.

VIDELA, M. D. (2017). El antropomorfismo en la relación humano-perro de compañía: ¿Recurso o indicador de patología? In: VIDELA, M.D.; OLARTE, M. A. **Antrozoología. Potencial recurso de intervención clínica** (pp. 49-64). Buenos Aires: Editorial de la Universidad Flores.

- FRASER, A. (1992). *The Behaviour of the horse*. Wallingford: Cab Internacional.
- KOHLER, F. Antropologia e etologia: uma abordagem conceitual. **Revista Antropologia da UFSCAR**, São Carlos, v.7, n.1, p. 170-192, jan-junho, 2015.
- LINNÉ, Tobias. Cows on Facebook and Instagram. **Television & New Media**, [S.L.], v. 17, n. 8, p. 719-733, ago. 2016. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/1527476416653811>.
- LUNDBERG, Paulina; HARTMANN, Elke; ROTH, Lina S.V.. Does training style affect the human-horse relationship? Asking the horse in a separation–reunion experiment with the owner and a stranger. **Applied Animal Behaviour Science**, [S.L.], v. 233, p. 105144, dez. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.applanim.2020.105144>.
- MACHADO, Thiago Mombach Pinheiro; MACHADO FILHO, Luiz Carlos Pinheiro; DAROS, Ruan Rolnei; MACHADO, Gabriela Tasso Bongiolo Pinheiro; HÖTZEL, Maria José. Licking and agonistic interactions in grazing dairy cows as indicators of preferential companies. **Applied Animal Behaviour Science**, [S.L.], v. 227, p. 104994, jun. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.applanim.2020.104994>.
- MAROS, Katalin; BOROSS, Barbara; KUBINYI, Enikő. Approach and follow behaviour – possible indicators of the human–horse relationship. **Interaction Studies**, [S.L.], v. 11, n. 3, p. 410-427, 17 nov. 2010. John Benjamins Publishing Company. <http://dx.doi.org/10.1075/is.11.3.05mar>.
- MCGREEVY, P.D.; ODDIE, C.; BURTON, F.L.; MCLEAN, A.N.. The horse–human dyad: can we align horse training and handling activities with the equid social ethogram?. **The Veterinary Journal**, [S.L.], v. 181, n. 1, p. 12-18, jul. 2009. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tvjl.2009.03.005>.
- MORAIS, Marília Brandão Lemos. Humor e Psicanálise. **Estudos de Psicanálise**, Salvador, v. 1, n. 31, p. 113-124, out. 2008.
- OLIVEIRA NETO, Marcolino Gomes de. Entre o grotesco e o risível: o lugar da mulher negra na história em quadrinhos no Brasil. **Revista Brasileira de Ciência Política**, [S.L.], n. 16, p. 65-85, abr. 2015. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0103-335220151604>.
- ÖSTRING, Christina. **Instagram usage in animal rescue associations**. 2020. 60 f. Tese (Doutorado) - Curso de Multilingual Managements Assistants, Haaga-Helia, Helsinki, 2020.
- PISA, J.P.N. (2020). A Relação Humano-Cavalo: Análise Científica e Literária das Emoções dos Equinos em dois Clássicos da Literatura. **Dissertação de mestrado**, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis.
- PISA, João Paulo Novelletto; JANSEN, Sharon Muriel Zantut; LEME, Denise Pereira. A bovinidade e as suas consequências para a humanidade- Análise crítica do livro de ficção

“Holy Cow” (Duchovny, 2016). **Research, Society And Development**, [S.L.], v. 9, n. 8, p. e491985887, 18 jul. 2020. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i8.5887>.

PISA, João Paulo Novelletto; TACITO, Jorge Luiz Conte; LEME, Denise Pereira. Afetividade e emoções de personagens-cavalos em dois livros da literatura mundial. **Research, Society And Development**, [S.L.], v. 9, n. 8, p. e880986528, 1 ago. 2020. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i8.6528>.

PISA, João Paulo Novelletto; LEME, Denise Pereira. Equinomorfização do ser humano. **Multidisciplinary Reviews**, [S.L.], v. 3, n. 3, p. 1-4, 28 set. 2020. Even3. <http://dx.doi.org/10.29327/multi.2020018>.

PISA, João Paulo Novelletto; LEME, Denise Pereira. “O cavalo líquido”: Como a filosofia contribui para a Medicina Veterinária. **Multidisciplinary Reviews**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 1-4, 2021. Even3. <http://dx.doi.org/10.29327/multi.2021001>

ROUSING, Tine; BONDE, Marianne; BADSBURG, Jens Henrik; SØRENSEN, Jan Tind. Stepping and kicking behaviour during milking in relation to response in human–animal interaction test and clinical health in loose housed dairy cows. **Livestock Production Science**, [S.L.], v. 88, n. 1-2, p. 1-8, jun. 2004. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.livprodsci.2003.12.001>.

ROUSING, T; WAIBLINGER, S. Evaluation of on-farm methods for testing the human–animal relationship in dairy herds with cubicle loose housing systems—test–retest and inter-observer reliability and consistency to familiarity of test person. **Applied Animal Behaviour Science**, [S.L.], v. 85, n. 3-4, p. 215-231, mar. 2004. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.applanim.2003.09.014>.

TREMURA, Denise (2020). **Vida de pet: com vídeos de sua rotina, ovelha encanta do TikTok ao Twitter**. Disponível em < <https://www.uol.com.br/tilt/colunas/denise-tremura/2020/10/15/com-videos-de-sua-rotina-ovelha-brasileira-encanta-do-tiktok-ao-twitter.htm?>> Acessado em 18 de Janeiro de 2020 às 15h.

VIEIRA, Michele Cristina. Percepções de práticas de manejo em estabelecimentos equestres quanto à influência dessas práticas para o bem-estar de equinos. 2015. 100 f. **Dissertação (Mestrado)** - Curso de Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

WOHLLEBEN, Peter. **A Vida Secreta dos Animais: Amor, Tristeza e compaixão**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

WONNEBERGER, Anke; HELLSTEN, Iina R.; JACOBS, Sandra H. J.. Hashtag activism and the configuration of counterpublics: dutch animal welfare debates on twitter. **Information, Communication & Society**, [S.L.], p. 1-18, 4 fev. 2020. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118x.2020.1720770>.