

CIBERCULTURA E A RESSIGNIFICAÇÃO/RECONFIGURAÇÃO DAS RELAÇÕES HOMEM-ANIMAL: NOVAS PERSPECTIVAS DE INTERAÇÃO NA ERA DIGITAL

CYBERCULTURE AND THE RESIGNIFICATION/RECONFIGURATION OF HUMAN-ANIMAL
RELATIONS: NEW PERSPECTIVES OF INTERACTION IN THE DIGITAL AGE

Danusa Balthazar de Andrade¹
Maristela Carneiro²

RESUMO: A cibercultura tem transformado significativamente as relações entre humanos e animais, promovendo novas formas de interação, representação e entendimento interespecie. Este artigo explora como as tecnologias digitais, em particular as redes sociais, contribuíram para a reconfiguração das relações homem-animal, destacando o fenômeno dos "pet influencers," a humanização dos animais e o papel do ciberpoder na construção dessas narrativas. A análise abrange os aspectos éticos, sociais e culturais envolvidos na exposição e comercialização dos animais na era digital, discutindo as oportunidades e desafios presentes na promoção de práticas de convivência interespecie mais responsáveis e respeitadas, pois considera-se que o avanço tecnológico deve ser acompanhado de uma reflexão ética contínua para que as novas formas de interação enriqueçam, em vez de empobrecer, os laços entre humanos e animais.

Palavras-chave

Cibercultura; Relações interespecíes; Pet influencers; Humanização dos animais; Ciberpoder; Redes sociais.

ABSTRACT

The digital culture has significantly transformed the relationships between humans and animals, fostering new forms of interaction, representation, and interspecies understanding. This article explores how digital technologies, particularly social networks, have contributed to the reconfiguration of human-animal relationships, highlighting the phenomenon of "pet influencers," the humanization of animals, and the role of cyberpower in constructing these narratives. The analysis covers the ethical, social, and cultural aspects involved in the exposure and commercialization of animals in the digital era, discussing the opportunities and challenges present in promoting more responsible and respectful interspecies coexistence practices.

Keywords

Cyberculture; Interspecies relations; Pet influencers; Animal humanization; Cyberpower; Social networks.

1. Mestre em Educação pelo Programa de Pós-graduação em Educação da UFMT. Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea –ECCO, da UFMT. Professora no curso de Direito do Centro Universitário de Várzea Grande. Ativista dos direitos dos animais.

2. Professora do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea –ECCO/UFMT, Doutora em História/UFG, Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea – ECCO/UFMT, Coordenadora do Núcleo de Estudo do Contemporânea –NEC/UFMT, Brasil.
e-mail: Maristelacarneiro86@gmail.com

INTRODUÇÃO

A evolução das tecnologias digitais e a ascensão da cibercultura têm transformado profundamente a forma como os seres humanos se relacionam com o mundo e consigo mesmos, reconfigurando não apenas as interações sociais, mas também as relações interespecies. A cibercultura, conceito cunhado por Pierre Lévy (2010), se refere ao conjunto de técnicas, práticas, atitudes e modos de pensamento que surgem com a sociedade digital, impactando diretamente a vida humana. Os diversos aspectos da cibercultura têm se desdobrado para além das relações humanas, afetando também o modo como os seres humanos interagem com o mundo natural. Neste contexto, a presença dos animais nas redes sociais tornou-se um fenômeno que ultrapassa o mero entretenimento, revelando aspectos fundamentais sobre a maneira como os humanos compreendem, representam e interagem com outras espécies.

A relação entre humanos e animais, historicamente fundamentada em práticas de convivência física e interação direta orientadas sobretudo por critérios de utilidade tem se reconfigurado sensivelmente por meio das novas tecnologias digitais. O surgimento de perfis de "pet influencers," por exemplo, reflete a reconfiguração dessas relações e evidencia como a tecnologia permitiu a construção de novas narrativas que atribuem a algumas espécies de animais (mais que a função de animais de companhia) papéis de destaque no ambiente digital.

A cibercultura, entendida como o conjunto de práticas, hábitos e formas de pensar que emergem com a popularização das tecnologias digitais e da internet (ALVES, 2017), possibilita a criação de identidades múltiplas e a expressão de subjetividades que antes eram limitadas ao espaço físico. Nesse sentido, a representação dos animais no ambiente digital não é apenas um reflexo de práticas culturais, mas também um fator que influencia a forma como as pessoas constroem suas próprias identidades e interagem com outras espécies. Ao atribuir características humanas aos animais e ao permitir que eles se tornem protagonistas em plataformas digitais, a cibercultura promove a ressignificação das relações interespecies, desafiando fronteiras tradicionais entre o humano e o não-humano.

Diante desse cenário, o presente artigo busca analisar como a cibercultura tem ressignificado e até mesmo reconfigurado as relações entre humanos e animais, destacando o fenômeno dos "pet influencers," a humanização dos animais e o papel do ciberpoder na construção dessas narrativas. A abordagem adotada parte de uma perspectiva interdisciplinar, incorporando contribuições da comunicação social, sociologia, estudos culturais e ética para compreender os impactos e as implicações da presença dos animais no ambiente digital. Ao longo do trabalho, serão discutidos os desafios e oportunidades que a cibercultura apresenta

para a promoção de uma convivência interespecie mais ética, responsável e respeitosa.

A necessidade de investigar esse fenômeno torna-se evidente quando consideramos que a exposição dos animais nas redes sociais não apenas influencia a forma como eles são percebidos e tratados, mas também impacta questões mais amplas, como o bem-estar animal, a mercantilização de suas imagens e a formação de comunidades virtuais que compartilham práticas e valores relacionados ao cuidado e respeito pelos pets. Conforme apontado por Santaella (2003), a cibercultura nos convida a repensar as formas de interação e coexistência com outras espécies, abrindo espaço para reflexões sobre os limites éticos e sociais envolvidos na representação e na utilização dos animais no ambiente digital.

Portanto, este artigo se propõe a responder a questões como: de que maneira a cibercultura tem transformado as relações entre humanos e animais? Quais são as implicações éticas e sociais da presença dos "pet influencers" nas redes sociais? E como o ciberpoder influencia a forma como os animais são representados e percebidos no ambiente digital? A partir dessas questões, busca-se contribuir para uma compreensão mais aprofundada das transformações que a cibercultura trouxe para as relações interespecie, bem como para a promoção de práticas que valorizem a empatia, a responsabilidade e o respeito no convívio com os animais.

Para responder as questões acima elencadas, inicialmente é preciso entender o fenômeno da cibercultura que representa uma das mais significativas transformações da contemporaneidade, impactando profundamente a maneira como os seres humanos interagem, comunicam-se e relacionam-se com o mundo ao seu redor. Segundo Marco Antônio Sousa Alves (2017), a cibercultura não é apenas um reflexo do avanço tecnológico, mas um conjunto de práticas, hábitos e formas de pensar que emergiram com o desenvolvimento e a popularização das tecnologias digitais e da internet. Ela altera os modos de existência, a sociabilidade e as formas de subjetivação na era digital, resultando em novas formas de ser e agir que afetam não apenas os seres humanos, mas também as interações com outras espécies, incluindo os animais.

A partir do entendimento de Alves (2017), a cibercultura deve ser compreendida como um campo de práticas sociais que não se restringe à mera utilização de dispositivos tecnológicos, mas que abrange uma série de transformações nos modos de agir, sentir e pensar da sociedade contemporânea. Ela provoca uma reconfiguração dos modos de existência e dos laços sociais, ao criar um ambiente onde a comunicação é mediada pelas tecnologias digitais, permitindo a expressão de subjetividades diversas e a construção de identidades múltiplas. Este

ambiente favorece o surgimento de novas formas de relação interespecies, na medida em que seres humanos e animais passam a interagir e coexistir em um espaço híbrido, onde o físico e o virtual se entrelaçam.

No contexto da cibercultura, as interações entre humanos e animais são amplificadas e ressignificadas. O ambiente digital torna-se um espaço onde os animais de estimação ganham voz, presença e visibilidade, passando a ocupar um papel ativo na construção de narrativas e na expressão de afetos. Plataformas como Instagram e Tik Tok estão repletas de perfis dedicados exclusivamente a pets, onde os animais se tornam protagonistas de narrativas virtuais que alcançam milhares, às vezes milhões de seguidores.

De acordo com Lucia Santaella (2003), a cultura digital dissolve as fronteiras entre o humano e o não-humano, permitindo que os animais assumam um protagonismo antes restrito ao convívio doméstico e ao ambiente privado. Por meio das redes sociais, os animais passam a fazer parte de um processo de subjetivação digital, onde são apresentados como membros da família, amigos ou companheiros que compartilham a vida e as experiências cotidianas com seus donos.

Essa nova dinâmica de interação interespecie é visível no fenômeno dos "pet influencers," que são animais que possuem perfis próprios nas redes sociais e acumulam seguidores, curtidas e parcerias comerciais. Segundo o estudo de Alves e Steyer (2019), os "pet influencers" representam uma das manifestações mais evidentes da forma como a cibercultura transformou a relação entre humanos e animais. Ao ocupar um espaço nas redes sociais, os animais deixam de ser meros objetos de afeição e tornam-se sujeitos de uma narrativa digital que reflete e, ao mesmo tempo, molda a forma como os humanos se relacionam com outras espécies. Perfis de animais de estimação nas redes sociais permitem que os donos compartilhem aspectos da vida de seus pets com um público global, criando uma espécie de "pet-sharing", onde a vida do animal é observada, comentada e até mesmo monetizada. Para Lévy (2010), isso exemplifica o fenômeno de "comunicação desmaterializada", onde as interações, mesmo afetivas, se deslocam para o espaço virtual, transformando a relação com o animal em algo que vai além da convivência física.

Essa visibilidade digital permite que os animais desempenhem um papel ativo na sociedade, influenciando comportamentos, práticas e valores relacionados ao cuidado e ao respeito e, além disso, também introduz novas possibilidades de representação e identificação com os animais.

As redes sociais oferecem um espaço onde os animais podem ser apresentados de

maneira personalizada, com características, gostos e traços de personalidade que remetem à experiência humana. Essa prática, conhecida como antropomorfização, é uma característica marcante da cultura digital e reflete a forma como os seres humanos buscam projetar em seus animais de estimação aspectos de si mesmos e de suas próprias identidades. Santaella (2003) argumenta que essa antropomorfização digital é uma forma de aproximação entre o humano e o não-humano, onde os animais passam a ser vistos como sujeitos de sentimentos, emoções e experiências que se assemelham às dos humanos. Segundo Sherry Turkle (2011), a cibercultura oferece uma “versão editada” das interações, onde o controle sobre a narrativa é quase absoluto, permitindo que os indivíduos criem versões idealizadas de si mesmos e, agora, de seus animais de estimação.

No entanto, essa nova forma de interação e representação dos animais na cibercultura também levanta questões importantes sobre a objetificação e a mercantilização dos seres vivos, em especial dos pets. A presença dos animais nas redes sociais pode, em alguns casos, transformá-los em objetos de consumo, moldados para atender às expectativas e desejos do público. Alves (2017) alerta que a exposição constante dos animais no ambiente digital pode resultar na criação de padrões estéticos e comportamentais que desconsideram a natureza e as necessidades dos próprios animais, reduzindo-os a meros produtos ou ferramentas de entretenimento. Esse processo de objetificação é uma das implicações mais desafiadoras da cibercultura, pois envolve a transformação de seres vivos em elementos de uma narrativa digital que pode desconsiderar sua dignidade, autonomia e bem-estar.

A reflexão sobre o surgimento da cibercultura e suas implicações nas relações interespecies evidencia a necessidade de repensar a forma como os animais são apresentados e tratados no ambiente digital. Ao mesmo tempo em que as tecnologias digitais oferecem oportunidades para a criação de laços de afeto, cuidado e respeito, elas também apresentam riscos de exploração e manipulação que podem comprometer a integridade dos animais não humanos. A cibercultura, portanto, apresenta-se como um campo de possibilidades e desafios que exige uma abordagem ética e consciente por parte dos usuários das redes sociais, influenciadores e organizações que atuam na área de proteção e bem-estar animal.

PET INFLUENCERS: A RECONFIGURAÇÃO DAS RELAÇÕES E AS EXPOSIÇÃO DOS ANIMAIS

Historicamente, a relação entre humanos e animais esteve ancorada em aspectos físicos e emocionais diretos. Animais de estimação, como cães e gatos, ocupavam um espaço importante na vida cotidiana das pessoas, oferecendo companhia, afeto e uma sensação de proximidade física. Entretanto, com a evolução das tecnologias digitais, essa interação começou a ser mediada por novos meios, levando a uma reconfiguração/ressignificação dessa relação.

O surgimento dos "pet influencers" nas redes sociais é um dos fenômenos mais marcantes da cibercultura, conforme anteriormente mencionado, é um reflexo claro de como as tecnologias digitais reconfiguraram as relações entre humanos e animais, representando um novo capítulo na forma como os animais são percebidos, tratados e apresentados na sociedade contemporânea, onde a presença nas redes sociais confere a eles um protagonismo que transcende o papel de simples companheiros ou mascotes. Os "pet influencers" são animais que, por meio de perfis próprios em plataformas digitais como Instagram, TikTok e Facebook, acumulam um grande número de seguidores e se tornam figuras influentes na internet. Pode-se mencionar, como exemplo, o caso da cachorrinha Estopinha, que possui 816 mil seguidores no Instagram e que acabou falecendo no início do ano de 2024, em razão da idade; seu velório foi transmitido pela internet e causou grande comoção, chegando a ter mais de um milhão de pessoas assistindo, inclusive esta pesquisadora. Ou também o caso da Pit Bull Zara, que se apresenta na sua bio como "Bloguerinha Pet" e acumula 774 mil seguidores, estando sempre com laços enormes na cabeça e um terço no pescoço para proteção.

Segundo Alves e Steyer (2019), esses animais, gerenciados por seus tutores ou equipes especializadas, conseguem engajar um público diversificado, que se identifica com suas histórias, expressões e comportamentos, atribuindo-lhes características humanas e, muitas vezes, transformando-os em celebridades digitais. A partir dessa dinâmica, os pets passam a exercer influência sobre comportamentos, estilos de vida e até mesmo sobre a comercialização de produtos, demonstrando como a cibercultura modificou as formas de interação interespecies. No ambiente da cibercultura, os "pet influencers" simbolizam a convergência entre o humano e o não-humano, onde os animais de estimação assumem papéis que vão além do convívio doméstico, participando de campanhas publicitárias, eventos e iniciativas que antes eram exclusivas dos seres humanos. Como aponta Santaella (2003), essa presença nas redes sociais torna os animais parte integrante da cultura midiática contemporânea, tornando-se

produtores de conteúdo, contribuindo para a construção de narrativas que refletem aspectos da vida humana, como a busca por pertencimento, afeto e reconhecimento.

A popularidade dos "pet influencers" é influenciada pelo ciberpoder, um conceito que Alves (2017) descreve como a capacidade de moldar e direcionar as práticas e representações no ambiente digital. As plataformas de redes sociais utilizam algoritmos que privilegiam certos tipos de conteúdo, o que faz com que determinadas características dos animais sejam amplificadas e se tornem tendências, enquanto outras são deixadas de lado. Animais que apresentam traços considerados "fofos", "engraçados" ou que possuem características incomuns tendem a ganhar mais destaque, reforçando um padrão de representação que nem sempre reflete a diversidade e a complexidade da relação interespecie.

Essa visibilidade conferida pelos algoritmos também resulta em uma série de implicações sociais e culturais, pois, se por um lado, os "pet influencers" contribuem para a criação de comunidades virtuais que se identificam com o amor e o cuidado pelos animais, promovendo a troca de experiências, dicas de cuidados e práticas responsáveis, por outro lado a popularidade desses animais também pode levar à sua objetificação e mercantilização, transformando-os em produtos que são utilizados para fins comerciais e que muitas vezes são submetidos a situações desconfortáveis ou estressantes em busca de likes, engajamento e reconhecimento digital.

Alves e Steyer (2019) destacam que, ao se tornarem influenciadores digitais, os animais de estimação passam a ser utilizados como instrumentos de marketing, o que levanta questões éticas sobre o seu bem-estar e sobre o tipo de relação que se estabelece com eles no ambiente digital. Muitos tutores de "pet influencers" investem na criação de uma identidade digital para seus animais, construindo narrativas que vão ao encontro das expectativas do público e que, em alguns casos, podem comprometer a autonomia e a dignidade dos pets. Essa exposição constante pode impactar negativamente o comportamento e a saúde dos animais, que são forçados a se adaptar a um estilo de vida que não corresponde às suas necessidades naturais, e muitas vezes transformando o cuidado e a convivência em uma atividade performática, voltada apenas para a validação pública.

No entanto, é importante reconhecer que os "pet influencers" também desempenham um papel significativo na sensibilização e educação sobre o cuidado e o respeito aos animais. Muitas vezes, esses perfis promovem campanhas de adoção, resgate e conscientização sobre práticas responsáveis, utilizando a visibilidade e o alcance que possuem para mobilizar seus seguidores em prol do bem-estar animal. A presença de animais com deficiência, resgatados ou

que passaram por situações de maus-tratos nas redes sociais contribui para a formação de uma consciência coletiva sobre a importância de tratar os animais com dignidade e respeito, como por exemplo o caso da Golden Retriever Olivia, que se identifica na sua bio como “Paraplégica e feliz” e possui 738 mil seguidores, passando uma mensagem de que um animalzinho com paraplegia, e sua cadeirinha de rodas, no caso cor de rosa, pode dar muito amor e ter uma vida muito próxima da normalidade, desde que cercada, como no caso dela, de pais/tutores sensíveis e dedicados a superar os obstáculos físicos que existirão por toda a sua vida.

Santaella (2003) ressalta que a cultura digital possibilita a criação de novos espaços de expressão e interação, onde os animais são capazes de transmitir mensagens e valores que transcendem sua própria experiência. Ao participar de campanhas, ações de caridade e atividades educativas, os “pets influencers” se tornam agentes de transformação social, desafiando preconceitos e promovendo uma visão mais inclusiva e empática da relação interespecie.

Outro aspecto relevante é a forma como os “pet influencers” impactam a economia e a indústria pet. O mercado pet tem se adaptado às tendências da cibercultura, desenvolvendo produtos e serviços que atendem às demandas e expectativas dos seguidores desses animais. Marcas de ração, brinquedos, acessórios e até mesmo produtos de moda, como por exemplo a Petlove Brasil, passaram a utilizar os “pet influencers” como embaixadores, aproveitando sua popularidade para alcançar novos públicos e consolidar sua presença no mercado digital. Essa relação comercial, entretanto, reforça a necessidade de refletir sobre os limites entre a valorização do animal como um ser vivo e a exploração de sua imagem como uma ferramenta de marketing. Essa monetização das interações levanta questões sobre o papel dos animais nesse contexto. Será que os pets, ao serem transformados em celebridades digitais, mantêm sua identidade original como companheiros afetivos, ou tornam-se meros objetos de exposição com valor mercadológico, gerando renda para seus donos?

Por fim, outro ponto a ser considerado é o impacto psicológico dessas interações nas próprias pessoas que seguem e interagem com os perfis de pets nas redes sociais, uma vez que a exposição constante de animais em ambiente idealizados pode criar uma noção nada realista do que significa possuir e cuidar de um pet. Perfis altamente bem sucedidos digitalmente podem estabelecer padrões impossíveis de alcançar para donos de animais no mundo real, gerando frustrações e até mesmo uma pressão social para que os pets sejam apresentados em sua melhor versão. Isso transforma o cuidado animal em uma performance pública, onde o sucesso da relação homem-animal é medido pela popularidade online, em vez de vínculo afetivo e genuíno

estabelecido entre o tutor e seu pet no dia a dia.

Ao considerar o fenômeno dos "pet influencers", é possível observar que a cibercultura não apenas criou novas formas de interação entre humanos e animais, mas também redefiniu as formas de consumo, representação e identidade no ambiente digital, com pontos tanto positivos como negativos, surgindo também um grande desafio que é encontrar um equilíbrio entre essa exposição e o bem estar tanto do animal como do seu tutor.

A HUMANIZAÇÃO DOS ANIMAIS E O PAPEL DAS REDES SOCIAIS COMO PROPULSORA DO APEGO ENTRE ESPÉCIES

Outro aspecto que marca a era da cibercultura, é a humanização dos animais, pois as redes sociais, em particular, desempenharam um papel crucial na maneira como os animais de estimação passaram a ser vistos, apresentados e entendidos. No ambiente digital, os animais deixaram de ser apenas seres vivos com necessidades e comportamentos próprios e passaram a ser representados como indivíduos que possuem personalidade, emoções e até mesmo "vozes" que se manifestam por meio de seus perfis nas redes sociais.

Essa humanização dos animais é um fenômeno que reflete a necessidade dos humanos de estabelecer conexões afetivas e de se identificar com outras formas de vida. Segundo Santaella (2003), a cultura digital cria um espaço onde as fronteiras entre o humano e o não-humano são borradas, permitindo que os animais sejam vistos como membros ativos da família e da sociedade. Nas redes sociais, esse processo de humanização é evidente na forma como os donos de animais atribuem a seus pets características humanas, como expressões faciais, comportamentos e até mesmo estilos de vida que remetem ao cotidiano humano.

Um exemplo claro dessa humanização é o uso de narrativas em primeira pessoa nos perfis de "pet influencers", onde os donos de animais criam posts, legendas e vídeos que os pets "falam" sobre suas experiências, desejos e sentimentos, como se fossem capazes de se comunicar diretamente com seus seguidores. Essa prática não apenas confere aos animais uma voz própria, mas também reforça a ideia de que eles possuem uma identidade única, além de serem seres sencientes, tudo isso permitindo que os seguidores se identifiquem com suas histórias e sentimentos.

No entanto, a humanização dos animais no contexto da cibercultura também levanta questões éticas sobre o respeito à sua natureza e autonomia, haja visto que ao atribuir características humanas aos animais, corre-se o risco de desconsiderar suas necessidades e

comportamentos naturais, transformando-os em objetos de entretenimento que servem para atender às expectativas e desejos dos humanos. Alves (2017) alerta que, ao humanizar os animais, os donos e seguidores podem projetar neles suas próprias emoções, frustrações e desejos, ignorando o fato de que os animais possuem sua própria subjetividade e modos de ser que não necessariamente correspondem aos padrões humanos.

Na cibercultura, os animais muitas vezes são apresentados como seres que possuem uma certa autonomia e capacidade de agir, principalmente quando ocupam o papel de "pet influencers", entretanto, são os tutores que gerenciam seus perfis, definindo o que é compartilhado, como eles são apresentados e quais narrativas são construídas em torno deles, evidenciando que eles (animais) continuam sendo moldados e manipulados conforme as expectativas e interesses de seus donos e do público.

A antropóloga Donna Haraway, em sua obra "When Species Meet" (2008), discute a ideia de que a relação entre humanos e animais é marcada por um encontro, onde ambos os lados exercem influência e moldam as interações que se estabelecem. No contexto da cibercultura, porém, essa relação é frequentemente desequilibrada, pois os animais, apesar de serem apresentados como agentes ativos, têm sua representação e identidade controladas por seus tutores. Essa dinâmica revela uma contradição inerente à humanização dos animais na era digital: ao mesmo tempo em que lhes é conferida uma voz e uma presença no ambiente digital, essa presença é limitada e filtrada pelas ações humanas, mais especificamente dos "donos".

Além disso, a humanização dos animais nas redes sociais pode contribuir para a criação de expectativas irreais sobre a convivência com pets, pois os perfis de "pet influencers" frequentemente apresentam uma visão idealizada e romantizada da vida com animais de estimação, onde eles são sempre fofos, obedientes e divertidos. Essa narrativa pode levar à frustração e ao abandono de animais por parte de pessoas que, influenciadas pelas redes sociais, adquirem um pet sem compreender plenamente os desafios, responsabilidades e compromissos envolvidos no cuidado diário de um animal e se frustram profundamente quando seu animalzinho não corresponde ao seu ideal.

Por outro lado, a humanização dos animais também pode ser vista como uma forma de empoderamento e sensibilização sobre o respeito e o cuidado com outras espécies, pois quando os animais são apresentados como indivíduos que possuem sentimentos, emoções e experiências próprias, há uma maior tendência de que sejam tratados com respeito e dignidade. Não se pode deixar de registrar que perfis de "pet influencers" que promovem campanhas de adoção, resgate e conscientização sobre maus-tratos, por exemplo, utilizam a humanização de

seus animais para criar uma narrativa que incentiva práticas mais éticas e responsáveis no cuidado com os pets, assim como o perfil “As Joias da Lú”, onde a tutora e seu marido, com mais de 17 animais, cria narrativas com vários dos seus pets, mostrando o cotidiano de alguns resgates que faz e promovendo adoções que já ultrapassam mais de 200 animais.

A antropomorfização dos animais anteriormente comentada, também tem implicações na maneira como a sociedade lida com questões como a exploração, o abandono e os direitos dos animais, pois ao conferir aos pets uma presença e uma voz nas redes sociais, cria-se um espaço de visibilidade onde as experiências e desafios enfrentados por esses animais podem ser compartilhados e discutidos em uma escala global. Santaella (2003) sugere que a cultura digital tem o potencial de promover uma maior conscientização sobre as questões relacionadas ao bem-estar animal, na medida em que permite que as pessoas se conectem e se identifiquem com os animais de uma maneira mais direta e emocional, criando verdadeiros apegos interespecíes.

O fenômeno do apego interespecíe, marcado pelo profundo vínculo afetivo entre humanos e animais, tem se intensificado e adquirido novas dimensões na era da cibercultura, haja visto que a presença cada vez mais frequente de animais nas redes sociais contribuiu para a amplificação desse apego, transformando as relações homem-animal em experiências que são constantemente compartilhadas, discutidas e celebradas. A conexão afetiva com os pets, que antes era restrita ao ambiente doméstico, passou a ser um componente central da identidade digital de muitos indivíduos, evidenciando como a cibercultura influenciou a percepção e o valor dos animais na sociedade contemporânea.

Segundo Alves e Steyer (2019), o apego interespecíe não é um fenômeno novo, mas a cibercultura permitiu que ele fosse expandido e ressignificado, pois as redes sociais funcionam como espaços de troca e compartilhamento, onde os donos de animais podem expressar seu amor e dedicação por seus pets, bem como se conectar com outras pessoas que compartilham das mesmas experiências e sentimentos. Através de fotos, vídeos, histórias e até mesmo homenagens, os donos constroem uma narrativa digital que reforça a importância dos animais como membros da família e como fontes de conforto, alegria e apoio emocional.

O papel das redes sociais no fortalecimento do apego interespecíe pode ser observado na maneira como os animais são incorporados às atividades e celebrações humanas, e inclusive passando a ter aniversários, conquistas e momentos especiais, ou até mesmo momentos difíceis como doenças, são frequentemente registrados e compartilhados nas redes, criando uma comunidade de seguidores que participam dessas experiências de forma ativa, por meio de curtidas, comentários e mensagens de apoio. Esse engajamento contribui para a formação de

uma identidade coletiva, onde o amor e o cuidado pelos animais se tornam elementos centrais na construção de laços sociais e de pertencimento.

Além disso, as redes sociais proporcionam um espaço para a formação de grupos e comunidades dedicadas ao bem-estar animal, onde os donos podem trocar informações sobre cuidados, saúde, alimentação e comportamento de seus pets e essa troca de conhecimento é fundamental para a disseminação de práticas responsáveis e conscientes, ajudando a combater a desinformação e a promover um cuidado mais atento e carinhoso com os animais.

No entanto, cabe também destacar que o apego interespecie na era da cibercultura apresenta desafios e contradições. Santaella (2003) observa que ao transformar os animais em "protagonistas digitais", corre-se o risco de reduzir sua existência a um objeto de entretenimento, desconsiderando sua individualidade e bem-estar.

Outro aspecto importante do apego interespecie mediado pelas redes sociais é a maneira como o luto pela perda de um animal de estimação é experienciado e compartilhado. O ambiente digital oferece um espaço para que os donos expressem seu sofrimento e encontrem apoio em comunidades de pessoas que compreendem e valorizam a dor de perder um pet e essa troca de experiências e sentimentos contribui para a validação do luto e para a construção de uma narrativa que reconhece a importância dos animais na vida dos humanos, reforçando a ideia de que eles são muito mais do que simples companheiros, são membros da família que deixam marcas profundas em suas vidas.

O estudo de Alves e Steyer (2019) revela que o luto interespecie é uma experiência legítima e intensa, que muitas vezes não é reconhecida ou validada pela sociedade. No entanto, as redes sociais têm desempenhado um papel importante na normalização desse luto, permitindo que as pessoas expressem seus sentimentos e encontrem conforto e compreensão em comunidades que valorizam o vínculo afetivo entre humanos e animais. Essa capacidade de compartilhar o luto e encontrar apoio demonstra como o apego interespecie é uma experiência que transcende as fronteiras do espaço físico e se manifesta de maneira profunda no ambiente digital.

É importante destacar que o apego interespecie nas redes sociais não se limita aos animais de estimação tradicionais, como cães e gatos, mas também outros animais, como aves, répteis e até mesmo animais de fazenda, também encontram espaço nas plataformas digitais, contribuindo para uma maior diversidade e inclusão nas narrativas sobre a relação humano-animal, como por exemplo a ovelha “Chanel”, que possui 441 mil seguidores no Instagram e retrata o cotidiano de uma ovelhinha muito arteira e divertida criada como verdadeiro animal

de estimacão. Esse processo de inclusão amplia a compreensão sobre o que significa ser um animal de estimacão e desafia os estereótipos e preconceitos que muitas vezes limitam a forma como nos relacionamos com outras espécies.

Por fim, o apego interespecie e o papel das redes sociais na era da cibercultura revelam a complexidade e a profundidade das relações entre humanos e animais e não apenas refletem a importância que eles têm na vida cotidiana, mas também contribui para a formação de uma cultura que valoriza o respeito, o cuidado e a responsabilidade no trato com outras espécies. Ao compartilhar experiências, desafios e alegrias, os tutores de pets ajudam a construir uma narrativa que reconhece e celebra o papel dos animais como seres que enriquecem e transformam a vida humana, e mais ainda reconhecem e afirmam a senciência desses seres. O desafio que se apresenta, portanto, é encontrar maneiras de cultivar o apego interespecie de forma tica e responsável, garantindo que a presença dos animais nas redes sociais seja uma experiência positiva e enriquecedora para todos os envolvidos

CIBERPODER E A REPRESENTAÇÃO DOS ANIMAIS NA ERA DIGITAL

A presença dos animais no ambiente digital não é um fenômeno isolado, como anteriormente exposto, mas sim parte de uma complexa rede de forças que influenciam a forma como são representados, percebidos e tratados na sociedade contemporânea. No contexto da cibercultura, o conceito de ciberpoder torna-se uma ferramenta fundamental para compreender as dinâmicas de controle e influência que moldam a representação dos animais nas redes sociais. O termo "ciberpoder" refere-se ao conjunto de práticas e mecanismos que, através do uso das tecnologias digitais, exercem controle sobre a produção, disseminação e consumo de informações, imagens e narrativas, influenciando comportamentos, valores e percepções sociais.

Marco Antnio Sousa Alves (2017) define o ciberpoder como a capacidade de moldar e direcionar as práticas culturais e sociais no ambiente digital. No que se refere à representação dos animais, o ciberpoder é exercido por meio de algoritmos, plataformas de redes sociais, influenciadores digitais e até mesmo pelos próprios usuários, que participam ativamente da construção e disseminação de narrativas sobre a relação humano-animal. Essa dinâmica de poder  responsável por determinar quais tipos de representações dos animais ganham visibilidade e se tornam populares, enquanto outras são silenciadas ou marginalizadas.

Os "pet influencers" são um exemplo claro de como o ciberpoder molda a forma como os animais são apresentados e percebidos no ambiente digital, pois, através da manipulação de

imagens, vídeos e legendas, os donos desses perfis criam uma narrativa que muitas vezes antropomorfiza os animais, atribuindo-lhes características humanas e transformando-os em celebridades digitais. Essa prática reforça padrões de comportamento e estéticas que privilegiam certos tipos de animais – como os que são considerados "fofos", "engraçados" ou que possuem características exóticas – enquanto outros são excluídos ou sub-representados.

O impacto do ciberpoder na representação dos animais também pode ser observado na forma como as redes sociais promovem a comercialização e a exploração da imagem dos pets. Muitas marcas e empresas utilizam o apelo visual dos animais para promover produtos e serviços, aproveitando a popularidade dos "pet influencers" para alcançar novos públicos e aumentar suas vendas. Alves e Steyer (2019) apontam que essa mercantilização da imagem dos animais pode contribuir para a sua objetificação, transformando-os em meros instrumentos de marketing que servem aos interesses do mercado e da lógica capitalista.

A atuação do ciberpoder no contexto da cibercultura também levanta questões sobre a autenticidade e a veracidade das experiências compartilhadas nas redes sociais, haja visto que muitas vezes, as imagens e vídeos que circulam no ambiente digital são cuidadosamente editados e selecionados para apresentar uma visão idealizada e superficial da relação interespecie, ocultando as complexidades, desafios e responsabilidades que envolvem o convívio com um animal de estimação, como mencionado anteriormente. Essa narrativa distorcida pode criar expectativas irreais sobre o que significa ter um pet, levando as pessoas a adotarem comportamentos que não correspondem à realidade e que podem ser prejudiciais ao bem-estar dos animais.

Por outro lado, o ciberpoder também pode ser utilizado de maneira positiva para promover a conscientização e a proteção dos animais. As redes sociais têm se mostrado uma ferramenta eficaz para mobilizar campanhas de resgate, adoção e combate aos maus-tratos, oferecendo visibilidade a animais que, de outra forma, seriam ignorados ou negligenciados. Perfis de organizações de proteção animal, ativistas e até mesmo "pet influencers" engajados em causas sociais têm utilizado sua influência para chamar a atenção para questões como o abandono, a exploração e a importância do cuidado responsável com os pets.

Nesse sentido, o ciberpoder atua como uma força ambivalente que pode tanto reforçar práticas de exploração e objetificação dos animais quanto contribuir para a promoção de uma convivência interespecie mais ética e respeitosa. A capacidade de utilizar o ambiente digital para dar voz e visibilidade aos animais é uma demonstração do potencial transformador da cibercultura, que oferece a oportunidade de construir narrativas que valorizam a diversidade, a

empatia e a responsabilidade.

Santaella (2003) sugere que o ciberpoder pode ser compreendido como uma ferramenta de emancipação, desde que seja utilizado de maneira consciente e crítica. Ao questionar as práticas que perpetuam a exploração dos animais e ao valorizar representações que promovam o respeito e o cuidado, é possível utilizar o ciberpoder para promover uma mudança cultural que reconheça os animais como seres dignos de consideração e proteção. Nesse contexto, o papel dos influenciadores digitais, organizações e usuários comuns é fundamental para construir um ambiente digital que respeite e valorize a presença e a contribuição dos animais.

Além disso, o ciberpoder também influencia a forma como as políticas públicas e as práticas de consumo são desenvolvidas em relação aos animais. A crescente visibilidade dos animais nas redes sociais tem levado a uma maior demanda por produtos e serviços voltados para o público pet, bem como a uma maior atenção por parte de legisladores e autoridades sobre questões relacionadas ao bem-estar animal. A causa animal passou até a ser proposta de governo de muitos possíveis candidatos a eleições, sejam elas municipais, estaduais ou Federais. No entanto, é importante que essa visibilidade seja acompanhada por um compromisso real com a proteção e a valorização dos animais, evitando que eles sejam explorados ou reduzidos a meros objetos de consumo, ou até mesmo oportunidade de votos eleitorais.

Uma das formas de resistir ao impacto negativo do ciberpoder é por meio da criação de comunidades virtuais que promovam práticas responsáveis e conscientes no trato com os animais, valorizando trocas de experiências, proporcionando uma educação e conscientização sobre a relação interespecie.

IMPLICAÇÕES ÉTICAS E SOCIAIS DA CIBERCULTURA NAS RELAÇÕES INTERESPÉCIES

A ascensão da cibercultura e a crescente exposição dos animais nas redes sociais levantam questões éticas e sociais que demandam uma reflexão aprofundada. Uma das principais preocupações diz respeito à desnaturalização das relações afetivas entre humanos e animais. No passado, a convivência com um animal envolvia uma série de responsabilidades e desafios, mas também proporcionavam um tipo de vínculo que era construído na base da confiança e do cuidado mútuo. Com a introdução dos pets virtuais, essa relação está sendo reconfigurada de uma forma que pode subverter os elementos fundamentais da convivência com os animais.

Haraway (2008) argumenta que a convivência com animais envolve não apenas a prática do cuidado físico, mas também o aprendizado mútuo e a construção de afetos que dependem da presença física e emocional dos dois lados. Essa convivência é permeada por imprevisibilidades e surpresas, o que contribui para o fortalecimento dos laços humanos e animais. Entretanto, ao substituir esses elementos por interações simuladas, as tecnologias digitais oferecem uma versão controlada e previsível dessa relação, o que, para muitos críticos, pode empobrecer a experiência.

A maneira como os animais são representados, consumidos e, muitas vezes, mercantilizados no ambiente digital evidencia a necessidade de questionar os limites e responsabilidades envolvidos na interação interespecie mediada pelas tecnologias digitais. De acordo com Turkle (2011), essa mercantilização pode desvirtuar a relação genuína entre humanos e animais, criando uma percepção de que o afeto e o cuidado são passíveis de serem quantificados e transformados em likes, seguidores e patrocínios.

O fenômeno dos "pet influencers," por exemplo, evidencia como os animais podem ser transformados em produtos de consumo, utilizados para entretenimento, marketing e até mesmo para a obtenção de lucro financeiro por parte de seus donos. Alves e Steyer (2019) destacam que, ao tratar os animais como objetos que servem aos interesses humanos – seja para entretenimento, promoção de marcas ou aumento do engajamento nas redes sociais – corre-se o risco de desconsiderar sua natureza e individualidade, reduzindo-os a meras ferramentas que atendem às expectativas do público e do mercado. Na mesma linha, Castells (1999) afirma que, na sociedade informacional, a economia digital transforma todas as formas de relacionamento em transações de valor, o que inclui até mesmo as interações afetivas mediadas por tecnologia.

Essa objetificação é reforçada pela forma como as redes sociais privilegiam certos tipos de representações, criando padrões estéticos e comportamentais que definem o que é considerado "atraente" ou "desejável" em um pet. Animais que correspondem a essas expectativas, como os que são considerados "fofos," engraçados ou que possuem características exóticas, ganham visibilidade e reconhecimento, enquanto outros, que não se encaixam nesses padrões, são ignorados ou marginalizados. Essa lógica de consumo e validação reforça a ideia de que o valor de um animal está atrelado à sua capacidade de gerar engajamento e lucro, desconsiderando sua dignidade e autonomia como ser vivo.

Outro ponto ético relevante é a questão do bem-estar animal. A busca por popularidade e sucesso nas redes sociais pode levar os donos a submeter seus animais a situações desconfortáveis, estressantes ou até mesmo prejudiciais, apenas para atender às expectativas do

público ou para cumprir parcerias comerciais. Santaella (2003) observa que o ambiente digital muitas vezes transforma a vida dos animais em um espetáculo, onde eles são forçados a desempenhar papéis e comportamentos que não correspondem à sua natureza ou necessidades, o que pode resultar em impactos negativos para sua saúde física e emocional.

Além disso, a mercantilização dos animais nas redes sociais pode contribuir para práticas irresponsáveis, como a criação em massa para atender à demanda do mercado pet ou o incentivo à aquisição de animais de determinadas raças que se tornaram populares graças ao sucesso dos "pet influencers." Essa dinâmica pode levar a um aumento nos casos de abandono, negligência e maus-tratos, especialmente quando as pessoas adquirem um animal sem compreender as responsabilidades e cuidados envolvidos em sua criação, além de fomentar a indústria de "criadores de fundo de quintal" que na maioria das vezes tratam as matrizes apenas como objetos de reprodução, sem qualquer afeto, privando até mesmo de condições mínimas de higiene e saúde.

Por outro lado, a cibercultura também apresenta oportunidades para promover práticas mais éticas e responsáveis em relação aos animais. As redes sociais têm se mostrado uma ferramenta eficaz para a conscientização e educação sobre o bem-estar animal, oferecendo visibilidade a questões como a adoção, o resgate e a importância do cuidado responsável com os pets. Perfis de organizações de proteção animal, veterinários e ativistas utilizam o ambiente digital para sensibilizar o público, compartilhar informações e mobilizar ações em prol dos direitos e da proteção dos animais. Tivemos uma grande amostra disso recentemente com as enchentes que devastou o Rio Grande do Sul, trazendo uma comoção para a causa animal nunca vista, e grupos como o GRAD Brasil – Grupo de Resposta a Animais em Desastre, que já haviam atuado até mesmo na catástrofe de Brumadinho, mas eram praticamente desconhecidos, passaram a ficar nacionalmente conhecidos pela sua grande e brilhante atuação no Sul.

A presença de animais que sofreram maus-tratos, que possuem deficiências ou que foram resgatados em situações de risco nas redes sociais também contribui para a desconstrução de estereótipos e preconceitos, mostrando que todos os animais, independentemente de sua aparência ou condição, merecem respeito e cuidado. Alves e Steyer (2019) enfatizam que o uso das redes sociais para compartilhar histórias de resgate e superação pode ajudar a transformar a percepção da sociedade em relação aos animais, promovendo uma cultura que valoriza a empatia, a inclusão e a responsabilidade.

Outro ponto que merece ser levantado, é com relação a introdução de dispositivos de monitoramento digital, como coleiras de GPS e câmeras para observar o comportamento dos

animais à distância, também levantando questões éticas. Embora essas tecnologias sejam justificadas como ferramentas para garantir o bem estar e até proteção dos pets, elas trazem à tona questões sobre a autonomia dos animais. O monitoramento constante pode transformar a relação entre humanos e animais em um processo de controle, em vez de cuidado, com o potencial de despersonalizar a convivência. Para críticos, a vigilância permanente pode comprometer a espontaneidade da interação, transformando o animal em um objeto de controle, privando-o de sua natural forma de ser.

Por outro lado, defensores dessas novas formas de interação argumentam que as tecnologias digitais, longe de subverter as relações homem-animal, estão criando novas oportunidades para expandir e enriquecer essas interações, no entanto, para que a cibercultura realmente contribua para a construção de uma convivência mais ética e respeitosa entre humanos e animais, é fundamental que os usuários das redes sociais adotem uma postura crítica e consciente em relação ao conteúdo que consomem e compartilham. É preciso questionar as práticas que perpetuam a exploração e a objetificação dos animais, valorizar perfis que promovam a educação e o respeito, e se comprometer a construir narrativas que reconheçam a dignidade e a autonomia dos animais.

Além disso, a elaboração de políticas públicas e regulamentações que orientem o uso responsável da imagem dos animais nas redes sociais pode contribuir para a proteção de seus direitos e para a promoção de práticas mais éticas no ambiente digital, incluindo a criação de diretrizes que impeçam a exploração e o abuso dos animais, bem como a conscientização sobre as responsabilidades envolvidas na criação e manutenção de um "pet influencer."

Em última análise, as implicações éticas e sociais da cibercultura nas relações interespecies revelam a necessidade de repensar o papel dos animais na sociedade contemporânea, entretanto, a presença deles no ambiente digital oferece uma oportunidade para promover uma convivência baseada no respeito, na empatia e na responsabilidade, mas também apresenta desafios que precisam ser enfrentados de maneira consciente e crítica. Ao compreender as dinâmicas de poder, controle e influência que moldam a representação dos animais nas redes sociais, é possível contribuir para a construção de uma sociedade que valorize a diversidade, a dignidade e a individualidade de todas as formas de vida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo da cibercultura e sua influência nas relações interespecies revela um cenário complexo e multifacetado, no qual as interações entre humanos e animais são transformadas pela presença cada vez mais marcante das tecnologias digitais. A emergência dos "pet influencers," a humanização dos animais e o uso do ciberpoder para moldar suas representações refletem as profundas mudanças que a sociedade contemporânea enfrenta em relação à forma como se relaciona com outras espécies.

Este artigo mostrou que, enquanto a cibercultura oferece oportunidades para a amplificação de narrativas positivas sobre os animais e para a promoção de práticas de cuidado e respeito, ela também apresenta riscos de exploração, objetificação e manipulação que comprometem a integridade e a dignidade dos pets. O desafio que se apresenta é encontrar maneiras de utilizar o ambiente digital para construir uma convivência interespecie mais ética, consciente e responsável.

Para isso, é fundamental que os influenciadores digitais, organizações de proteção animal, donos de pets e usuários das redes sociais adotem práticas que valorizem a diversidade, a empatia e o respeito pelos animais. A promoção de campanhas educativas, a conscientização sobre os cuidados necessários e a valorização de perfis que incentivam a adoção e o resgate são passos importantes para transformar a cibercultura em um espaço que celebre a vida e a contribuição dos animais na sociedade.

O papel das políticas públicas também é crucial nesse processo. A criação de diretrizes que orientem o uso ético e responsável da imagem dos animais nas redes sociais pode contribuir para a prevenção de abusos e para a promoção de práticas que respeitem a dignidade e a individualidade dos pets.

Pode-se afirmar, por fim, que a cibercultura representa uma nova etapa na evolução das relações entre humanos e animais, marcada por desafios e oportunidades que refletem as complexidades da sociedade contemporânea. Ao compreender as implicações éticas, sociais e culturais desse fenômeno, podemos contribuir para a construção de um mundo onde os animais sejam reconhecidos e valorizados como seres que merecem respeito, cuidado e consideração, e onde a convivência interespecie seja pautada pela empatia e pelo compromisso com o bem-estar de todos os seres vivos.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Marco Antônio Sousa. A cibercultura e as transformações em nossas maneiras de ser, pensar e agir. In: **Cibercultura e Subjetividade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.
- ALVES, Luiza; STEYER, Simone. Interação Humano-Animal: O Apego Interespécie. **Perspectivas em Psicologia**, Uberlândia, v. 23, n. 2, p. 124-142, 2019.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
- HARAWAY, Donna J. **When Species Meet**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.
- TURKLE, Sherry. **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other**. New York: Basic Books, 2011.