
VEGANISMO E ELEIÇÕES 2018: ESTUDO NETNOGRÁFICO DO CANAL FABIO CHAVES

Daniel Rossmann Jacobsen
Estudante do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: danieljacobsen.ufes@gmail.com

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Daniela Zanetti
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: daniela.zanetti@gmail.com

Resumo

Esta pesquisa investiga as interações da comunidade vegana na plataforma YouTube a fim de entender como esse grupo se posicionou diante da emergência da polarização política vivida no Brasil durante as eleições de 2018. Com foco no estudo netnográfico do canal Fabio Chaves no segundo semestre de 2018, descobriu-se que não apenas a comunidade do canal consumiu os vídeos e se manifestou diante deles, mas também uma grande massa de atores-rede que, atraída pelo assunto político discutido, interagiu através de reações e comentários.

Palavras-chave: YouTube. Veganismo. Política. Comunicação. Cibercultura.

Introdução

O objetivo inicial desta pesquisa de Iniciação Científica era investigar as relações entre gênero, sexualidade e consumo de carne, com base nos estudos de Adams (2003; 2018) e Simonsen (2012), usando como território de análise o espaço virtual da plataforma YouTube. Contudo, com o início do desenvolvimento dos estudos, observou-se que as interações da comunidade vegana no YouTube eram tão ricas que abriam um vasto leque de possibilidades para pesquisa, além das questões de gênero e sexualidade. Analisando o canal Fabio Chaves, percebeu-se que alguns dos conteúdos postados obtinham um número de interações superior à média, e constatou-se que esses vídeos

tratavam do tema das eleições de 2018. Dentre os vídeos classificados na pesquisa como categoria “Eleições 2018”, dois conteúdos se sobressaíram ainda mais: o vídeo *Não vote em Jair Bolsonaro se você se importa com os animais*¹, publicado em 31 de julho de 2018, obteve 178 mil visualizações o que representa mais de 5 vezes a média, e o vídeo *Por que vou votar no Haddad mesmo não sendo petista*², publicado em 08 de outubro de 2018, obteve 527 mil visualizações, mais de 14 vezes a média do canal no período.

O veganismo é por si só um ato político no que se refere ao seu objetivo de modificar a estrutura de valores dominante. O que se espera da comunidade vegana é que a luta pela libertação dos animais permeie todos os aspectos da vida do indivíduo, e talvez seja isso que Fabio Chaves queira dizer quando nomeia o vídeo como “Não vote em Jair Bolsonaro se você se importa com os animais”. O pedido de Chaves visa não a propaganda eleitoral para um candidato em detrimento do outro, mas sim se preocupa em evidenciar a posição que um vegano ou alguém preocupado com a questão animal deve tomar.

Metodologia

Se utilizou como aporte teórico e metodológico a netnografia/etnografia em mídias sociais (KOZINETS, 2014; ZANINI, 2016). A partir da incursão etnográfica na plataforma YouTube, se definiu como território de pesquisas o canal Fabio Chaves, do fundador e infoativista do Portal Vista-se, definido por Chaves como o maior portal vegano da América Latina. Como explicado anteriormente, observou-se no canal que os vídeos sobre as eleições obtinham mais interação que os demais conteúdos publicados no mesmo período, por isso optou-se por centrar os estudos nos dois vídeos de maior repercussão, *Não vote em Jair Bolsonaro se você se importa com os animais* e *Por que vou votar no Haddad mesmo não sendo petista*. Uma vez definidos os objetos centrais do

¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yGqlcT7Y2js&t=206s>>. Acesso em: 06 mar. 2019.

² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3HDVizl102E&t=12s>>. Acesso em: 06 mar. 2019.

estudo, partiu-se para a análise ampla dos vídeos, tanto do discurso do ativista nos dois vídeos como também do conteúdo dos comentários da comunidade sob eles, tendo se selecionado os comentários com o auxílio da ferramenta “Ordenar por principais comentários”.

Fabio Chaves expõe nos dois vídeos destacados quais os pontos que o motivam a escolher seus candidatos, e utiliza o espaço do seu canal não como lugar de favoritismo partidário, mas sim como espaço coerente para a divulgação de aspectos próprios da questão animal o que é, afinal, o seu propósito como ativista da causa. Ao comunicar as opiniões dos candidatos à presidência em relação aos animais e aos interesses dos ativistas, Chaves faz exatamente aquilo a que se propõe o ativismo político. O youtuber, que é um influenciador digital, apela para o voto consciente para o benefício dos animais, o que não é percebido – ou percebido e negligenciado – por parte dos espectadores do vídeo.

O que se percebe pelo teor dos comentários publicados sob ambos os vídeos é que as publicações não impactaram apenas a comunidade vegetariana/vegana que consome os vídeos de Chaves, mas atingiu eleitores de ambos os candidatos que não passaram pelo processo reflexivo que embasa e sustenta a posição vegana de garantia dos direitos e do bem-estar dos animais.

Esses comentários se caracterizam pelas recorrentes menções ao ex-presidente Lula em tom de crítica a ele e ao Partido dos Trabalhadores, embora pouca ou nenhuma menção tenha sido feita por Chaves sobre o assunto.

Os comentários não reproduzem discussões ricas sobre política na interseção com a questão animal, mas priorizam o ataque a um ou outro candidato. Chaves chama para o diálogo saudável sem censura, mas acaba tendo sua autoridade no assunto questionada, sobretudo pela massa eleitoral do candidato Jair Bolsonaro.

Considerações finais

A polarização política vivenciada no Brasil durante as eleições de 2018 foi vivida também na plataforma de vídeos YouTube, o que é evidenciado pelo salto quantitativo de interações nos conteúdos postados que tratam do assunto. Percebe-se que principalmente no canal Fabio Chaves, embora tenha se percebido um salto quantitativo nas interações, não houve nos comentários da comunidade sob os vídeos um salto qualitativo no sentido da promoção de boas discussões ou argumentação justificada.

Conclui-se também que um dos pontos de dificuldade da pesquisa se deu pelo fato do método adotado para análise não permitir determinar se houve ou não comentários postados por bots, como apontado por outras pesquisas em outras redes sociais. Ao invés disso, esta pesquisa utiliza como dado todas as interações, sem uso de softwares ou outras ferramentas que apontem o uso de robôs nos acessos à plataforma.

Referências Bibliográficas:

ADAMS, Carol J. **The Pornography of Meat**. New York; London: Continuum, 2003.

ADAMS, Carol J. **A Política Sexual da Carne**: uma teoria feminista-vegetariana. Tradução Cristina Cupertino. 2. ed. São Paulo: Alaúde, 2018.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.

SIMONSEN, Rasmus Rahbek. A queer vegan manifesto. **Journal for Critical Animal Studies**, vol. 10(3), p. 51-81, 2012. Disponível em: <https://animalstudiesrepository.org/acwp_aafhh/8/>. Acesso em 10 out. 2019.

ZANINI, Débora. Etnografia em mídias sociais. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais**: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.