

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

**ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADAS NA
PRODUÇÃO DO AUDIOVISUAL “*SAVE RALPH*”**

Isabela Cabrini Chambô

São Borja
2023

ISABELA CABRINI CHAMBÔ

**ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADAS NA
PRODUÇÃO DO AUDIOVISUAL “SAVE RALPH”**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Relações Públicas à Universidade Federal do Pampa, campus São Borja-RS.

Orientador(a): Marcela Guimarães e Silva

São Borja
2023

ISABELA CABRINI CHAMBÔ
ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADAS NA PRODUÇÃO
DO AUDIOVISUAL "SAVE RALPH"

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Relações Públicas à Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja - RS.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 01/02/2023.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Marcela Guimarães e Silva
Orientador
(Unipampa)

Profa. Dra. Carmen Regina Abreu Gonçalves
(Unipampa)

Prof. Dr. Joel Felipe Guindani
(UFSM - FW)



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/02/2023, às 13:44, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **JOEL FELIPE GUINDANI, Usuário Externo**, em 09/02/2023, às 14:08, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CARMEN REGINA ABREU GONCALVES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/02/2023, às 14:44, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1053027** e o código CRC **30B3C819**.

Dedico a todos os animais cujas vidas não foram respeitadas pelos meus semelhantes. A estes, as minhas mais sinceras desculpas e a promessa de minha incansável luta em defesa de seus direitos. Minha voz será usada para que sejam ouvidos.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus, pois somente foi possível trilhar este caminho com o amparo e direcionamento que recebi da espiritualidade.

Agradeço a minha família, mas especialmente a minha mãe, que sempre acreditou no meu potencial, que sempre investiu nos meus sonhos e que nunca mediu esforços para apoiar os meus planos. Agradeço por durante toda minha vida ter guiado os meus passos com tanto zelo, por ter me proporcionado condições para que eu pudesse crescer e caminhar sozinha, mas sempre com a mão estendida para quando eu precisasse de ajuda e amparo. Então, além do meu mais sincero agradecimento, dedico este trabalho, e todos os outros que ainda virão, a ela.

Agradeço a Meg, minha companheira de estudos desde a época do vestibular, por ter embarcado comigo nessa jornada intensa que foi ir morar no Rio Grande do Sul sem conhecer ninguém. Por meses ela era minha única companhia e eu não me senti sozinha sequer por um momento. Agradeço a ela por me ter ensinado tanto sobre o amor sem dizer uma palavra.

Agradeço aos meus colegas de turma e a todos os professores que fizeram parte dessa jornada, compartilhando os bons momentos e sendo o alicerce para enfrentar os obstáculos, sem eles esta conquista não seria tão especial!

Agradeço à minha orientadora por ter aceitado me conduzir e auxiliar durante minha produção, e por todos os aprendizados que foram adquiridos com suas sábias palavras. Muito mais que apenas professora e orientadora, mas minha inspiração para seguir na docência um dia, devido ao seu comprometimento com o ensino e ao carinho e afeto presentes em todos os seus ensinamentos.

A verdadeira felicidade só existe quando compartilhada, me sinto privilegiada de ter partilhado a minha com pessoas extraordinárias.

“A grandeza de uma nação pode ser julgada pelo modo que seus animais são tratados.”
(Mahatma Gandhi)

RESUMO

O presente trabalho objetivou identificar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas na produção do curta-metragem “*Save Ralph*”. O audiovisual, produzido pela organização americana sem fins lucrativos *Humane Society International* (HSI), foi lançado em 2021 em forma de crítica ao uso de animais como cobaias em testes laboratoriais da indústria cosmética, estimulando o público a optar por produtos cosméticos que sejam *cruelty-free*, traduzindo, livres de crueldade. Além da análise, esta pesquisa propôs a realização de um estudo sobre os pilares que compõem o contexto histórico-cultural responsável por perpetuar práticas de crueldade animal. No exercício deste estudo, foram elencadas às estratégias de comunicação apontamentos que sugerem que as mesmas foram elaboradas visando romper com alguns desses pilares, como o especismo, a fim de alcançar mobilização social para a temática “*cruelty-free*”. Para atingir os objetivos propostos, foi realizado um percurso metodológico partindo de uma Revisão Bibliográfica, a respeito de Ética Animal e Estratégias de Comunicação, e seguindo para a Análise do Audiovisual, utilizando, para tanto, a decupagem como recurso. Após a elaboração da análise, bem como do estudo, foram identificadas e fundamentadas as escolhas estratégicas responsáveis por fazer com que o curta-metragem atingisse resultados sem precedentes, tratando-se da mesma temática. Ao fim da pesquisa, foi possível concluir que o sucesso do audiovisual se deu, principalmente, pela prudente escolha das estratégias de comunicação, certamente norteadas para romper com os fundamentos do especismo.

Palavras-chave: Estratégias de comunicação. Especismo. *Cruelty-free*. Ética Animal.

ABSTRACT

The present work aimed to identify and analyze the communication strategies used in the production of the short film "Save Ralph". The audiovisual, produced by the American non-profit organization Humane Society International (HSI), was launched in 2021 in the form of criticism of the use of animals as guinea pigs in laboratory tests in the cosmetic industry, encouraging the public to opt for cruelty-free cosmetic products, translating, cruelty-free. In addition to the analysis, this research proposed conducting a study on the pillars that make up the historical-cultural context responsible for perpetuating practices of animal cruelty. In the exercise of this study, notes were listed in the communication strategies that suggest that they were designed to break with some of these pillars, such as speciesism, in order to achieve social mobilization for the "cruelty-free" theme. In order to achieve the proposed objectives, a methodological path was carried out starting from a Bibliographic Review, regarding Animal Ethics and Communication Strategies, and moving on to the Audiovisual Analysis, using, for that, decoupage as a resource. After preparing the analysis, as well as the study, the strategic choices responsible for making the short film achieve unprecedented results were identified and substantiated, in the case of the same theme. At the end of the research, it was possible to conclude that the success of the audiovisual was mainly due to the prudent choice of communication strategies, certainly guided to break with the foundations of speciesism.

Key words: Communication strategies. Speciesism. Cruelty-free. Animal Ethics.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.2 Percurso Metodológico	15
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 Estratégias de Comunicação	16
2.2 Audiovisual	18
2.3 Cruelty-free	19
2.4 Especismo	21
2.5 Ética Animal	24
3. ANÁLISE DO AUDIOVISUAL “SAVE RALPH”	25
3.1 Análise inicial do curta-metragem Save Ralph	25
3.2 Análise visual	27
3.3 Análise discursiva	33
4. CONCLUSÃO	38
5. REFERÊNCIAS	41

1. INTRODUÇÃO

Não é de hoje que o abuso e o tratamento antiético dos homens para com os animais não-humanos¹ tem sido alvo de críticas por parte de indivíduos, grupos de ativistas e organizações destinadas exclusivamente a pôr fim neste cenário de crueldade.

A relação de abuso no tratamento dos animais não-humanos tem se legitimado através de pensamentos que surgiram no ocidente, com influência de filósofos gregos e romanos, somados aos pensamentos do cristianismo, e se espalharam pelo mundo através dos séculos, atingindo, ainda, a contemporaneidade.

O abuso está presente em todas as relações que a sociedade possui com os animais não-humanos, desde usos tidos erroneamente como essenciais, como por exemplo alimentação e vestimenta, até os usos mais supérfluos e não menos cruéis, como entretenimento e testes científicos para fins da indústria cosmética. Este último em questão tem sido alvo das mais recentes e severas críticas devido ao aumento exponencial da indústria cosmética e do consumo de seus produtos, o que faz com que todos os anos milhões de animais sejam utilizados para gerar a falsa ilusão de que os produtos são seguros aos humanos.

Segundo a *Humane Society International (HSI)*, há uma estimativa de que mais de 115 milhões de animais no mundo são utilizados anualmente como cobaias, podendo na realidade este valor total ser expressivamente maior, tendo em vista que nem todos os países coletam e publicam dados referentes a este lastimável fato. Ainda segundo a HSI, dentre a lista dos animais mais utilizados na prática, estão ratos, macacos e coelhos.

Devido ao crescimento constante da indústria cosmética, cuja previsão para 2023, segundo o *Euromonitor International*, é de um aumento de 20,6%, e ao cenário permanente de testes em animais, organizações que defendem a ética e o direito animal passam a realizar ações de conscientização social acerca do tema, objetivando a escolha consciente por parte dos públicos que consomem os mais variados produtos cosméticos. Surge então o termo “*Cruelty-free*”, traduzindo, “Livre de crueldade”. Utilizado a primeira vez por Lady Downing no séc XX como “*Beauty*

¹ Alguns autores defensores da ética animal fazem uso das expressões “animais não-humanos” e “animais humanos” com o objetivo de fazer uma aproximação semântica de modo a lembrarmos a natureza congruente de ambos.

without cruelty”, traduzindo, “Beleza sem crueldade”, o termo tem se espalhado propositalmente por essas organizações que estão ativas no movimento, como por exemplo PETA (*People of the Ethical Treatment of Animals* - 1980), *Leaping Bunny*, *Choose Cruelty-free* e *Cruelty-free international*.

Apesar de o tema “*Cruelty-free*” estar subindo no ranking de interesses sociais, ele se torna desproporcional se comparado com a quantidade de animais que ainda são usados como cobaias na indústria cosmética, privados de sua liberdade e limitados a uma vida miserável de sofrimento físico e psicológico, cujo único destino é a morte em forma de descarte. É curioso observar que a preocupação passa a ter evidência somente nos últimos poucos anos, sendo que já se encontravam campanhas contra a prática em 1976, como por exemplo a marca “*The Body Shop*”, que já surge com este propósito natural e humanitário.

O aumento significativo pode estar relacionado com a criação de um audiovisual lançado em 2021, sendo ele o curta-metragem “*Save Ralph*”², traduzindo, “Salve o Ralph”, produzido pela *Humane Society International*, uma organização americana sem fins lucrativos que objetiva atuar no bem-estar animal, opondo-se a práticas cruéis.

O curta-metragem, divulgado no canal oficial da organização no *Youtube*, faz crítica ao uso de animais como cobaias em testes laboratoriais da indústria cosmética e aborda a temática de forma inovadora em comparação às campanhas já realizadas sobre o tema “*Cruelty-free*”, trazendo como personagem principal um coelho chamado Ralph que, através de uma entrevista, relata como é seu dia a dia sendo um coelho cobaia.

Tal abordagem não foi feita de forma impensada, ao contrário disso, são várias as estratégias utilizadas para sensibilizar o público e que explicam o sucesso do vídeo, que já possui mais de 12 milhões de visualizações no vídeo original, mais de 50.000 publicações no instagram que usaram a *#SaveRalph*, 150 milhões de visualizações nas mídias sociais e mais de 730 milhões de *tags* no TikTok.

Além do alcance extraordinário, o curta já coleciona premiações, ganhando em 2022 o *Grand Prix for Good*, um reconhecimento de prestígio como o melhor filme sem fins lucrativos inscrito no *Cannes Lions Festival* do ano, além de ter recebido dois prêmios *Webby*, sendo este considerado um prêmio de excelência na

² Vídeo original presente no link <<https://www.youtube.com/watch?v=G393z8s8nFY>>.

Internet, concedido anualmente pela Academia Internacional de Artes e Ciências Digitais.

Sabemos há tempos o poder da comunicação em todos os aspectos da sociedade, bem como o impacto de produtos audiovisuais utilizados de forma estratégica como instrumentos da comunicação. Podemos notar, através da análise do audiovisual, que se construído tendo consciência do contexto social, histórico e cultural que o público alvo se encontra, ele se torna ainda mais poderoso e eficaz no alcance do objetivo a que for destinado, no caso, a conscientização e sensibilização sobre a temática.

Como evidencia Maria Vitória Carrilo em uma de suas produções, o conceito “estratégia” no âmbito do pensamento estratégico, pode ser visto como forma de combinar objetivos com decisões. E é exatamente o que podemos observar no curta-metragem ao qual este trabalho se destina analisar e compreender. Foram utilizadas as mais variadas estratégias para a sua construção, sendo elas desde a escolha e caracterização do personagem, detalhamento do ambiente visual, escolha do discurso, posicionamento da câmera, planos e ângulos de filmagem e ligação de todas essas e outras escolhas, que veremos no decorrer do trabalho, com o cenário atual que envolve a temática.

Tais estratégias passam despercebidas ao telespectador, que apenas pode reagir a experiência proporcionada pelo curta-metragem. Porém, o foco deste trabalho é justamente identificar quais as estratégias de comunicação foram utilizadas no audiovisual e que foram capazes de sensibilizar a população significativamente, ao ponto de influenciar no aumento da busca por produtos *Cruelty-free*, fazendo com que, de forma orgânica, as indústrias se vejam obrigadas a aderir a uma nova conduta por uma questão de competitividade mercadológica.

Portanto, este trabalho visa responder a seguinte questão de pesquisa: **Quais são as estratégias de comunicação utilizadas na produção do curta-metragem “Save Ralph”?** e tem como objetivo principal compreender tais estratégias de comunicação empregadas na produção do audiovisual “Save Ralph”, considerando a relação social existente entre os animais não-humanos e os humanos.

Para tanto, foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- Descrever as estratégias de comunicação presentes no audiovisual “*Save Ralph*”;
- Analisar as estratégias de comunicação adotadas na produção do audiovisual “*Save Ralph*”;
- Apontar como o conhecimento sobre a presença do especismo na sociedade pode ter influenciado nas escolhas das estratégias de comunicação empregadas no audiovisual “*Save Ralph*”.

As respostas que este trabalho objetiva encontrar são de fundamental importância nos dias atuais. As campanhas já realizadas acerca do tema, com este objetivo de conscientização, não foram de grande impacto na mobilização social se comparadas com a analisada em questão, feita através do audiovisual “*Save Ralph*”. Levantar e analisar as estratégias utilizadas em sua produção possibilita a outras organizações compreender quais os fatores podem contribuir na sensibilização pela causa animal, a fim de que novas campanhas e produtos audiovisuais atinjam os mesmos resultados positivos.

Temos o dever de sermos éticos e morais no tratamento com os animais e a natureza, respeitando seus direitos e levando em consideração seus interesses próprios, e não colocá-los em posição inferior devido a algumas diferenças. Compreender que os animais sofrem e que possuem o interesse em evitar tal condição, colabora com o fim de práticas terríveis que ainda são utilizadas e normalizadas socialmente, como os testes científicos em animais..

Acerca da temática Cruelty-free abordada neste trabalho, observa-se a concentração de pesquisas sobre a importância de padronização dos selos que traduzem esta ideia, pois os mesmos foram criados e difundidos por organizações não governamentais e sem auxílio do poder público para fiscalização, acarretando em diversas problemáticas. Pouco ou quase nenhum trabalho, principalmente em português, foi realizado com o objetivo de identificar métodos e estratégias eficazes na sensibilização social³, de modo a contribuir com o fim desta prática cruel.

³ Para Marcio Simeone (2007, p. 60) “Constata-se que existe uma carência de estudos empíricos e bibliográficos na área de Relações Públicas voltados para a comunicação nos movimentos sociais”.

Portanto, o objetivo ao qual se destina este trabalho pode ser considerado inovador e, ainda, precursor, se examinarmos mais especificamente sobre a análise crítica do audiovisual *Save Ralph*.

Através dos estudos realizados para o desenvolvimento deste trabalho, foi possível verificar, além do já conhecido pensamento especista enraizado em nossa sociedade, como as estratégias utilizadas no curta-metragem em questão foram construídas tendo conhecimento deste paradigma que guia a conduta social e como isso foi fator primordial para que as estratégias tenham sido eficazes na sensibilização do telespectador.

Como possível formanda do curso de Relações Públicas, estudante de comunicação por quase quatro anos, amante dos animais e defensora de seus direitos, é um privilégio poder utilizar todos os saberes adquiridos no decorrer de minha formação acadêmica para dar voz àqueles que não possuem. É de imensa satisfação poder contribuir, de alguma forma, para caminharmos enquanto sociedade a uma vida ética e moral no tratamento de todas as criaturas vivas que habitam este planeta.

Desenvolvo este trabalho com o objetivo de contribuir com os colegas dessa caminhada em defesa dos nossos amigos animais e também com o objetivo de sensibilizar aqueles que estão entrando neste caminho. Como perfeitamente colocado por Carlos Michelon Naconecy, em sua obra *Ética e Animais: um guia de argumentação filosófica*, "Para muitas pessoas, é difícil uma identificação ou empatia com criaturas que estão psicologicamente tão distantes (...). A própria vítima sempre expressa melhor sua opressão que o discurso dos seus defensores. Ao contrário das mulheres e das minorias raciais, os animais não falam", os seres os quais busco defender neste trabalho, não possuem voz para defenderem seu direito a uma existência digna, e enquanto eu a possuir, falarei por eles.

1.2 Percurso Metodológico

Para o alcance dos objetivos, os quais este trabalho visa alcançar, e tendo como centro deles a análise das estratégias de comunicação utilizadas na produção do curta-metragem *Save Ralph*, foi traçado um percurso metodológico que contou com revisão bibliográfica, decupagem do audiovisual e análise discursiva.

A Revisão Bibliográfica, definida segundo Lakatos e Marconi: como o processo de “(...) colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto” (p.14), foi utilizada tanto inicialmente para este fim descrito pelos autores na etapa que precedeu a escrita do trabalho, quanto no decorrer de toda esta produção para encontrar, em estudiosos do tema levantado, embasamento teórico e sustentação em minhas análises.

Com o conteúdo teórico necessário levantado após o esforço contínuo da Revisão Bibliográfica, para identificar as estratégias de comunicação utilizadas na produção do curta-metragem “*Save Ralph*” foi feita uma decupagem. Palavra com origem francesa, que significa o ato de recortar dando forma.

Segundo André Luiz Battaiola⁴, o ato de Decupagem, no âmbito da indústria cinematográfica e do audiovisual, trata-se da divisão de uma cena em planos que se ligam através de cortes. Para ele, a linguagem cinematográfica busca captar as ideias e pensamentos que o autor almeja transmitir, e que através deste procedimento de “Decupagem”, geralmente realizado pelo roteirista ou diretor, é possível identificar.

Esta segunda metodologia utilizada possibilita a análise e identificação de todas as estratégias de comunicação aplicadas no curta, através da combinação estratégica da linguagem visual e auditiva, de forma detalhada. Enquanto a primeira permite analisar o cenário contemporâneo que cerca o tema e que, possivelmente, justificou a sábia combinação das estratégias empregadas.

Por fim, foi realizada uma análise discursiva das falas do Ralph, personagem principal, para complementar a identificação das estratégias de comunicação utilizadas na produção do audiovisual, já que importantes estratégias foram localizadas em seu pronunciamento.

Este trabalho divide-se em 5 capítulos organizados da seguinte forma: Capítulo 1 destina-se a introduzir o tema bem como apresentar a metodologia;

⁴ Disponível em <<https://pt.slideshare.net/profealbattaiola/decupagem-23400696>>.

Capítulo 2 dividido em 5 tópicos, traz a conceituação de termos que serão trabalhados nesta obra; Capítulo 3, dividido em 3 tópicos, visa satisfazer o objetivo principal de analisar as estratégias aplicadas no audiovisual; Capítulo 4 finaliza com as considerações finais e o Capítulo 5 apresenta as referências.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a construção deste trabalho, que visa a análise das estratégias de comunicação do audiovisual *Save Ralph*, ao qual se pode atribuir o aumento significativo na sensibilização social na busca por produtos livre de crueldade nos últimos anos, precisamos compreender e contextualizar alguns conceitos que se inter-relacionam e que constantemente serão citados.

2.1 Estratégias de Comunicação

Com o objetivo de analisar as estratégias de comunicação presentes no curta-metragem *“Save Ralph”*, primeiramente é necessário ampliar tal conceito. Esta ampliação se faz necessária uma vez que as estratégias comunicacionais, originalmente elaboradas por profissionais das Relações Públicas, encontram-se no audiovisual com um propósito diferente do convencional, sendo este o de mobilização social.

Estratégias de comunicação são, segundo Miguel de Lorenzo Salvador (2003, p.18), “una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan en un espacio de interacción humana, en base a unos intereses y necesidades determinados, y, lo que no es menos importante, a lo largo de distintos tiempos”.

Inseridas em um processo de convocação de vontades para mudança de uma realidade, denominado por Toro & Werneck⁵ como mobilização, as ações acima descritas adquirem então contornos e funções específicas para superar o principal desafio da comunicação ao mobilizar: tocar a emoção das pessoas (SIMEONE 2007)⁶.

Em projetos de mobilização social, segundo Simeone (2007), o ato de estimular o lado emocional dos públicos é fundamental para gerar o sentimento de

⁵ Toro & Werneck (1996) A mobilização é considerada um processo de convocação de vontades para uma mudança de realidade, por meio de propósitos comuns estabelecidos em consenso.

⁶ Todas as citações do autor Márcio Simeone Henriques, renomado e multiquilificado profissional de Comunicação Social, foram extraídas de sua obra “Comunicação e estratégias de mobilização social”. São Paulo Autêntica 2007.

reconhecimento e pertencimento, capaz de torná-los co-responsáveis com a causa, entendendo que sua participação é essencial para o sucesso do projeto.

Esta comoção e co-responsabilidade são alcançadas através de fatores de identificação, pilares do processo mobilizador e responsáveis por promover seu início, e também por sua manutenção durante todo o tempo de existência do movimento. Tais fatores, que não se constituem somente de elementos materiais, são considerados como estratégias de comunicação aplicadas a este contexto, e são elaboradas por profissionais de Relações Públicas.

Conforme afirma Simeone (2007, p. 83):

As considerações descritas neste estudo irão ater-se aos fatores que, mesmo produzidos a partir de elementos subjetivos, não são totalmente espontâneos e aleatórios, ou seja, podem ser utilizados de forma estratégica, de maneira intencional, planejados para promover uma identificação que contribua para os objetivos do movimento e estudados com maior clareza à luz dos conhecimentos específicos da comunicação e das Relações Públicas.

Portanto, para alcançar o objetivo proposto por este trabalho de descrever e analisar as estratégias de comunicação presentes no curta-metragem, e apontar como elas podem ter sido norteadas pelo especismo no rompimento de seus pilares, é preciso ter em mente que tal análise vai além das estratégias palpáveis e visíveis no curta, mas também na análise das estratégias de comunicação responsáveis por implementar os fatores de identificação que estabelecem o sentimento de co-responsabilidade do público com a causa *cruelty-free*.

Desse modo, utilizando os conceitos de Márcio Simeone Henriques, estudioso de Comunicação Social e autor que propõe estudo sobre a comunicação inserida neste contexto de mobilização social, é possível ampliar o conceito de estratégias de comunicação e entendê-lo como: a coordenação de ações que busca, através de elementos de identificação, gerar sentimentos de reconhecimento, pertencimento e co-responsabilidade nos públicos do projeto, a fim de iniciar e manter o processo mobilizador para uma causa específica.

2.2 Audiovisual

Para que a análise das estratégias de comunicação do curta-metragem seja realizada de forma satisfatória, de modo a contemplar os objetivos deste trabalho, é necessário compreender o próprio produto audiovisual como sendo também uma estratégia de comunicação.

Segundo Jesus (2019, p. 106) “O audiovisual é considerado uma das ferramentas mais eficazes, pois estratégias de comunicação que contêm esse tipo de linguagem costumam ter ampla visualização”. Ainda segundo o autor, em sua obra “Produção Audiovisual”, a união de recursos visuais e sonoros em uma peça de comunicação, ajuda o processo comunicacional a se tornar mais envolvente para o público, configurando uma forma eficiente de memorização da mensagem transmitida⁷.

Além da escolha estratégica de realizar a mobilização sobre a temática através de um audiovisual, optar pela animação, dentre tantas outras possibilidades deste tipo de produto, também demonstra um assíduo planejamento. Isso porque o modelo permite que todos os elementos constitutivos sejam elaborados do 0 para atender ao objetivo ao qual se destina, como por exemplo a modelagem do personagem, do cenário e de todos os itens que o compõem

Através do modelo de animação, foi possível construir componentes que romperam com pilares do especismo, como será evidenciado posteriormente. Tal feito não teria sido possível sem o uso da animação, que permitiu a humanização de um animal não-humano, bem como possibilitou o fato de retratar uma realidade brutal de forma que não gerasse repulsa, impossibilitando sua visualização, pois como perfeitamente coloca Jesus (2019, p. 56):

Os recursos audiovisuais, por sua acessibilidade, tendem a ser mais agradáveis ao público em geral do que longos textos escritos, por exemplo. A conexão entre o audiovisual e as relações públicas busca apoio em imagens e conceitos, como o cinema, para procurar um universo comum entre o espectador e o criador da mensagem.

Pelo contrário, o curta-metragem “*Save Ralph*” conseguiu cativar a atenção do telespectador e gerar uma comoção a nível mundial pela realidade enfrentada por Ralph, o protagonista. Com a solidariedade desenvolvida através do audiovisual, os indivíduos que integram a sociedade passam a buscar, de forma mais eficiente,

⁷ O autor fundamenta a eficiência da memorização proporcionada por produtos audiovisuais trazendo uma pesquisa do Departamento do Trabalho dos Estados Unidos de 2001, em que evidencia que a porcentagem de informações mantidas pelo público é maior quando adquiridas por essa forma de comunicação, que combina elementos visuais e sonoros.

alternativas que coloquem fim ao cenário de sofrimento que os animais utilizados como cobaias enfrentam.

2.3 Cruelty-free

Na década de 60, após a Revolução Industrial e com a intensificação da cultura do consumo, surge o conceito de economia verde e, com ele, o *green-marketing*, traduzindo, marketing verde. A sociedade toma consciência, começando com os Estados Unidos e Europa, a respeito da finitude dos recursos naturais e sobre o dever que o homem possui sobre estes enquanto espécie que, por anos, agiu sem responsabilidade ambiental e sem preocupação com a preservação do mundo e seus recursos para as futuras gerações.

Neste contexto de preocupação com a preservação ambiental, surgem vertentes que expandem o conceito para a responsabilidade do homem no tratamento ético para com os animais não-humanos, que desde muito, eram utilizados pelo homem para os mais diferentes fins, tendo no século XIX o uso dos animais como cobaias em testes, por parte das mais variadas indústrias, se intensificado e passando a indústria cosmética a ser a responsável atualmente pela morte e sofrimento de 500.000 animais por ano.⁸

É neste triste cenário, em que os animais são escravizados, torturados física e psicologicamente e privados dos mais básicos e fundamentais direitos em nome da superficial e não necessária indústria cosmética, que surge o termo *cruelty-free*, traduzindo, livre de crueldade. O termo, utilizado pela primeira vez por Lady Downding no séc XX como “*Beauty without cruelty*”, significa que o produto ou marca que o traz não utiliza animais como cobaias em testes no desenvolvimento de seus produtos. São diversos os selos existentes que carregam este significado, porém, os que mais se destacam são o Leaping Bunny, concedido pela Cruelty Free International, e selo PETA.

Sem ajuda governamental na criação, regulamentação e fiscalização dos selos, criados por organizações que defendem a liberdade dos animais, os seus direitos e seu tratamento ético, surgem alguns problemas, como o uso por parte de empresas que, embora não utilizem animais em testes para o desenvolvimento do

⁸ Segundo a *Humane Society International* que traz em seu site oficial esta informação quantitativa presente no *link* <<https://www.hsi.org/issues/be-cruelty-free/>>.

produto final, realizam testes para a obtenção de produtos intermediários ou os adquirem de marcas que testam.

Porém, mesmo com esses obstáculos e sozinhas na luta pela libertação dos animais deste triste cenário de abuso e crueldade, essas organizações, como por exemplo PETA, ONG *Cruelty-free international*, *Leaping Bunny* e *Choose Cruelty-free*, seguem desenvolvendo campanhas que carregam a bandeira *Cruelty-free* para a sensibilização social com o objetivo de aumentar a procura por produtos amigos dos animais e obrigar, de forma indireta, as indústrias a adotarem práticas éticas pela lógica de competitividade mercadológica.

Uma das campanhas desenvolvidas em nome do movimento *Cruelty-free*, e a qual destina-se analisar este trabalho, foi a desenvolvida pela *Humane Society International*, em 2021, denominada “*Save Ralph*”, traduzindo, Salve o Ralph. A campanha se trata de um curta-metragem que traz como personagem principal um coelho, animal mais utilizado como cobaia por ser dócil e possuir olhos grandes, chamado Ralph que, através de uma entrevista, relata como é seu dia a dia sendo um coelho cobaia.

Embora a análise crítica e detalhada do curta-metragem e das estratégias de comunicação por ele utilizadas estejam presentes em outros capítulos deste trabalho, vale adiantar o sucesso e a mudança significativa que trouxe na sensibilização e conscientização da sociedade, enquanto consumidores de produtos cosméticos, colaborando no aumento pela procura por produtos *cruelty-free*.

Tal mudança pode ser exemplificada por importantes conquistas no cenário de proteção animal que ocorreram após o curta-metragem e que por ele foram influenciadas devido às falas do Ralph. Uma delas, é o fato de o México ser o primeiro país da América do Norte a proibir testes em animais para cosméticos com um projeto de lei aprovado através da atuação de representantes da HSI, criadora do curta-metragem, segundo informações presentes no site oficial da organização.

Um dos pensamentos presentes na sociedade contemporânea que pode “justificar” a manutenção da crueldade empregada na realização dos testes utilizando animais como cobaias, está presente na seguinte passagem do livro *Convite à Filosofia* de Marilena Chaui “Costumamos considerar que alguma coisa só tem o direito de existir se tiver alguma finalidade prática, muito visível e de utilidade imediata”.

Vamos observar no decorrer deste trabalho como as campanhas *Cruelty-free*, em especial o curta-metragem *Save Ralph*, aliadas a estratégias de comunicação colaboram com a quebra deste pensamento e como contribuem para o fim da exploração animal, visando um tratamento ético que conceba aos animais não-humanos os direitos básicos e fundamentais dos quais nunca deveriam ter sido privados.

2.4 Especismo

Entender toda e qualquer forma de exploração animal sem compreender o especismo, termo cunhado pelo psicólogo e defensor dos animais Richard Ryder em 1970, permite apenas uma rasa compreensão do pensamento que legitima o comportamento antiético do homem com os animais não-humanos e, como este trabalho visa aprofundar na temática *cruelty-free*, é primordial a compreensão total a respeito deste tipo de preconceito, denominado e posteriormente aprofundado por Peter Singer como especismo.

Peter Singer, filósofo e professor australiano que atua na área de ética prática, em sua obra *Libertação Animal* de 1975, define o especismo como p.19 “O especismo - (...) - é um preconceito ou atitude de favorecimento dos interesses dos membros de uma espécie em detrimento dos interesses dos membros de outra espécie”. Em outras palavras, é o preconceito baseado na diferença de espécies, ou seja, entre humanos e animais não-humanos, em que o tratamento antiético e imoral daqueles em detrimento destes se justificaria.

Segundo o autor, o mesmo pensamento que por muito legitimou o machismo, preconceito baseado em gênero, e o racismo, preconceito baseado em raça, legitima agora o especismo e, como toda forma de preconceito, deve ser superado. São vários os argumentos que tentam perpetuar e justificar a posição de superioridade que o homem se coloca em relação aos animais e os seus abusos em relação ao tratamento com os mesmos.

Os principais responsáveis pelo surgimento e manutenção do especismo podem ser considerados o pensamento antropológico moral e a visão mecanicista, ambos surgiram com a filosofia greco-romana e tiveram suporte no catolicismo. Tais pensamentos justificam os abusos sofridos pelos animais e legitimam os hábitos

cruéis enraizados em nossa sociedade e que, infelizmente, não conseguimos superar.

O pensamento antropológico moral coloca o homem em posição privilegiada em relação aos outros seres, a partir do movimento racionalista que privilegia a razão, com base em falácias como por exemplo de que por não serem dotados de fala e linguagem, não são capazes de pensar ou raciocinar e logo, não podem sentir. Ou ainda que não possuem a alma racional ou imortal como o homem devido também a impossibilidade de fala. Todos estes pensamentos arcaicos, traduzidos na expressão “o homem é a medida de todas as coisas”, criaram a falsa ideia de que o homem está em posição de superioridade em relação aos animais e, portanto, podem utilizá-los em seu próprio benefício, e nenhum comportamento poderia ser considerado moralmente ou eticamente errado.

Temos ainda o mecanicismo, que surge posteriormente a esta concepção antropológica e que dela se origina. Surge no século XV a ideia de que os animais são como máquinas, e por isso e também por não possuírem linguagem, são incapazes de sentir. Neste movimento, temos como principal pensador Descartes que, ao iniciar neste período o uso de animais para testes, afirma que os grunhidos emitidos após as torturas proferidas contra os animais não seriam manifestações de dor, e sim, barulhos semelhantes a quando um relógio cai no chão, já que ambos são máquinas e máquinas não sentem.

Hoje, devido a contribuições de estudiosos, como por exemplo Darwin, que conseguiram comprovar de formas irrefutáveis a capacidade de sentir e a fisiologia muito semelhante entre animais não-humanos e humanos, alguns pensamentos foram abandonados. Porém, não foram totalmente erradicados, uma vez que a sociedade não tem interesse em abandonar hábitos enraizados em suas culturas e costumes que envolvem sofrimento animal e, portanto, utilizam o especismo agora como forma de manutenção de práticas cruéis e antiéticas.

O especismo é herança destes e de outros pensamentos que tiveram seu surgimento no início da filosofia greco-romana e antes mesmo do catolicismo, embora este também tenha colaborado com a sua manutenção. O que os defensores da liberdade e dos direitos dos animais buscam, é o fim do especismo como o fim de qualquer outro preconceito na busca por direitos e tratamento ético e justo com às vítimas que por conta dele sofrem.

Reconhecer que os animais merecem tratamento igualitário e o reconhecimento que possuem interesses em comum, como o interesse de evitar o sofrimento, não é, ao contrário do que erroneamente se pensa, afirmar que homens e animais não-humanos são iguais, pois de fato, não são. Porém, a igualdade absoluta nunca foi fator determinante para a abolição dos tipos de preconceitos anteriormente existentes ou para garantirmos direitos iguais para seres que são naturalmente diferentes, como homens e mulheres, brancos e pretos, heteronormativos ou não.

E, como nos preconceitos felizmente antes superados, é através de informação, conscientização e sensibilização que iremos vencer este, carregado de igual crueldade. Talvez, a demora em sua extinção esteja no fato de que as vítimas do especismo, diferente de todos os outros preconceitos, não podem se defender através de palavras, e dependem da voz de seres que se encontram em uma sociedade em que a crueldade animal é normalizada e socialmente aceita.

Como sabiamente colocou Voltaire ao se opor à Descartes:

“Que ingenuidade, que pobreza de espírito, dizer que os animais são máquinas privadas de conhecimento e sentimento, que procedem sempre da mesma maneira, que nada aprendem, nada aperfeiçoam! [...] Será porque falo que julgas que tenho sentimento, memória, ideias? Pois bem, calo-me. Vês-me entrar em casa aflito, procurar um papel com inquietude, abrir a escrivaninha, onde me lembra tê-lo guardado, encontrá-lo, lê-lo com alegria. Percebes que experimentei os sentimentos de aflição e prazer, que tenho memória e conhecimento. Vê com os mesmos olhos esse cão que perdeu o amo e procura-o por toda a parte com ganidos dolorosos, entra em casa agitado, inquieto, desce e sobe e vai de aposento em aposento e enfim encontra no gabinete o ente amado, a quem manifesta sua alegria pela ternura dos ladridos, com saltos e carícias. Bárbaros agarram esse cão, que tão prodigiosamente vence o homem em amizade, pregam-no em cima de uma mesa e dissecam vivo para mostrarem-te suas veias mesentéricas. Descobres nele todos os mesmos órgãos de sentimentos de que te gabas. Responde-me maquinista, teria a natureza entrosado nesse animal todos os órgãos do sentimento sem objetivo algum? Terá nervos para ser insensível? Não inquires à natureza tão impertinente contradição.”

2.5 Ética Animal

É comum ao realizarmos o exercício de colocarmos, mentalmente, o homem nas posições ocupadas pelos animais não-humanos em atividades cruéis, às quais são submetidos cotidianamente, nos depararmos com o sentimento de mal estar e até mesmo revolta e, caso de fato tal troca fosse concretizada, sem sombra de dúvidas teríamos grandes revoltas populares. Isso ocorre porque a eles é negado o tratamento ético já existente para com os humanos e que inclusive, se quebrados, encontrarão na legalidade severas ações punitivas.

Porém, recentemente, o sofrimento animal tem sido reconhecido para além da crueldade intencional, mas também pelo uso normal e socialmente aceito dos animais não-humanos para satisfação dos interesses humanos, que acabam por envolver práticas cruéis, dolorosas e que privam os animais de uma vida digna e de seus direitos básicos e fundamentais.

Esse reconhecimento faz com que, gradativamente, passamos a ter cada vez mais grupos de pessoas preocupadas e envolvidas em se mobilizar para estender a concepção do tratamento ético aos animais não-humanos. Segundo Peter Singer em sua obra *Ética Prática* temos que “mudar nossa tendência de ver os seres humanos como o centro do universo ético” (1997, p. 187) e passar a dar a eles o devido tratamento ético e moral que sempre deveriam ter recebido enquanto seres que, assim como nós, possuem capacidade de sentir, sofrer e ter interesses próprios.

É primordial a compreensão de tal conceito para prosseguirmos com a análise da campanha com temática *cruelty-free* realizada neste trabalho pois ela, bem como todas as outras criadas com objetivos semelhantes, tem como idealização que guia seus esforços a ética no tratamento para com os animais, e a citação do termo será recorrente no desenvolvimento deste trabalho.

Como perfeitamente sintetiza Thomas Edison “A não-violência leva-nos aos mais altos conceitos de ética, o objetivo de toda evolução. Até pararmos de prejudicar todos os outros seres do planeta, nós continuaremos selvagens.”

3. ANÁLISE DO AUDIOVISUAL “SAVE RALPH”

Este capítulo destina-se a analisar o audiovisual “*Save Ralph*” de forma crítica e minuciosa através do método de Decupagem citado anteriormente, buscando identificar as estratégias de comunicação que foram utilizadas para a sua criação e construção. Além da identificação dessas estratégias, objetivo ainda relacioná-las com a minha teoria de que elas foram escolhidas tendo conhecimento, e usando como guia, o contexto social contemporâneo marcado pelo especismo enraizado, fazendo apontamentos que a embasam.

3.1 Análise inicial do curta-metragem *Save Ralph*

Antes de apresentar efetivamente a análise dos elementos que constituem o curta-metragem, como recursos visuais e o discurso, é necessário evidenciar algumas informações que cercaram e nortearam toda a obra

O audiovisual foi produzido pela *Humane Society International*, uma organização americana sem fins lucrativos que objetiva atuar no bem-estar animal, opondo-se a práticas cruéis. O curta-metragem faz crítica a uma das manifestações de crueldade animal que atualmente, infelizmente, vem aumentando consideravelmente: o uso de animais como cobaias na indústria cosmética.

Para sua criação, a organização uniu forças com estrelas hollywoodianas, como Zac Efron e Rodrigo Santoro, e contou com a direção de Spencer Susser, que utilizou da técnica “*Stop motion*” para sua construção. Essa técnica muito usada de animação e retratada nas imagens a seguir, cujo significado em português é trazido pela expressão “quadro a quadro”, consiste na elaboração manual do cenário e dos personagens que são posicionados e fotografados foto por foto, com pequenas alterações entre elas, e que, ao serem unidas em uma sequência e reproduzidas em alta velocidade, originam um vídeo.

Como sintetiza Jesus (2019, p. 254)⁹:

Os filmes de animação são aqueles em que desenhos individuais, pinturas ou ilustrações são fotografados quadro a quadro (técnica conhecida como *stop motion*). Cada quadro difere um pouco do que o precede, dando a ilusão de movimento quando os quadros são projetados em rápida sucessão, como, por exemplo, quando exibidos a 24 quadros por segundo.

⁹ Em sua obra **Produção audiovisual**. Porto Alegre SAGAH 2019 1

Esse método é capaz de prender a atenção do telespectador e gerar impacto ao público devido ao teor extremamente criativo e detalhista.

Figura 1 - Construção do curta-metragem com a técnica Stop Motion



Fonte: site creativereview¹⁰

O curta foi publicado no dia 6 de abril de 2021, no canal do *youtube* da *Humane Society International*, e mostra a rotina de um coelho, o Ralph, contada por ele de forma similar a um documentário, em que relata sua profissão de coelho cobaia para testes de produtos cosméticos. Ele conta sobre as cicatrizes e sequelas provenientes dos testes enquanto realiza atividades em sua casa e laboratório.

A campanha é considerada inovadora pela forma de abordar o assunto, e tal abordagem, juntamente com as estratégias utilizadas que serão analisadas nos próximos tópicos, são, ao meu ver, responsáveis pela viralização sem precedentes quando se trata deste assunto.

¹⁰

Disponível

em:

<<https://www.creativereview.co.uk/andy-gent-spencer-susser-save-ralph-humane-society-international-ad/>>. Acesso em: 08/12/2022.

3.2 Análise visual

Este capítulo objetiva analisar os elementos visuais que construíram o curta-metragem e identificar as estratégias que fundamentam tais escolhas, pois como diz o diretor Spencer Susser no vídeo que apresenta o *Making of* publicado no canal no Youtube da HSI¹¹: “tantos detalhes nos cenários acessórios de Ralph, suas roupas e cada pedacinho foi pensado”.

Para tanto, foram extraídas imagens do vídeo original do curta-metragem, através da técnica de decupagem, que serão examinadas a fim de evidenciar as estratégias aplicadas, utilizando a base teórica obtida pela Revisão Bibliográfica, em uma tentativa de fundamentar os elementos que podem ter influenciado tais escolhas.

Tal análise se inicia pelo estudo do próprio Ralph: o personagem principal da trama. A título de uma breve recontextualização, como vimos anteriormente, a relação entre homens e animais foi pautada em uma ótica de superioridade que aqueles se colocaram em relação a estes, sob a justificativa infundada de que algumas diferenças fisiológicas justificariam essa assimetria, tais como a ausência de fala que, por muito, foi sinônimo de ausência de consciência.

Além desta construção histórica que dificulta a sensibilização com a causa animal, temos ainda outro obstáculo subjetivo aos indivíduos: a dificuldade de nos solidarizarmos com o diferente, já que estamos em constante busca de similaridades para gerar uma aproximação. Como perfeitamente coloca Moris (1967) “A popularidade animal varia na razão direta do número dos respectivos aspectos antropomórficos”.

Esses aspectos que permeiam ainda a atualidade e que, somados a outros fatores, caracterizam o especismo, ilustra como foi hábil a construção do personagem. A começar pela escolha da espécie representada pelo Ralph: um coelho, tendo em vista o fato de ser uma das espécies mais utilizadas na prática de testes laboratoriais para fins da indústria cosmética, por serem dóceis e possuírem olhos grandes. Mas o foco da genialidade estratégica está na humanização do personagem.

¹¹ Vídeo do *Making of* disponível no link <<https://www.youtube.com/watch?v=dt35WbCEt5U>>.

Se um dos fatores que dificulta a empatia com a causa é o afastamento morfológico que legitima o especismo, trazer o personagem com características humanizadas, sem sombra de dúvidas, foi uma estratégia planejada afincamente.

O personagem foi trabalhado ao máximo para aproximar-se da nossa espécie. Ralph caminha sobre duas pernas, possui a capacidade da fala, trazendo através dela um discurso carregado de sentimentalismo, emoção e sentimento. Ralph mora em uma casa padrão de nossa sociedade, está trajando roupas e acessórios comuns à espécie humana e durante sua narração realiza atividades cotidianas que são habituais para o homem.

Tais detalhes serão analisados individualmente a seguir através de imagens obtidas após a realização da técnica de decupagem.

Figura 2 - Imagem obtida do curta-metragem *Save Ralph*



Fonte: Canal do Youtube da *Humane Society International*, 2021.

A figura de número dois ilustra a primeira cena do curta-metragem, em que logo de início é exposto ao telespectador uma riqueza de detalhes que se mantém durante todo o vídeo. Neste primeiro momento, é utilizado o Plano Americano para a apresentação do Ralph, o personagem principal. Neste tipo de plano, os autores são enquadrados do joelho para cima com o objetivo de trazer maior foco aos protagonistas, porém sem perder de vista os demais elementos da cena.

Ao analisar as características do Ralph, constata-se que apesar de ser um coelho, ele possui particularidades e elementos não pertencentes à espécie, mas

sim aos humanos. Dentre esses elementos já visíveis no primeiro plano, percebe-se que o personagem tem postura vertical e está vestindo calça, cinto, camisa, gravata e blazer.

Outros dois elementos inerentes ao personagem que chamam atenção são: a coloração em tons avermelhados na pelagem ao redor dos olhos e estes esbranquiçados, e uma tala em sua orelha esquerda, ambos denotam lesões que, através do discurso do personagem analisado no próximo tópico, serão explicadas como sendo causadas pelos testes aos quais ele é submetido.

Já no cenário, o acervo de elementos é ainda mais rico. É possível identificar que o personagem está posicionado sentado em um sofá e atrás dele situa-se uma cozinha. Os itens presentes que atribuem realidade ao quadro são tantos que citá-los em sua totalidade se torna uma tarefa extremamente árdua.

Portanto, na descrição desses elementos, trago apenas os que são mais marcantes, sendo eles o telefone que encontra-se ao lado do Ralph juntamente com um jornal, uma pilha de livros localizada abaixo de um aparador e utensílios de culinária distribuídos em toda a cozinha.

Após o estudo acima, realizado através da primeira imagem extraída do vídeo original, dou início aos meus apontamentos em que acredito que a produção do audiovisual foi planejada em cima do contexto social marcado pelo especismo, buscando romper com os fundamentos que legitimam este preconceito e impedem a sensibilização com o sofrimento animal. Rompimento este que foi alcançado, como evidencia-se através do número de pessoas sensibilizadas com o curta-metragem

O principal fundamento que mantém o especismo e que foi trabalhado no vídeo, como já brevemente citado antes, é a humanização do Ralph, feita através da atribuição de características humanas ao protagonista.

Segundo pesquisa¹² realizada por alunos graduados e professores da Universidade de Vila Velha, na busca de identificar elementos que geram empatia com animais usados em testes, os números mostram que seres humanos, imersos em um contexto especista, tendem a ter mais facilidade de desenvolver empatia com espécies semelhantes a nossa, pois o homem se torna indiferente às formas morfológicas devido ao nosso instinto de buscar similaridade nas feições.

¹² Pesquisa disponível no [link](file:///C:/Users/User/Downloads/AimportnciadaempatianodesenvolvimentoticoidentificandoocaracterizandoespecismonaexperimentaooanimalrelacionadoarespostadeempatiaidealunosdasreasbiolgicasdaUniversid%20(1).pdf)

Desta forma, o fato de personificar uma espécie muito utilizada em testes laboratoriais da indústria cosmética, ilustra minha teoria de que o planejamento estratégico da produção do curta metragem foi feito buscando romper elementos constitutivos do especismo.

Figura 3 - Imagem obtida do curta-metragem *Save Ralph*



Fonte: Canal do Youtube da *Humane Society International*, 2021.

A figura três, retirada de outro momento do curta, ilustra mais uma estratégia utilizada pela HSI para sensibilizar o público: evidenciar o fato de os animais serem criaturas sencientes, assim como nós.

Na imagem, é possível observar diversos elementos na expressão do Ralph que indicam tristeza, como por exemplo o olhar vago, os olhos caídos direcionados para o chão, boca e orelhas levemente curvadas para baixo e o elemento mais marcante que reforça este sentimento: lágrimas.

Tal estratégia rompe com mais um dos pilares do especismo, fundamentado na filosofia mecanicista de Descartes, que carrega a falha concepção de que os animais-não humanos são incapazes de experimentar as mesmas sensações e sentimentos que os animais-humanos, como dor, tristeza e medo. Sentimentos esses que os animais vivenciam a todo momento durante os testes laboratoriais mas que lhes são negadas a existência no especismo.

Figura 4 - Imagem obtida do curta-metragem *Save Ralph*



Fonte: Canal do Youtube da *Humane Society International*, 2021.

Na figura de número quatro, que retrata o momento imediatamente posterior ao Ralph ter sido submetido aos testes, as estratégias aplicadas reforçam através dos elementos visuais o quanto os testes são extremamente dolorosos e cruéis com os animais.

Observa-se na imagem quatro, elementos carregam este significado de sofrimento e crueldade, sendo eles a ferida nas costas de Ralph, local onde geralmente são aplicadas as substâncias a serem testadas, e o colar cervical, indicando o manuseio agressivo durante a prática.

Além dos itens que transparecem este sofrimento, outro item foi inserido estrategicamente no cenário para contribuir na sensibilização do telespectador. Ao observar o lado direito da imagem, é possível visualizar nomes escritos nos armários que são utilizados por “trabalhadores” como Ralph (Mitch, Emmanuel, Louise, Tim, Jeff, Rui, e vários outros). Os nomes estão riscados, indicando que estes seres já foram descartados após um longo período de abuso.

Segundo Carlos Michelin Naconecy, em sua obra “Ética e animais: um guia de argumentação filosófica”, o simples fato de darmos nome a um animal não-humano e nos referirmos a ele por esse nome, gera um desconforto emocional no trato cruel do mesmo, como por exemplo quando um animal criado para consumo passa a ter nome, fazendo com que sacrificá-lo se torne mais difícil.

Isso se dá pelo fato de que o animal não-humano passar a ser um indivíduo por esta atribuição, gerando uma aproximação que permite o vínculo empático com o mesmo.

Portanto, o elemento visual presente na imagem, é implementado como uma apelação semântica carregada de significado anti-especista, uma vez que o preconceito com espécies diferentes é marcado pela dificuldade de enxergarmos animais como seres individualizados que possuem interesses próprios, assim como nós.

Figura 5 - Imagem obtida do curta-metragem *Save Ralph*



Fonte: Canal do Youtube da *Humane Society International*, 2021.

Por fim, a figura 5 é a última imagem selecionada para análise, sendo esta a responsável por ilustrar a cena final em que Ralph aparece no curta-metragem. Além dos elementos já citados na figura anterior, novos são apresentados devido ao fato de Ralph situar-se de frente.

Nesta etapa do audiovisual, assim como na imagem anterior, o cenário é filmado através do plano denominado “Plano Detalhe”, em que o protagonista é retratado da cintura para cima e são introduzidos detalhes de impacto. Os detalhes que conferem impacto neste plano são os componentes que empregam sofrimento em sua manifestação mais intensa.

Nesta cena, Ralph aparece com ambos olhos avermelhados, semi-abertos e inchados, indicando que foram utilizados no teste de substâncias nocivas à sua

visão. O personagem está com ambas as orelhas baixas, boca curvada para baixo, rosto e corpo retraídos e o mesmo colar cervical da imagem analisada anteriormente, indicando dor, sofrimento e tristeza.

Todas essas estratégias visuais utilizadas para compor a cena, reforçam o fato de os animais não-humanos serem criaturas sencientes que vivenciam sensações horríveis ao serem utilizados como cobaias em testes extremamente impiedosos.

3.3 Análise discursiva

Neste tópico destinado à análise discursiva do audiovisual *Save Ralph*, busco elencar elementos teóricos às falas do personagem para evidenciar o teor estratégico que elas possuem e demonstrar como tais estratégias podem ser norteadas pelo especismo, a fim de romper com seus pilares e alcançar a sensibilização para a causa animal.

A análise do discurso, segundo Alan Tocantins Fernandes¹³, objetiva compreender como um objeto simbólico, neste caso as falas do personagem Ralph, produz sentidos e como este objeto está cheio de significância. Portanto, almejo ainda identificar os sentidos e significados que as falas do protagonista carregam.

Porém, antes de efetivamente iniciar tal análise, proponho uma reflexão sobre a genialidade de incumbir ao Ralph, um coelho, o atributo da fala para contar sua própria história. Se compararmos com campanhas precedentes acerca da temática, observamos que, em sua grande maioria, predomina a narrativa em terceira pessoa, em que o sofrimento vivenciado pelos animais não-humanos nos testes laboratoriais da indústria cosmética são narrados pelo homem.

Tal incumbência colabora com o rompimento do dogmatismo mecanicista responsável por atribuir caráter mecânico aos animais e por afastar sua senciência. Se para esta doutrina filosófica, que possui como patrono o filósofo francês

¹³ Doutorando em Linguística pela Universidade do Estado de Mato Grosso. Trecho extraído em artigo na revista digital Roseta, que tem por objetivo divulgar trabalhos acadêmicos na área da Linguística realizados no Brasil.

Disponível no [link](https://www.roseta.org.br/2020/03/25/o-que-e-analise-do-discurso-como-pode-ser-usada-e-o-que-a-difere-de-uma-analise-gramatical/#:~:text=A%20An%C3%A1lise%20do%20Discurso%20busca.constitu%C3%A7%C3%A3o%20que%20faz.>)

Descartes, a fala é pressuposto fundamental para a consciência e para a capacidade de sentir, no curta-metragem esta conjectura é superada.

Embora saibamos que esta ideologia filosófica não possui mais elementos que a sustentem, tendo sido comprovada de forma irrefutável a capacidade dos animais de sentir e de serem dotados de consciência, é preciso reconhecer que a ausência de fala perdura a dificuldade de sensibilização por animais não-humanos até os dias de hoje.

Portanto, a estratégia inovadora justifica o sucesso do curta-metragem, por ter implementado em seu roteiro uma sequência de elementos planejados para anular os princípios do especismo, tendo em vista que este pensamento é a forma de preconceito que mantém práticas cruéis.

Posto isso, foram destacadas as falas mais relevantes do personagem durante o curta-metragem, que serão analisadas individualmente a seguir.

“Eu me chamo Ralph, eu sou um coelho, como podem ver. Eu tô cego do olho direito e essa orelha não consigo ouvir nada, a não ser zumbido”

Na primeira fala do protagonista, tem-se dois pontos que chamam a atenção e que criam um vínculo empático inicial com o telespectador. O primeiro é o fato de Ralph se apresentar como um semelhante ao dizer seu nome, uma vez que este elemento é capaz de individualizar um animal não-humano, como visto anteriormente.

O segundo ponto em questão é o ato de, logo de início, evidenciar marcas de sofrimento provenientes dos testes laboratoriais, que permite uma comoção através do exercício de ocupar o lugar do Ralph, imaginando como seria provar do mesmo sentimento, no caso, dor e angústia.

A capacidade de se identificar com outra pessoa, denominada empatia, se torna ainda mais fácil neste caso, já que, como perfeitamente coloca a redatora Filipa Basílio da Silva¹⁴ em um de seus textos “(...) o cinema tem o poder de nos transportar para um mundo que não é o nosso, de nos colocar na pele de vítimas e de vilões”.

¹⁴ Texto disponível no *link* <<https://lifestyle.sapo.pt/vida-e-carreira/comportamento/artigos/e-capaz-de-se-colocar-no-lugar-do-outro>>.

“O meu pelo já foi raspado, eu tenho queimaduras químicas nas costas, queima um pouco. Mas também não é nada demais, só dói mesmo quando eu respiro”

Já na segunda fala, a característica mais marcante e que está presente em vários momentos do discurso do personagem é a ironia. A ironia é uma figura de linguagem que consiste em sugerir o contrário do que se afirma.

Tratando-se da fala em questão, o protagonista utiliza da ironia para reforçar a ideia do quão dolorosos são os testes laboratoriais feitos pela indústria cosmética. Ao afirmar ironicamente que somente sente dor quando respira, ele declara na verdade sentir dor o tempo todo, já que logicamente o interlocutor possui conhecimento de que respirar é um mecanismo básico e vital que ocorre a cada instante, sem exceção.

“E no final de contas tá tudo bem! Fazemos isso pelos humanos, são muito superiores a nós animais”

Na terceira fala do personagem retirada para análise, além do discurso utilizar-se novamente de ironia, encontra-se um elemento que foi trabalhado através dela e que compõe o pensamento especista, legitimando e justificando práticas cruéis: a falsa posição de superioridade que o homem coloca a si mesmo para normalizar o tratamento anti-ético para com os animais-não humanos.

Ao dizer que os humanos são superiores aos animais, objetiva na verdade colocar em xeque¹⁵ este pilar que sustenta o preconceito denominado como especismo. O fato de o homem e os animais possuírem características diferentes, não justifica (ou não deveria) colocá-los em posição de submissão à vontade humana.

Além disso, tais diferenças não deveriam ser vistas como fatores que justificam a negação de um tratamento ético e muito menos a privação de direitos básicos e fundamentais para com os animais não-humanos. O tratamento igualitário no respeito aos direitos fundamentais não exige igualdade absoluta, como evidenciado por Peter Singer em (1975, p. 16) “O princípio básico da igualdade não requer um tratamento igual ou idêntico, requer consideração igual”.

¹⁵ A expressão “colocar em xeque” ou “pôr em xeque” significa expor a perigo, pôr em má situação; pôr em dúvida a importância ou o valor de algo ou alguém.

Ainda na fala de Ralph, ao dizer ironicamente que os animais fazem isso pelos humanos, ele objetiva na realidade gerar reflexão sobre o fato de eles serem submetidos aos testes de forma involuntária, já que evidentemente se tivessem opção de escolha, não optariam por sujeitar-se como cobaias.

“Eu sou um coelho cobaia. Meu pai foi cobaia, minha mãe, meus irmãos, meus filhos. Todos cobaias, e todos vão morrer fazendo seu trabalho, do mesmo jeito que eu vou morrer.”

Na fala acima, penúltima selecionada da narração de Ralph para estudo, dois pontos centrais são trabalhados. O primeiro, é a individualização da espécie, feita quando o personagem cita que possuía pai, mãe, irmãos e filhos. Possuía, no passado, para transmitir a ideia de que todos já foram sacrificados, já que em sua fala Ralph afirma que eles também foram cobaias.

Através desta individualização, ou seja, transformar Ralph em um indivíduo, espera-se conseguir gerar maior sensibilização do telespectador com a causa, através da estratégia anteriormente citada de antropomorfizar¹⁶ as espécies usadas como cobaias.

O segundo ponto, está na ênfase do destino de todos os animais submetidos aos testes laboratoriais da indústria cosmética ser a morte, como o próprio protagonista já mostra saber.

“Eu só gostaria de dizer a todos que ainda estão comprando cosméticos testados em animais, como rímel, shampoo, protetor solar, praticamente tudo que está no seu banheiro, bem, sem vocês e sem países que permitem testes em animais eu estaria desempregado, eu estaria nas ruas. Bom, não nas ruas, mas nos campos, tipo um coelho normal”

Por fim, a última fala desta análise do discurso (e que também é a última fala proferida pelo personagem no curta-metragem) vem em forma de apelo. Através dela, Ralph salienta a responsabilidade que os consumidores de produtos cosméticos testados em animais possuem na manutenção do cenário retratado durante todo o audiovisual.

Ao dizer que sem consumidores destes produtos ou da permissão dos países para a realização dos testes ele estaria nos campos, Ralph evidencia o papel do

¹⁶ Atribuir a algo forma ou características humanas.

telespectador, enquanto possível cliente deste mercado cruel, em manter animais como cobaias, aprisionados em laboratórios, sendo submetidos a uma vida de tortura física e psicológica, privados dos mínimos direitos básicos e fundamentais, como sua liberdade e vida digna.

Ao trazer este apelo no final, após todo o vídeo ter sido trabalhado com foco na importância do fim destas práticas, juntamente com o vínculo empático gerado com o Ralph, espera-se que o telespectador reflita sobre a urgência em trocar produtos testados em animais por produtos *cruelty-free*.

4. CONCLUSÃO

A luta pelos direitos dos animais ainda tem uma longa jornada a percorrer. São muitos os obstáculos a serem superados até chegarmos em um cenário cuja ética animal é plena, em que os animais não-humanos têm direito a uma vida digna e livre de crueldade. Então sim, muito se falta cursar para que nenhum animal seja usado como cobaia nos testes da indústria cosmética e para que nenhum mais seja sacrificado em nome da beleza. Porém, já demos passos importantes em direção à liberdade animal.

Conquistas significativas foram alcançadas através do curta-metragem “*Save Ralph*”, como foi exposto anteriormente nesta pesquisa, e os expressivos números de alcance, sem precedentes registrados, confirmam que sua construção foi fruto de muito planejamento e de precisas escolhas no âmbito de estratégias de comunicação.

As estratégias identificadas no decorrer desta pesquisa, bem como todo o pensamento estratégico por trás de cada uma delas, foram responsáveis por fazer com que o audiovisual *Save Ralph* comovesse a população a nível mundial, o que certamente contribuiu no aumento expressivo que o mercado de cosméticos veganos e *cruelty-free* já tiveram e cujas previsões são de continuar em ascensão.

É possível averiguar o aumento já auferido, juntamente com o esperado, através do relatório do *Market Research Future*, que constatou que o mercado de cosméticos cruelty free atingirá US\$ 14,23 bilhões até 2030, crescendo a um CAGR de 4,56% durante o período (2022-2030)¹⁷. Este aumento está também relacionado com o curta-metragem *Save Ralph*, pois, como conta em depoimento ao Estadão, Maria Eduarda Lemes, Gerente de Certificação da Sociedade Vegetariana Brasileira, recebeu cerca de 20 contatos desejando ter o Selo Vegano após o lançamento de *Salve O Ralph*.¹⁸

¹⁷ Informações disponíveis em <<https://veganbusiness.com.br/mercado-de-cosmeticos-cruelty-free/>>

¹⁸ Informações disponíveis em <<https://veganbusiness.com.br/mercado-de-cosmeticos-cruelty-free/>>

A antropomorfização de uma das espécies mais utilizadas como cobaia, representada no audiovisual pelo personagem Ralph, um coelho, somada a capacidade de fala que o protagonista possui para, através dela, emitir um discurso comovente, além de todo o cenário que envolve a trama, foram estratégias de comunicação aplicadas para estimular o lado emocional do telespectador e torná-los co-responsáveis com a causa.

O vínculo afetivo e a co-responsabilidade que o telespectador criou com o Ralph somente foi possível pela forma inovadora que o audiovisual aborda a temática. Diferentemente das campanhas anteriores, que expunham a causa de forma realista e que colocavam o público em contato com imagens reais do sofrimento animal, impedindo, na maioria das vezes, que o telespectador conseguisse sequer visualizar o exposto, o curta-metragem consegue retratar a realidade brutal de forma leve e criativa.

A criação do Ralph com características humanas possibilitou que o telespectador sentisse empatia ao enxergá-lo como um semelhante, e não mais como um inferior. A decisão de humanizar o personagem, decerto se deu ao analisar que, o obstáculo que dificulta o desenvolvimento de solidariedade existente entre o público-alvo e aqueles que se pretende proteger, é o especismo, pois, como evidenciado no decorrer desta pesquisa, todas as estratégias foram trabalhadas de modo a romper com os pilares deste preconceito enraizado, infelizmente, em nossa sociedade.

A partir do momento em que os obstáculos foram vencidos e o vínculo criado, ocorreu o que expõe Franco em “pela hipótese da existência de uma consciência moral que apreende o outro (que sofre) como ‘um-outro-eu-mesmo’ e que induz ao reconhecimento de que ‘eu sou responsável pela solução dos carecimentos que acarretam sofrimentos aos meus semelhantes’”.

A análise feita nesta pesquisa possibilitará que outras campanhas em prol da liberdade animal e defesa de seus direitos obtenham sucesso, ao terem sido identificadas as estratégias eficazes neste objetivo de solidarizar o público com a causa. Mas, além disso, este trabalho ressalta o papel eficaz que as Relações Públicas desempenham no âmbito da mobilização social, e chama atenção sobre a

importância de aprofundar estudos sobre esse assunto pouco trabalhado, como evidenciei com falas de Simeone anteriormente.

Por fim, gostaria de encerrar esta pesquisa com uma passagem do filósofo britânico Jeremy Bentham, em seu livro “Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação”:

Pode vir o dia em que o resto da criação animal adquira aqueles direitos que nunca lhes deveriam ter sido tirados, se não fosse por tirania. Os franceses já descobriram que a cor preta da pele não constitui motivo algum pelo qual um ser humano possa ser entregue, sem recuperação, ao capricho do verdugo. [...] Pode chegar o dia em que se reconhecerá que o número de pernas, a pele peluda, ou a extremidade do os sacrum constituem razões igualmente insuficientes para abandonar um ser sensível à mesma sorte. Que outro fator poderia demarcar a linha divisória que distingue os homens dos outros animais? Seria a faculdade de raciocinar, ou talvez a de falar? Todavia, um cavalo ou um cão adulto é incomparavelmente mais racional e mais educado que um bebê de um dia, ou de uma semana, ou mesmo de um mês. Entretanto, suponhamos que o caso fosse outro: mesmo nesta hipótese, que demonstraria isso? O problema não consiste em saber se os animais podem raciocinar; tampouco interessa se falam ou não; o verdadeiro problema é este: podem eles sofrer? (BENTHAM, 1979, p. 63, grifos do autor).

5. REFERÊNCIAS

ARIOCH, David. Mais de 115 milhões de animais são usados como cobaias. Vegazeta, 2018. Disponível em:

<https://vegazeta.com.br/mais-de-115-milhoes-de-animais-usados-como-cobaias/#:~:text=Voc%C3%A A%20sabia%20que%20h%C3%A1%20uma.experimentos%20laboratoriais%20todos%20os%20anos %3F>. Acesso em: 23/12/2022.

BOURGUIGNON, Vinicius Lurentt. et al. A IMPORTÂNCIA DA EMPATIA NO DESENVOLVIMENTO ÉTICO: IDENTIFICANDO E CARACTERIZANDO O ESPECISMO NA EXPERIMENTAÇÃO ANIMAL RELACIONADO A RESPOSTA DE EMPATIA DE ALUNOS DAS ÁREAS BIOLÓGICAS DA UNIVERSIDADE VILA. Disponível em:

file:///C:/Users/User/Downloads/Aimportnciadaempatianodesenvolvementoticoidentificandoecharacteriza ndoospecismonaexperimentaoanimalrelacionadoarespostadeempatiadealunosdasreasbiologicasdaUn iversid.pdf. Data de acesso 15/05/2022.

CAMBRAIA, Stela. Título: Os testes em animais na indústria de cosméticos. Blogfca.pucminas, 2021. Disponível em: <https://blogfca.pucminas.br/colab/cosmeticos-animais/>. Acesso em: 23/12/2022.

CHAUI, Marilena. CONVITE A FILOSOFIA. Local de publicação: Editora Loyola, 2013.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO. Edição 2. Local de publicação: Editora Atlas, 2006.

GORODICHT, Amanda. O CONSUMIDOR CONSCIENTE NO MERCADO DE BELEZA NACIONAL E CRUELTY-FREE PROJETO EXPERIMENTAL DO APLICATIVO “PORANGA”. Disponível em: <https://aluno.facha.edu.br/pdf/monografias/20171038.pdf>. Acesso em 10/05/2022.

IKEDA, Juliana. et al. Título: O uso de animais em experimentos com fins científicos ou estéticos e a tutela jurídica dos animais. Fag, 2015. Disponível em: <https://www.fag.edu.br/upload/contemporaneidade/anais/55954b537f1d4.pdf>. Acesso em: 23/12/2022.

JESUS, Adriano. Título: Produção audiovisual. Local de publicação: Sagah, 2019.

MARIA, Eugênia Porém. et al. INOVAÇÕES EM RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA. Local de publicação: Editorial RIA, 2019.

MARIA, Vitória Carrilo. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA NO AMBIENTE COMUNICATIVO DAS ORGANIZAÇÕES ATUAIS. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1146/1128>. Acesso em 13/05/2022.

NACONECY, Carlos Michelon. ÉTICA E ANIMAIS: UM GUIA DE ARGUMENTAÇÃO FILOSÓFICA. Edição 2. Local de publicação: ediPUCRS, 2006.

OLIVEIRA, Carla Mariana. ROTULAGEM AMBIENTAL E PADRÃO INTERNACIONAL: UM CAMINHO PARA A ÉTICA ANIMAL NAS INDÚSTRIAS DE COSMÉTICOS. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/31715/1/2018_dis_cmaoliveira.pdf. Acesso em 10/05/2022.

PEREIRA, Ana Rita. IMPACTO DA COMUNICAÇÃO CRUELTY-FREE NA INDÚSTRIA COSMÉTICA. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/28277/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20de%20M-GM%20-%20Ana%20Pereira.pdf>. Acesso em 10/05/2022.

SIMEONE, Márcio. Título: Comunicação e estratégias de mobilização social. Edição 3. Local de publicação: Editora autêntica, 2007.

SINGER, Peter. ÉTICA PRÁTICA. Edição: 4. Local de publicação: Martins Fontes, 2018.

SINGER, Peter. LIBERTAÇÃO ANIMAL. Local de publicação: WMF Martins Fontes, 2010.