

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

JÚLIA ANDRADE DA FONTOURA FREITAS

**O POTENCIAL DA COMUNICAÇÃO EM FILMES DOCUMENTAIS PARA
CAUSAS DE IMPACTO SOCIAL E CONSUMO CONSCIENTE:
UMA ANÁLISE DO FILME MINIMALISMO JÁ (2021), MATT D'AVELLA**

Porto Alegre
Abril de 2022

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

**O POTENCIAL DA COMUNICAÇÃO EM FILMES DOCUMENTAIS PARA
CAUSAS DE IMPACTO SOCIAL E CONSUMO CONSCIENTE:
UMA ANÁLISE DO FILME MINIMALISMO JÁ (2021), MATT D'AVELLA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^ª Dr^a Miriam de Souza Rossini

Coorientador: Prof. Ms. Igor Araújo Porto

Porto Alegre

Abril de 2022

AGRADECIMENTOS

Agradeço meus pais e toda minha família pelo incentivo e apoio constante, à minha orientadora Miriam e meu coorientador Igor pela parceria e ensinamentos neste trabalho, e aos meus amigos que me acompanharam nesta caminhada.

RESUMO

Este trabalho procura aprofundar-se em questões teóricas sobre consumo, impacto social, consumo consciente e narrativa documental. Unindo estes conceitos foi analisado o documentário *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella) que traz a perspectiva do estilo de vida minimalista como forma de consumo consciente, que é basicamente não acumular bens; adquirir somente itens funcionais e viver uma vida com menos estresse e pressão por conta dos padrões de consumo impostos pela sociedade. A partir da análise narrativa, estética e técnica do documentário, foi identificado como se pode propagar e engajar o espectador em uma causa de impacto social por meio de um filme, mais especificamente do gênero documental.

PALAVRAS-CHAVE: documentário; comunicação; impacto social; consumo consciente, Minimalismo Já.

ABSTRACT

This work seeks to delve into theoretical questions about consumption, social impact, conscious consumption and documentary narrative. Uniting these concepts, the documentary *The Minimalists: Less is Now* (2021, Matt D'Avella) was analyzed, which brings the perspective of the minimalist lifestyle as a form of conscious consumption, in which it is basically not accumulating things, acquiring only functional items and living a life with less stress and pressure because of the consumption patterns imposed by society. From the narrative, aesthetic and technical analysis of the documentary, it was identified how it can propagate and engage the viewer in a cause of social impact through a film, more specifically in the documentary genre.

KEYWORDS: documentary; communication; social impact; conscious consumption, *The Minimalists: Less is Now*.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 01 - Quadro 7.1 – Duas ênfases no documentário
- Figura 02 - Mapeamento do impacto
- Figura 03 - Joshua no estúdio em uma câmera lateral
- Figura 04 - Ryan em casa
- Figura 05 - Ryan mostra fotos de infância
- Figura 06 - Fotos digitalizadas da infância de Ryan e Joshua
- Figura 07 - Joshua sozinho na casa cenográfica
- Figura 08 - Antiga casa de Joshua
- Figura 09 - Vídeo antigo de Joshua com a mãe
- Figura 10 - Depoimentos de pessoas por chamada de vídeo
- Figura 11 - Gráfico com o dinheiro gasto com publicidade nos EUA ao longo dos anos
- Figura 12 - Primeiro plano do filme com animação
- Figura 13 - Entrevistados em primeiro plano
- Figura 14 - Jornal trazendo matérias sobre consumo
- Figura 15 - Créditos animados
- Figura 16 - Animações na tela
- Figura 17 - Joshua no estúdio com inserção de *lettering*
- Figura 18 - Joshua no escritório cenográfico
- Figura 19 - Ryan no escritório cenográfico sendo demitido
- Figura 20 - Joshua abrindo a porta do estúdio
- Figura 21 - Joshua abrindo a porta da casa cenográfica da mãe
- Figura 22 - Transição do estúdio para casa cenográfica de Ryan
- Figura 23 - Imagem de banco de fábrica
- Figura 24 - Animação de Ryan criança trabalhando com o pai
- Figura 25 - Animação *A história das coisas* (2007, Louis Fox)
- Figura 26 - Animação de Joshua e Ryan
- Figura 27 - Animação e *lettering* na tela com dados
- Figura 28 - Como se desapegar das coisas
- Figura 29 - Lista do que se desapegar

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. CONSUMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL	11
2.1 Consumo e consumismo.....	11
2.2 Minimalismo: uma alternativa.....	17
3. DOCUMENTÁRIOS SOBRE IMPACTO SOCIAL	22
3.1 A narrativa do documentário.....	22
3.2 Documentários em causas de impacto social.....	28
4. MINIMALISMO JÁ: UM DOCUMENTÁRIO DE IMPACTO	39
4.1. Uma proposta de análise.....	39
4.2. O retrato pessoal: a história dos amigos e de minimalistas	39
4.3. A questão social: a voz dos especialistas.....	48
4.4. A utilização de recursos técnicos.....	51
4.5 Estratégias audiovisuais e comunicacionais.....	63
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
REFERÊNCIAS	72
APÊNDICE 1 – Ficha técnica do filme <i>Minimalismo Já</i> (2021)	74
ANEXO 1 – Cartaz do filme <i>Minimalismo Já</i> (2021)	75

1. INTRODUÇÃO

Comunicação e audiovisual são duas áreas com muitas intersecções, portanto a proposta deste trabalho é aprofundar as relações entre os temas, abordando um documentário social como objeto de estudo. Com isso, a ideia é refletir como a linguagem fílmica e documental podem auxiliar na produção de engajamento e de reflexões sobre impacto social, que é um assunto que está cada vez mais em voga por conta do cenário mundial em que vivemos. Crises ambientais, sociais, econômicas, políticas, entre outras, geram uma grande reflexão acerca do modo que estamos cuidando do mundo, e levantam discussões sobre sustentabilidade, diminuição de desigualdades, consumo consciente, entre outros.

A comunicação, e principalmente a publicidade e propaganda, geralmente é estigmatizada com a visão de que serve somente para propagar o consumo e estimular vendas. Porém, não é possível generalizar esta afirmação, visto que existem diversas frentes comunicacionais que se propõem a disseminar um discurso responsável em prol das causas sociais, políticas ambientais, entre outras. Meu interesse com este estudo é focar no âmbito de consumo responsável propagado por meio do audiovisual, mais especificamente por documentários.

O trabalho tem como **objeto de estudo** para análise o documentário: *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella), disponível no Netflix. O documentário acompanha Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus, dois amigos estadunidenses que mudaram seus estilos de vida após se frustrarem com o universo capitalista. O filme registra suas experiências com o minimalismo, como consumir de forma mais consciente e ressignificar os objetos, e descreve como Joshua e Ryan trocaram a vida atarefada e acelerada que tinham como empresários para uma com mais tranquilidade e sentido. Portanto, a partir deste objeto, este trabalho busca compreender quais ferramentas audiovisuais e estratégias comunicacionais são utilizadas no documentário estudado que aborda a temática de responsabilidade social e consumo consciente.

Com base nisto, a escolha da temática para essa pesquisa se dá por diversos fatores. Por eu ser produtora audiovisual e futura comunicadora, interessou-me pesquisar e analisar como indivíduos destas áreas podem auxiliar com seus conhecimentos para dar voz e propagar essas causas tão importantes, latentes e relevantes. Creio que as duas áreas possuem poder de propagação e persuasão, principalmente quando são abordadas por meio da linguagem fílmica. O enfoque dado em consumo consciente é por conta de, ao

longo do curso de Publicidade e Propaganda, estudarmos o âmbito do consumo em geral, ou seja, são abordados diversos autores que discorrem sobre essa temática, e eu gostaria de utilizar esse embasamento para enriquecer o foco do projeto. Gostaria de propor uma reflexão sobre como são pensados, produzidos e divulgados esses materiais e porque é tão relevante, no momento em que vivemos, realizar esse tipo de documentário com viés questionador, que faça o espectador refletir e se mobilizar por uma causa importante e urgente.

A partir disto, o trabalho se propõe a responder à seguinte indagação: **como o documentário estudado, voltado para a temática de responsabilidade social, constrói sua narrativa para a propagação comunicacional e geração de engajamento social no âmbito de consumo consciente?** Partindo desta questão, o **objetivo geral** é compreender, no filme estudado, *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella), as estratégias audiovisuais e comunicacionais presentes que visam produzir o engajamento social e o consumo consciente. Os **objetivos específicos** são:

- a) Apresentar a teoria de consumo, do consumo consciente, vinculando esses estudos com o engajamento social;
- b) Problematizar o documentário como possível formato para as discussões de engajamento social;
- c) Analisar o documentário, que é objeto da pesquisa, para entender como ele apresenta sua proposta minimalista de consumo, e busca engajar o público para suas ideias.

Neste estudo as temáticas principais são: documentários, consumo consciente e impacto social. Portanto, para o seu embasamento, trouxe diversos autores para enriquecer este trabalho. Para a primeira temática utilizei o livro *Como fazer documentários: conceito, linguagem e prática de produção* (2012) de Luiz Carlos Pereira Lucena, *Introdução ao documentário* (2005) de Bill Nichols e *O Espelho Partido* (2004) de Sílvio Da-rin. Estas obras auxiliam no processo de estudo do formato documental, seus aspectos técnicos e diferentes narrativas.

Já a temática de consumo foi fundamentada com base nas obras *Globalização: as consequências humanas* (1999) e *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* (2008), ambas de Zygmunt Bauman. Também foram utilizados: *Consumidores e Cidadãos* (2010) de Nestor Garcia Canclini, *A mundialização e cultura* (2006) de Renato Ortiz, *Apocalípticos e integrados* (2008) de Umberto Eco e *Cultura de*

massas no século XX - Volume 1:Neurose (2011) de Edgar Morin. Em relação a consumo consciente e comunicação/documentários com responsabilidade social utilizei o guia, *Impact Field Guide* (2020) de Doc Society e a dissertação de mestrado *O filme documental como criador de impacto social: o movimento vegan no documentário veggie Revolution* (2020) de Bárbara de Oliveira Tavares Almeida. Na parte de análise audiovisual, foi assistido na plataforma de streaming Netflix o filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella), no qual observei como o documentário aborda questão do consumo, como são captadas as imagens, estruturação do roteiro, montagem, entre outros.

Além deste capítulo introdutório, que aborda as áreas de audiovisual, comunicação e responsabilidade social, no segundo capítulo abordei conceitos e teorias acerca do consumo, trazendo alguns autores como base. A partir disso, discorri sobre consumo consciente e quais são as perspectivas atuais sobre a necessidade e importância deste conceito. Também, contextualizei neste capítulo o documentário estudado e o minimalismo como alternativa de consumo. O terceiro capítulo faz um panorama sobre a linguagem documental, suas ferramentas, técnicas, narrativa e usos. Foram abordados diversos aspectos teóricos sobre esse formato fílmico. Além disso, abordei o tema dos documentários que possuem viés social, que propagam mensagens de responsabilidade, sustentabilidade, entre outros. A partir disso, fiz uma revisão teórica de como esse formato pode potencializar essas causas. No capítulo quatro analisei o documentário proposto para estudo nesta pesquisa. Aprofundei em diversos aspectos técnicos, estéticos e narrativos do filme em questão. Foram identificadas e estudadas as estratégias audiovisuais e comunicacionais utilizadas no documentário selecionado e analisadas quais são as ferramentas destas áreas que foram exploradas dentro do âmbito do consumo consciente. Para finalizar o estudo estão expostas as considerações finais e bibliografias utilizadas.

2. CONSUMO E IMPACTO SOCIAL

Para iniciar um estudo sobre como documentários podem propagar causas de impacto social e consumo consciente é necessário primeiro explicitar algumas teorias que circundam este assunto e apontar alternativas. Portanto, este capítulo está subdividido em duas partes, a primeira aborda conceitos e teorias de alguns autores sobre o consumo e quais são suas consequências, como o processo de consumismo, e a segunda apresenta o documentário escolhido como objeto de estudo e como o minimalismo surge como alternativa para um consumo mais consciente.

2.1 Consumo e consumismo

O consumo já se tornou algo muito presente na vida da sociedade moderna. Praticamente tudo o que abrange este conceito não está necessariamente atrelado aos desejos individuais de cada cidadão, mas, sim, inserido em um determinado contexto em que diversos fatores socioculturais, econômicos e políticos intervêm diretamente em como se dá esse processo. Com isso, a sociedade de forma geral perde o controle sobre o quão benéfico e/ou o quão nocivo pode ser esta prática e tudo o que a permeia. O autor Néstor García Canclini (1995) traz em seu livro *Consumidores e cidadãos* uma definição:

Proponho partir de uma definição: o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado.

(CANCLINI, 1995, p.53)

Consumir é, mesmo que involuntariamente, participar de um panorama social que abrange desde os modos de produção até o modo de utilização e tudo o que esse processo acarreta. No âmbito dos espaços públicos e da cidadania, os indivíduos começaram a se inserir, se identificar, se informar, se agrupar e a procurar locais de pertencimento, por meio de práticas de consumo semelhantes com as de outros cidadãos, o que acaba gerando desigualdades e conflitos entre classes. A sociedade de consumo, como traz Zygmunt Bauman (2008) no livro *Vida para consumo - a transformação das pessoas em mercadoria*, se dá pela sedução de clientes levados a demandar produtos, que nem todos podem acompanhar. O autor diz que “mais larga e profunda se tornará a lacuna entre os

que desejam e *podem* satisfazer seus desejos [...] e os que foram seduzidos de forma adequada, mas são *incapazes* de agir da forma como se espera que ajam” (BAUMAN, 2008, p.164). Portanto, todo este contexto é uma ampla cadeia, desde a produção até o consumo, que proporciona oportunidades (seja de trabalho na parte de produção, ou de compra para os consumidores), porém às vezes a um alto custo que acarreta um desequilíbrio que atravessa todo o processo.

Bauman (2008) traz em suas teorias que a satisfação do consumidor é geralmente algo pregado pelas marcas, porém a prática do consumo, como vemos atualmente, funciona de outra forma. Se o consumidor estiver muito satisfeito, sem objetivo de novas compras ou então almejar metas muito alcançáveis, o processo do consumo falhou. O ideal é que este indivíduo esteja sempre em movimento, sempre em busca de uma satisfação que a sociedade de consumo promete oferecer. E é neste processo que também são geradas desigualdades e frustrações constantes, principalmente daqueles que não conseguem atingir os objetivos com tanta facilidade. Sobre isso, Bauman (2008) afirma que:

Um baixo patamar para os sonhos, o fácil acesso a produtos suficientes para atingir esse patamar e a crença em limites objetivos, difíceis ou impossíveis de negociar, assim como necessidades “genuínas” e desejos “realistas”: são esses os mais temidos adversários da economia orientada para o consumidor e que, portanto, devem ser relegadas ao esquecimento. É exatamente a *não satisfação* dos desejos e a convicção inquebrantável, a toda hora renovada e reforçada, de que cada tentativa sucessiva de os satisfazer fracassou no todo ou em parte que constituem os verdadeiros volantes da economia voltada para o consumidor. A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar *perpétua a não satisfação* de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles).
(BAUMAN, 2008, p.63)

Para contextualizar o cenário do consumo e o processo histórico até chegar nos dias atuais onde nos inserimos, é imprescindível citar o processo de globalização. Este, que abrange diversos fatores econômicos, políticos e sociais, é entendido como uma atividade de integração e conexão entre os países em escala mundial. O termo ganhou força após a queda do muro de Berlim, ao final da Guerra Fria, porém alguns autores apontam que a globalização teria se iniciado a partir da expansão marítima e comercial da Europa nos séculos XV e XVI, momento em que o sistema capitalista e o comércio global se alastraram.

Com o encurtamento das fronteiras geográficas, e a velocidade em que são propagadas as informações, a globalização acarretou alguns aspectos positivos e outros nem tanto. Transformações tecnológicas, difusão de informação e conhecimento, facilitação de acordos comerciais entre países, intercâmbio cultural, entre outros fatores, foram benéficos para o desenvolvimento acelerado do planeta. No contexto atual de 2021/2022, em meio à pandemia do coronavírus, pode-se perceber que o espalhamento da doença foi rápido, assim como a fabricação e exportação de vacinas em escala mundial. Este é somente um exemplo de como a sociedade funciona hoje em dia por conta de um processo que se iniciou há muito tempo.

Já dentro do campo do consumo, também podem ser apontados alguns elementos positivos que este encurtamento do tempo-espço proporcionou: oportunidades de trabalho, expansão de negócios, difusão de conhecimento e especialização sobre assunto, entre outros. Devemos nos perguntar, entretanto: a que custo isso acontece hoje em dia? Será que estão sendo respeitadas as questões sociais, éticas e ambientais nessa expansão global do consumo? Zygmunt Bauman (1999) afirma em seu livro *Globalização: as consequências humanas*:

O professor Ricardo Petrella, da Universidade Católica de Louvain, recentemente resumiu isso muito bem: “A globalização arrasta as economias para a produção do efêmero, do volátil (por meio de uma redução em massa e universal da durabilidade dos produtos e serviços) e do precário (empregos temporários, flexíveis, de meio expediente).” (BAUMAN, 1999, p.86).

Com isso, pode-se apreender que a globalização potencializou a velocidade, o que ajudou a criar uma sociedade efêmera, que prioriza a rapidez acima das questões de igualdade social e cuidado ambiental. Isso faz com que este processo seja percebido de formas diferentes pelos cidadãos, que, ironicamente, apesar de teoricamente aproximar fronteiras, gera uma segregação e exclusão socioespacial como já apontava Canclini (1995):

Pela imposição da concepção neoliberal de globalização, para a qual os direitos são desiguais, as novidades modernas parecem para a maioria apenas como objetos de consumo, e para muitos apenas como espetáculo. O direito de ser cidadão, ou seja, de decidir como são produzidos, distribuídos e utilizados esses bens, se restringe novamente às elites.
(CANCLINI, 1995, p.30)

O cenário do mundo transterritorial facilitou que práticas de consumo se desenvolvessem de forma desenfreada, culminando em um processo chamado de “consumismo”. Diferente do consumo em si, que faz parte da sociedade e traz alguns benefícios, o consumismo é problemático desde a confecção dos produtos até o descarte, pois entra no âmbito do excesso, do descontrole, do desperdício econômico e de recursos naturais, e da irracionalidade dos consumidores. Tudo isso atrelado à propulsão e à manipulação das mídias de massa e da publicidade que trabalham para que este ciclo não tenha um fim e esteja em constante movimento, como citado anteriormente, proporcionando que o consumidor nunca esteja satisfeito e sempre deseje adquirir algo novo. Este processo faz parte da vida em sociedade dos cidadãos de uma forma muito presente, como estabelece Bauman (2008) em seu livro *Vida para consumo - a transformação das pessoas em mercadoria*:

Pode-se dizer que o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na *principal força propulsora e operativa* da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de autoidentificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. O “consumismo” chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho.
(BAUMAN, 2008, p.41)

Com isso, é perceptível que o consumismo afeta a questão sociocultural, pois é a partir da construção do conceito de status, de padrões a serem atingidos e do consumo ostentatório que se dá o processo de compra desenfreada. A apropriação de bens não se dá por conta da satisfação em adquiri-los, mas, sim, da inviabilidade de outros indivíduos os adquirirem também. Isto é potencializado por conta do processo de globalização já discorrido anteriormente, e está diretamente atrelado à cultura em que os cidadãos estão inseridos, sempre lembrando da prevalência do domínio sociopolítico das elites, que alimentam esse processo por localizarem-se em uma camada privilegiada que possui maior poder de compra e, conseqüentemente, de consumo. A liquidez das fronteiras mundiais permite que a cultura que permeia o consumo seja de certa forma unificada e apreendida de formas semelhantes. Renato Ortiz aborda em *A Mundialização e a Cultura* (2006) a ideia de que a cultura se desloca no mundo como uma mercadoria que é importada de outros lugares. Isso deriva do conceito de “mundialização”, proposto pelo

autor, que é a “lógica cultural da globalização”, gerando um processo de transnacionalização da cultura, que está presente em muitos países, que, de diversas formas, são influenciados por esse molde. Portanto, os consumidores podem decifrar e entender signos que a mídia, principalmente televisiva e publicidade, mostram, como: grandes marcas, cinema de Hollywood, logotipos, entre outros, criando símbolos transnacionais, como traz o autor.

O enraizamento do consumo, que se transforma em consumismo, na cultura mundial, faz com que a sociedade não defina mais as suas identidades somente por meio de hábitos locais, línguas diferentes e história, mas por conta de hábitos de consumo e por aquilo que se pode possuir. Como trazem Bauman (2008) e Canclini (1995) em suas teorias, isto gera padrões criados pela sociedade que são imediatistas, voláteis e muitas vezes inalcançáveis. Todo esse processo de influência e de padrões a serem seguidos, que estão enraizados na cultura, podem ser potenciais geradores de desigualdade e portas para uma estruturação de novas formas de dominação e poder. Umberto Eco (2008) já apontava em seu livro *Apocalípticos e integrados* (Umberto Eco, 2008), publicado no ano de 1964, que: "sendo a cultura de massa produzida por grupos de poder econômico com fins lucrativos, fica submetida a todas as leis econômicas que regulam a fabricação, a saída e o consumo dos outros produtos industriais" (ECO, 2008, p.49). Portanto, toda a sociedade fica refém de um sistema criado e reproduzido para agradar poucos: aqueles que agregam valor nas novidades e tendências em detrimento da permanência.

Com o constante avanço da tecnologia, todo esse processo é potencializado pelas redes sociais, fomentando um “modelo de vida perfeito”, porém ilusório, alimentado por perfis de influenciadores em redes como Instagram e Facebook. A propagação de padrões de personalidades inalcançáveis por meio da mídia, da cultura, e hoje em dia, das redes sociais, gera uma pressão em cima dos indivíduos para, a qualquer custo, tentar alcançar esse ideal que busca incessantemente a felicidade por meio de posses. Esta tendência cria uma necessidade de consumir bens e adquirir um determinado estilo para chegar perto da rotina de artistas e celebridades que performam uma vida fabricada. Isso gera uma grande frustração, pois algumas pessoas não enxergam outra alternativa a não ser viver dessa forma ou tentar alcançar esse patamar. Sobre isso Bauman (2008) explica que:

Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. Tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo

de preocupação do consumidor, mesmo que em geral latente e quase nunca consciente.

(BAUMAN, 2008, p.76)

Uma das características que abarca o consumo, e principalmente, o consumismo é a obsolescência. Épocas antes da pós-modernidade, era vantajoso ter bens e riquezas sólidas, seguras e duráveis; em contrapartida, a atualidade é marcada por prazeres efêmeros (em que o planejamento e investimento de bens duráveis a longo prazo não são necessariamente prioridades). Para a indústria do consumo prosperar, os consumidores precisam se interessar rápido, porém, esquecer na mesma velocidade. A renovação que promete novas alegrias e prazeres é o ponto de partida principal para manter o ciclo do consumismo girando. Canclini (1995) aponta que:

Muito do que é feito atualmente nas artes é produzido e circula de acordo com as regras das inovações e da obsolescência periódica, não por causa do impulso experimentador, como no tempo das vanguardas, mas sim por que as manifestações culturais foram submetidas aos valores que “dinamizam” o mercado e a moda: consumo incessantemente renovado, surpresa e divertimento.

(CANCLINI, 1995, p.18)

A sociedade de consumo, bastante estudada por Bauman (2008), não dá valor à durabilidade: na primeira insatisfação os objetos são jogados fora e substituídos por novos. Até mesmo a fabricação de objetos já é planejada com uma obsolescência programada: a produção de bens com uma vida útil já pré-programada, em que o objetivo é fazer com que os consumidores comprem com mais frequência, deixando de lado a preocupação e cautela com a quantidade de descarte feito no meio ambiente. Como traz Bauman (2008):

Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo augura uma era de “obsolescência embutida” dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular da indústria da remoção do lixo.

(BAUMAN, 2008, p.45)

Essa temática é muito explorada no documentário *Obsolescência Programada - A conspiração da lâmpada* (2010, Cosima Dannoritzer, Steve Michelson), que mostra para o espectador a manipulação do sistema e como a obsolescência programada está enraizada no cotidiano da sociedade atual. Além de manter o ciclo do consumismo, isto gera problemas ambientais, pois para produzir bens são utilizados recursos naturais e, após o

uso, eles são descartados de maneira errônea, poluindo o meio ambiente. Claramente, isto gera problemas sociais para a camada da população que precisa se submeter a trabalhos esgotantes para manter a máquina do consumismo funcionando. Um exemplo de descarte irresponsável é o que vem acontecendo no deserto do Atacama, localizado no Chile. O local se transformou em um grande lixão de roupas clandestino, pois países da Europa, Ásia e Estados Unidos largam toneladas de roupas não vendidas no deserto. Isto acarreta em diversos problemas ambientais pois as peças demoram cerca de 200 anos para se desintegrar, comprometendo a flora e fauna local, além de prejudicar a saúde da população que convive perto deste lixão¹.

Apesar de o cenário do consumo não parecer muito promissor, existem movimentos e iniciativas de consumo consciente que, desde a produção até o descarte, são pensados para diminuir o impacto negativo ambiental, social e econômico. Para atender as necessidades consumistas geralmente o processo inteiro é baseado no desperdício e no excesso, porém, quando se consome de forma consciente esses fatores são repensados e adaptados para que haja o mínimo de impacto possível. A responsabilidade social, deixando de lado algumas práticas individualistas e abarcando a empatia coletiva e a consciência da vida saudável em sociedade, são fatores imprescindíveis neste processo. A urgência desta prática sustentável é clara quando nos encontramos em um mundo com diversas crises ambientais, sociais, econômicas e políticas.

Existem movimentos, como o dos minimalistas, que prezam por uma vida mais tranquila, sem excessos e sem propagar o consumismo. Com a expansão da comunicação, estes movimentos conseguem ser propagados de uma forma massiva, assim, atingem outros indivíduos e organizações que se propõem a mudar hábitos e processos nocivos para priorizar o cuidado com o planeta e a sociedade.

2.2 Minimalismo: uma alternativa

Como vimos, a era da tecnologia e informação em que vivemos impulsiona o consumo exacerbado, e este contexto fomenta um “modelo de vida perfeito”, porém

¹ As informações sobre o lixão no deserto do Atacama podem ser acessadas através do site G1, disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/moda-e-beleza/noticia/2022/01/28/lixo-do-mundo-o-gigantesco-cemiterio-de-roupa-usada-no-deserto-do-atacama.ghtml> e pelo site R7, disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/fotos/montanhas-de-roupas-formam-lixao-da-moda-no-deserto-do-atacama-01122021#/foto/1>

ilusório, por conta das redes sociais e influenciadores que possuem perfis famosos de Instagram, Tik Tok² e outras redes. Essa tendência cria uma necessidade de consumir bens e adquirir um determinado estilo para chegar perto da rotina destas pessoas que performam uma vida fabricada. Com isso, a propagação de padrões inalcançáveis de personalidades por meio da mídia, da cultura midiática, e hoje em dia, das redes sociais, gera uma pressão em cima da sociedade para, a qualquer custo, tentar alcançar esse ideal que busca incessantemente a felicidade por meio de posses. Isto gera uma grande frustração, pois algumas pessoas não enxergam outra alternativa a não ser viver desta forma. Todo esse processo de influência e de padrões a serem seguidos que estão enraizados na cultura, podem ser potenciais geradores de desigualdade e portas para uma estruturação de novas formas de dominação e poder, gerando impactos negativos na sociedade e no meio ambiente, por conta da produção, consumo e descarte desenfreados. Em contrapartida, existem outros estilos de vida para pessoas que não querem seguir esse modelo de ostentação e consumo, como por exemplo o minimalismo: um movimento que tem como princípio construir uma vida com mais qualidade e menos quantidade.

Além de toda a questão do consumo, um dos pilares dos minimalistas é viver uma vida menos estressada e acelerada. Por conta da tentativa de atingir o modelo estabelecido na sociedade capitalista, as pessoas são assombradas com um alto padrão de produtividade para alcançar mais dinheiro e espaço nas empresas, como já indicava Edgar Morin (2011) em seu texto clássico dos anos 1960 *Cultura de massas no século XX - Volume 1: Neurose*: “O capitalismo é o grande agente da libidinagem moderna, conferindo maior importância, em primeiro lugar, ao lucro, em segundo, ao consumo, e, sem cessar, ao dinheiro”. (MORIN, 2011, p.170). Com isso, os indivíduos estão cada vez mais atarefados e tensos, o que gera um aumento vertiginoso em doenças mentais e ansiedade. Segundo Bauman (2008): “A síndrome cultural consumista consiste, acima de tudo, na negação enfática da virtude da procrastinação e da possível vantagem de se retardar a satisfação - esses dois pilares axiológicos da sociedade de produtores governada pela síndrome produtivista” (BAUMAN, 2008, p.111). Os minimalistas refutam essa síndrome e buscam não usar o tempo de forma nociva, somente para produzir e consumir.

Como é demonstrado pela trivialidade de usos linguísticos como “ter tempo”, “faltar tempo” e “ganhar tempo”, as preocupações em igualar a velocidade e o ritmo do fluxo do tempo com uma intensidade de intenções individuais e um zelo por ações individuais ocupam lugar de

² Redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos

honra entre nossas ansiedades mais frequentes, enervantes e desgastantes.
(BAUMAN, 2008, p.122)

Como eles não almejam comprar itens e acumular muito capital, possuem outro ritmo de vida. Ao invés de ocupar o tempo com tarefas incessantes e estressantes, prezam pelo tempo com família, amigos e pessoas próximas. A sua relação temporal segue outra lógica e buscam outros propósitos, divergindo dos que estamos acostumados na sociedade capitalista. O estilo de vida minimalista nos mostra uma nova forma de viver e de lidar com o que consumimos, de um jeito mais humano, criativo e consciente, em que a grande ideia é: “ter menos e ser mais”, sempre priorizando valorizar as coisas que temos e as pessoas ao nosso redor. Esse estilo vem sendo bastante abordado em programas de midiáticos e documentários, nos últimos anos.

Um exemplo, é o documentário *Minimalismo - Um documentário sobre as coisas importantes* (2016, Matt D’Avella), que acompanha Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus, dois amigos estadunidenses que mudaram seus estilos de vida após se frustrarem com o universo capitalista. O filme segue esses personagens durante a turnê de divulgação do livro *Everything that remains: a memoir by the minimalists*, escrito pelos mesmos, que registra suas experiências com o minimalismo e descreve como Joshua e Ryan trocaram a vida atarefada e acelerada que tinham como empresários para uma com mais tranquilidade e sentido. O movimento minimalista, que vai muito além de doar todos seus bens materiais e se desfazer de coisas, é uma caminhada de desenvolvimento pessoal, através de escolhas mais conscientes para valorizar aquilo que realmente importa, é buscar se libertar de padrões de consumo excessivo que somos acostumados, para procurar a simplicidade. A ideia é focar em satisfação pessoal, consumir com consciência, passar mais tempo com pessoas importantes e viver a vida com mais qualidade.

Além de acompanhar os dois amigos, o filme traz histórias de outras pessoas que também aderiram ao movimento. Com isso, são abordados diversos assuntos: arquitetura, publicidade, consumo e tecnologia, tudo por meio de uma perspectiva mais consciente. São mostradas soluções para apartamentos pequenos com o intuito de aproveitar ao máximo o pouco espaço disponível. É abordada a publicidade infantil e como pais minimalistas lidam com isso, e quais são os ensinamentos para suas crianças. E, em relação à tecnologia, é abordada a alienação que esse universo promove, além do consumo rápido e excessivo.

O documentário traz um breve panorama sobre a década de 1990, em que os Estados Unidos entraram na febre do consumismo por conta do barateamento de produtos e do bombardeamento da publicidade. Com isso, foi fomentado o molde do “sonho americano”, que surgiu por conta de o país ser visto como a terra das oportunidades de trabalho. Essa lógica vem se acentuando, pois é isso que se vê nos programas de televisão, filmes, mídias *offline* e em diversos locais da cultura de massa em que a publicidade está infiltrada. Como aponta Renato Ortiz (2006), “A história do predomínio dos Estados Unidos teria, assim, pouco a ver com os elementos políticos ou econômicos. O apelo da mídia americana em outros países se deve apenas à gramática dos filmes, da televisão, das histórias em quadrinho e da publicidade” (ORTIZ, 2006, p.91).

Já no ano de 2021 foi lançado pelos mesmos realizadores outro documentário que aborda o mesmo assunto, porém, com outro formato, o filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D’Avella), que é objeto de estudo deste trabalho. O documentário, que mistura elementos de *live action*, animação, imagens de banco³ e entrevistas, traz a história dos amigos Ryan e Joshua e conta sobre suas infâncias com poucas condições financeiras e seus problemas familiares. Após o colégio, ambos procuraram ascender em suas carreiras para compensar o sofrimento com falta de recursos quando crianças. Portanto, trabalhavam por horas incessantes sem descanso, e assim, conseguiram acumular bens, porém, não se sentiam completos e felizes. Então, Joshua aderiu ao minimalismo e apresentou o estilo de vida para Ryan, e foi assim que ambos resolveram mudar e descartar tudo que não era necessário, levando uma vida mais leve e simples e compartilhando suas experiências em um blog que proporcionou visibilidade para lançarem livros, filmes e *podcasts*.

O filme é produzido pelos dois amigos e dirigido por Matt D’Avella, um YouTuber, empresário e diretor que também é minimalista e amigo de Ryan e Joshua. Em seus vídeos do YouTube, Matt dá diversas dicas sobre este estilo de vida, produtividade e como viver melhor com menos coisas.

Com esta premissa, o filme traz entrevistas de especialistas nos assuntos de consumo e economia e depoimentos de pessoas que acumulavam bens e hoje em dia mudaram seus estilos de vida para o minimalismo. Diferente do outro documentário que acompanhava os personagens principais em uma turnê, de forma mais “espontânea”, o filme de 2021 possui falas mais roteirizadas e locações definidas. Além disso, conta com o recurso de animação (algumas vezes para trazer dados e gráficos e outras que inserem

³ Imagens prontas, geralmente tiradas de sites que as disponibilizam. Servem para ilustrar o que está sendo narrado

os próprios personagens em formato animado em algum contexto), além de contar com imagens de banco para ilustrar e cobrir o que está sendo dito.

Minimalismo Já (2021, Matt D'Avella) possui uma estrutura que comumente aparece em documentários com viés de impacto social: apresenta o problema do consumismo (principalmente na realidade dos Estados Unidos) por meio de dados, pesquisas e entrevistas de especialistas, mostra como os personagens e outras pessoas ao adotarem o método mudaram de vida para melhor e, ao final, convida e tenta convencer o espectador a experimentar o minimalismo de uma forma simples e progressiva até enxergar os benefícios trazidos por ele.

Com isso, o filme mostra que novas formas de relação com o consumo estão angariando seus espaços na atualidade, e por mais que ainda estejamos enraizados no capitalismo, algumas alternativas podem ser interessantes para o futuro. Apesar de o documentário mostrar pessoas que mudaram totalmente as suas vidas, nem sempre todos conseguem viver uma vida 100% minimalista. Eles precisam abrir mão de algumas coisas do seu estilo de vida para dosar com a realidade da família. Isso mostra uma perspectiva balanceada, em que um indivíduo pode adotar o modelo minimalista, mas ainda assim, manter alguns pontos positivos que o capitalismo e a cultura de massa atual trazem.

Os minimalistas buscam trazer mais valor e sentido para as pequenas coisas e seguir a lógica que a identidade de uma pessoa não é definida pelo que ela possui, mas pelo o que ela faz. É uma nova perspectiva que traz esperança para um futuro mais sustentável, saudável e menos estressante, seguido pelo lema: “ame pessoas e use as coisas, porque o oposto nunca dá certo”.

Portanto, a partir disto, é necessário compreender e estudar de que forma um documentário pode persuadir, influenciar e motivar os espectadores a mudarem de ideia sobre o âmbito do consumo e adotarem medidas do minimalismo.

3. DOCUMENTÁRIOS SOBRE IMPACTO SOCIAL

O presente capítulo faz um panorama geral sobre a narrativa de documentários: sua linguagem, técnicas e particularidades do gênero. São abordados aspectos teóricos sobre esse formato, abarcando os diferentes tipos de documentário que existem. Além disso, o capítulo contextualiza o gênero dentro de causas de impacto social, sustentabilidade, consumo consciente, entre outros, e como o formato pode potencializar e propagar estas causas.

3.1 A narrativa do documentário

A ideia de fazer filmes baseados em eventos e personagens reais remonta ao próprio início do cinema, no entanto é nos anos de 1920 que diferentes movimentos de cinema acabaram por dar origem ao que entendemos hoje como documentários. Naquela década, inclusive, utilizou-se pela primeira vez o termo *documentary* (ou “documentário”), inspirado na palavra francesa *documentaire*.

O desenvolvimento da linguagem documental deu-se por meio de vários autores, como Robert Flaherty, que realizou aquele que é considerado o primeiro filme documental (ou de não ficção): *Nanook, o esquimó* (1922, Robert Flaherty). O cineasta viajou ao Canadá para ter contato com esquimós locais e realizar um filme de viagem, que eram comuns à época. Além de registrar os hábitos daquela população, focou em um personagem específico: Nanook, um esquimó que vivia no local com sua família. Sobre isso, o autor Luiz Carlos Lucena, no seu livro *Como fazer documentários* (2012), explica que:

Flaherty contribuiu para a criação de um novo tipo de filme, situado entre os filmes de viagem e os filmes de ficção, ao colocar na tela um personagem real e a *representação realista* de uma comunidade e de seu ambiente. Enquanto os filmes de viagem eram centrados na figura do explorador, que usava as imagens para estabelecer uma narrativa visual em primeira pessoa, *Nanook, o esquimó* trazia como diferenciais a vida da comunidade, sem a presença do explorador, e a narrativa descrita em cartelas com legendas (o narrador em *off* em textos-legendas). Além disso, a produção tinha como fio condutor uma narrativa dramática opondo o homem a seu meio ambiente gelado, realizada por meio da montagem do material colhido, com a inserção de cenas “criadas” mediante representação.
(LUCENA, 2012, p. 22, 23)

Portanto, percebe-se que, a partir disso, criou-se um novo formato de contação de narrativas documentais, em torno de uma história e de um personagem real. O filme continha cenas que foram “representadas” e montadas, com diversos cenários artificiais e reconstrução de alguns momentos. Os documentários, portanto, também se utilizam das técnicas estético-narrativas do cinema ficcional, é uma prática muito comum em pois o filme é uma representação da realidade, que às vezes pode ser modificada para auxiliar no andamento da história. O autor Bill Nichols discorre sobre isso em seu livro *Introdução ao documentário* (2005):

A prática do documentário permite que a imagem gere uma impressão adequada, não uma garantia de autenticidade total em todos os casos. Assim como a fotografia, o documentário também pode ser “modificado”. O “pai” do documentário, Robert Flaherty, por exemplo, criou a impressão de que algumas cenas se passavam dentro do iglu de Nanook, quando, de fato, elas foram gravadas ao ar livre, com um meio iglu maior do que o normal como pano de fundo. Isso deu a Flaherty luz suficiente para filmar, mas exigiu que seus personagens atuassem como se estivessem no interior de um iglu de verdade, quando não estavam.

(NICHOLS, 2005, p.120)

A evolução, que mudou o modo como os documentários são feitos, foi dada por meio de equipamentos como: desenvolvimento de câmeras leves e portáteis, que podiam ser levadas na mão; películas de 16 milímetros, e o surgimento do primeiro gravador magnético portátil, o Nagra. Estes são apenas alguns fatores que impulsionaram o desenvolvimento e a concepção dos documentários ao longo da história. Gênero este que registra fatos, pessoas, lugares e que conta histórias por meio de narrativas não ficcionais. Porém, não se pode reduzir ou resumir a amplitude que envolve esse tipo de filme. O documentário não necessariamente é “o contrário de ficção” ou “um filme sobre fatos reais”; este gênero fílmico abrange diversos fatores que englobam uma de suas maiores propostas, que é criar e mostrar uma visão sobre algo a partir da perspectiva do documentarista, como diz Nichols (2005, p.68): “um documentário é um tratamento criativo da realidade, não uma transcrição fiel dela”. Ou seja: nem tudo o que está em um documentário é a plena verdade irrefutável, inclusive, isto pode ser observado desde sua criação, como no filme *Nanook, O Esquimó* (Robert Flaherty, 1992), citado anteriormente.

Podemos afirmar que os documentários não possuem regras e formatos fechados e pré-determinados, a prática do documentário é mutável. Existem diversas técnicas que

são usadas desde os primórdios e outras que são consideradas experimentais até hoje. Um fator determinante para o andamento e diversificação destes filmes é a visão diferenciada que cada documentarista traz, em que mostrando o seu olhar próprio ele consegue transformar um acontecimento em uma narrativa única, como cita Lucena (2012):

Muitos conceitos teóricos foram formulados para definir o documentário. Ainda concordo com o conceito clássico, desenvolvido por Grierson após ter assistido aos filmes de Robert Flaherty: *o documentário é o tratamento criativo da realidade* (ou atualidade, para alguns). Segundo Grierson, cabe ao documentário (e ao documentarista) desenvolver este "tratamento criativo da realidade", mesmo que ele inclua a reconstrução de determinado acontecimento. (LUCENA, 2012, p. 11)

Assim como alguns documentários se apropriam de ferramentas muito utilizadas em filmes de ficção, o contrário também acontece. Alguns filmes de ficção se utilizam de recursos comumente vistos em documentários, como: não-atores, improvisação, roteiro não fechado, luz natural, reprodução de cenários realistas, entre outros. No Brasil, um exemplo recente é o filme *Cidade de Deus* (2002, Fernando Meirelles), que criou uma escola de não-atores para selecionar o elenco do filme, dando mais veracidade aos personagens. Esta prática existe desde os anos 1930 no país, mas ganhou força com a influência de filmes neorrealistas, nos anos 1950. Isso contribuiu para a evolução de ambos os estilos fílmicos, como mostra Nichols (2005):

Neorrealistas como Roberto Rossellini (*Roma, cidade aberta*, 1946), Vittorio de Sica (*Ladrões de bicicleta*, 1948) e Luchino Visconti (*A terra treme*, 1948) enfatizavam as qualidades narrativas em sintonia com o realismo fotográfico do cinema: uma visão descontraída e natural do cotidiano; uma série de ações e acontecimentos sinuosa e cheia de coincidências; luz natural e filmagens externas; o apoio em atores inexperientes; a rejeição de rostos de astros em primeiríssimo plano; e a ênfase nos problemas enfrentados por pessoas comuns no momento presente e não num passado histórico ou num futuro imaginado. Essa foi uma linha importante do cinema narrativo, que contribuiu para o desenvolvimento continuado do documentário. (NICHOLS, 2005, p.128)

Talvez um ponto de divergência entre ficção e documentário seja o fato de que geralmente o segundo apresenta causas, pensamentos ou personagens que necessitam de atenção. O espectador é instigado a mergulhar na história social, fatos reais (sempre com o tratamento da realidade e a visão do documentarista, como citado anteriormente), questões sociais, personalidades e visões que promovam uma visão de mundo para que

se consiga explorar e aprofundar naquele determinado tema. Para isso, é necessário, além de mostrar uma realidade, persuadir, apontar argumentos e pontos de vista para que o espectador se convença de que aquela pauta é relevante e compreenda a mensagem exposta no filme. Nichols (2005) discorre sobre isto:

A crença é encorajada nos documentários, já que eles frequentemente visam exercer um impacto no mundo histórico e, para isso, precisam nos persuadir ou convencer de que um ponto de vista ou enfoque é preferível a outros. A ficção talvez se contente em suspender a incredulidade (aceitar o mundo do filme como plausível), mas a não ficção com frequência quer instilar crença (aceitar o mundo do filme como real). É isso o que alinha o documentário com a tradição retórica, na qual a eloquência tem um propósito estético e social. Do documentário, não tiramos apenas prazer, mas uma direção também. (NICHOLS, 2005, p.27)

Como citado, o gênero documental não possui uma fórmula pronta ou técnicas que sempre são utilizadas, porém existem alguns fatores que contribuem para criar uma “linguagem documental”, que não é necessariamente padrão, mas muito usual. Nichols (2005) aborda em seu livro *Introdução ao documentário*, que para um tipo de filme se tornar um gênero ele deve seguir algumas “convenções”. Então, assim como filmes de faroeste, comédia ou ficção científica, o documentário é um gênero, portanto, carrega algumas convenções consigo. Dentre algumas que ele cita são:

O uso de comentário com voz de Deus, as entrevistas, a gravação de som direto, os cortes para introduzir imagens que ilustrem ou compliquem a situação mostrada numa cena e o uso de atores sociais, ou de pessoas em suas atividades e papéis cotidianos, como personagens principais do filme. (NICHOLS, 2005, p 54).

Outra convenção que ele aborda é a de uma lógica informativa, em que o gênero se propõe a expor um problema, contar uma história e dar uma solução conclusiva para o espectador adotá-la. Além disso, o autor traz que “A lógica que organiza um documentário sustenta um argumento, uma afirmação ou uma alegação fundamental sobre o mundo histórico, o que dá ao gênero sua particularidade.” (NICHOLS, 2005, p 55). Ou seja, muitas vezes este tipo de filme apresenta um assunto a ser debatido e tem a pretensão de promover uma reflexão por parte do espectador. Este é um aspecto comunicacional interessante dos documentários, pois por disseminar alguma ideia ou argumento, faz com que as pessoas consigam se conectar e refletir sobre determinado

assunto de uma forma aprofundada e completa, por meio do formato audiovisual, em que se pode ver, ouvir e mergulhar em uma narrativa, e, muitas vezes, provoca a vontade de ação, de gerar alguma mudança.

Os documentários podem utilizar diversos métodos para prender o espectador e provocar a persuasão desejada. Invocar a curiosidade e suscitar a necessidade de esclarecimento sobre um determinado assunto são catalisadores importantes para gerar interesse e atrair o público. Portanto, se utilizam de técnicas para que, além de relatar narrativas existentes e reais, o filme consiga comover e gerar identificação e/ou empatia com o assunto abordado. Para isso, os documentários geralmente buscam recursos fílmicos e artísticos, seja por meio da fotografia, do áudio ou da montagem, que criem uma atmosfera para absorver a atenção do espectador. Um recurso muito utilizado para fugir da obviedade e literalidade são as metáforas, em que, desta forma, são criadas associações que muitas vezes podem ter cunho político, emocional ou poético. A combinação de sons e imagens escolhidas determinam toda a experiência e interpretação da narrativa documental, como discorre Nichols (2005):

Tais representações são facilmente acessíveis ao filme, no qual podemos mostrar alguém subindo uma ladeira real como metáfora do sucesso, ou exibir imagens de cadáveres como metáfora da guerra como inferno. A seleção e o arranjo de sons e imagens são sensuais e reais; proporcionam uma forma imediata de experiência auditiva e visual, mas também se tornam, por intermédio da organização num todo maior, uma representação metafórica do que seja uma determinada coisa no mundo histórico. (NICHOLS, 2005, p.108)

Vale ressaltar que as escolhas estéticas e narrativas do documentarista é que resultam no produto final. Tudo o que abarca roteiro, montagem, fotografia e som é regido em algum grau pelas convenções do gênero, porém sempre pautado pelas decisões do cineasta, em que cada escolha traz algo sobre o seu estilo. Existem diversas formas de representar o mesmo assunto, explorando uma vasta gama de artifícios técnicos: lentes mais abertas ou fechadas, montagem linear ou fora de ordem, sons diegéticos⁴ ou não diegéticos⁵, diferentes tipos de temperatura de cor, narração *voice-over* ou diálogo diretamente para câmera, entre outros recursos que ditam o tom da narrativa. Com isso, podemos entrar no âmbito da “voz do documentário”, analisado por Nichols (2005) em

⁴ Todos os sons que estão presentes dentro da ação do filme. São aqueles que os personagens e o público conseguem ouvir. Como o som de uma caixa de música que um personagem escuta em cena, por exemplo.

⁵ São todos os sons que somente o público pode escutar e os personagens dentro do filme não. Eles só existem no âmbito narrativo, sendo por exemplo trilhas sonoras e efeitos sonoros.

seu livro, no qual ele comenta que: “A voz do documentário transmite qual é o ponto de vista social do cineasta e como se manifesta esse ponto de vista no ato de criar o filme” (NICHOLS, 2005, p 76). É difícil buscar imparcialidade quando se está realizando um documentário, portanto, todas as escolhas técnicas, além de demonstrar uma preferência estética, mostram a forma com a qual o documentarista quis expor determinado tema (levando em consideração os aspectos de orçamento, que, geralmente, acabam ditando o andamento e escolhas do filme). Dito isto, Nichols (2005) discorre:

A voz do documentário fala por intermédio de todos os meios disponíveis para o criador. Esses meios podem ser resumidos como seleção e arranjo de som e imagem, isto é, a elaboração de uma lógica organizadora para o filme. Isso acarreta, no mínimo, estas decisões: 1) quando cortar, ou montar, o que sobrepor, como enquadrar ou compor um plano (primeiro plano ou plano geral, ângulo baixo ou alto, luz artificial ou natural, colorido ou preto e branco, quando fazer uma panorâmica, aproximar-se ou distanciar-se do elemento filmado, usar travelling ou permanecer estacionário, e assim por diante); 2) gravar som direto, no momento da filmagem, ou acrescentar posteriormente som adicional, como traduções em voz-over, diálogos dublados, música, efeitos sonoros ou comentários; 3) aderir a uma cronologia rígida ou rearrumar os acontecimentos com o objetivo de sustentar uma opinião; 4) usar fotografias e imagens de arquivo, ou feitas por outra pessoa, ou usar apenas as imagens filmadas pelo cineasta no local; e 5) em que modo de representação se basear para organizar o filme (expositivo, poético, observativo, participativo, reflexivo ou performático).
(NICHOLS, 2005, p.76)

A partir disto, pode-se concluir que por conta das diferentes técnicas, orçamentos e visões de cada cineasta, existem diversos tipos de documentários. Geralmente esse estilo fílmico se propõe a debater temáticas com algum interesse social, seja gerado por mera curiosidade ou por questões de propagação de informação e apreensão de determinado conhecimento. Alguns documentários são biográficos: procuram mostrar e relatar a vida de alguma personalidade. Outros tratam de assuntos do mundo que precisam de atenção, como aquecimento global, questões sustentáveis, entre outros, analisando os problemas, e, muitas vezes, propondo alguma ação ou reflexão. Já alguns exploram o viés histórico, tratando de períodos e eras passados, ou até mesmo previsões para um futuro próximo ou distante. Com isso, de uma forma geral, o gênero, de forma mais expositiva ou de forma mais “impositiva”, gera reflexão, abate dúvidas e enriquece a percepção e compreensão do espectador naquele determinado tema. Em seu livro Nichols traz que:

Os documentários expositivos, por exemplo, continuam sendo a forma básica, particularmente na televisão, em que a ideia de comentário em voz-over parece obrigatória, seja para a série *Biography*, da A&E, seja para os filmes sobre a natureza do Discovery Channel, seja para os noticiários noturnos. Os textos do corpus a que denominamos documentário compartilham certas ênfases que nos permitem discuti-los como partes de um gênero (caracterizado por normas e convenções como lógica de organização, montagem de evidência e papel de destaque para o discurso voltado para o espectador), que, por sua vez, divide-se em movimentos, períodos e modos diferentes. Nesses termos, o documentário mostra-se um dos gêneros mais duradouros e variados, com muitos enfoques diferentes para o desafio de representar o mundo histórico. Esses enfoques apresentam muitas das características dos filmes de ficção comuns, como a narração de histórias, mas permanecem suficientemente distintos para constituir um domínio próprio.

(NICHOLS, 2005, p.63)

No quarto capítulo, que abarca a análise do documentário proposto, o trabalho trará em qual tipo de documentário este se encaixa, a partir do formato, narrativa, “voz do documentário”, tipo de montagem, fotografia, entre outros recursos técnicos e de roteiro.

3.2 Documentários em causas de impacto social

O audiovisual é um formato que vem se mostrando cada vez mais potente dentro do âmbito da comunicação. Diversos outros formatos que são muito utilizados para peças comunicacionais (como cards, flyers, anúncios, outdoors, entre outros) se mostram efetivos, dependendo do objetivo, porém o audiovisual é muito completo: a imagem juntamente com o som, costurado por uma narrativa envolvente se torna uma ferramenta efetiva para a propagação de ideias em muitas ocasiões. Nichols (2005) discorre sobre:

O cinema atingiu seu objetivo num nível jamais alcançado por outro meio de comunicação. A capacidade das imagens fotográficas de transmitir uma impressão tão viva da realidade, que inclui o movimento como um aspecto fundamental da vida a que a pintura e a escultura foram capazes de aludir, mas não copiar, instiga o desenrolar de duas histórias complementares: uma sobre a imagem e outra sobre o cineasta. (NICHOLS, 2005, p.117)

Filmes, séries, videoclipes, vídeos institucionais, cada um tem uma forma de apresentar o audiovisual, e com objetivos distintos. Porém, como o objeto de estudo deste trabalho são documentários, irei me atentar mais profundamente neste tipo de abordagem. O filme documental se utiliza de histórias reais para levar o conhecimento sobre determinado tema para o espectador, como traz Bárbara Almeida na sua dissertação de

mestrado *O filme documental como criador de impacto social: o movimento vegan no documentário veggio revolution* (2020): “Na indústria cinematográfica vemos que, na grande maioria, é o cinema documental que assume o papel de cinema com a missão de informar, educar, consciencializar, divulgar e, possivelmente, provocar alguma mudança social, seja num âmbito local ou global” (ALMEIDA, 2020, p 28). No caso de documentários que se propõem a tratar de assuntos de impacto e responsabilidade social, a intenção é mostrar ao público alguma situação que precisa de mudança, e com isso, propor uma solução para casos como: problemas ambientais, sociais, culturais, políticos, entre outros. As motivações do filme e a forma de divulgação procuram sensibilizar o espectador a ponto de ele se colocar em uma posição de ação, em que se sinta impelido a agir em prol da causa apresentada.

A potência do audiovisual, e principalmente dos documentários, para causas de impacto social pode ser percebida por conta da emoção que se cria com este tipo de comunicação. A imagem, o som, a trilha sonora (que dá o tom para o ambiente) e diversos outros fatores estéticos e narrativos que contribuem para criar uma atmosfera envolvente e convincente fazem com que este tipo de temática funcione bem neste formato, como apresenta Nichols (2005):

Grande parte do poder do documentário, e grande parte de seu poder de atração para governos e outros patrocinadores institucionais, está em sua capacidade de unir prova e emoção na seleção e no arranjo de sons e imagens. Como é poderosa a exibição de imagens de mortos e moribundos como prova do Holocausto; como é convincente a exibição, como prova de costume retrógrado, da imagem de alguém tomando a água de um riacho em que acabamos de ver um porco chafurdando, tais imagens não só fornecem uma comprovação visível como trazem com elas uma energia emocional, estimulada pela maldição indexadora da própria crença que temos em sua autenticidade. De maneira extremamente eficaz, relacionam o argumento com o mundo histórico e com nosso próprio envolvimento no mundo. (NICHOLS, 2005, p.89)

O gênero documental consegue discutir pautas importantes e relevantes para a sociedade e gerar reflexão contando histórias e conectando o espectador à narrativa, portanto gerando engajamento no assunto, e não necessariamente alarmismo, como mostra a organização Doc Society⁶ em seu manual *Impact Field Guide* (2020):

⁶ Doc Society é uma ONG (organização sem fins lucrativos) que foi fundada em 2005 e tem como objetivo reunir pessoas para possibilitar e realizar a difusão de documentários com impacto social.

Diferente de muitos noticiários e mídias sociais, a narrativa de documentários pode mergulhar o público em experiências de imersão, criando empatia ou compreensão mais profunda sem alarmismo. Eles contam histórias de gente de verdade para ajudar o público a fazer ou perceber conexões - sobre ideias ou questões - que poderiam, de outra forma, parecer abstratas. Com frequência, o público é modificado pela experiência. É por isso que o documentário, especialmente quando usado estrategicamente, tem a capacidade de estimular as pessoas ao engajamento e à ação.

(Impact Field Guide - Doc Society, 2020, p.11)

Quando se fala em documentários que querem causar um impacto e proporcionar uma ação por parte do espectador, algo que deve ser ressaltado é o seu poder de persuasão. O filme, por meio de uma narrativa persuasiva que promove curiosidade, conhecimento e gera comoção e empatia no público, aguça o desejo de agir. Para isso, o ponto de vista do cineasta deve estar bem estruturado e claro, para que os argumentos apresentados no documentário sejam convincentes e provam o ponto desejado, conforme Nichols (2005) discorre: “Os documentários procuram nos persuadir ou convencer, pela força de seu argumento, ou ponto de vista, e pelo atrativo, ou poder, de sua voz” (NICHOLS, 2005, p.73). Com isso, cada documentário possui uma estratégia persuasiva para gerar convencimento de suas opiniões. Por mais que se fale muito hoje em dia em comunicação persuasiva, isto não é um artifício novo, pois é utilizado e pensado desde o surgimento do gênero. Silvio Da-Rin fala em seu livro *O Espelho Partido* (2004) o que John Grierson, cineasta escocês que criou o conceito de documentarismo clássico da escola inglesa, nos anos 1920, pensou quando quis realizar um projeto de educação pública por meio do cinema:

Para que o público fosse capaz de apreender a complexidade do mundo industrial moderno, era necessário recorrer a novas técnicas de comunicação e persuasão. E o cinema, com seus padrões dramáticos e sua capacidade de capturar a imaginação das plateias, possuía um grande potencial a ser explorado no campo da difusão de valores cívicos e na formação da cidadania.

(DA-RIN, 2004, p.56)

Ou seja, desde aquela época o cinema, e principalmente o gênero documental, já era pensado como um meio de comunicação com um grande potencial persuasivo, e, neste caso, sendo utilizado para fins sociais, como a educação. Com isso, conclui-se que para a persuasão ser efetiva existem algumas técnicas de linguagem, de narrativa e roteiro que

são utilizadas, porém não existe uma regra para a representação persuasiva, na qual cada documentarista deixa sua marca de formas diferentes, como aborda Nichols (2005):

Assim fazem muitos documentários, quando têm a intenção de persuadir-nos a adotar uma determinada perspectiva ou ponto de vista sobre o mundo. Os cineastas são frequentemente atraídos pelos modos de representação do documentário quando querem nos envolver em questões diretamente relacionadas com o mundo histórico que todos compartilhamos. Alguns enfatizam a originalidade ou a característica distintiva de sua própria maneira de ver o mundo: vemos o mundo que compartilhamos com o se filtrado por uma percepção individual dele. Alguns enfatizam a autenticidade ou a fidelidade de sua representação do mundo: vemos o mundo que compartilhamos com uma clareza e uma transparência que minimizam a importância do estilo ou da percepção do cineasta. Nos dois casos, aqueles que adotam o documentário com o veículo de expressão desviam nossa atenção para o mundo que já ocupamos. Fazem isso com a mesma engenhosidade e inventividade que os cineastas de ficção usam para atrair nossa atenção para mundos que, de outra forma, jamais conheceríamos.
(NICHOLS, 2005, p.20)

Como visto anteriormente, é a partir da emoção promovida pelo filme que surge a vontade de promover mudança por parte do espectador, e para isso se realiza de uma forma efetiva muitas vezes constam nos documentários diversas ferramentas para auxiliar o público a agir: mensagens e caminhos para soluções, ou até mesmo sites, aplicativos e plataformas descritos ao final do filme que guiam o público para ajudar na causa proposta. Bárbara Almeida (2020) discorre sobre esse caminho pós filme em sua dissertação:

As campanhas de impacto social de um filme podem envolver inúmeras atividades em diferentes segmentos da sociedade no âmbito virtual ou real, como desenvolvimento de sites, páginas no Facebook, Twitter, canal no Youtube do filme, manifestações, pedidos de assinatura para petições, atividades educativas em escolas, etc. São inúmeras as possibilidades. Algumas destas ferramentas podem ser utilizadas por quase todos os filmes; outras são específicas e diretamente ligadas à temática e aos parceiros que o filme tem. Estas campanhas são desenvolvidas para criar um caminho, para que as pessoas interessadas possam saber onde ir; é como um guia, pois muitas vezes pode-se ter o desejo de interagir e agir, mas não saber como nem o que fazer. As campanhas preenchem justamente esta lacuna; deixam percursos previamente traçados para que possam ser percorridos de forma segura e eficaz. Sem este guia, possivelmente o desejo desvaneceria, uma vez que poucas pessoas teriam a vontade, o tempo ou a dedicação de ir além, de aprofundar uma investigação de como agir em prol desse assunto ou problemática social.
(ALMEIDA, 2020, p 46)

Com isso, percebe-se que o espectador consegue trilhar um caminho de ação mais fácil, independente de qual seja a temática do filme. Neste trabalho, como o foco são documentários que buscam promover impacto social positivo na sociedade, irei discorrer mais profundamente sobre este tópico, que inclusive está em alta ultimamente devido ao grande espaço que surgiu para filmes com assuntos que promovam um local de reflexão da sociedade, a partir de um estudo ecológico, social, político e/ou histórico. O documentário que se propõe a persuadir e prender a atenção do espectador para causas sociais que necessitem de alguma mudança, geralmente, não somente prendem o público por conta da parte estética, mas também, pela parte informativa, engajando por meio da consciência social. Nichols (2005) traz uma tabela (de acordo com a Figura 01) que apresenta dois tipos de documentários: os que dão enfoque em questões sociais e os de retrato pessoal:

Figura 01 - Quadro 7.1 – Duas ênfases no documentário

Documentário de questão social	Documentário retrato pessoal
Voz do cineasta ou do patrocinador como autoridade, mais vozes de testemunhas e especialistas para corroboração. O cineasta interage quando se trata de questão social. Pode estar bastante fundamentado na retórica.	Voz de atores sociais (pessoas), que falam por si mesmos. Ou o cineasta interage com os outros, muitas vezes para negociar o relacionamento. Pode estar bastante fundamentado no estilo.
Discurso de sobriedade. O estilo é secundário ao conteúdo; o conteúdo é o que conta – o mundo real com é encontrado ou como existe.	Discurso poético ou subjetivo. O estilo conta tanto quanto o conteúdo; a forma é o que conta – a realidade de ver o mundo de uma perspectiva diferente.
Ênfase na objetividade, no conhecimento, na importância duradoura dos acontecimentos históricos.	Ênfase na subjetividade, na experiência, no valor duradouro de momentos específicos.
Questões coletivas.	Momentos privados.
O direito de saber conduz a busca de conhecimento.	O direito à privacidade é uma reflexão constante.
Profundidade psicológica mínima dos personagens se compara com conceitos ou questões.	A profundidade psicológica dos personagens torna-se um objetivo; questões maiores estão implícitas.
Indivíduos representados como: típicos ou representativos vítimas.	Indivíduos representados como: únicos ou distintos míticos.
Atenção máxima à questão, ao problema tópico apresentado diretamente ou expressamente designado: sexismo, desemprego, Aids. Etc.	A questão ou problema subjacente é apresentada indiretamente, evocada ou submetida, raramente designada de forma explícita.
Ênfase na missão do cineasta ou no propósito social, em detrimento do estilo ou da expressividade.	Ênfase no estilo ou na expressividade do cineasta, em detrimento do propósito social.

Existência do cineasta em um domínio onisciente ou transcendental, separado dos temas.	Existência do cineasta no mesmo domínio histórico-social que os temas.
Estrutura frequentemente baseada em problema; solução; explicações são possíveis.	Apresentação frequente do problema ou da situação sem solução clara, convite à interpretação.
Recorrência de problemas e soluções comuns: pobreza, bem-estar social, sexismo, violência, injustiça, etc.	Recorrência de uma forma dramática familiar em problemas específicos: crise, experiência intensa, amadurecimento, catarse, descobertas.
Exemplos: noticiários televisivos, Consuming hunger; Ways of seeing; Eyes on the prizier; O homem da câmera; Por que lutamos; Before Stonewall; Vietnã, ano de porco; The life and times of Rosie the riveter; Ethnic notions; Color adjustment; Terra sem pão (ponto de vista irônico).	Exemplos: Nanook, o esquimó; Homenagem a Bontoc; Portrait of Jason; Sobrenome Viet nome de batismo Nam; Siverdale life; The view from here; Roses in december; Antonia: Portrait of a woman; Afogar ou nadar; Juggling gender; Hotel Terminus: The life and times of Klaus Barbie; Roger e eu (ponto de vista falsamente heróico).

Fonte: Adaptado de NICHOLS, 2005.

De forma geral, a partir da tabela apresentada na Figura 01, pode-se apreender que, de acordo com Nichols (2005), os documentários com enfoque social são pensados para questões coletivas que possuam algum propósito, geralmente baseado em algum problema que explique e explicita determinado tipo de solução por meio de um discurso que se baseie em conhecimento e informação. Já o documentário de retrato pessoal tende a focar mais em um discurso privado (talvez do próprio cineasta), em que a questão apresentada explicita mais o estilo do documentarista ao invés do propósito social ou coletivo. Portanto, pode-se concluir que geralmente os documentários que visam a impactar e promover mudança no espectador focam em um problema específico para prender a atenção e apresentar uma questão que engaje uma ação. O que o espectador faz depois de assistir a um documentário com temática social é algo que foge da alçada do cineasta, portanto o engajamento do público em relação à problemática apresentada é algo que faz parte da dificuldade de se produzir filmes deste tipo. Nichols (2005) explica que:

Essa dinâmica tanto propõe questões como responde a elas. Podemos perguntar: quem somos nós, que podemos vir a saber alguma coisa? Que tipo de conhecimento é esse que os documentários proporcionam? Que uso nós, e os outros, deveríamos fazer do conhecimento que o documentário proporciona? O que sabemos e a maneira pela qual passamos a acreditar no que sabemos são assuntos de importância social. Poder e responsabilidade residem no conhecimento; o uso que fazemos do que aprendemos vai além de nosso envolvimento com o documentário como tal, estendendo-se até o engajamento no mundo histórico representado nesses filmes. Nosso engajamento neste mundo é a base vital para a experiência e o desafio do documentário. (NICHOLS, 2005, p.71)

Existem diversos assuntos dentro do âmbito “impacto social” que, por meio dos documentários, dão voz a diversos grupos identitários ou a causas relevantes que muitas vezes são esquecidas, oprimidas ou excluídas da sociedade. Com isso, estes filmes ganham espaço em uma esfera político-social e conseguem se comunicar com uma parcela da população de forma mais assertiva e objetiva, construindo e ampliando uma nova visão de mundo, transformando assim, a perspectiva dos espectadores, como aborda Nichols (2005):

A dimensão política de documentários sobre questões de sexualidade e gênero, ou outros temas, une um modo enfaticamente performático de representação documental às questões de experiência pessoal e desejo que se expandem, por implicação, para questões mais abrangentes de diferença, igualdade e não discriminação. Como muitas outras obras, eles contribuem para a construção social de uma identidade comum entre membros de uma dada comunidade. Dão visibilidade social a experiências antes tratadas como exclusiva ou principalmente pessoais; atestam uma comunhão de experiência e as formas de luta necessárias para superar o estereótipo, a discriminação e a intolerância. A voz política desses documentários encarna as perspectivas e visões de comunidades que compartilham uma história de exclusão e um objetivo de transformação social. (NICHOLS, 2005, p.200)

Com isso, após o documentarista delimitar o assunto que deseja abordar, é necessário traçar uma estratégia de impacto. Para auxiliar estes profissionais, a Doc Society criou o *The Impact Field Guide and Toolkit* (2020), um guia que ajuda a planejar e mapear o impacto social nos filmes. Para isso, eles apontam alguns caminhos que os filmes com este viés podem/geralmente seguem a partir do problema apresentado: revelar, destacar, investigar e humanizar, como mostra a Figura 02.

Figura 02 - Mapeamento do impacto:



Fonte: The Impact Field Guide and Toolkit (Doc Society, 2020, p.20)

A partir da problemática escolhida, do público-alvo a ser atingido e qual a ação que os documentaristas gostariam de propor, se delimita qual é a melhor estratégia de impacto a ser inserida no filme, pois, como visto na Figura 02, cada uma delas leva para um lado e com uma resolução distinta. Além disso, o guia aponta 4 dinâmicas de impacto que podem gerar no espectador. A primeira é *mudar ideias*:

Mudar ideias tem a ver com o estabelecimento de consciência a respeito de um problema ou a mudança da forma como ele é percebido. Trata-se de aprofundar a compreensão e ligar os pontos entre experiências pessoais e representações na tela. Pode ser ampla (ou seja, mudar o discurso público mais amplo) ou pode ser mais focada.
(Impact Field Guide, 2020, p.70)

A segunda é *mudar comportamentos*: “mobilizar ativamente as pessoas para agir de forma diferente e não apenas pensar diferente, seja para comprar ou boicotar, doar ou ser voluntário. Que ações específicas você poderia promover?” (Impact Field Guide, 2020, p.71). A terceira é *construir comunidades*: “organização popular de base - fornecer o ponto focal em torno do qual as pessoas se reúnam. Que comunidades você poderia servir ou apoiar?” (Impact Field Guide, 2020, p.72). E por último *mudar estruturas*: “seja na política ou nos negócios, influenciar diretamente a lei e a política para mudar o contexto. Que leis ou políticas incorporam o problema que você está tentando resolver?” (Impact Field Guide, 2020, p.73). Estas quatro dinâmicas auxiliam o documentarista a pensar, a

partir da problemática proposta, qual impacto ele deseja criar em seu espectador e como ele irá conduzir a narrativa e estética de seu filme para que a mensagem seja efetiva.

A partir da teoria apresentada, pode-se apontar diversos exemplos de filmes documentais que carregam consigo a temática de impacto social. De forma geral este trabalho irá citar alguns deles em seguida, e de forma aprofundada, no Capítulo 4, seguirá uma análise do filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella). O documentário *Seaspiracy* (2021, Ali Tabrizi), que está disponível na Netflix, propõe mostrar para os espectadores o impacto da interferência dos seres humanos no oceano. Com isso, a intenção do documentarista é fazer as pessoas refletirem sobre a preservação dos mares, pesca predatória e cuidado com o meio ambiente e mudar as atitudes acerca desta temática. Outro filme, em que a proposta é abordar responsabilidade social no âmbito ambiental e dos animais, é o documentário *Cowspiracy* (2014, Kip Andersen, Keegan Kuhn). Nele são abordadas as questões da agropecuária intensiva, e como ela agride o planeta e seus recursos naturais, gerando diversos problemas como efeito estufa, desperdício e desmatamento. Ainda na temática alimentação, porém com outra abordagem, o documentário vencedor do festival de Sundance, *Super Size Me* (2004, Morgan Spurlock) é proposto de forma diferente, em que o próprio documentarista (Spurlock) cria uma experiência com seu próprio corpo para provar o quão danoso o fast food McDonald's pode ser para a saúde. Com esta premissa, Morgan come em 30 dias somente neste restaurante (realizando as refeições: café da manhã, almoço e janta) enquanto é acompanhado por uma equipe médica e percebe que essa alimentação traz mudanças físicas no seu corpo e influências psicológicas. O filme apresenta dados sobre obesidade e problemas de saúde nos Estados Unidos, em que a partir desta experiência, pretende mostrar para os espectadores quais são os problemas do consumo excessivo de alimentos como fast-food e ultraprocessados. A repercussão do filme foi grande e despertou discussões como os hábitos alimentares ruins e a educação nutricional para as crianças.

Existem outros documentários com temática ambientalista que não focam necessariamente na área de alimentos, mas, sim, no aquecimento global, como é o caso do filme ganhador do Oscar de melhor filme documental em 2006: *Uma Verdade Inconveniente* (2006, Guggenheim). Por meio de dados, estudos e gráficos, o ex-vice presidente estadunidense Al Gore apresenta palestras falando sobre o aquecimento global e mostrando que é algo sério e preocupante. A intenção do filme é alertar os espectadores que o problema climático é alarmante e urgente, portanto se propõe a refletir sobre esta mudança por parte de quem assiste. O filme, que bateu recorde de bilheteria nos Estados

Unidos, disseminou informações importantes e acabou gerando diversos projetos e estudos pelo mundo, além de um impacto positivo nos espectadores, como expõe Bárbara Almeida (2020):

Em 2007, a empresa Nielsen e o Environmental Change Institute da Universidade de Oxford fizeram um estudo em 47 países intitulado *Climate Change and Influential Spokespeople, A Global Nielsen Online Survey (2007)*. Após análise dos dados fornecidos pelos entrevistados, o estudo divulgou os resultados que mostram que 66% das pessoas que viram o filme *An Inconvenient Truth* (Guggenheim, 2006), tinham mudado a sua forma de ver o aquecimento global, 89% relataram estarem mais bem informadas sobre o assunto e 3 em cada 4 pessoas (74%) disseram que mudaram algum dos seus hábitos após terem visto o filme.
(ALMEIDA, 2020, p.30)

Existem diversos documentários que trazem a perspectiva do consumo consciente, procurando impactar o público para gerar mudanças de hábitos e reflexões acerca do assunto. O curta-metragem de animação *A história das coisas* (2007, Louis Fox) aborda o consumo excessivo desde a extração de matéria prima até a produção e o descarte, e como isso afeta o meio ambiente de uma forma bem explicativa. A proposta do documentário é mostrar de um jeito claro como nossos padrões de consumo e das grandes empresas poluem e degradam o planeta, e o que podemos fazer para melhorar essa situação. A utilização de animação neste curta é muito inteligente, pois assim, um assunto que é sério e pesado se torna mais “lúdico”, conseguindo assim, atingir diversos públicos, desde crianças a adultos. Este filme inclusive é de autoria e apresentação de Annie Leonard (Diretora da Greenpeace EUA), uma das entrevistadas no filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D’Avella), objeto de estudo deste trabalho. Outro filme nesta linha é *Um presente à prova de futuro* (2020, Eduardo Rajabally e Sylvio Rocha) em que o documentário, filmado no Brasil e na Holanda, traz o que será do planeta no futuro se continuarmos com o atual modelo econômico linear, que inclui: exploração, produção, consumo e descarte. Com isso, o filme acompanha uma família holandesa e mostra como pode-se realizar novos processos como a economia circular, em que é necessário reavaliar a produção, rever valores e redesenhar produtos, para que no final, se diminua a quantidade de lixo produzido e consiga transformar isso em um negócio lucrativo. Um exemplo de documentário que também traz com força a temática do descarte é *Lixo Extraordinário* (2010, Lucy Walker) que relata o trabalho do artista plástico brasileiro Vik Muniz com catadores de material reciclável em um dos maiores aterros sanitários do

mundo, localizado no Jardim Gramacho, bairro periférico de Duque de Caxias, no estado do Rio de Janeiro. O filme, além de mostrar a realidade dos catadores – que prestam um serviço essencial, porém são invisibilizados pela sociedade – também dá um sentido novo para o material reciclável, transformando o lixo em arte, e com isso, apresenta para o espectador que o lixo pode ter outros sentidos, abrindo novas perspectivas de olhares. Já com outra abordagem sobre o consumo, o documentário *The True Cost* (2005, Andrew Morgan), foca na indústria da moda, a exploração dos trabalhadores neste setor e o consumo desenfreado por parte da população. Com isso, o filme gera reflexões sobre qual impacto essa indústria causa para os seres humanos e o meio ambiente. Percebe-se que existem diversos exemplos de documentários que se propõem a mostrar uma realidade que agride o planeta e os seres humanos, e para isso, existem diferentes abordagens e propostas de soluções e mudanças para impactar positivamente o espectador. Para aprofundar no assunto “consumo consciente”, o capítulo seguinte contará com a análise do filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D’Avella).

4. MINIMALISMO JÁ: UM DOCUMENTÁRIO DE IMPACTO

Este capítulo, a partir da metodologia de análise, propõe-se a compreender o documentário *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella), que contém cunho social e aborda o assunto do consumo consciente. São aprofundados aspectos de narrativa e ferramentas técnicas e estéticas para mapear quais são as estratégias de comunicação e audiovisual utilizadas para impactar o espectador e gerar engajamento. Portanto, para fins de organização, o capítulo é dividido em cinco partes: a primeira explica como foi realizada a análise, a segunda apresenta o retrato pessoal dos personagens principais e de outros minimalistas, a terceira estuda a voz dos especialistas, a quarta parte analisa a utilização dos recursos técnicos e a última faz uma reflexão sobre os aspectos gerais abordados nos tópicos anteriores.

4.1 Uma proposta de análise

A análise proposta neste capítulo foi organizada primeiro por meio da decupagem completa do filme estudado. Assisti ao filme ponderando e anotando aspectos narrativos, estéticos e técnicos, e também relacionando com as teorias acerca do consumo, propostas nos capítulos anteriores. Fiz um primeiro estudo do filme completo, e a partir disso foi possível perceber os eixos de organização interna da narrativa, e como eles dialogavam com a teoria. A partir de Nichols (2005), observei a ênfase nos tipos de documentário (questão social ou retrato pessoal); a partir de *The Impact Field Guide and Toolkit* (2020), foi possível analisar os modos de criação de impacto. Cruzei esses tópicos com as discussões sobre consumo, consumismo e minimalismo.

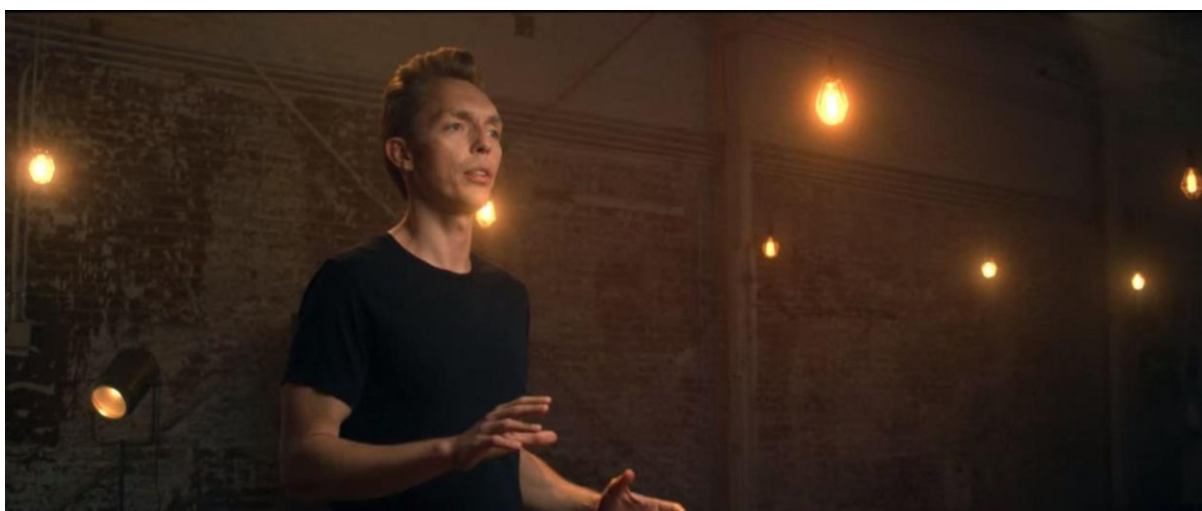
Esse processo ajudou a criar a subdivisão do capítulo, agrupando os assuntos, como o depoimento dos personagens principais e de pessoas que foram impactadas com o minimalismo; entrevistas com especialistas e aspectos técnicos que são utilizados. A divisão em partes ajuda a atingir o objetivo geral da análise: identificar quais são as ferramentas utilizadas em um documentário que se propõe a expor questões de consumo consciente e, assim, impactar o espectador e gerar reflexão e mudança de comportamento.

4.2 O retrato pessoal: a história dos amigos e de minimalistas

Os amigos Ryan Nicodemus e Joshua Fields Millburn, são o fio condutor da narrativa do filme. Ambos são minimalistas e optaram por uma vida mais leve, sem a

pressão e o estresse que o capitalismo e o consumo desenfreado causam nas pessoas. A partir disto, eles compartilham suas histórias e trazem depoimentos de como se encontraram neste novo estilo de vida, trazendo emoção para a narrativa e buscando gerar empatia com o público. Ao longo do documentário, eles são os únicos personagens que trocam de cenário de acordo com o que está sendo abordado, alternando entre um estúdio com iluminação quente, no qual falam diretamente para uma câmera e outra lateral, como mostra a Figura 03, ou para locais como suas próprias casas, como mostra a Figura 04, ou conversando no carro, na rua e até mesmo em cenários montados.

Figura 03 - Joshua no estúdio em uma câmera lateral:



Fonte: Netflix

Figura 04 - Ryan em casa:



Fonte: Netflix

O primeiro dos amigos a aparecer em tela é Joshua, que surge no estúdio após uma abertura com edição dinâmica que resume o que será abordado no filme. Após isto, Ryan começa falando sobre suas infâncias pobres e famílias desestruturadas ao som de uma trilha tranquila que ajuda a criar uma atmosfera reflexiva para o contexto. Esse passado é reconstruído com fotos. Na Figura 05, aparecem algumas imagens dele e de Joshua crianças, tanto na sua mão em retratos físicos.

Figura 05 - Ryan mostra fotos de infância:



Fonte: Netflix

E na Figura 06 vemos imagens dos dois amigos em formato de fotos digitalizadas, com um fundo branco atrás.

Figura 06 - Fotos digitalizadas da infância de Ryan e Joshua:



Fonte: Netflix

As fotografias do passado ajudam a ilustrar o que está sendo dito, pois poderíamos imaginar como eram os personagens quando crianças, mas visualizar na tela enriquece a narrativa e deixa o filme mais dinâmico, como traz Luiz Carlos Lucena (2012): “As imagens de cobertura facilitam a edição do documentário, permitem o uso de falas em *off* dos entrevistados e possibilitam maior dinamismo visual, para que não apenas o protagonista apareça durante a entrevista” (LUCENA, 2012, p. 66). Depois a cena vai para dentro de um carro que Joshua está dirigindo e conversando com Ryan, ambos não olham diretamente para a câmera, o que mantém a naturalidade do diálogo, como se ninguém estivesse filmando. Eles falam sobre como possuíam muitos itens sem utilidade quando crianças e como poderiam ter aplicado o minimalismo naquela época, pois a base deste estilo de vida é utilizar poucos recursos, porém, de forma útil e inteligente.

O fechamento da cena é quando a voz de Joshua aparece como narração em *off* contando como ele se tornou uma pessoa bem-sucedida em seu trabalho, quando era o diretor mais jovem de uma empresa renomada e possuía artigos de luxo e uma casa grande. Enquanto isso, ele aparece na tela em uma encenação, como se estivesse nessa empresa e na casa descrita; a câmera dá um zoom out e ele está sozinho e abatido, a fotografia é mais azulada e lavada, o que dá uma frieza na cena, como mostra a Figura 07.

Figura 07 - Joshua sozinho na casa cenográfica:



Fonte: Netflix

Como visto no subcapítulo 3.1, o gênero documental se utiliza de aspectos ficcionais desde o nascimento do formato com *Nanook, o esquimó* (1922, Robert

Flaherty), que também continha cenas representadas e encenadas. Isto porque os documentários não se limitam em abordar sempre cenas reais e espontâneas, é uma narrativa que pode ser modificada e adaptada para encaixar melhor no roteiro e criar um tratamento da realidade, não ser totalmente fiel a ela, como traz Nichols (2005). Portanto, no objeto de estudo em questão poderão ser observados diversos momentos reconstruídos que servem de artifício para ajudar a contar melhor a história proposta.

Depois disso, corta para o estúdio em que Joshua aparece em quadro contando que após seu divórcio e a morte de sua mãe, ambos fatos no mesmo mês, fizeram ele refletir sobre suas escolhas de acumular bens. Neste momento a trilha é um piano, que cria uma atmosfera triste para a cena.

Após a exposição da infância e da vida dos personagens principais, o espectador se sente conectado com a história de uma forma emotiva; isto acontece em diversos momentos do filme, assim estruturados: expor a vida dos amigos minimalistas, mostrar depoimentos de pessoas que aderiram ao movimento e trazer entrevistas de especialistas com dados sobre o assunto. Portanto, as cenas dos amigos geralmente trazem o lado comovente, mostrando seus passados e abrindo a história de suas famílias, com tristezas e frustrações para o espectador se sentir sensibilizado e gerar compaixão. Nichols (2005) explica que boa parte do poder do documentário é unir emoção, imagem e som. Ele aborda em seu livro a retórica de Aristóteles que:

Divide as provas artísticas em três tipos. Cada um deles se empenha em convencer-nos da validade de um argumento ou de uma perspectiva. Todos três têm importância no vídeo e no filme documentário: ético: que dá a impressão de bom caráter moral ou credibilidade; emocional: que apela para as emoções do público para produzir o humor desejado; que coloca o público na disposição de ânimo correta ou que estabelece um estado de espírito favorável a um determinado ponto de vista; demonstrativo: que usa raciocínio ou demonstração real ou aparente; que comprova ou dá a impressão de comprovar a questão.
(NICHOLS, 2005, P.81)

Joshua também fala sobre sua infância, ele conta que seu pai tinha problemas mentais e sofria de alcoolismo, então aparecem na tela diversas fotos dele criança e do pai, na mesma identidade visual utilizada anteriormente para mostrar fotos digitalizadas. Ele e a mãe fugiram do pai após diversas agressões e foram morar em outra cidade, no subúrbio; a partir dessa fala, Joshua mostra para o espectador onde ele morou e como está atualmente a sua casa na infância, como mostra a Figura 08.

Esta cena é marcada por planos detalhes da casa e Joshua falando na frente do local, sendo filmado por uma câmera na mão. Aqui tem a utilização de *slow motion* e uma trilha sonora triste, criando um ambiente mais melancólico, que combina com a temática da fala. A cena termina com Joshua revelando que quando era mais novo queria ganhar muito dinheiro para recuperar o sentido da vida, que sua mãe perdeu. Além disso, tem uma cena em que Joshua vai para a casa de sua mãe, após ela ter falecido, para lidar com os pertences deixados por ela. A passagem tem um paralelismo visual entre Joshua no estúdio e caminhando pela casa cenográfica da mãe. Ele fala sobre os diversos itens que tinham na casa dela, enquanto a imagem mostra muitas coisas em planos detalhes, e que pediu um caminhão muito grande para levar todos os seus pertences para doar para amigos e instituições de caridade. Então, ele começa uma narrativa sobre algumas caixas que estavam embaixo da cama da mãe que continham vários trabalhos escolares dele, dizendo que ela estava querendo guardar memórias dele, porém, ele diz que “as lembranças a gente guarda dentro de si, e não em coisas”.

Figura 08 - Antiga casa de Joshua:



Fonte: Netflix

Nesta cena também aparecem algumas imagens de arquivo de Joshua quando criança, incluindo um vídeo brincando com sua mãe, como mostra a Figura 09, em que a imagem conta com uma identidade visual antiga, como de gravação de uma câmera analógica. Depois ele empacota as coisas na sala da mãe, em que ele diz que pegou poucos itens de lembrança.

Figura 09 - Vídeo antigo de Joshua com a mãe:



Fonte: Netflix

Na metade do filme, depois de expor suas vidas e serem apresentados outros personagens que reforçam o argumento do minimalismo, existe uma cena de Joshua no estúdio na qual faz uma indagação que já tinha sido realizada na abertura do filme, enquanto aparecem *letterings* na tela para enfatizar a frase: “como sua vida pode ser melhor com menos?”. Aqui há uma teoria estudada no subcapítulo 3.2, por Nichols (2005) quando ele aponta em uma tabela (Figura 01 deste trabalho) que a estrutura de um documentário social geralmente é baseada em problema e solução. Com isso, o filme expôs diversos problemas e temáticas para refletir e agora está fazendo o espectador analisar o que pode fazer para solucionar a questão apontada. Joshua diz que começou a pensar no propósito do minimalismo antes mesmo de fazer uma limpa na sua casa, que foi realizada de forma progressiva: um item por dia por 1 mês, em que acabou se livrando de muitos mais itens do que imaginava. Enquanto ele narra que ficou somente com aquilo que agregava valor à sua vida, na tela aparecem diversos planos detalhes da sua mão abrindo gavetas, armários, tirando coisas e encaixotando-as, tudo isso ambientado em uma casa cenográfica. Ele que explica um pouco mais sobre o que é ser um minimalista enquanto aparecem planos de sua casa e de sua família. Ser um minimalista é possuir somente o que agrega alguma funcionalidade ou traz felicidade, portanto, tudo dentro de sua casa serve para algum propósito e com isso sua vida se tornou mais simples. As

peessoas ao seu redor perceberam que ele estava se sentindo melhor e mais feliz, incluindo seu amigo Ryan, foi então que apresentou o minimalismo para ele. Aparece um paralelismo entre imagens dos dois sentados conversando em um restaurante e a imagem de Ryan falando no estúdio de frente para a câmera. Ryan aqui é como se fosse o espectador, pois eles retomam todo o processo de ensinamento e apresentação do que é minimalismo desde a época que ele não tinha adotado o estilo de vida ainda; então de uma forma didática é explicado como foi o processo para se tornar um minimalista. Ryan explica que os dois empacotaram tudo que ele tinha e por 30 dias ele só iria tirar das caixas o que fosse usar para, assim, perceber o que realmente utiliza e é útil na sua vida. Na tela aparecem mesclados planos médios e detalhes, dos dois amigos empacotando muitos itens em diversas caixas de papelão. Depois de três semanas, Ryan ainda tinha 80% das suas coisas dentro das caixas, e com isso refletiu sobre como se sentiu mais livre, mais feliz e como focou nas coisas mais importantes na vida, que na verdade não são coisas, são pessoas. A partir disso, Joshua e Ryan criaram um blog para contar suas experiências com minimalismo, e enquanto Ryan narra sobre este momento aparece a imagem dos dois em um café sendo filmados por uma câmera na mão focando no rosto deles.

Além da história dos amigos Ryan e Joshua, que conduz a temática do minimalismo por meio do viés emocional, o documentário conta com os depoimentos de dezessete pessoas⁷, por meio de chamadas de vídeo, que eram compulsivas com compras e se converteram para o estilo de vida minimalista. A qualidade de câmera é mais baixa, pois são gravações caseiras, contendo barras pretas nas laterais, e todos estão enquadrados no meio do quadro como mostra a Figura 10. Eles trazem histórias de desperdício de dinheiro, compulsão, acúmulo de coisas, compras sem necessidade e comprar para se sentirem felizes. Eles falam sobre o processo de se livrar do acúmulo de coisas, coleções e itens em depósitos que nunca utilizaram e sobre como se converteram para o minimalismo, citando como foi benéfico o processo e como se sentem mais felizes atualmente. Aparecem nestas passagens, imagens dos seus itens acumulados em casa, roupas, acessórios, etc., e eles se livrando delas.

⁷ São eles: Eric McQuesten, Reggi Sweat, Rechna Varma, Amelia Phipps, Courtney Wallace, Ashley Fairley, Donna Skelcy, Adriana Zeledon, Victor Zeledon, Grace McClure, Adam Moreno, James Lee, Annie Chen, Tammy Bantan, Michael Marshlian, Vanessa Gaytan, Kris Staska.

Figura 10 - Depoimentos de pessoas por chamada de vídeo:



Fonte: Netflix

A mensagem final do documentário é passada por Ryan, falando diretamente com a câmera no estúdio (como se estivesse olhando para o espectador), na qual ele diz que eles estão ali para agregar valor às nossas vidas (vida do espectador), e diz: “te encorajo a desapegar. a imaginar uma vida com mais, mais tempo, relações importantes, crescimento, contribuição e satisfação. Uma vida de paixão livre das armadilhas do mundo caótico ao seu redor”. Aqui acontece algo citado anteriormente neste trabalho por meio das teorias de Nichols (2005), que é a persuasão. Após o espectador ser instigado a identificar os problemas e soluções apontados no documentário ele é convidado a mudar, a explorar a temática do minimalismo e experimentá-la na prática. Durante filme inteiro o espectador está sendo constantemente convencido que esta prática irá trazer benefícios e é importante no aspecto micro e individual e no macro para todo o planeta por conta de questões sociais e ambientais, e é aqui no fechamento do filme que o espectador pode refletir e se sentir convidado para abraçar todas as ideias apresentadas. Então, Ryan convida a ter uma vida simples, mas para isso precisa se livrar de algumas coisas que estão no caminho. Com isso, pode-se resgatar mais algumas teorias já apontadas neste trabalho pelo Impact Field Guide (2020), na qual ele traz que o gênero documental quando abarca pautas relevantes não necessariamente se propõe a ser alarmista, mas, sim, conectar o espectador por meio de histórias e emoções que o engajem, criando uma imersão com emoção e empatia em relação ao assunto, gerando uma conexão importante para, ao final, após apresentado problemas e soluções, o espectador aja de forma esperada.

Portanto, percebe-se que o arco narrativo dos amigos e de pessoas que aderiram ao minimalismo serve para o espectador se enxergar em pessoas que vivem esse estilo, tornando-se mais palpável e humano. Aqui, provavelmente a proposta do documentário é comover e envolver quem assiste para gerar empatia e conexão.

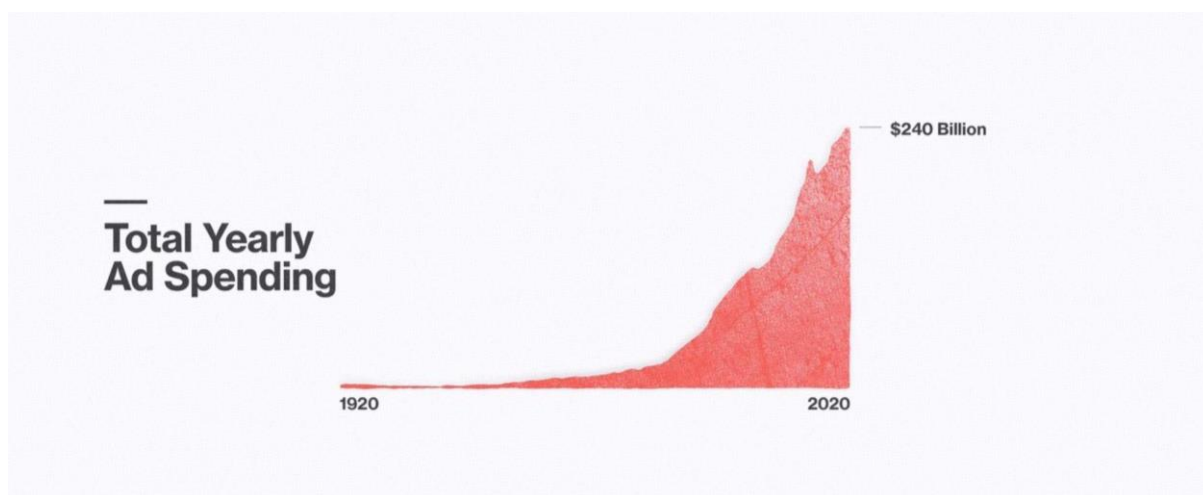
4.3 A questão social: a voz dos especialistas

Segundo a retórica de Aristóteles, abordada por Nichols (2005) em seu livro, existem três tipos de provas artísticas para convencer-nos da validade de um argumento, e uma delas é a demonstrativa: que usa raciocínio ou demonstração real ou aparente; que comprova ou dá a impressão de comprovar a questão (NICHOLS, 2005, P.81). No filme são realizadas entrevistas com especialistas, que condizem com a afirmação anterior, pois se utilizam de argumentos com propriedade e embasamento teórico para falar sobre capitalismo e consumo. São eles: Annie Leonard - Diretora da Greenpeace EUA, T.K. Coleman - Foundation for Economic Education, Dave Ramsey - Autor do livro "The Total Money Makeover", Erwin McManus - Fundador da MOSAIC. Trazer especialistas para dar depoimentos sobre a temática enriquece o documentário, pois traz falas que geram credibilidade, embasadas em dados e pesquisas que ajudam a passar a informação de forma assertiva. Nichols (2005) mostra uma tabela em seu livro (citada no subcapítulo 3.2 deste trabalho) que explicita as características do documentário social, em que uma delas é: "voz do cineasta ou do patrocinador como autoridade, mais vozes ou testemunhas e especialistas para a corroboração" (NICHOLS, 2005, P.208). Eles comentam sobre como a população fica presa em relação aos monopólios das empresas e como a manipulação da publicidade cria desejos e necessidades falsas nas pessoas. Como visto anteriormente, Bauman (2008) afirma em seu livro que o objetivo do consumo é sempre manter o consumidor com o objetivo de novas compras por meio da incitação de desejos, em que o indivíduo está sempre em movimento, buscando satisfações efêmeras que possam ser substituídas por outras de forma rápida.

Além disso, os entrevistados comentam que na virada do século XXI os gastos com publicidade se voltaram muito para o digital, em que anúncios inteligentes por meio de algoritmos e rastreamento mapeiam os movimentos das pessoas para enviar mensagens atrativas que mantêm o consumidor sendo constantemente bombardeado de informações sobre produtos (para estas e outras informações abordadas pelos especialistas surgem

gráficos, como na Figura 11 e outros elementos visuais para ilustrar a informação numérica que é dada).

Figura 11 - Gráfico com o dinheiro gasto com publicidade nos EUA ao longo dos anos:



Fonte: Netflix

Isto se relaciona com um assunto já citado, que é o avanço da tecnologia e das redes sociais, e como isto impacta na criação de um “modelo de vida perfeito”, que propaga padrões e status a serem alcançados por meio de posses, gerando pressão e frustração nos indivíduos que não conseguem atingi-los. Um documentário muito interessante que pode ser relacionado com essa temática é *O Dilema das Redes* (2020, Jeff Orlowski), pois fala sobre redes sociais e tecnologia atualmente, como grandes empresas nos observam e como isso pode afetar o comportamento humano e até nossa democracia. Voltando para o filme, a entrevistada Annie Leonard (Diretora da Greenpeace EUA) traz o conceito de “publicidade deficitária”, em que a sociedade de consumo cria uma ideia de que os indivíduos não serão amados, gostados ou aceitos se não tiverem tal produto. Com isso as pessoas sentem que não são suficientes e não pertencentes a algum lugar, pois precisam de aceitação por meio dos produtos e marcas que utilizam. Isto se relaciona com os conceitos de Bauman (2008) e Canclini (2005) estudados no subcapítulo 2.1, no qual o consumismo se enraizou na cultura de uma forma tão grande que a sociedade define suas identidades por meio de hábitos de consumo, podendo gerar desigualdades e novas formas de poder. O entrevistado T.K. Coleman (*Foundation for Economic Education*) afirma que existe um lado bom de consumir e

vender algo, porém nem sempre o que o outro está vendendo é compatível e necessário para todos, por isso as pessoas deveriam identificar as suas necessidades. Toda esta cena é marcada por muitas imagens de cobertura de banco para ilustrar o que os entrevistados estão falando, com diversos planos de pessoas consumindo, caminhando em ruas lotadas e de publicidade.

Os entrevistados também abordam sobre consumo especificamente nos Estados Unidos, que é um país com um viés histórico capitalista muito forte. Por meio de dados do filme (mostrados em gráficos animados) relata-se que a população local trabalha mais horas do que em outros países industrializados. Com isso, as pessoas estão perdendo o senso de comunidade, pois só trabalham, não tiram férias e quando tem tempo livre estão na frente de telas, explica Annie Leonard (Diretora da Greenpeace EUA). Portanto, para manter a máquina do trabalho e consumo constante é necessário manter os desejos sempre ativos e não dar satisfação a longo prazo para o consumidor, que precisa sempre estar em busca de algo novo. Este tópico apontado no filme é exatamente o que Bauman (2008) diz quando fala que se o consumidor estiver muito satisfeito é porque o processo de consumo falhou, pois, a ideia deste processo é que os indivíduos estejam sempre em movimento, em busca de um novo objetivo de compra. Assim, a sociedade de consumo consegue prosperar. Também é abordada a questão da liberdade, pois pessoas estão presas neste sistema para comprar coisas que não precisam para agradar pessoas que não gostam e perdem a noção do que elas realmente querem ou necessitam. Com isso, a cena é finalizada com uma sugestão por parte de Erwin McManus (Fundador da MOSAIC) para o espectador refletir. Ele comenta que parte do processo para se libertar deste ciclo é avaliar se estamos indo atrás do que realmente queremos e se perguntar: “é algo que define a minha vida? Quero mesmo ficar com isso?”. Toda essa passagem é marcada por imagens de banco em paralelo aos planos dos entrevistados.

Outro tópico é sobre como comprar hoje em dia se tornou muito mais fácil por conta dos cartões de créditos e aplicativos, e isto tornou as pessoas mais imediatistas e emocionalmente imaturas quando não conseguem comprar o que querem. As imagens são um paralelismo entre o rosto dos entrevistados e imagens de banco de imagens de pessoas pesquisando itens, comprando online e diversos vídeos de publicidade. Os especialistas comentam sobre a necessidade de manter aparências, na qual as pessoas se endividam para comprar coisas que elas não conseguiriam comprar somente para manter uma imagem e ganhar recompensas sociais. A entrevistada Annie Leonard (Diretora da Greenpeace EUA) traz uma frase interessante sobre o assunto: “quando as necessidades

básicas são supridas, os humanos determinam o que é suficiente a partir das pessoas ao redor “. Esta frase reforça a ideia de que os indivíduos muitas vezes se baseiam nos outros para adquirirem itens que nem sempre precisam, e hoje em dia não somente nivelamos nossos padrões de vida baseado nas pessoas que estão na volta, no círculo social, vai além disso, pois agora a comparação se estende para o que vemos na televisão e nas redes sociais, são feitas com celebridades e o que elas querem mostrar online. Com isso, as pessoas estão adquirindo e acumulando coisas para se sentirem mais felizes, porém, com a pressão social e a vida feita de aparências, não se tornam satisfeitas, mas, sim, estressadas e ansiosas. Essa passagem toda se relaciona muito com os conceitos de Bauman (2008) abordados no subcapítulo 2.1 deste trabalho, nos quais ele aponta que as pessoas da sociedade de consumo são elas próprias as mercadorias, na qual só assim, elas se tornam membros autênticos dentro deste universo. Portanto, com a tecnologia em alta e a facilidade de gerar conteúdo online as pessoas se tornam mercadorias para outras consumirem e tentarem alcançar um “padrão ideal” por meio de posses. Isto gera uma grande desigualdade, pois nem todo mundo pode acompanhar este estilo de vida. O autor também traz esse ponto quando fala sobre desejos, quando diz que nem todo mundo pode alcançar os seus e isso gera uma lacuna muito grande entre os indivíduos que somente desejam e os que podem satisfazê-los.

Pode-se averiguar que as cenas de entrevistas dos especialistas são focadas em dados, gráficos e informações teóricas e numéricas sobre consumo, economia e publicidade, para embasar e dar credibilidade ao documentário. Estes depoimentos servem de apoio para enriquecer a fala dos amigos e de outras pessoas que aderiram ao minimalismo, fazendo com que o espectador seja impactado por dois vieses diferentes: emocional e racional.

4.4 A utilização de recursos técnicos

O documentário *Minimalismo Já* (2021) possui diversos artifícios técnico-estéticos que ajudam a incrementar e deixar a narrativa mais criativa, visualmente explicativa e menos maçante. Desde a abertura, que conta com uma montagem dinâmica, já é mostrada uma mistura de animação, imagens de banco e entrevistas, estrutura que se repete ao longo do filme. Os créditos da equipe são colocados na tela enquanto cada inserção introduz o que é a temática do documentário.

O primeiro plano é uma animação na tela, onde vemos um fundo branco, ilustrações de círculos coloridos e uma loja com placas escritas “closed” (fechado) e

“everything must go” (tudo deve ir), como mostra a Figura 12. Enquanto isto aparece, surge uma narração em *off* dizendo: “especialistas chamam de apocalipse. 2019 foi um dos piores anos da década para as lojas”.

Figura 12 - Primeiro plano do filme com animação:



Fonte: Netflix

Após uma transição, a partir de um dos círculos coloridos, são introduzidos os entrevistados e especialistas, todos estão inseridos em primeiro plano⁸ e nos terços direito ou esquerdo⁹ da tela, como vemos na Figura 13. Eles são questionados pela voz do entrevistador que está fora de campo: “por que acha que essa ideia de minimalismo ou simplificação está em alta no momento?”. Com esta indagação eles introduzem de forma geral o assunto do consumismo e como as pessoas estão cada vez mais impelidas a consumir para serem felizes. Conceito este já apresentado anteriormente no trabalho por meio das teorias de Bauman (2008), que apresentam como a questão do consumo exacerbado é nociva e permeia o cenário sociocultural, alimentando uma construção de padrões e status a serem atingidos.

⁸ A pessoa é enquadrada do peito para cima.

⁹ A regra dos terços é uma técnica de composição para os enquadramentos. São traçadas linhas imaginárias no plano para colocar os objetos principais nos pontos formados pelas intersecções das linhas.

Figura 13 - Entrevistados em primeiro plano:



Fonte: Netflix

Aparecem também âncoras de jornais falando acerca de tecnologias e novidades de grandes empresas, que estão cada vez mais se expandindo e gerando um monopólio de consumo, como visto na Figura 14. Além disso, vê-se imagens de banco de publicidade com produtos de luxo e outras de aterros de lixo gigantes, criando uma dualidade do que a mídia propaga e onde pode chegar o descarte desenfreado.

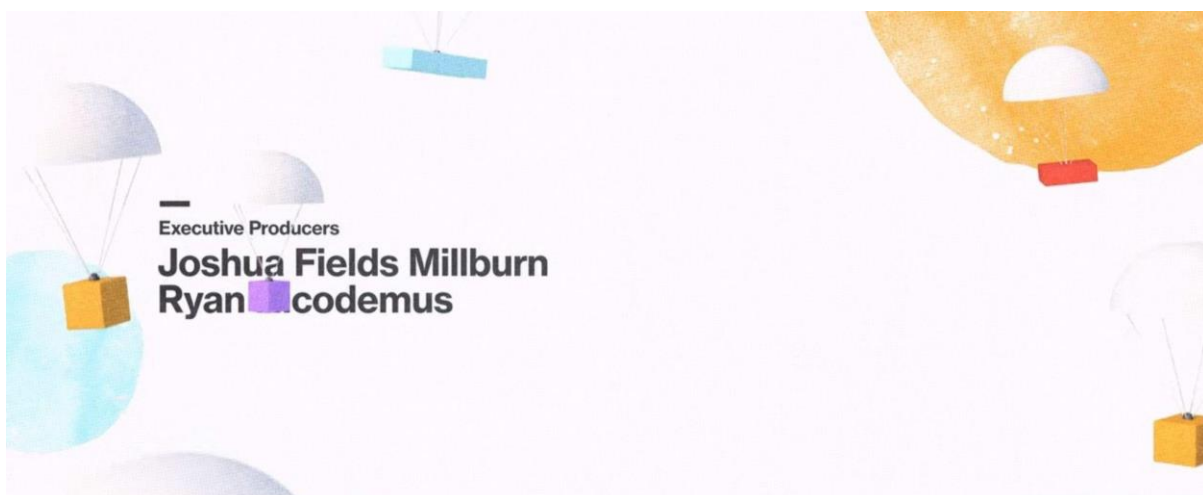
Figura 14 - Jornal trazendo matérias sobre consumo:



Fonte: Netflix

Paralelo a todas essas imagens, aparecem os créditos dos realizadores em formato de animação, seguindo a mesma identidade visual da Figura 12 (fundo branco com elementos coloridos), como pode ser visto na Figura 15. Eles seguem o assunto que está sendo narrado, como por exemplo: no jornal, os âncoras estão falando sobre uma nova forma de entregar produtos por meio de drones, desenvolvida pela Amazon, portanto, o crédito subsequente a esta fala são balõezinhos no céu carregando produtos. Este tópico, abordado anteriormente neste trabalho, mostra que a partir da globalização houve um avanço da tecnologia, e com isso, há uma aceleração de informações e difusão do conhecimento, proporcionando este tipo de criação que encurta cada vez mais as distâncias e fronteiras.

Figura 15 - Créditos animados:



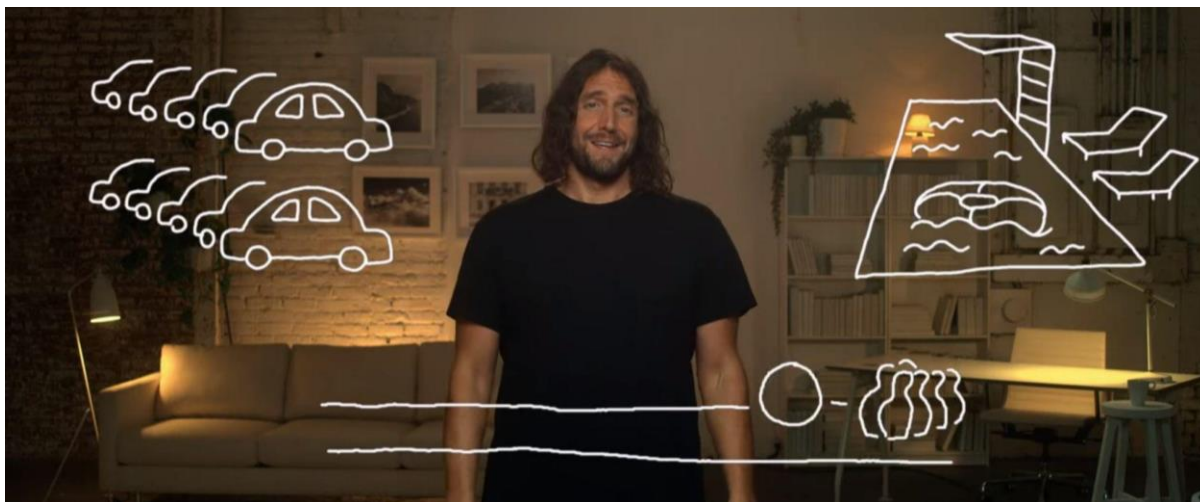
Fonte: Netflix

Após a inserção de depoimentos de pessoas que adotaram o minimalismo como estilo de vida, ocorre a entrada de Joshua no estúdio e aparece o título do filme em formato de animação. É a partir dessa abertura que se inicia o filme: dando um resumo dos problemas do consumo em excesso, apresentando os personagens (depoimentos de especialistas e de minimalistas) com frases curtas sobre a temática a seguir e finalizando com a entrada de um dos personagens principais.

Algo a ser destacado é a utilização de *letterings* e pequenos desenhos na tela. Eles aparecem geralmente nas cenas de estúdio, são brancos, com uma fonte que parece escrita à mão e ocupam uma boa parte do quadro. São utilizados para enfatizar a informação que está sendo dita, destacando o ponto abordado. Em uma cena, Ryan descreve as casas que ele frequentava quando tinha que trabalhar com seu pai; ele cita o que elas tinham de

especial (grandes garagens, piscinas e pistas de boliche). Então surgem animações na tela ilustrando a fala, como mostra a Figura 16. Joshua relata um diálogo que teve com o pai, em que concluiu que deveria ganhar \$50.000 dólares por ano para ter casas deste tipo e ser feliz

Figura 16 - Animações na tela:



Fonte: Netflix

Outro exemplo é em uma cena que Joshua está falando sobre o *american dream*, e surgem *letterings* para enfatizar o que foi dito, como mostra a Figura 17.

Figura 17 - Joshua no estúdio com inserção de *lettering*:



Fonte: Netflix

Um artifício utilizado para compor visualmente são as já citadas encenações. Elas são realizadas somente com Joshua e Ryan e coloca-os em espaços cenográficos com ambos realizando ações diversas que ilustram o que está sendo dito. Os amigos trabalharam com vendas e não gostavam de suas funções, então aparece mais de uma vez, quando o assunto é abordado, uma encenação dos dois dentro de um escritório cenográfico usando roupa social como se estivessem trabalhando sem vontade, como mostra a Figura 18. Aqui a fotografia, é mais azulada e fria, para compor com o tom melancólico, pois eles não se sentiam felizes ou realizados com este trabalho, e assim, iam sempre atrás de mais dinheiro e mais acúmulo de coisas.

Figura 18 - Joshua no escritório cenográfico:



Fonte: Netflix

Outra cena, embalada por uma trilha calma, começa com Ryan narrando que foi demitido do seu emprego enquanto aparece na tela se vestindo em um cenário cenográfico de sua casa, e depois em um escritório conversando com duas pessoas (representando seu chefe e uma pessoa de recursos humanos). Então ele arruma suas coisas, vai embora e narra que teve uma sensação boa, pois precisava de outras perspectivas. Aqui a fotografia também é azulada e fria e os figurinos e elementos em cena são sóbrios, como mostra a Figura 19.

Figura 19 - Ryan no escritório cenográfico sendo demitido:



Fonte: Netflix

Em outro momento, Joshua está falando sobre se desapegar de itens da sua mãe que faleceu, aqui há uma transição com elipse¹⁰ muito interessante: ele caminha até uma porta no estúdio, e quando a abre entra em um espaço cenográfico da casa de sua mãe com outra roupa, como mostram as Figuras 20 e 21. Este artifício ajuda a criar uma dinamicidade para o filme: fica visualmente fluido pois a troca de cenário é feita de forma sutil e o espectador não perde atenção da fala. Os primeiros planos dentro da casa são marcados por detalhes de muitos objetos e acessórios enquanto Joshua narra sobre o acúmulo de coisas que sua mãe possuía.

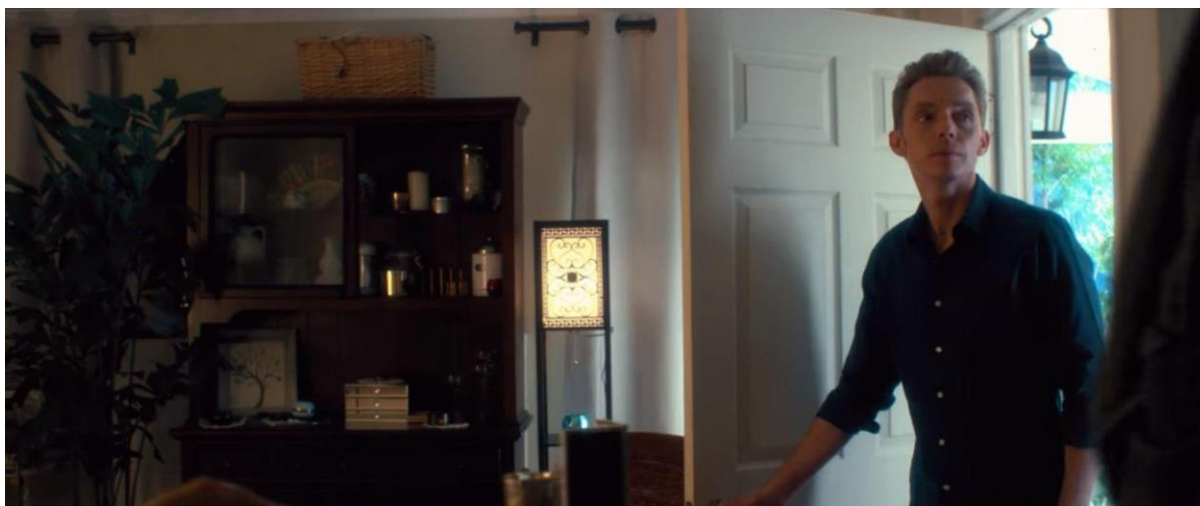
Figura 20 - Joshua abrindo a porta do estúdio:



Fonte: Netflix

¹⁰ Elipse é quando ocorre uma passagem de tempo.

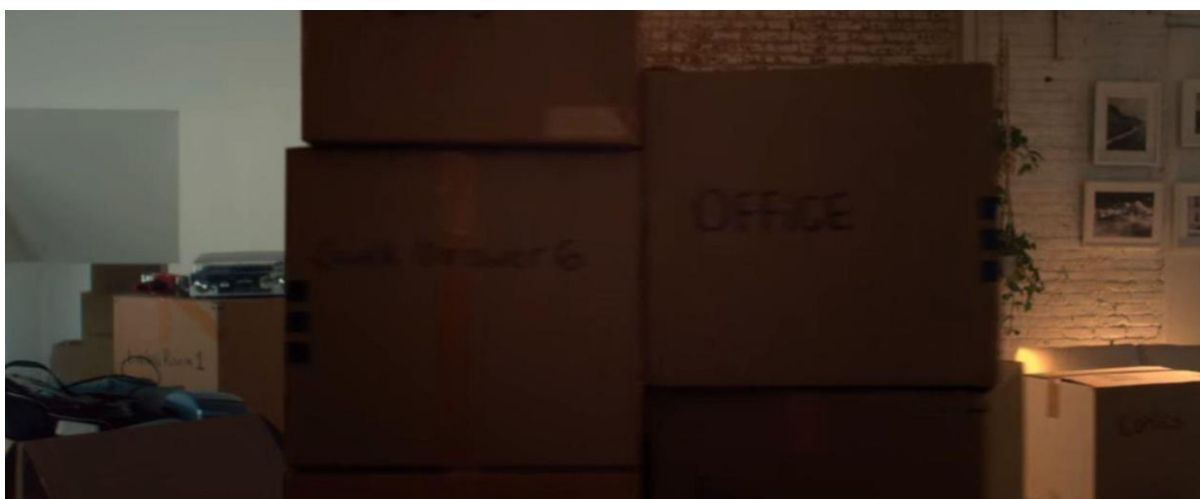
Figura 21 - Joshua abrindo a porta da casa cenográfica da mãe:



Fonte: Netflix

Este tipo de transição ocorre novamente quando Ryan conta sobre como foi o processo de se tornar um minimalista. Ele passa por trás de caixas, abre uma porta do estúdio e aparece em uma casa cenográfica, tornando a passagem de tempo muito fluida, como mostra a Figura 22.

Figura 22 - Transição do estúdio para casa cenográfica de Ryan:



Fonte: Netflix

Outra técnica de cobertura utilizada são as imagens de banco, como por exemplo a Figura 23, na qual a cena possui uma narração em *off* falando sobre produção, e que por conta das máquinas e da terceirização os custos baixaram muito e a facilidade tecnológica de comprar aumentaram muito o consumo. Enquanto isso aparecem imagens de banco, desde

a produção na fábrica, o pedido no aplicativo, até a chegada do pacote na porta de casa. Isto ajuda a ilustrar o que está sendo dito e dá movimento na montagem do filme. Em diversos outros momentos enquanto algo está sendo narrado surgem estas inserções, a maioria delas são referentes a publicidades, pessoas recebendo produtos em casa, pessoas utilizando algum meio digital como celulares, cidades lotadas, entre outras imagens que ilustram consumo e a aceleração da atualidade.

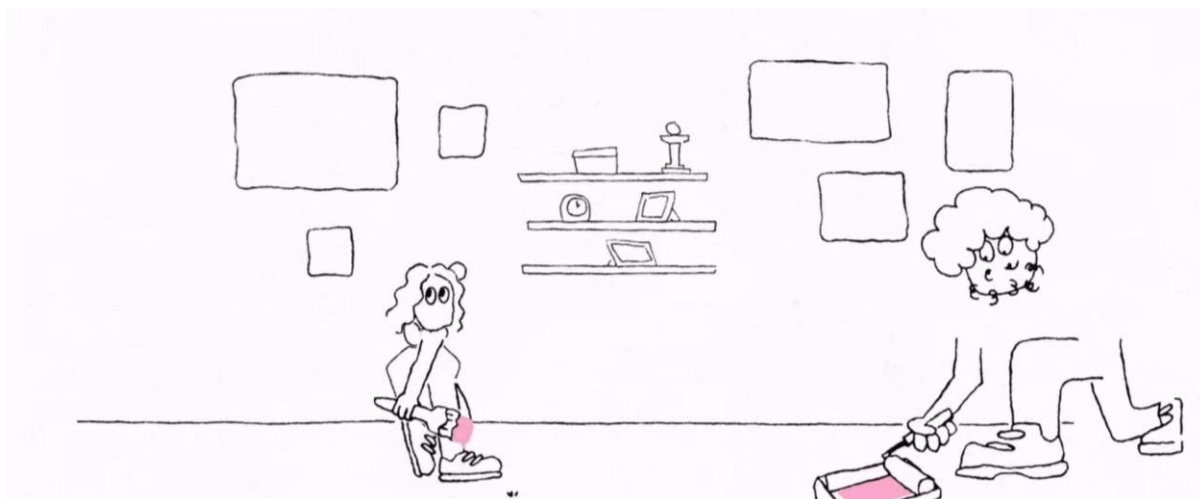
Figura 23 - Imagem de banco de fábrica:



Fonte: Netflix

Outro recurso muito utilizado no documentário estudado são as animações. Isto ajuda a dar dinamicidade para o filme e compor a narrativa. Elas muitas vezes aparecem em cenas que os personagens são crianças (como na Figura 24), nas quais nem sempre fica fácil de ilustrar, pois imagens de banco provavelmente ficariam fora de contexto e às vezes não existem imagens de arquivo disponíveis.

Figura 24 - Animação de Ryan criança trabalhando com o pai:



Fonte: Netflix

Percebo que há uma semelhança com a estética da animação de outro documentário que também fala sobre impacto social e consumo consciente: *A história das coisas* (2007, Louis Fox), citado anteriormente no subcapítulo 3.2. Como mostra a Figura 25, o estilo é parecido pois se utiliza de animação 2D, preto e branco, com traços simples e personagens sem muitos detalhes e alguns elementos faciais, como por exemplo boca e nariz.

Figura 25 - Animação *A história das coisas* (2007, Louis Fox):



Fonte: YouTube

A animação é um recurso que ajuda a dar sentimento para os personagens, como mostra a Figura 26. Representando os dois amigos, novamente sem muitos detalhes e com traços simples, o boneco de Ryan tem uma chuva em sua cabeça, para mostrar sua tristeza e Joshua está sorridente, como mostra a Figura 26.

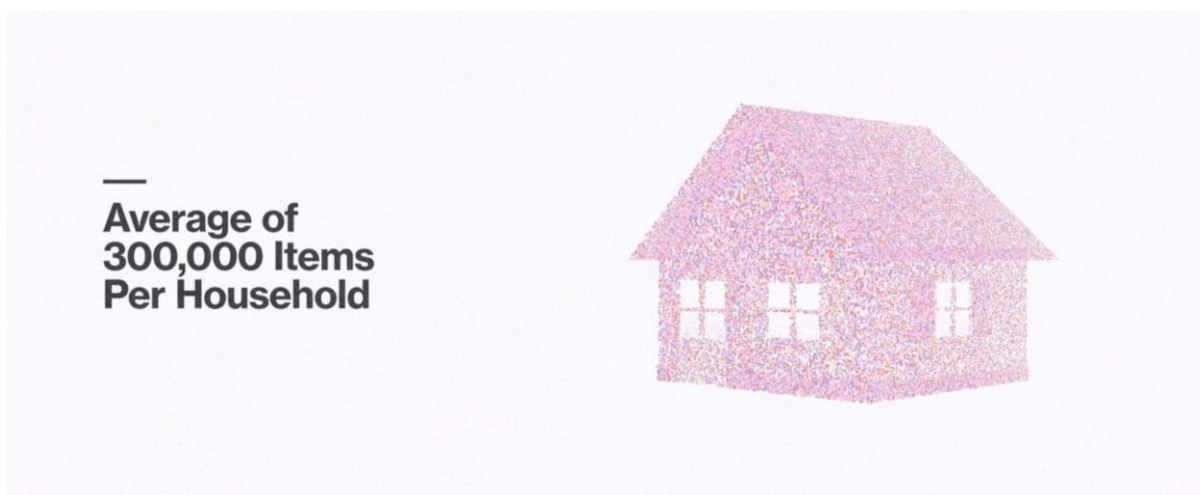
Figura 26 - Animação de Joshua e Ryan:



Fonte: Netflix

Em diversos momentos são inseridas animações coloridas em um fundo branco, seguindo a identidade visual do filme. Elas geralmente servem para ilustrar gráficos, demonstrar quantidades e números na tela. Como na Figura 27, em que é mostrada graficamente uma informação de que um lar americano tem em média 300 mil itens, e com isso aparecem diversas bolinhas coloridas animadas enchendo a tela, que se transformam em uma casa acompanhada de um *lettering* com os dados numéricos. Fica interessante visualizar o número em si na tela, assim o espectador consegue ser impactado pela narração e também visualmente.

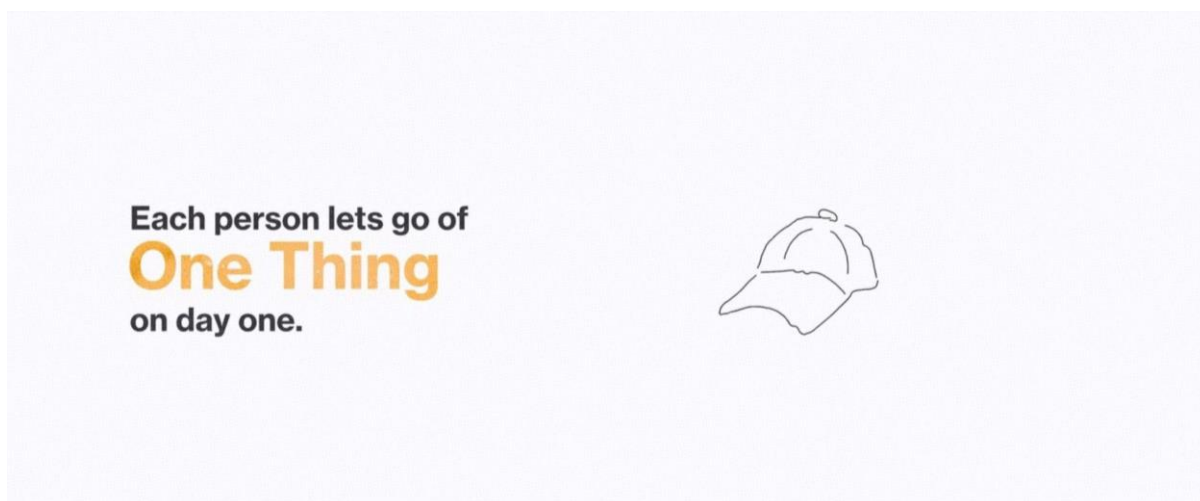
Figura 27 - Animação e *lettering* na tela com dados:



Fonte: Netflix

O fechamento do filme é marcado pela utilização de recursos visuais que prendam a atenção do espectador. Aparece um fundo branco com a identidade visual utilizada anteriormente e com *letterings* convidando o espectador a se juntar ao minimalismo, e incentivando a chamar a um familiar ou amigo para entrar nessa junto e se desapegar de um item no primeiro dia, dois itens no segundo, três itens no terceiro e assim consecutivamente, como ilustra a Figura 28. Depois citam diversos itens que podem ser dispensados enquanto aparece a animação de desenhos e *letterings* ao lado numa grande lista que vai sendo riscada, como vemos na Figura 29.

Figura 28 - Como se desapegar das coisas:



Fonte: Netflix

Figura 29 - Lista do que se desapegar:



Fonte: Netflix

Nas classificações apresentadas pelo Impact Field Guide (2020) anteriormente sobre qual ação e estratégia de impacto os documentaristas escolhem para o filme, aqui podemos identificar que “mudar ideias” e “mudar comportamentos” foram dinâmicas abordadas. A primeira estratégia consiste em mudar a consciência do espectador sobre um problema e se aprofundar sobre. Já a segunda é mobilizar e impelir o espectador a agir sobre algo. Com isso, a mensagem final é: doe, venda ou recicle e finaliza com um questionamento que desafia o espectador: “será que aguenta um mês?”. Assim, convidam quem está assistindo para compartilhar o progresso nas redes sociais com a hashtag “#lessisnow” (#minimalismojá). Nos apontamentos de Almeida (2020), ela traz sobre o caminho pós-filme que conta com algumas ferramentas que auxiliam na hora da ação do indivíduo que o assistiu. Neste caso existem estas frases finais dando uma direção, juntamente com a hashtag #lessisnow” (#minimalismojá) que ajuda a divulgar para outras pessoas, nas redes sociais, o movimento que está sendo realizado.

4.5 Estratégias audiovisuais e comunicacionais

Após a análise já podemos identificar alguns aspectos que caracterizam os documentários, como citado anteriormente neste trabalho. Nichols (2005) fala que existem algumas características que geralmente estão presentes no gênero, como: uso da voz em *off*, entrevistas, uso de atores sociais e imagens que ilustram o que está sendo

debatido como temática. Além disso, pode-se perceber que o filme sustenta um argumento, um assunto a ser debatido e refletido e propõe alguma mudança por parte do espectador. Outra referência a ser revisitada é a da *The Impact Field Guide* (2020), pois na Figura 02 pode-se ver um mapeamento de como realizar impacto social, e neste caso foi escolhido revelar uma questão desconhecida para o público-alvo, na qual o filme se propõe a revelar dramaticamente o que está acontecendo.

O documentário analisado neste trabalho possui diversas estratégias audiovisuais, narrativas e comunicacionais para mostrar ao espectador a tríade prevista: problema, solução, ação. Portanto, é utilizado o recurso de botar em paralelo histórias que emocionam e conectam-se com o espectador para gerar engajamento, aliado a informações, gráficos e dados que embasam o argumento do filme. A escolha dos personagens auxilia na credibilidade dos assuntos apontados, pois a narrativa é principalmente costurada pelos amigos Ryan e Joshua, que são minimalistas e trabalham divulgando esta ideia, portanto são pessoas que além de vivenciar, propagam e incentivam este estilo de vida. Os especialistas trazem muitas partes teóricas com informações e dados que servem para embasar o conteúdo passado, dando seriedade para o filme. As pessoas entrevistadas por chamada de vídeo são um ponto de conexão com o espectador, pois os indivíduos abrem suas histórias sobre problemas de compulsão, suas alterações de vida e de hábitos em relação ao consumo. Por conta de serem pessoas “normais” que somente adotaram o minimalismo em suas vidas, e não os amigos que vivem propagando-o, pode gerar uma identificação maior com o espectador.

A estrutura básica de *Minimalismo Já* (2021, Matt D’Avella) consiste em prender a atenção nos primeiros minutos, com um resumo de todos os personagens. Aqui já são incluídas as animações, imagens de banco e imagens das entrevistas montadas por uma edição dinâmica dando uma prévia de como será o resto do filme. Isto tudo é feito antes da abertura, o que já garante o foco de quem está assistindo e finaliza com um questionamento que instiga a assistir o resto do filme. A partir disto, o paralelismo entre pessoas é importante para não gerar monotonia, pois diversos assuntos são inseridos e depois retomados. A infância de Ryan e Joshua é uma pauta bastante abordada aqui, servindo para justificar algumas de suas ações no futuro, como entraram para o minimalismo e também para gerar empatia e identificação com o público. Isto mesclado com informações e gráficos sobre consumo não deixa o filme nem muito emocional e nem muito informativo, criando um equilíbrio e dando “tempos de respiro” entre um assunto e outro. Nichols (2005) traz a estrutura problema-solução e discorre sobre o

esqueleto do filme desde a abertura até o fechamento, que neste caso condiz com o objeto estudado:

Uma disposição típica já discutida é a estrutura problema/solução. Um tratamento mais abrangente da disposição, como recomendam os oradores clássicos, é: uma abertura que capte a atenção do público; um esclarecimento do que já se reconhece como fato e do que continua controverso, ou uma declaração ou elaboração da própria questão; um argumento direto em favor de uma causa, de um ponto de vista específico; uma refutação que rejeite objeções já esperadas ou argumentos contrários e uma recapitulação do caso que agite o público e o predisponha a um determinado procedimento.
(NICHOLS, 2005, P.102)

Com esta premissa, podemos apontar alguns recursos de narrativa visual e fotografia utilizados que criam uma identidade para o documentário. Existe uma unidade visual no filme que é empregado do início ao fim, como por exemplo, as animações que possuem uma identidade visual bem clean com muita utilização do fundo branco e alguns elementos coloridos na tela. Além disso, o espectador cria uma “memória visual” bem definida para os diferentes personagens do filme. Joshua e Ryan são as únicas pessoas que aparecem dentro do estúdio, em cenas ficcionais e em imagens na rua, pois são os principais, então estão inseridos em diversos cenários. Já os entrevistados se diferenciam entre os especialistas, que são gravados com câmeras de alta qualidade e colocados em algum terço (esquerdo ou direito) em tela cheia, e os depoimentos de pessoas adeptas ao minimalismo, que são feitos em chamadas de vídeo com qualidade baixa, enquadrados no meio da tela e com barras pretas nos lados. Ou seja, quando se assiste ao filme, mesmo que haja uma identificação por *lower third*¹¹, existe um reconhecimento visual claro de qual tipo de personagem está falando, somente pelo meio cenográfico no qual ele se insere. Outro ponto da fotografia a ser apontado, já ressaltado anteriormente, são as cenas de ficção quando Ryan e Joshua estão encenando no trabalho. Por remeterem a momentos de um passado triste, em que os dois não se sentiam realizados e estavam exaustos tentando atingir um padrão, a temperatura de cor destas cenas é mais azulada e fria, trazendo esse aspecto mais desanimado.

Já a edição se propõe a criar uma dinâmica de montagem mais ágil para dar ritmo ao filme. A proposta de criar paralelos de assuntos e mudança de cenários constantes

¹¹ *Lower third* é a identificação dos personagens em um vídeo, geralmente composta por nome e função. É comumente posicionada no canto inferior esquerdo ou direito do quadro.

colabora para não deixar maçante a narrativa. Assim como a inserção de planos de cobertura quando os personagens estão falando (seja por imagens captadas deles, fotos antigas, imagens de banco e animações) ajudam a ilustrar os diálogos e a dar movimento. Um destaque a ser feito sobre a animação, é que a sua utilização é proposta quando é necessário ilustrar algo na tela que necessite ser visualizado, como um gráfico, *lettering* ou número, para, assim, o espectador memorizar visualmente estes dados e ser impactado pelas informações propostas. Outros momentos em que fica interessante o uso de animação é nas cenas que aparecem personagens representando Ryan e Joshua, pois isso auxilia a criar uma mudança de visual para suas falas e insere cenas que talvez não poderiam ser filmadas em *live action*, como momentos de suas infâncias, por exemplo. Isto tudo pode ser identificado em uma passagem de Nichols (2005) sobre a diversificação de recursos, cenas e ideias não lineares que os documentários podem apresentar:

Portanto, o documentário apoia-se muito menos na continuidade para dar credibilidade ao mundo a que se refere do que o filme de ficção. De fato, com frequência, o documentário exhibe um conjunto mais amplo de tomadas e cenas diversificadas do que a ficção, um conjunto unido menos por uma narrativa organizada em torno de um personagem central do que por uma retórica organizada em torno de uma lógica ou argumento que lhe dá direção.
(NICHOLS, 2005, P.56)

Os argumentos e pontos de vista propostos nos documentários podem ser expressados de diversas formas e se utilizam de muitos recursos audiovisuais e narrativos para persuadir o espectador, nos quais as escolhas cabem à equipe. Neste caso específico, o filme estudado defende uma causa e quer propagar esta ideia por meio de depoimentos, entrevistas e dados que convençam o espectador. Anteriormente foi apontada a retórica de Aristóteles que Nichols (2005) traz em seu livro, na qual divide em três os tipos de convencimento da validade de um argumento, são eles: ético, emocional e demonstrativo (NICHOLS, 2005, P.81). Em *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella) são utilizados os três tipos: nos momentos que os personagens falam sobre suas infâncias eles tendem a dar um tom emotivo; quando aparecem especialistas com dados, gráficos e informações o tipo de convencimento é dado pelo viés ético, passando credibilidade; e demonstrativo, quando comprova uma questão a partir dos gráficos e figuras.

Nichols (2005) também acrescenta que existem seis modos de representação que funcionam como subgêneros do gênero documentário: poético, expositivo, participativo,

observativo, reflexivo e performático¹² (NICHOLS, 2005, P.135). O filme estudado se encaixa de certa forma no modo participativo, pois, segundo o autor, são documentários em que os cineastas se engajam de forma ativa, sem observar de fora; estão ali imersos na narrativa. Com isso, conseguem gerar uma conexão com o espectador, e consequentemente mais engajamento, como traz o autor nesta passagem:

Os cineastas que buscam representar seu próprio encontro direto com o mundo que os cerca e os cineastas que buscam representar questões sociais abrangentes e perspectivas históricas com entrevistas e imagens de arquivo constituem dois componentes importantes do modo participativo. Como espectadores, temos a sensação de que testemunhamos uma forma de diálogo entre cineasta e participante que enfatiza o engajamento localizado, a interação negociada e o encontro carregado de emoção. Essas características fazem o modo participativo do cinema documentário ter um apelo muito amplo, já que percorre uma grande variedade de assuntos, dos mais pessoais aos mais históricos. Na verdade, com frequência, esse modo demonstra como os dois se entrelaçam para produzir representações do mundo histórico provenientes de perspectivas específicas, tanto contingentes quanto comprometidas.
(NICHOLS, 2005, P.162)

A temática do consumo consciente, como citado no subcapítulo 3.1 deste trabalho, está em alta nos filmes atuais, nos quais cada um deles possui uma abordagem diferente, que pode funcionar para o seu propósito final ou não. O documentário estudado não tem tom alarmista, ele insere os personagens principais dentro da narrativa, sem distanciamento, abrindo suas vidas e gerando conexão com o espectador, além de ter caráter bem informativo sobre o assunto. Então, depois de apresentados todos os problemas envolvendo consumismo e a “solução” ser apontada por meio do minimalismo, o fechamento é marcado por uma *call to action*¹³ que guia o espectador, dando um norte do que fazer após assistir ao filme. Esta é uma estratégia interessante que aumenta as chances de engajamento de quem assiste, pois sem este “chamado” talvez o desejo de mudança e participação do espectador se perderia. Para gerar de fato um impacto social, esse apelo ao pessoal ajuda ter um caminho dando ideias de como agir.

¹² Poético: não segue padrões técnicos, se utiliza de formas alternativas; expositivo: possui uma estrutura mais argumentativa; participativo: cineastas se engajam de forma ativa; observativo: cineasta observa e não interfere explicitamente na narrativa; reflexivo: é um relacionamento mais direto entre cineasta e expectador, é um modo questionador; performático: se aproxima do experimental, é subjetivo e gera questões sobre o que é o conhecimento.

¹³ É uma “chamada para ação”, indicando ao espectador qual passo tomar e o que deve ser feito.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A temática de impacto social de forma geral está muito em voga hoje em dia por conta de diversos fatores: sociais, políticos, econômicos, ambientais, entre outros. O âmbito do consumo consciente, que foi o foco deste estudo, está sendo muito debatido, pois engloba tanto fatores individuais quanto a sociedade como um todo. Portanto, estes assuntos estão sendo comunicados das mais diversas formas, inclusive por meio de documentários. A proposta deste estudo foi entender como pode-se comunicar por meio de filmes assuntos importantes, que impactem as pessoas e promovam uma vontade de mudança. Para o embasamento do trabalho, foram estudados aspectos gerais e características destes documentários e para fins de análise foi aprofundado o foco no filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella).

O consumo é algo que faz parte da vida dos cidadãos modernos e na sociedade como um todo, pois mais do que sanar desejos individuais, ele é um processo que vai desde a produção até o descarte, e que afeta, de uma forma benéfica ou nociva, toda a sociedade e o meio ambiente. Para se aprofundar neste aspecto, foram estudados alguns autores como Zygmunt Bauman (2008), Nestor Garcia Canclini (2010), Renato Ortiz (2006) e Umberto Eco (2008). Com esse embasamento, foi trazido um panorama desde o início da globalização até os dias atuais, pois é difícil não citar este processo quando se está falando sobre consumo. A globalização trouxe evoluções tecnológicas, encurtamento de fronteiras, difusão de culturas e uma aceleração da troca de informações entre países. Majoritariamente, as sociedades atuais são baseadas na efemeridade, colocando como prioridade a velocidade de informação e produção acima das questões de igualdade social e cuidado ambiental.

A partir disso, é apontado o conceito de consumismo (que é um consumo exacerbado, excessivo e majoritariamente nocivo), e como ele afeta os indivíduos, a comunicação e a cadeia produtiva como um todo. Com isso, são criados padrões culturais em cima do consumismo, nos quais as pessoas se agrupam por identificarem um mesmo padrão de consumo entre si, como aponta Canclini. Isso tudo é potencializado pelo advento da internet e das redes sociais e está alterando a forma que se enxerga a cultura e criando padrões e status a serem atingidos, criando uma pressão nos indivíduos.

Com uma sociedade efêmera e pessoas seguindo padrões, a durabilidade, tanto de relações quanto de produtos, é afetada. Como apontado em teorias de Bauman anteriormente, a sociedade de consumo quer a máquina girando e a insatisfação das

pessoas, pois, só assim, o consumo vira um “círculo vicioso” no qual os indivíduos estão sempre indo atrás de novas tendências para se atualizar dentro de seus meios sociais. Porém, existem algumas alternativas de consumo que pregam o bem-estar social, econômico e ambiental, dentre elas está o minimalismo, que não se posiciona a favor do acúmulo de bens e foca em priorizar em relações interpessoais ao invés de coisas. O objeto de estudo deste trabalho é esta temática, feita a partir da análise do documentário citado anteriormente.

Fechado este panorama teórico sobre consumo, consumismo e tudo que circunda estes dois conceitos, foquei no estudo de documentários no geral. Para isto, foi necessário fazer uma contextualização histórica de como surgiu e evoluiu o gênero documental, exemplificando com *Nanook, o esquimó* (1922, Robert Flaherty). Com isso, citei algumas características dos documentários, nas quais nem sempre seguem a mesma linha, pois muitos fatores dependem do cineasta e da equipe, mas de certa forma necessitam de algumas características “padrão” para se encaixarem dentro do gênero. Portanto, como citado anteriormente, mesmo que unidos por aspectos parecidos, existem muitos tipos de documentários: aqueles que focam em uma biografia, outros mais educativos, alguns que procuram impactar o espectador com um assunto alarmante, entre outros.

Também são citados alguns aspectos que diferenciam os documentários dos filmes ficcionais, pois não se resume a “um conta fatos verídicos e o outro não”; existem algumas características que os diferem. Os documentários são um tratamento da realidade, é a visão do cineasta sobre aquele determinado fato, e para isso, além de mostrar uma história real, é necessário envolver quem assiste, mostrar um argumento e, muitas vezes, persuadir o espectador e mostrar um ponto de vista que convença da importância da pauta exposta no filme.

Quando o trabalho foca em documentário com viés de responsabilidade social, as bases teóricas sobre impacto social, consumo e documentário convergem. Nesta parte do estudo é muito utilizado o Impact Field Guide (2020) e Bill Nichols (2005) para embasar as teorias que envolvem filmes que se propõem a passar uma mensagem importante sobre causas sociais. Aqui percebe-se que o gênero documental também tem o papel de conscientizar, informar e propagar algum tipo de mudança ou solução para causas que são problemáticas. É apontado o sistema: problema, solução, ação, no qual o documentário apresenta algo que deve ser mudado, propõe uma solução, e ao final guia o espectador dando um caminho de como ele pode mudar. É a partir deste sistema que existem diversas formas de persuadir e impactar quem está assistindo, como traz Nichols

(2005) em suas teorias: o filme pode abordar aspectos mais emotivos, demonstrativos ou éticos (que passam credibilidade). Portanto, a partir do assunto do filme, é necessário montar uma estratégia de impacto que guie qual ação e mudança se quer propor para o espectador, para isso o Impact Field Guide (2020) traz 4 tipos de dinâmicas diferentes: mudar ideias, mudar comportamentos, construir comunidades e mudar estruturas.

Aprofundado o estudo de documentários com viés de impacto social, são citados diversos exemplos de filmes com as características citadas, dando enfoque maior naqueles que abarcam a temática de consumo consciente. E é a partir disso que se inicia a análise do filme *Minimalismo Já* (2021, Matt D'Avella), que foi escolhido como objeto de estudo deste trabalho, pois é um documentário que conta sobre a vida de dois amigos, Ryan Nicodemus e Joshua Fields Millburn, que são minimalistas, ou seja, procuram viver uma vida com menos: menos estresse, aceleração, trabalho cansativo e acúmulo de coisas. Acredito que este documentário conversa muito bem com as temáticas apontadas nos capítulos teóricos que focam em consumo consciente e documentários que propagam causas de impacto social, pois a ideia do documentário em questão é: por meio de entrevistas com especialistas, da vivência dos minimalistas e de depoimentos de pessoas que adotaram este estilo de vida, mostrar que existem outras alternativas para viver uma vida sem seguir padrões sociais de consumo e sem acumular bens que não têm utilidade.

A análise foi realizada baseada no filme e contextualizada nas teorias apontadas nos capítulos anteriores. O enfoque é temático por conta dos aspectos de narrativa sobre impacto social e consumo, mas também é estético e técnico, apontando diversos fatores de fotografia, som, edição e roteiro, os quais, dentro das características comuns em documentários, criam uma identidade única para o filme. Além disso, são identificados algumas estratégias para gerar impacto no filme, como emocionar o espectador com a história de vida dos protagonistas; gerar uma identificação com o depoimento de pessoas que aderiram ao estilo de vida, e mostrar credibilidade por conter entrevistas com especialistas que trazem dados, gráficos e informações que embasam muito bem o ponto de vista do filme. Isto aliado a alguns aspectos técnicos como: diversas mudanças de cenário, inserção de imagens de banco, animações e planos em estúdio, criam um documentário dinâmico que além de informar o necessário, envolve o espectador para continuar assistindo. Além do mais, o filme conta com um final que, após apresentar o problema e mostrar a solução, convida o espectador a participar do movimento e compartilhar nas redes sociais, o que faz com que o pós-filme mostre um caminho para quem está assistindo e propague a informação para mais pessoas.

Com isso, este trabalho se propôs a aprofundar em questões como impacto social e consumo consciente e como nós produtores audiovisuais e comunicadores podemos utilizar nosso conhecimento para propagar causas importantes que merecem ser ouvidas, apreendidas e acolhidas pelo público. Divulgar questões sociais e ambientais é um desafio e pode ser feito de diversas maneiras, e eu acredito que os documentários são um formato muito interessante para isso, pois o audiovisual é completo: traz uma narrativa envolvente e mostra a parte visual amparada pelo som. E é por isso, que cada vez mais assisto esse formato de audiovisual, para aprender e reproduzi-lo no meu trabalho.

REFERÊNCIAS:

A HISTÓRIA DAS COISAS. Diretor: Louis Fox. Estados Unidos. 2007. 21 min.

Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=9GorqroigqM> Acesso em: 20 out. 2021.

ALMEIDA, Bárbara de Oliveira Tavares. **O filme documental como criador de impacto social: o movimento vegan no documentário veggio revolution**, 2020.

Dissertação (Mestrado) - Especialização em Fotografia e Cinema Documental - Curso de Mestrado em Comunicação Audiovisual. Politécnico do Porto, Escola Superior de Media Artes e Design. Vila do Conde. Disponível em:

<https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/15964>. Acesso em: 2 jan. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BRASIL ESCOLA. **Globalização**. Disponível em:

<https://brasilescola.uol.com.br/geografia/globalizacao.htm>. Acesso em: 3 out. 2021.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

CHIOQUETTA, Daiane Suelyn Celso. **Do cinema verdade a videoreportagem**.

Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Do%20cinema%20verdade%20a%20videoreportagem.pdf> Acesso em: 10 fev. 2022.

DA-RIN, Sílvio. **O espelho partido**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2004.

DOC SOCIETY, **Impact Field Guide**, 2020. Disponível em <https://impactguide.org/>. Acesso em 05 jan. 2022.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

G1. **'Lixo do mundo': o gigantesco cemitério de roupa usada no deserto do Atacama**.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/moda-e-beleza/noticia/2022/01/28/lixo-do-mundo-o-gigantesco-cemiterio-de-roupa-usada-no-deserto-do-atacama.ghtml> Acesso em: 15 abr. 2022.

LUCENA, Luiz Carlos Pereira. **Como fazer documentários: conceito, linguagem e prática de produção**. São Paulo: Summus Editorial, 2012.

MINIMALISMO JÁ. Direção: Matt D'Avella. Estados Unidos: Netflix. 2021. 54 min.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX - Volume 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário**. Campinas: Papirus Editora, 2005.

ORTIZ, Renato. **A mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA – A CONSPIRAÇÃO DA LÂMPADA.

Diretores: Cosima Dannoritzer, Steve Michelson. Alemanha. 2010. 52 min. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=BhjtxpRxmnA> Acesso em: 15 out. 2021.

POLITIZE. **O que é globalização?** Disponível em:

<https://www.politize.com.br/globalizacao-o-que-e/> Acesso em: 5 out. 2021.

R7. **Montanhas de roupas formam lixão da moda no deserto do Atacama**.

Disponível em:

<https://noticias.r7.com/internacional/fotos/montanhas-de-roupas-formam-lixao-da-moda-no-deserto-do-atacama-01122021#/foto/1> Acesso em: 15 abr. 2022.

UEMA, Maria Vitoria. **O real no cinema vérité**. Disponível em:

http://www.gestaouniversitaria.com.br/system/scientific_articles/files/000/000/507/original/O_REAL_NO_CINEMA_V%C3%89RIT%C3%89.pdf?1548949086#:~:text=O%20cinema%20verdade%20%C3%A9%20uma,e%20interven%C3%A7%C3%A3o%20objetiva%20e%20direta. Acesso em: 5 fev. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Obsolescência programada: pesquisadores explicam conceito**. Disponível em:

<https://ufmg.br/comunicacao/noticias/obsolescencia-programada-pesquisadores-explicam-conceito> Acesso em: 15 out. 2021.

APÊNDICE 1– Ficha técnica do filme *Minimalismo Já* (2021)

Título: Minimalismo Já

Título original: The Minimalists: Less Is Now

Gênero: documentário

Duração: 54 min

Ano: 2021

Diretor: Matt D'Avella

Roteiro: Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus

Produção Executiva: Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus

Elenco: Joshua Fields Millburn, Ryan Nicodemus, Annie Leonard, T.K. Coleman, Dave Ramsey, Erwin McManus, Eric McQuesten, Reggi Sweat, Rechna Varma, Amelia Phipps, Courtney Wallace, Ashley Fairley, Donna Skelcy, Adriana Zeledon, Victor Zeledon, Grace McClure, Adam Moreno, James Lee, Annie Chen, Tammy Bantan, Michael Marashlian, Vanessa Gaytan, Kris Staska.

Direção de fotografia: Chris Newhard

Direção de arte: Lauren Meyer

Montagem: Matt D'Avella

Música: VVE

ANEXO 1 – Cartaz do filme *Minimalismo Já* (2021)

