

Conspiração vegana: uma análise da estratégia transmídia dos documentários *Cowspiracy* e *Seaspiracy*¹

Vinícius Dantas Denny²

RESUMO

O presente trabalho visa compreender as estratégias de desenvolvimento de conteúdo transmídia dos documentários *Cowspiracy* (2014) e *Seaspiracy* (2021). Para isso, foi realizada uma breve revisão bibliográfica sobre transmídia aplicada a documentários e a midiativismo, seguida pela análise transmídia dos filmes e de suas extensões se baseando nos critérios usados por Gambarato (2013). Os resultados indicam que foram usados diversos canais para expandir suas narrativas e engajar o público nas causas de sustentabilidade e na causa animal, mas ainda há limitações no incentivo à produção de conteúdo gerado pelos usuários (UCG) e na participação do usuário.

PALAVRAS-CHAVE: multiplataforma; veganismo; midiativismo; transmídia; documentário.

1 INTRODUÇÃO

Os documentários são uma ferramenta importante na conscientização sobre causas sociais e ambientais. Um estudo de 2022 do Reuters Institute em conjunto com a Universidade de Oxford realizado em 49 países mostrou que documentários são a fonte que as pessoas mais prestam atenção para se informar sobre as mudanças climáticas. Segundo o estudo, 39% relatam dar atenção no conteúdo de documentários, em comparação com 33% para organizações de notícias consolidadas, 11% para celebridades/influencers e 10% para políticos (10%) no mesmo tema.

Podemos aplicar a mesma lógica ao veganismo. Uma pesquisa preliminar estima que os documentários *What the Health* (2017), *The Game Changers* (2018) e *You Are What You Eat* (2024) aumentaram as buscas online por alimentos à base de plantas em 43%, 11% e 11%, respectivamente, na semana seguinte (Thomas; Hope; Mathur, 2024).

Embora existam diversas documentários que abordem direta ou indiretamente o veganismo, *Cowspiracy* (2014) e *Seaspiracy* (2021) foram grande sucesso de público e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Experiências Lúdicas Mediadas & Entretenimento Multiplataforma, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Aluno do Mestrado Profissional em Produção de Conteúdo Multiplataformas da Universidade Federal de São Carlos, email vinidd@gmail.com

crítica, impulsionados, em parte, por sua distribuição na Netflix, onde ficaram entre os documentários mais assistidos na plataforma após seus lançamentos (Burgos, 2024), o que permitiu um alcance para público além dos círculos de pessoas já interessadas em questões ambientais e no veganismo. O presente artigo visa entender suas estratégias transmídias para potencializar suas mensagens em prol do veganismo.

2 METODOLOGIA

A investigação tem caráter exploratório e foi conduzida por meio de uma revisão bibliográfica acerca dos conceitos de transmídia e midiativismo, complementada por uma análise de conteúdo dos documentários *Cowspiracy* e *Seaspiracy*, terminando com uma análise da produção transmídia.

Inicialmente, foram examinadas as produções audiovisuais quanto à estrutura narrativa e à forma como expandem sua mensagem por meio de plataformas digitais. Em seguida, analisa-se as estratégias transmídia utilizadas, avaliando-as através dos critérios sugeridos por Gambarato (2013) para avaliação transmídia. Por fim, uma avaliação crítica, destacando os sucessos e as deficiências das ações transmídia, além de sugerir melhorias para fortalecer o impacto do ativismo vegano.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Henry Jenkins (2006) define narrativa transmídia como uma história que é contada através de diversas plataformas de mídia, com cada novo texto trazendo contribuições inéditas para o todo. Também determina que idealmente cada uma destes textos deve ser autônomo (sem precisar de contextualização prévia para que seja possível o entendimento).

Srivastava (2009) argumenta que distribuir conteúdos por meio de uma abordagem transmídia e multiplataforma é uma grande oportunidade para aumentar a conscientização e impulsionar a ação de ativismos. Segundo a autora, o ativismo transmídia é uma das melhores maneiras de conectar as pessoas a uma causa, já que expõe ao público ao potencial educacional de muitas ferramentas e plataformas, abrindo caminhos para o diálogo e criando experiências sobre soluções viáveis. Uma vez que este público esteja engajado, gera seu próprio conteúdo, ampliando ainda mais a compreensão e o alcance deste ativismo.

Siobhan O’Flynn (2012, p. 143) ressalta que o planejar a participação do público se tornou quase obrigatório para documentários transmídia, uma vez que os realizadores buscam aproveitar as mídias sociais para incentivar o público a criar conteúdos e se conectar entre si. A autora divide os níveis de interatividade presentes em documentários interativos em (1) sistemas fechados, ao estilo “escolha sua própria aventura”, na qual a audiência seleciona caminhos pré-definidos sem alterar o conteúdo principal e (2) em interatividade como experiência exploratória, na qual interfaces dinâmicas permitem engajamento mais ativo, permitindo inclusive que a audiência altere o produto final.

4 ANÁLISE

Analisaremos conjuntamente o conteúdo dos documentários e das estratégias transmídias implementadas por cada um, seguindo os critérios sugeridos por Gambarato (2013), com uma breve explicação de cada critério.

Premissa e Propósito: esse critério refere-se à ideia central do projeto, definindo o “sobre o que” e o “para que” do documentário. Em *Cowspiracy*, a premissa é investigar os impactos ambientais da pecuária – como desmatamento, mudanças climáticas e uso intensivo de recursos hídricos – e denunciar a omissão das ONGs ambientais, com o propósito de educar e conscientizar o público para estimular a parada ou diminuição de consumo de produtos de origem animal. Já *Seaspiracy* foca na destruição dos ecossistemas marinhos causada pela pesca industrial, com o propósito de mobilizar os espectadores a repensarem seus hábitos de consumo e a se engajarem em campanhas de preservação dos oceanos.

Narrativa: A narrativa organiza e apresenta os elementos da história, como o enredo, os pontos de vista e o *storytelling*. Em *Cowspiracy*, a narrativa é construída em primeira pessoa, com Kip Andersen começando ao tentar adotar hábitos mais sustentáveis e descobrindo os impactos da pecuária no meio ambiente e uma rede “conspiratória” que impede uma discussão aberta sobre esses danos. Em *Seaspiracy*, Ali Tabrizi assume a condução da narrativa, combinando sua paixão inicial pela vida marinha com a investigação profunda sobre os impactos da pesca industrial nos

oceanos, fazendo o uso de imagens explícitas de práticas insustentáveis e cruéis, reforçando o clima de urgência.

Construção de mundos: Aqui tratamos da construção do universo narrativo, ou seja, onde a história se desenrola e que pode ser expandido para além do filme. Ambos se baseiam em fatos reais, embora construam um mundo interpretativo que destaca os efeitos negativos da pecuária e da pesca industrial, além do cenário conspiratório em que ONGs, políticos e empresas trabalham conjuntamente para que esses assuntos se mantenham fora do debate público.

Personagens: A análise dos personagens investiga como os protagonistas e demais figuras na narrativa ajudam a conduzir a história e a conectar com o público. Em *Cowspiracy*, o protagonista é Kip Andersen, diretor do filme, cuja jornada pessoal de descoberta e transformação é a trilha condutora do documentário. Em *Seaspiracy*, Ali Tabrizi, diretor, faz o papel do protagonista que tem as convicções transformadas. Em ambos documentários, há uma série de outros personagens retratados, que desempenham os mais diversos papéis, como vilões (representantes de ONGS, representantes do lobby, forças policiais), vítimas, heróis e muito mais.

Extensões: As extensões são os canais e recursos que ampliam a narrativa principal para outras plataformas. *Cowspiracy* utiliza redes sociais para criar seus conteúdos, além de um site com infográficos, desafios (por exemplo, o desafio de 30 dias para se tornar vegano) e um planejador de refeições. Em contrapartida, *Seaspiracy* adota uma abordagem mais profunda, com a atuação em duas frentes – *Seaspiracy Media*, que aprofunda o conteúdo de notícias investigativas relacionadas aos oceanos via *Substack*, e *Seaspiracy.Org*, que mobiliza campanhas e ações diretas – proporcionando uma experiência de engajamento mais coesa e contínua.

Audiência e Mercado: Esse critério analisa como o projeto se posiciona e se comunica com seu público-alvo. Em ambos casos, podemos classificar que o público-alvo é além das pessoas que são interessadas em veganismo ou direitos dos animais, devido ao seu enfoque nos impactos ambientais e na responsabilização de atores como ONGS, empresas e governos em vez de consumidores finais de produtos de origem animal.

Engajamento: O critério de engajamento avalia os mecanismos que incentivam a participação ativa do espectador na narrativa. Em *Cowspiracy*, os recursos digitais

como infográficos e o planejador de refeições convidam o público a internalizar as informações, mas a participação se restringe a interações passivas e a sistemas fechados. Em contraste, *Seaspiracy* propõe uma experiência mais interativa por meio de conteúdos via *Substack*, que podem investigar histórias trazidas pelas pessoas, e a participação em mobilizações online para campanhas de proteção aos oceanos.

Estrutura: Na avaliação da estrutura, analisamos a organização geral do projeto e como seus elementos se interligam, possibilitando a continuidade e a possibilidade de expansões. *Cowspiracy* apresenta uma estrutura linear, na qual o filme principal é complementado por pequenas extensões transmídia que reforçam os dados e os argumentos, mas com pouca ênfase na multiplicidade de pontos de entrada. Em *Seaspiracy*, a estrutura é mais dinâmica, com alguns outros pontos de entrada — como o documentário “Far Away Islands”, que conta uma história inicialmente relatada no documentário inicial – além de outros sistemas de atualização dos dados que permitem uma narrativa contínua e atualizada.

Estética: Este critério abrange os elementos visuais e sonoros que criam a atmosfera e a experiência imersiva do projeto. Em *Cowspiracy*, a estética é marcada por uma montagem que evita a exposição excessiva de violência, para educar sem desencorajar os espectadores a assistir ou acompanhar as extensões. Já *Seaspiracy* apresenta uma estética que mostra cenas fortes de maneira mais explícita e direta.

CONCLUSÃO

Ambos documentários da série "Spiracy" trouxeram inovações em como constroem suas narrativas e argumentação em relação aos documentários veganos, facilitando o interesse de um público mais amplo além dos que já se interessam pela causa animal e pelo veganismo. Por adotarem um formato investigativo baseado em conspirações envolvendo governo, instituições, empresas, máfia e outros atores, utilizam recursos narrativos que não apenas prendem a atenção dos espectadores, mas que incentivam a exploração do tema após sua exibição.

As estratégias transmídia dos documentários analisados evoluíram significativamente. Enquanto *Cowspiracy* trabalhou com alguns recursos soltos, *Seaspiracy*, por exemplo, expandiu seu impacto a ponto de se transformar em algum tipo de ONG, utilizando a comunidade criada em volta do documentário para pressionar

por mudanças reais nos problemas que denuncia. Essa função demonstra o potencial que essas produções têm além de entretenimento ou informação para serem catalisadores de ativismo social.

No entanto, a interatividade e a participação ativa da audiência ainda são pontos limitados nessas estratégias. As iniciativas que permitem algum nível de envolvimento do público são poucas e, quando existem, ocorrem de maneira marginal em sistemas fechados, sem permitir que os usuários influenciem o resultado final das narrativas. Isto ainda é um campo fértil a ser explorado, uma vez que o veganismo possui um enorme potencial para coletar e compartilhar histórias e depoimentos pessoais — seja relatos sobre o impacto dos documentários na vida dos espectadores ou sobre suas próprias experiências na transição para esse estilo de vida.

REFERÊNCIAS

- BURGOS, Enric. **From Cowspiracy to Seaspiracy**: Discursive Strategies in Contemporary Vegan Advocacy Documentaries. *Communication & Society*, v. 37, n. 1, p. 115-130, 2024.
- GAMBARATO, Renira. **Transmedia Project Design**: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review*, vol. 1, 2013.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão**. Aleph, 2014.
- NICHOLS, Bill. **Introduction to Documentary**. Indiana University Press, 2010.
- O'FLYNN, S. **Documentary's Metamorphic Form**. *Studies in Documentary Film*, 2012.
- REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2022**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022. Disponível em:
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf. Acesso em: 19 de fevereiro de 2025.
- SRIVASTAVA, Lina. **Transmedia Activism**: Telling your story across media platforms to create effective social change. NAMAC, 2009. Disponível em:
<https://web.archive.org/web/20130515174049/http://www.namac.org/node/6925>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2025.
- THOMAS, Anna T.; HOPE, Jessica; MATHUR, Maya. **Documentary films can increase nationwide interest in plant-based food**. Center for Open Science, 2024. Disponível em:
<https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/yh94d.html>. Acesso em: 8 de fevereiro de 2025.