

O Lado Verde da Força (argumento de documentário)

João Mamedes Figueiredo Melo

Sinopses de argumentos possíveis:

1. Membros da Associação Judaica Brasileira, após denúncias, se organizam para investigar a produção dos chamados alimentos Kosher pelas indústrias do setor de carnes e derivados no Brasil. Estariam as empresas realmente seguindo os preceitos da religião? O documentário segue a pesquisa da organização pela busca de empresas confiáveis para os parâmetros judaicos.
2. Quanto tempo leva para um viral se espalhar pela rede e quanto tempo demora para que ele seja considerado obsoleto? Buscamos, através de estatísticas, exemplos e dados da rede, definirmos a velocidade de propagação que uma informação leva para ser um viral – e quanto tempo dura sua aura – quanto tempo leva para que se torne uma informação enfadonha, ultrapassada – para que perca seu poder de emissão.
3. Vivemos num momento em que saúde, bem-estar e sustentabilidade apresentam-se como fatores indispensáveis para caracterizarmos o consumo na sociedade atual. Até onde um mundo limpo não representa apenas interesses das instituições para criar um novo nicho de mercado – o nicho dos eco-alienados?

Argumento:

O Lado Verde da Força

Fibra reciclável, algodão orgânico, papel reflorestado, ausência de edulcorantes, sem gordura trans, transgênico, sem uso de animais em pesquisa, corra, quinoa, linhaça, pratique exercício, cranberry, água ionizada, sem agrotóxicos...

Quantas palavras adicionamos ao nosso vocabulário, quantos hábitos incluímos em nosso dia-a-dia, quantos alimentos incluímos e excluimos em nosso cardápio devido a um massivo apelo de que o planeta está em mal estado e de que devemos preservá-lo e preservarmo-nos?

Indústrias correm incessantemente atrás de pesquisas que comprovem que alimentos transgênicos não são ofensivos à nossa saúde, enquanto outras correm justamente no lado oposto, para nos convencer de que sim, são alimentos ofensivos se incluídos em nossa dieta.

Nos shoppings, vendedoras já treinadas em tentar convencê-lo de que o simples fato de você comprar uma t-shirt feita com algodão orgânico sem tinta o fará um ser humano melhor, que se mostra preocupado com a situação

do planeta – mas ela se esquece de que a mesma t-shirt ecologicamente correta será embrulhada em papel com tintura rubra de metais pesados e ensacolata em uma embalagem feita exclusivamente de derivados de petróleo, que poluem os mares.

Nos supermercados, vemos a tática do convencimento através da total enganação. Atualmente vemos o quanto a indústria alimentícia passou a se preocupar com a nossa preciosa saúde, estampando enormemente em seus rótulos a ausência de gordura trans. Será que algum consumidor já parou para analisar se aquele mesmo produto continha gordura trans antes desta virar número um dos alfacistas? Provavelmente, constatarão que esta informação não passa de uma tática fajuta de faturamento. Por que não temos rótulos gritantes informando-nos da ausência de metais pesados nos alimentos? Será que é porque nenhum os contém, ou porque todos os contém?

Quando as grandes corporações perceberam que a guerra estava perdida – a guerra a favor de um planeta e uma população hipoteticamente saudável –, ao invés de recolherem suas armas, se juntaram ao inimigo, camuflado como aliado. O culto ao verde e à preservação – nas instituições – se tornou a pauta número um do marketing e da publicidade – basta relacionar um produto à preservação que rapidamente criar-se-á um filão de idiotas babões que estarão convencidos de que, adquirindo aquele produto, estarão mudando o mundo e fazendo a sua parte – e se não bastasse, os idiotas pagam mais, muito mais, por um produto ecologicamente correto, como se pagassem por um peso light de consciência.

Como as grandes corporações e instituições estão se organizando para se adaptarem e criarem esse novo nicho de consumidor que vem se consolidando como o mais fiel dos consumidores? Adotar a política verde é hoje como adotar uma religião pela qual se deve ser irreduzível – e acima de tudo, converter os outros e trazê-los para este lado verde da força, na qual somos todos belos, saudáveis, felizes e completamente idiotas.