

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS – UFSCar  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – CECH  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM – PPGIS**

**MC Daleste – Mataram o Pobre Loco:  
análise do documentário original Globoplay no contexto da plataformização do  
audiovisual**

**Guilherme Belarmino Ferreira**

**PPGIS/UFSCar  
Fevereiro 2024  
Guilherme Belarmino Ferreira**

**MC Daleste - Mataram o Pobre Loco:  
análise do documentário original Globoplay no contexto da plataformização do  
audiovisual**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos como requisito para a obtenção do título de Mestre em Imagem e Som

Orientador: Prof. Dr. João Carlos Massarolo

**São Carlos/ SP  
Fevereiro de 2024**

Belarmino Ferreira, Guilherme

MC Daleste – Mataram o Pobre Loco: análise do documentário original Globoplay no contexto da  
plataformização do audiovisual / Guilherme Belarmino Ferreira -- 2024.  
76f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, São Carlos

Orientador (a): João Carlos Massarolo

Banca Examinadora: João Carlos Massarolo, Dario de Souza Mesquita Júnior, Sérgio Nesteriuk Gallo

Bibliografia

1. Documentário. 2. Streaming. 3. True Crime. I. Belarmino Ferreira, Guilherme. II. Título.

Ficha catalográfica desenvolvida pela Secretaria Geral de Informática (SIn)

DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Bibliotecário responsável: Arildo Martins - CRB/8 7180



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS**

Centro de Educação e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som

---

**Folha de Aprovação**

---

Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato Guilherme Belarmino Ferreira, realizada em 01/02/2024.

**Comissão Julgadora:**

Prof. Dr. João Carlos Massarolo (UFSCar)

Prof. Dr. Dario de Souza Mesquita Júnior (UFSCar)

Prof. Dr. Sérgio Nesteriuk Gallo (UAM)

O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha família, às amigas e aos amigos de jornalismo e documentário, à família de Daniel Pedreira Sena Pellegrini, o MC Daleste, cuja memória continua viva; ao meu orientador, Prof. Dr. João Carlos Massarolo, a todos os funcionários da Globo e da UFSCar, que tornaram esse trabalho possível. E ao jornalismo e à narrativa documental, para que nunca percam o propósito social que todo trabalho deve ter. Tudo o que planejamos na vida exige coragem. E eu agradeço por tê-la. Nunca ceder ao medo. Sankofa.

## RESUMO

### **MC Daleste - Mataram o Pobre Loco: análise do documentário Globoplay no contexto da plataformização do audiovisual**

O presente trabalho analisa a narrativa, a estética e a temática do documentário *MC Daleste - mataram o pobre loco* (2024), produção original Globoplay do gênero true crime que investiga o assassinato do cantor de funk, crime cometido em 2013 e impune até hoje. O estudo reflete sobre a relevância do gênero true crime no cenário de concorrência entre plataformas nacionais e globais, conhecido como a Guerra do Streaming e analisa a mudança de estratégia da Globo para produzir e distribuir conteúdo audiovisual no contexto de convergência digital e da plataformização. O autor traça um panorama da Globo, historicamente, uma produtora de conteúdo para canais de televisão, o broadcasting, em sua transição para uma *mediatech*, empresa que utiliza ferramentas tecnológicas e plataformas para produzir, armazenar e distribuir conteúdo e que coleta e analisa dados para adaptar-se às mudanças no comportamento do consumidor e permanecer relevante. O trabalho também examina as características do documentário que, na era do streaming, tornou-se uma importante ferramenta para aquisição e retenção de audiência. A conclusão é de que os novos hábitos de consumo tendem a fazer com que o documentário adquira, cada vez mais, recursos narrativos, estéticos e de divulgação consagrados no cinema ficcional.

**Palavras-chave:** documentário; streaming; true crime; funk

## **ABSTRACT**

### **MC Daleste - Mataram o Pobre Loco: An analysis of the Globoplay documentary in the context of audiovisual platformization**

The study examines the narrative, aesthetics, and themes of the documentary "MC Daleste - Mataram o Pobre Loco" (2024), an original production by Globoplay in the true crime genre which investigates the unresolved 2013 murder of the funk singer MC Daleste. The research reflects on the relevance of the true crime genre in the scenario of competition among national and global platforms, known as the Streaming War, and analyzes Globo's strategic shift in producing and distributing audiovisual content in the context of digital convergence and platformization. By tracing the origins and providing a historical overview of Globo's evolution from a television content producer and broadcaster to a mediatech company—a company that leverages technological tools and platforms to produce, store, and distribute content while collecting and analyzing data to adapt to changing consumer behaviors and maintain relevance—the author highlights the documentary's role as a vital tool for audience acquisition and retention in the streaming era. The conclusion suggests that evolving consumption habits are likely to drive documentaries to increasingly adopt narrative, aesthetic, and promotional techniques commonly associated with fictional cinema.

**Keywords:** documentary; streaming; true crime; Brazilian funk

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO 1 - GLOBO: DA TELEVISÃO À PLATAFORMIZAÇÃO</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO 2 - DO JORNALISMO AO DOCUMENTÁRIO: POSSIBILIDADES DISTINTAS DE REPRESENTAÇÃO NÃO FICCIONAL</b>	<b>21</b>
2.1 True Crime: do crime no jornal ao documentário streaming	25
<b>CAPÍTULO 3 - MC DALESTE: MATARAM O POBRE LOCO, UM ESTUDO DE CASO</b>	<b>29</b>
3.1 MC Daleste: possibilidades de transmidiação	62
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>70</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>72</b>

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho percorre a trajetória da Globo, analisando sua transição de conglomerado de mídia que produzia conteúdo para um canal de televisão até sua transformação em *mediatech*, termo que a empresa passou a usar para definir-se: uma empresa que utiliza ferramentas tecnológicas e plataformas para produzir, armazenar e distribuir conteúdo e que coleta e analisa dados para adaptar-se às mudanças no comportamento do consumidor e permanecer relevante (CARDER, 2022). Baseada em tecnologia e em dados, a Globo agora utiliza seis pilares para tomar suas decisões estratégicas: conteúdos relevantes; alto alcance e consumo; diversidade de produtos e serviços; múltiplas experiências; captura de informações; conhecimento dos brasileiros e soluções de negócios focadas nos resultados dos parceiros (A GLOBO É MEDIATECH?, 2023).

Essa nova lógica de posicionamento — além de gerar uma série de mudanças internas a partir de 2018, como incremento do investimento em tecnologia, redução de custos operacionais e adoção de um novo modelo digital de entrega publicitária — proporcionou também o início de uma nova era de produção de obras audiovisuais; o selo original Globoplay, cujo investimento maciço começou no mesmo ano. Mungiolli, Penner e Ikeda (2018) identificam que, até aquele momento, o modelo de lançamento das produções subordinava o streaming à grade da emissora, buscando fazer com que o espectador voltasse à TV; estratégia observada nas séries, por exemplo, quando os episódios eram liberados no mesmo dia ou próximos da estreia na Globo, ou quando somente um ou poucos episódios eram liberados com antecedência para assinantes da Globoplay ou ainda quando o episódio final era exibido apenas na televisão. Com experimentações — a transição entre modelos de produção e veiculação tradicionais de broadcasting e novas possibilidades trazidas pelo streaming — a Globo passou, a partir desse momento, a criar também conteúdo exclusivo para a sua plataforma digital, o Globoplay.

Seis anos depois do início desse processo, o Globoplay lança o documentário *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco (2024)*, objeto de estudo deste trabalho, uma produção original Globoplay do gênero true crime (HORECK, 2019) que investiga o assassinato de Daniel Pellegrini, o MC Daleste, baleado no palco durante um show em 2013 em Campinas (SP), crime testemunhado por milhares de fãs, filmado de diversos ângulos, com grande repercussão midiática, mas impune até hoje (PACÍFICO, 2023). Produzido por profissionais cedidos pelo Jornalismo da Globo, o projeto foi realizado com recursos internos, sem parcerias com

produtoras independentes nem recursos de fundos audiovisuais ou outras fontes. O objetivo deste trabalho é, por meio de estudo de caso, analisar desafios e implicações da mudança estratégica da Globo e do selo original Globoplay. Por esse motivo, mesmo que Globo e Globoplay não sejam, em si, o foco da pesquisa e, sim, o documentário, é relevante traçar um panorama histórico do conglomerado de mídia até o início do cenário de concorrência com players globais de streaming, em especial a Netflix, companhia que popularizou o consumo de conteúdo sob demanda por assinatura (Subscription Video on Demand: SVoD), desde a sua chegada ao Brasil, em 2011.

A Netflix é hoje a maior plataforma de streaming do mundo, com 269 milhões de assinantes (STATISTA, 2024), sendo 46 milhões na América Latina (FLEISCHMANN, 2024). A empresa iniciou sua trajetória como uma locadora de DVDs e foi pioneira ao identificar, em seu *technology roadmap*, drásticas mudanças que aconteceriam nos anos seguintes: o aumento da velocidade da internet móvel, a disseminação de smartphones e outros dispositivos portáteis e, conseqüentemente, o vertiginoso aumento de consumo audiovisual via plataformas de streaming. A ascensão global da Netflix mostra que, cada vez mais atrelados à tecnologia e dependentes de seus avanços, executivos do setor audiovisual devem tomar decisões levando em consideração profundos estudos sobre o futuro da tecnologia, os *technology roadmaps* (TRM, na sigla em inglês), ferramentas estratégicas que descrevem a evolução prevista para uma determinada tecnologia; mapas visuais utilizados para planejar e visualizar o desenvolvimento futuro de suas capacidades tecnológicas. Os *technology roadmaps* podem detalhar e compartilhar internamente visões de futuro, atrair recursos para novos projetos, estimular a pesquisa e monitorar o progresso de estratégias (KOSTOFF e SCHALLER, 2001). Em tempos de redes sociais, coleta de dados dos usuários e plataformas de streaming, não há produção cultural sem um pensamento estratégico, prévio, sobre sua distribuição; eis o imperativo de nosso tempo, tratado nesta dissertação.

Os avanços tecnológicos, o novo cenário global e a ofensiva da Netflix e de outras companhias — como HBO e Amazon Prime — mudaram a perspectiva da Globo no mercado, não por ameaça à sua liderança financeira, mas por serem parte da consolidação de um novo ecossistema de mídia em que a Globo, sem deixar de ser líder absoluta no mercado de broadcasting, passa a enfrentar os desafios de ser uma companhia brasileira inserida em um cenário de concorrência com players globais, plataformas de streaming produtoras e distribuidoras de conteúdo de uma nova era do consumo do audiovisual. A Globo continua sendo a maior empresa de mídia do Brasil, com um lucro líquido de R\$ 1,25 bilhão em 2022 e receita de vendas de R\$15,1 bilhões. No mesmo período, o Globoplay, a maior plataforma de

streaming brasileira, teve crescimento de 27% na base de assinantes e mais de 30% na receita (GÓES, 2023). De toda a receita da Globo, 60% corresponde à publicidade; 40% à área de conteúdo. A dificuldade de diminuir a dependência do modelo publicitário e de conseguir monetizar seu conteúdo, priorizando a receita advinda de assinantes, é uma realidade global. Um exemplo é o fato de que, após seguidos percalços financeiros, a Netflix adotou, em 2022, um novo modelo híbrido de assinaturas, que abriu a plataforma para a publicidade, atrelando essa iniciativa diretamente a descontos nas mensalidades (NETFLIX, [s.d.]).

As decisões recentes de reestruturação da Globo e o surgimento de novos produtos e serviços, analisados ao longo deste trabalho, são, portanto, fruto de uma mudança global, profunda e ainda em andamento, cujas raízes são sociais, tecnológicas e de consumo: um intenso processo de plataformação (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019). Sociedade das plataformas é apenas um dos termos utilizados atualmente para explicar esse fenômeno, determinante em nosso momento histórico, em que o tráfego de informações é, cada vez mais, mediado por um conjunto de grandes companhias transnacionais que atuam — às vezes em conjunto, às vezes em concorrência — criando um complexo ecossistema de plataformas digitais globais, impulsionado por algoritmos e alimentado por dados (DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

Plataformas são arquiteturas digitais desenhadas para promover e organizar interações entre os usuários (DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018, p. 3). Elas são programadas de acordo com normas específicas e valores gravados em suas arquiteturas e não são construções value-free. Ou seja, elas trabalham de acordo com regras específicas definidas por seus administradores, não sendo meros repositórios de conteúdo. As plataformas são espaços de mediação entre os produtores e o público. O surgimento dessas estruturas é resultado de um processo histórico, que passa pelo desenvolvimento da Internet nas décadas de 1980 e 1990, e ganha forma em meados de 2000 com o surgimento de redes de mídia social, movimento que fez com que a 'mídia' deixasse de ser apenas uma lista de canais específicos de conteúdo centralizado para compreender estruturas mais complexas. As plataformas ordenam, organizam, legitimam e, em última análise, comandam interações. Portanto, elas não apenas refletem o meio social em que estão inseridas, mas produzem as estruturas sociais em que vivemos. (COULDRY, 2016). Além de oferecer conteúdo, elas identificam os hábitos e, ao mesmo tempo em que os influenciam, refinam continuamente suas estratégias para aumentar o consumo e o grau de satisfação do usuário (DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

A lógica das plataformas é semelhante independentemente do setor (SRNICEK, 2017). A coleta de dados é possibilitada e moldada por hardware e software; a cada clique e movimento

de cursor, os dados do usuário são gerados, armazenados, analisados e processados automaticamente; informações detalhadas sobre interesses, preferências e gostos (FONSECA, 2019, p. 8). Por mais que atuem em setores diferentes, empresas como a Uber no transporte; Airbnb na hospedagem; Spotify na música; e iFood na alimentação, sobrevivem da mesma fórmula. O resultado econômico desse fenômeno tem sido definido como capitalismo de plataforma, ecossistema de negócios em que grandes companhias criam e gerem estruturas digitais programadas para mediar trocas entre consumidores e produtores. Seus modelos de negócio são baseados, não necessariamente na venda de produtos ou serviços, mas, primordialmente, na coleta, armazenagem e organização de grandes volumes de dados dos usuários, que são analisados e processados a ponto de tornarem-se fonte primária de poder econômico (SRNICEK, 2017).

Sempre geridas por classes que detêm os meios de produção, as plataformas podem ser subdivididas em cinco tipos, de acordo com Srnicek (2017), pela essência de seus modelos de negócios. O primeiro é o tipo *plataforma de publicidade*, como Google e Facebook, que extraem informações sobre os usuários, realizam um trabalho de análise e, em seguida, vendem espaço publicitário para públicos ou usuários específicos; o segundo tipo é o de *plataformas em nuvem*, por exemplo, Amazon Web Services (AWS) e o Google Cloud, parceiro da Globo, companhias que alugam seus hardwares e softwares para empresas e plataformas dependentes digitais. O terceiro tipo é o de *plataformas industriais*, caso da Siemens e da General Electric (GE), que constroem hardware e software específicos com o objetivo de transformar a fabricação tradicional em um processo gerido digitalmente, mais ágil, moderno e barato. O quarto é o de *plataformas de produtos*, Spotify, por exemplo, que gera receita usando outras plataformas para transformar um bem em um serviço, cobrando aluguel ou assinatura. Finalmente, o quinto tipo é o de *plataformas enxutas*, Uber, Airbnb e outras, que reduzem a propriedade de ativos ao mínimo, lucrando reduzindo os custos e oferecendo o serviço a clientes finais (SRNICEK, 2017).

Analisando o impacto do capitalismo de plataforma na vida de trabalhadores afetados por essa revolução, no caso, na vida dos jornalistas, Figaro (2020) destaca que as plataformas comercializam riqueza inesgotável: os dados dos seres humanos; e exploram o trabalho dos colaboradores, empreendedores de si próprios. Os dispositivos, os algoritmos e as interfaces são o lado tecnológico das plataformas, mas, por trás delas, há uma engrenagem financeira. Sua lógica de produção conta com um ciclo de investimento, que gera uma escalada permanente de aportes milionários. Para a autora, portanto, a ligação entre os conglomerados de plataformas e o mercado financeiro é o modelo que completa o que denominamos de capitalismo de

plataforma (FIGARO e SILVA, 2020, p.104). Nesse contexto de agravamento do capitalismo causado pela plataformização, processo dominado por companhias bilionárias transnacionais e incontrolado por fronteiras, a Globo inicia, em 2018, dois processos estratégicos irreversíveis.

O primeiro — voltado a um rearranjo institucional e a um reposicionamento junto à sociedade e ao mercado publicitário — é o anúncio de que, a partir daquele momento, as dezenas de empresas do conglomerado tornariam-se uma só, uma *mediatech company*, resultado de um projeto chamado “Uma Só Globo”. Entre os objetivos, integrar equipes e estruturas, desenvolver novas áreas e novos negócios, reduzir custos e aumentar a receita, além de estabelecer um relacionamento mais próximo com o consumidor. Sendo o mercado financeiro parte importante do processo de plataformização (FIGARO e SILVA, 2020), o momento escolhido pela Globo para realizar mudanças estruturais e tornar-se mais competitiva não foi incidental. O ano de 2018 começara com a notícia de que o Brasil tinha sua primeira startup com valor de mercado superior a R\$1 bilhão, não por acaso, uma plataforma: a 99 Táxi, do setor de transporte (MANZONI JR., 2018). Meses depois, foi a vez da NuBank anunciar ter atingido tal marca (ESTADÃO CONTEÚDO, 2018). Antes e depois, naquele ano, centenas de plataformas surgiram, oferecendo uma nova abordagem para mercados tradicionalmente analógicos; sinal da efervescência em torno dessa nova corrente empresarial.

Aparentemente desconectados, esses acontecimentos envolvendo plataformas e mercado financeiro e setores de transporte e comunicação evidenciam, na verdade, dinâmicas de disrupção semelhantes; fintechs desafiam bancos tradicionais, plataformas de mobilidade ameaçam o establishment do transporte e plataformas de streaming catalisam mudanças em conglomerados de mídia. Em todos os casos, tecnologias digitais e modelos de negócios inovadores redefinem a forma como os serviços são entregues e consumidos. As fintechs, por meio de sua agilidade, baixos custos operacionais e foco na experiência do usuário, minam a posição dos bancos tradicionais. Da mesma forma, plataformas de streaming, com a capacidade de oferecer conteúdo sob demanda, personalizado e global, competem com práticas já estabelecidas de produtoras de conteúdo consagradas. Em comum, esses movimentos de disrupção destacam a importância da inovação e da adaptabilidade no cenário empresarial moderno. A busca por modelos de assinatura, a produção de conteúdo próprio e a globalização dos mercados são tendências compartilhadas, indicando que a capacidade de se ajustar às demandas dos consumidores digitais é crucial para a sobrevivência e o sucesso em todas essas indústrias.

Historicamente, desde sua criação, a Globo baseou seu faturamento em recursos do mercado publicitário, um modelo que, mesmo sem condicionar a produção de conteúdo ao crivo

dos anunciantes, ao menos em parte, depende da simpatia deles para gerar lucro sustentado no longo prazo. Uma das principais mudanças internas da Globo em 2018, com implicações profundas e desdobramentos futuros, foi a mudança de perspectiva que fez com que a empresa passasse a se enxergar como um negócio D2C:

(...) a Globo seguiu uma nova estratégia direta ao consumidor (D2C), deixando para trás o modelo B2B (business to business) que dependia de publicidade e TV paga. Para atender às necessidades dos consumidores, seu novo portfólio incluiu um conjunto integrado de produtos para esportes e uma evolução do vídeo sob demanda (VOD) da Globo para distribuidores virtuais de programação de vídeo multicanal (O PRÓXIMO EPISÓDIO DE UMA EMISSORA, 2022, p.2)

Consultoria multinacional contratada para realizar o diagnóstico e fomentar as mudanças empresariais na Globo, a Accenture promoveu a abordagem D2C. Depois de três anos, a fase de unificação da empresa, que começara em 2018, foi concluída em 2021 (A GLOBO É MEDIATECH?, 2023). Mesmo assim, ainda hoje, como indica o balanço da Globo, o modelo publicitário, mais concentrado e menos suscetível a oscilações socioeconômicas, ainda gera um percentual maior da receita. Como ressaltou a consultoria, “para atender às necessidades dos consumidores, seu novo portfólio [da Globo] incluiu um conjunto integrado de produtos para esportes e uma evolução do vídeo sob demanda (VOD)”. Este é o ponto nevrálgico da outra mudança pela qual a Globo passou a partir de 2018.

O segundo processo iniciado pela Globo naquele momento, ainda tímido, foi a inauguração de um novo modelo de produção e distribuição de conteúdo audiovisual, por meio de um investimento maciço em produções descoladas da televisão (MESQUITA, PADOVANI e MASSAROLO, 2023). À época embrionária, a ruptura com um modelo de produção que durara mais de cinco décadas seria acelerado nos anos seguintes. As decisões estratégicas da Globo — a de tornar-se uma única empresa baseada em tecnologia, seguindo um modelo de negócios com foco nos consumidores, e a de produzir e distribuir conteúdo privilegiando o meio digital, com ênfase nos hábitos do consumidor — estão intrinsecamente ligadas pela percepção de um novo modelo comunicacional, que alterou os hábitos de consumo audiovisual e — mais do que isso — teve um impacto sem precedentes no comportamento dos usuários; a cultura da convergência (JENKINS, 2009).

O termo cultura da convergência destaca a interação entre diferentes mídias, plataformas e formas de comunicação, promovendo uma integração profunda entre produção e consumo. Jenkins explica que as fronteiras tradicionais entre consumidores e produtores de conteúdo são cada vez mais permeáveis devido ao papel ativo dos consumidores na criação, distribuição e interpretação de conteúdo. Nessa cultura, os consumidores não são apenas receptores, mas

também participantes ativos na produção e disseminação de informações. A cultura da convergência leva à fusão de diferentes formas de mídia, como televisão, cinema, internet, jogos, entre outros, criando novas possibilidades e formas de expressão. Jenkins (2009) também destaca a importância das comunidades online, da colaboração e da participação na criação e no compartilhamento de conteúdo. Em resumo, a cultura da convergência reflete uma mudança significativa na dinâmica da cultura e da mídia, impulsionada pela interconexão e pela interatividade das tecnologias digitais.

No Brasil, Massarolo (2009) identificou que o envolvimento entre consumidor e produtor seria uma das interfaces mais importantes para a produção e a lucratividade do audiovisual nos anos seguintes em meio a dificuldades de concepção e execução de modelos de negócio. Na era transmídia, o desafio é desenvolver uma escala produtiva que transfira o foco do produto audiovisual para um mercado promissor como o da internet, ainda gratuito e sem um modelo próspero de publicidade. A banda larga e 4G super-rápida, a popularização de smartphones e tablets, a crescente demanda por aparelhos de televisão conectados à internet, a adoção das redes sociais como tela auxiliar da programação, além da disseminação de conteúdos multiplataformas através de narrativas transmídia, catapultaram a televisão para o ambiente online, transformando-a num meio híbrido que une tecnologias, gestão de plataformas e conhecimentos editoriais (MESQUITA, PADOVANI e MASSAROLO, 2023). Essa nova realidade fez com que executivos de conglomerados de mídia como a Globo realizassem complexos processos internos para se adaptar. Enquanto isso, ao mesmo tempo, jovens da periferia, historicamente excluídos do sistema hegemônico de comunicação e produção audiovisual, juntavam dinheiro e compravam câmeras. Nasceram, então, pequenas empresas na periferia com um objetivo muito específico: gravar vídeos de funk.

Assim, em meados dos anos 2010, o tripé conceitual em que se apoia a obra de Jenkins (2009) — convergência digital, cultura da participação e inteligência coletiva, este último de Levy (1998) — começa a pautar os estudos sobre comunicação na academia e logo chega ao mercado audiovisual. Neste momento, grandes empresas, como a Globo, começam a investir recursos e a estudar novos formatos e novas estruturas de comunicação para fazer o que os jovens da periferia estão, simultaneamente, aprendendo a realizar na prática. Esses dois caminhos paralelos, o da Globo e o das embrionárias empresas de funk, não concorrentes, permanecem assim, quase sem se tocar, durante os primeiros anos de intensificação da convergência digital. Os jovens gravam vídeos de funk que alimentam um rico ecossistema audiovisual, tão único quanto próspero, mas inicialmente restrito à periferia — e que, apesar de reverberar cada vez mais fora das telas, fazendo explodir o interesse pela vida e pelos hábitos

de consumo dos artistas de funk — ainda não tem, naquele momento, espaço na televisão. Shows, memes, posts em redes sociais, participações em eventos; tudo o que os funkeiros fazem e tocam vira sucesso, fama e dinheiro. Curiosamente, ainda estigmatizados, os jovens da periferia — independentemente do público que arregimentavam — continuavam excluídos do mainstream e do mercado publicitário — uma realidade que mudou radicalmente, como indicam os cases de mega produtoras de funk como Kondzilla, GR6 e Love Funk.

A Globo, por sua vez, segue seu caminho rumo à convergência e, no início dos anos 2010, articula um processo que, por meio da importação de conceitos formais e práticas internacionais, tem o intuito de entender e difundir internamente o uso de estratégias transmídia (JENKINS, 2016) para aumentar o impacto de suas produções. Entre as iniciativas, estão a contratação de consultorias especializadas, treinamento de equipes, promoção de palestras e workshops e, a principal delas, a criação de um departamento de transmídia e de um comitê interno para supervisionar a adoção das práticas nas diversas áreas da emissora. O esforço empresarial conta, inclusive, com a contratação de palestras e workshops presenciais do próprio Jenkins em 2010.

Em 2013, um trágico acontecimento no interior de São Paulo faz com que esses dois mundos finalmente se encontrem. Em uma comunidade no município de Campinas, por volta das 22h30 do dia seis de julho, uma noite de sábado, na frente de cinco mil pessoas, um jovem artista de 20 anos, uma milionária promessa do funk, é assassinada em cima do palco. Dezenas de fãs gravam a cena. As imagens rodam o mundo. MC Daleste está morto. Ninguém sabe quem o matou, e sua triste e precoce morte reverbera de maneira assustadora nos meios políticos, jurídicos e até nas esferas de poder paralelo do crime organizado do país. Dez anos depois, símbolo maior dessa intersecção social, cultural e tecnológica, o Globoplay lança um documentário em que investiga esse crime.

Ao definir MC Daleste - Mataram o Pobre Loco como objeto de estudo, o presente trabalho tem o objetivo de responder a duas perguntas: quais foram as trajetórias da Globo, do universo do funk e da tecnologia para que, em 2024, o Globoplay financiasse e lançasse um documentário sobre o assassinato de MC Daleste? E, sendo este um produto especial para o streaming, quais são as características que o diferem das produções para a TV? As produções originais são fruto desta nova fase da Globo, influenciada pela ascensão das plataformas de streaming, particularmente pela concorrência entre empresas globais e nacionais, que fez com que a empresa começasse a investir em produções originais Globoplay. O caminho de plataformização da Globo não é fruto de uma oportunidade mercadológica específica, mas um imperativo de nosso tempo. Esse é um dos vieses do presente estudo, que busca refletir sobre

as decisões do documentário *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco* levando em conta, como pano de fundo, o impacto da plataformização na criação, no desenvolvimento e na divulgação de produções audiovisuais.

Massarolo e Mesquita (2023), por exemplo, estudaram as mudanças no mercado e na experiência de consumo audiovisual provocadas pela abertura de novos canais de distribuição online, a partir da convergência das empresas de tecnologia e de mídia, procurando entender os serviços de vídeo sob encomenda como uma nova plataforma audiovisual. A análise antecipou o estado atual, de grande concorrência entre as plataformas audiovisuais, cenário em que o Globoplay ganhou ainda mais investimento e relevância tornando-se hoje o que convencionou-se chamar de plataforma de TV Online, que atua “na intersecção das culturas corporativas online e da televisão, das práticas empresariais, das competências e dos métodos de trabalho”, oferecendo conteúdos sob demanda e programas ao vivo de canais como Multishow, SportTV, Off, GNT, Telecine e Globonews, combinando dois ou mais meios de acessar os conteúdos da TV aberta (MASSAROLO e MESQUISTA, 2023).

O presente estudo, portanto, propõe-se a analisar a trajetória que tornou viável a produção pelo Globoplay de um projeto audiovisual documental true crime cujo pano de fundo é o universo do funk. O primeiro capítulo narra e analisa a trajetória da Globo, maior produtora de conteúdo da América Latina, até o lançamento do Globoplay, sua plataforma audiovisual de streaming. A Globo assimilou as mudanças tecnológicas, mercadológicas e de hábitos de consumo audiovisual e realizou, ao longo dos anos, profundas mudanças em seus modelos de produção, de negócios e divulgação até chegar ao atual estágio, que privilegia a plataforma de streaming. A segunda parte da dissertação contextualiza o papel dos documentários na luta por audiência na chamada Guerra do Streaming (CHRISTENSEN, 2015) e explica as raízes do gênero true crime (HORECK, 2019), uma constante nas principais plataformas brasileiras, leia-se Globoplay, Netflix, Amazon Prime e HBO. Já o terceiro capítulo faz um estudo de caso do documentário *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco* (2024), desde a notícia do assassinato do artista até o lançamento do primeiro episódio, analisado ao fim do trabalho.

A metodologia da pesquisa é exploratória e contextual e realiza um exame abrangente de eventos, dados e documentos a partir da fundação do jornal O Globo, em 1925, até os dias atuais. A análise estende-se pelos primórdios da Globo, canal de televisão, inaugurado em 1965 e avança até as transformações digitais recentes da empresa para compreender como as mudanças culturais, tecnológicas e socioeconômicas influenciaram as decisões e estratégias ao longo dos anos. Optou-se por não realizar entrevistas com profissionais do Globoplay para evitar potenciais vieses de escolha e uma visão retroativa, devido à alta rotatividade das equipes.

Esta decisão metodológica assegura uma análise mais objetiva, centrada em documentos e em trabalhos acadêmicos anteriores.

Adotando uma abordagem qualitativa, a pesquisa foca na análise textual, visual e sonora do documentário, utilizando métodos hermenêuticos para interpretar e sequenciar os dados coletados. Esta abordagem permite uma compreensão detalhada das narrativas e das técnicas de roteirização empregadas, bem como a interação desses elementos na construção da mensagem final do documentário. Uma revisão bibliográfica detalhada foi realizada, com ênfase nas obras de McKee (2010) para embasar a análise dos conceitos, princípios narrativos e estruturas de storytelling. Esta revisão explora a importância do conteúdo narrativo e da profundidade emocional na construção de narrativas, investiga os princípios estruturais, como arco dramático, pontos de virada e clímax, e analisa as técnicas específicas de roteiro que contribuem para a eficácia da narrativa.

## CAPÍTULO 1 – GLOBO: DA TELEVISÃO À PLATAFORMIZAÇÃO

Fundada em 1965, a TV Globo consolidou-se como a maior empresa de mídia do país e uma das maiores do mundo, líder de audiência na televisão e em todos os segmentos da comunicação em que atua; e constitui, ainda hoje, um dos maiores polos de produção audiovisual do mundo. O canal de televisão é o símbolo maior de um sistema de comunicação com quase cem anos de existência, um conglomerado popular e de grande capilaridade que inclui rádios, jornais, revistas, sites, aplicativos, marcas, iniciativas sociais, entre outras (MUNHOZ, 2008). Sua relevância política, o jornalismo e as novelas são objeto de estudo frequente nos campos da sociologia, da comunicação e da análise dramaturgica, respectivamente. No campo político, por exemplo, Porto (2012) analisa o papel da Globo na democratização, destacando seu papel de exportadora de ficção, e identifica um processo de mudança para o campo progressista na representação do país, tanto nas novelas como no jornalismo.

Companhia familiar nos termos de Lansberg (1988), a Globo é uma organização na qual as relações familiares influenciam significativamente os processos de gestão e sucessão, cujo desenvolvimento é caracterizado pela interação única entre os interesses familiares e empresariais, especialmente durante períodos de transição geracional. Sua primeira empresa foi o jornal O Globo, fundado no Rio de Janeiro por Irineu Marinho, jornalista e pai do famoso empresário e publisher Roberto Marinho. O planejamento e a repercussão do lançamento d'O Globo, às seis da tarde de 29 de julho de 1925 —horário da distribuição de seus primeiros 33 mil exemplares — revelam informações relevantes sobre a cultura da empresa obliteradas por terem ocorrido em épocas quase imemoriais. Apesar de desconhecidos do público e de colaboradores da empresa, os detalhes do surgimento da Globo são de crucial análise, pois, em se tratando de uma empresa familiar, com forte cultura hierárquica e gestão baseada em vivências, muitas de suas diretrizes comunicacionais são passadas de geração em geração.

A história d'O Globo começa antes de seu lançamento oficial como jornal, pois seu fundador, Irineu Marinho, promoveu nos meses anteriores uma grande campanha interativa de divulgação na imprensa carioca. Realizada há mais de cem anos, a campanha aproveitou três hábitos do cidadão carioca para se tornar popular: futebol, música e a busca por notícias. Na prática, meses antes do lançamento do jornal, Irineu Marinho teve duas ações: imprimiu e distribuiu, em estádios de futebol, boletins em papel com informações sobre jogos; e usou as

páginas de jornais locais, seus futuros concorrentes, para iniciar uma votação em que os leitores escolheriam o nome do novo jornal.

Curiosamente, a votação popular escolheu o nome de *Correio da Noite*, já em uso, e por isso, o jornal foi batizado com o nome que o conglomerado de mídia tem até hoje, Globo, novidade também publicada e distribuída de mão em mão, em boletins próprios. Como resultado, mesmo antes da impressão de sua primeira edição, *O Globo* já nasceu um velho conhecido do carioca. A campanha de mídia ainda não tinha acabado. Com nome, mas ainda antes de ser lançado, O Globo começa a promover transmissões de notícias e de apresentações culturais nas rádios da cidade, em especial, concertos de música popular pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro — a primeira rádio do Brasil — e pela Rádio-Club. A campanha conta também com a composição de uma música no ritmo americano foxtrote intitulado “O Globo”, cuja partitura foi impressa aos milhares e distribuída em toda a cidade. (CARVALHO, 2012). A fase embrionária da empresa — que antecede em alguns meses o nascimento do jornal e em quarenta anos o canal de televisão — é um exemplo de como conceitos como interatividade da mídia, antecipação e estratégias multiplataforma (JENKINS, 2009) estão presentes na comunicação, da maneira geral, há décadas e, no Grupo Globo, desde o seu lançamento.

Como ressalta Massarolo (2010), o campo de estudos das mídias interativas engloba e transcende as ‘novas mídias’, sem se limitar às formas de estudo destas mídias. O que se busca ilustrar é que, apesar de tratarmos, no exemplo do jornal O Globo, de um veículo analógico, a lógica da interatividade apresenta os mesmos objetivos da era digital contemporânea. Ao analisar, por exemplo, as campanhas de interatividade em jornais impressos, Ana Elisa Ribeiro (2009) afirma que para tratar dos jornais de papel (assim como de qualquer outro objeto de ler), é fundamental mencionar os leitores que, na lida com os diários, comumente desenvolvem práticas e hábitos, preferindo um caderno a outro, certos temas ou determinada ordem de leitura. A estratégia de antecipação d’O Globo utiliza, na prática, conceitos que foram sendo lapidados ao longo dos anos seguintes. Sua essência, no entanto, tem as mesmas raízes das estratégias mais atuais das plataformas de streaming: o conhecimento dos gostos e hábitos dos usuários, uma tônica do jornal e depois do Grupo Globo, como depois o conglomerado ficou conhecido.

A expansão das empresas ocorreu nas décadas seguintes com uma estratégia que mesclava crescimento orgânico, ou seja, aumento de operação e produção ou melhoria de eficiência com o uso de recursos internos; e também pelo crescimento inorgânico, por meio de fusões, aquisições ou parcerias estratégicas com outras empresas (ANSOFF, 1965). Em 1944, por exemplo, a Rádio Globo inicia sua transmissão regular, marcada por uma inauguração com shows e programas de auditório. Baseada no tripé notícias, futebol e entretenimento, e com

forte ênfase na prestação de serviços, a Rádio Globo usa linguagem simples e popular, para milhões de ouvintes em todo o país. Oito anos depois, em 1952, Roberto Marinho funda a Rio Gráfica e Editora, com um dos maiores parques gráficos da América Latina e edita revistas de grande circulação; femininas, quadrinhos, revistas de cinema, rádio e televisão, entre outras, além de fascículos.

Finalmente, em 1965, o Grupo Globo chega à televisão depois de anos de lutas jurídicas até a conquista definitiva da concessão, uma contenda político-burocrática que tinha começado em 1951, ano do requerimento inicial para que a Rádio Globo pudesse atuar na televisão, o que só se tornou realidade depois da chegada dos militares ao poder. Sua trajetória começa marcada pela produção concomitante de jornalismo, esporte, ficção e shows de entretenimento.

Os primeiros quarenta anos da Globo foram de consolidação e solidificação. Depois de quase uma década para efetivar a concessão do canal de televisão e de um início de avanço lento, a Globo conseguiu se firmar como um dos maiores conglomerados de mídia do mundo. Sérgio Mattos (2002) divide as fases da televisão no Brasil destacando que, entre 1950 e 1964, ou seja, antes da Globo, os canais viveram sua “Fase Elitista”, em que o aparelho era caro e os programas eram ao vivo e produzidos localmente. Presente apenas no eixo Rio-São Paulo até 1955, a televisão avançou para Paraná e Minas Gerais e chegou em Pernambuco em 1957, ao Rio Grande do Sul em 1959 e a Brasília e Bahia em 1960, mas ainda sem o apelo popular que alcançaria nos anos seguintes. Foi na década de 1960, com a introdução do videotape, que a gravação se popularizou e que surgiu, de maneira perene, a grade de programação (MATTOS, 1990, p.8). O surgimento da Globo e sua expansão são os principais acontecimentos da segunda fase da televisão no Brasil, a “Fase Populista”, em que a televisão profissionalizou-se e firmou-se como indústria, tanto na produção como na administração, incorporando-se ao cotidiano do brasileiro. Renato Ortiz (1991) aponta que a Globo aprofundou a concepção empresarial da televisão, substituindo executivos artistas e jornalistas por profissionais de planejamento e marketing (ORTIZ, 1991, p.134).

A Globo manteve sua hegemonia em relação às emissoras concorrentes nas fases seguintes, de desenvolvimento tecnológico (1975-1985), da transição e da expansão internacional (1985-1990). Meimaridis (2023) afirma que os serviços de cabo e satélite representaram os primeiros desafios significativos ao Grupo Globo na indústria e na cultura de vídeo do Brasil, o que fez com que ela criasse, em 1991, a Globosat, operadora de TV a cabo, com uma variedade de canais temáticos; infantis, de esporte, entretenimento, inclusive adulto, notícias e filmes. Com uma baixa adesão, a televisão paga não abalou a dominação da Globo no mercado brasileiro, o que permitiu que as características centrais da cultura de

vídeo dominante no Brasil durante o século XX fossem a quase-monopolização exercida pela Globo e por um formato televisivo predominante, as telenovelas.

A última fase descrita por Mattos (2002), da televisão em convergência, nos anos 2000, traz novos paradigmas tecnológicos, que fazem com que a Globo inicie uma fase de experimentações em meio digital. A internet gera mudanças estruturais nos hábitos do público, e a Globo adota uma nova postura em relação a seu conteúdo, com especial atenção à entrada no mercado de novos players internacionais. A primeira experiência web da Globo começa em março de 2000 com a criação do portal *globo.com*, meses depois do surgimento do concorrente portal iG e quatro anos depois da criação do UOL, em 1996, maior player online do país à época. Ao contrário de seus dois principais competidores, que eram provedores de acesso à Internet, o *globo.com* surgiu apenas para hospedar o conteúdo institucional da Rede Globo de Televisão e das empresas do conglomerado, desenvolvendo uma política de controle do tráfego de informação na internet para a sua própria rede de notícias, interligada por diversos sites entre si, oferecendo entretenimento, informação e variedades, com o objetivo de promover a imersão dos usuários pelo maior espaço de tempo possível (MASSAROLO, 2015). Nos anos seguintes, a Globo inicia a criação de novos compartimentos de conteúdo, um conglomerado web em constante evolução com o objetivo prioritário de complemento ao que é exibido na televisão.

## **CAPÍTULO 2 – DO JORNALISMO AO DOCUMENTÁRIO: POSSIBILIDADES DISTINTAS DE REPRESENTAÇÃO NÃO FICCIONAL**

Para analisar o papel que os documentários ocupam hoje na estratégia do Globoplay é necessário entender a história e a relevância do jornalismo da Globo dentro de sua estrutura de produção. Afinal, como se verá neste capítulo, desde sua fundação, em 1965, todos os projetos documentais da Globo foram influenciados pelo padrão de cobertura jornalística da emissora, sendo, quase sempre, produzidos ou aprovados por jornalistas da emissora. Outro aspecto que torna crucial a reflexão sobre jornalismo, ética e a tomada de decisões nos documentários é o ambiente de concorrência entre as plataformas de streaming. Historicamente, nos jornais, nas rádios, na televisão e na internet, a disputa por audiência leva a um acirramento de estratégias, com o risco de cruzamento de limiares éticos e morais, aliados a outros dois fatores: inovação tecnológica e a rotina jornalística e seus valores em si (VETTEHEN et al., 2010). O Brasil possui vasta literatura acadêmica sobre sensacionalismo, com destaque para os estudos de Angrimani Sobrinho (1993), que identificou uma relação catártica entre a imprensa sensacionalista e seu público, e Matheus (2011), que detalhou como o medo e o pânico são protagonistas nas narrativas policiais brasileiras. Mesmo assim, ainda são iniciais os estudos sobre o sensacionalismo na era do Streaming. Uma outra constatação relevante sobre o estado da arte das análises dos documentários é o fato de, de maneira geral, eles atualmente serem objetos de estudo analisados sob óticas segmentadas, por temática ou estética, mas não dentro do contexto da plataformização.

O documentário *Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia (2010)*, do Globoplay, por exemplo, tem sido analisado por retratar a pressão sofrida pela imprensa durante a cobertura da pandemia. Médola e Guerreiro (2022) indicam que, em *Cercados*, a organização do discurso, marcada pela estética da autorreferencialidade, possibilita ao enunciatário adentrar ao universo da produção jornalística e identificar-se com os papéis temáticos desempenhados pelos jornalistas. Os documentários criminais são os mais estudados nos últimos anos. Moratelli (2021), em estudo comparativo, entende *Doutor Castor* e *O Caso Evandro*, ambos originais Globoplay, como documentários expandidos que utilizam a força da ficção como ferramenta de comunicação para aumentar seu alcance. Da mesma maneira, outros trabalhos documentais têm sido analisados por um ou mais aspectos temáticos. Nesse cenário, por exemplo, *Bandidos na TV (2019)*, da Netflix, suscitou debates sobre sensacionalismo (ARCOVERDE, 2019) e sobre o papel da imprensa na cobertura criminal (MOREIRA e

OLIVEIRA, 2023). *Elize Matsunaga: Era uma Vez um Crime* (2021), também da Netflix, fomenta debates sobre a representação da mulher acusada de cometer crimes (MEIRA, 2021) e sobre o gênero ficção policial (HELICH, SICILIANO e MORATELLI, 2021). Como anunciado desde seus primeiros projetos, o selo original Globoplay segue os padrões da Globo, o que justifica uma minuciosa análise das diretrizes éticas perseguidas pela emissora.

Kovach e Rosenstiel (2021) definem o jornalismo como a busca sistemática de informações verdadeiras, de interesse público, para fornecê-las livremente aos cidadãos com o objetivo primordial de proporcionar, a toda a sociedade, a oportunidade de tomar decisões de maneira eficaz.

Assumindo que, nos dias de hoje, devido à revolução digital, é impossível determinar quem é ou não jornalista, os autores se atêm a propor dez elementos do jornalismo, enfatizando a busca pela verdade, a responsabilidade com o público e a função do jornalismo em uma democracia:

A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade; Sua primeira lealdade é com os cidadãos; Sua essência é a disciplina da verificação; Seus praticantes precisam manter uma independência daqueles que eles cobrem; Ele deve servir como um fiscalizador do poder; Ele deve prover um promover um fórum para críticas públicas e compromisso; Ele precisa se esforçar para tornar o importante interessante e relevante; Ele deve apresentar as notícias de forma abrangente e proporcional; Seus praticantes têm a obrigação de exercer o uso de sua consciência; Os cidadãos também têm direitos e responsabilidades no que diz respeito às notícias – ainda mais quando eles próprios se tornam produtores e editores. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2021, p.19)

Perseguindo princípios como esses, e, naturalmente, não imune a erros, os jornalistas assumiram o papel de superfície de contato entre o conglomerado e a população. O jornalismo da Globo, afinal, como vimos, remete aos primórdios do jornal e precede a história da Globo na televisão, como reforça a carta dos acionistas, documento de 2011:

Desde 1925, quando O Globo foi fundado por Irineu Marinho, as empresas jornalísticas das Organizações Globo [hoje Grupo Globo], comandadas por quase oito décadas por Roberto Marinho, agem de acordo com princípios que as conduziram a posições de grande sucesso: o êxito é decorrência direta do bom jornalismo que praticam. Certamente houve erros, mas a posição de sucesso em que se encontram hoje mostra que os acertos foram em maior número. Tais princípios foram praticados por gerações e gerações de maneira intuitiva, sem que estivessem formalizados ordenadamente num código. (PRINCÍPIOS EDITORIAIS DO GRUPO GLOBO, 2011)

A carta serve de apresentação e prefácio a um outro texto público, o documento “Princípios Editoriais do Grupo Globo”, que define as normas seguidas pelos jornalistas e é dividido em quatro partes, “Breve Definição de Jornalismo”; “Os Atributos da Informação de Qualidade”; “Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas, do veículo para o qual trabalha [e das redes sociais]” e “Os valores cuja defesa é um imperativo

do jornalismo”. Sem citar obras de referência, o conjunto de diretrizes foi elaborado com base na experiência de quase noventa anos dos profissionais da empresa e, segundo os acionistas, “levou em conta os nossos acertos, para que sejam reiterados, mas também os nossos erros, para que seja possível evitá-los”.

Para a Globo, o Jornalismo é uma atividade cujo propósito central é produzir um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas; atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem; é, portanto, uma forma de apreensão da realidade (PRINCÍPIOS EDITORIAIS DO GRUPO GLOBO, 2011). Ao definir o Jornalismo, o código de conduta da Globo não usa o termo “verdade”, mas cita a palavra em seu corpo, afirmando que, mesmo “sem enveredar por uma discussão sem fim”, a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe. Ao assumir que, se a objetividade total certamente não é possível, o texto é assertivo: “há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo”.

O jornalismo da Globo chegou à televisão no dia da inauguração da emissora, 26 de abril de 1965. O panorama do jornalismo na década de 1960 era de ingerência de agências de publicidade e patrocinadores no conteúdo dos telejornais. Sobre o jornal *Ultranotícias*, o segundo da história da Globo, Ana Paula Goulart Ribeiro (2004) descreve, em sua obra sobre o *Jornal Nacional*, condutas comuns e corriqueiras na década de 1960, hoje inaceitáveis no universo jornalístico.

O telejornal era patrocinado pelas empresas *Ultragaz* e *Ultralar* e produzido pela agência de publicidade *McCann Erickson*. Na época, era comum as agências interferirem na elaboração e até na orientação dos programas jornalísticos. Na TV Tupi, por exemplo, o *Repórter Esso* também era realizado pela *McCann Erickson*, responsável pela conta publicitária dos *Postos Esso*. O programa era todo elaborado na redação da agência de notícias *United Press International (UPI)*, que entregava prontos o rolo do filme e o script à emissora, cabendo ao locutor, simplesmente, ler diante da câmera. Armando Nogueira, quando começou a trabalhar na Globo, encontrou situação semelhante no *Ultranotícias*. O representante da *McCann Erickson* interferia diretamente. Se não gostasse de alguma matéria, mandava cortar. Certo dia, suprimiu do noticiário uma matéria sobre formatura de cadetes da Marinha e explicou por quê: “Ah, eles tiraram nosso estacionamento no edifício São Borja”. O diretor de jornalismo acabou com esse tipo de interferência. Em março de 1967, pôs fim ao *Ultranotícias* e criou o *Jornal da Globo*. (RIBEIRO, A.P.G., 2004, p.18)

Os episódios de interferência nos telejornais da Globo e outros canais da época são conhecidos e amplamente documentados, tanto no caso da ingerência de empresas e agências, como na censura do governo militar. Nesse período ainda incipiente da TV, números musicais, dramaturgia, esporte e jornalismo dividiam espaço no canal na luta por audiência. Em seus

primeiros anos, a Globo criou e exibiu diversos programas que apelavam em busca de audiência. Em plena ditadura militar, os programas de auditório exploravam a miséria, pessoas com graves problemas de saúde e situações grotescas e inusitadas. A censura, que era majoritariamente política, atingiu também a preocupação dos militares com a influência da televisão e os bons costumes.

Em janeiro de 1966, logo depois de Walter Clark ter assumido a direção-geral da TV Globo, o Rio de Janeiro sofreu uma das piores enchentes da sua história. Cinco dias de temporal resultaram em mais de 100 mortos e 20 mil câmeras Auricom e captando as imagens da tragédia e da dor dos cariocas. Motoqueiros levavam para a emissora os filmes, que imediatamente eram revelados e exibidos. A chuva forte arrebentou as tubulações que drenam as águas do Rio dos Macacos, que transbordou, destruindo várias casas perto da TV Globo, no bairro Jardim Botânico. Walter Clark não perdeu tempo: posicionou duas câmeras diante da emissora e, dali Hilton Gomes passou a comentar os fatos ao vivo. A Globo não se limitou a mostrar os fatos. Promoveu também uma ampla campanha comunitária. Os estúdios do Jardim Botânico foram transformados em central de recolhimento de doações para os desabrigados. (RIBEIRO, A.P.G., 2004)

O autor destaca que a decisão de investir na cobertura da enchente reverberou na sociedade, fazendo com que a TV Globo, que apresentava baixos índices de audiência, conquistasse o Rio de Janeiro ao se transformar na voz que lutava pela recuperação da cidade, ganhando, de vez, a simpatia da população carioca, conseguindo um espaço até então dividido pela TV Tupi, a TV Rio e a TV Excelsior. (RIBEIRO, A.P.G., 2004). Nos anos seguintes, a Globo se beneficiou do objetivo dos militares de integrar o Brasil e de criar uma identidade nacional. A estreia do Jornal Nacional, no dia primeiro de setembro de 1969, foi um marco. E, em 1970, a Globo começou sua trajetória no mundo dos documentários. Depois de sua experiência noticiosa dos primeiros anos de emissora, o projeto Globo Shell Especial decidiu convidar profissionais já consagrados do cinema novo e até de outros veículos de comunicação para um ambicioso projeto patrocinado pela petrolífera holandesa (VARGAS, 2009).

Apesar de, na Globo, caminharem próximos ou, mesmo quando distantes, serem guiados pelos mesmos valores editoriais, jornalismo e documentário são vertentes não ficcionais distintas com modos de produção, características técnicas e objetivos diferentes. Jornalismo e documentário têm como produto final obras audiovisuais que representam a realidade, mas com nuances diferentes. A discussão conceitual entre o que é jornalismo e o que é documentário é essencial para se entender por que, no momento em que o streaming se consolida como a última fronteira do conteúdo audiovisual, ou seja, como a grande virada tecnológica de oferta de conteúdo, a Globo decide investir suas fichas no documentário.

## 2.1 True Crime: do crime no jornal ao documentário streaming

O gênero narrativo true crime abrange obras literárias e cinematográficas — e, atualmente, outros formatos e plataformas — que retratam a investigação de um crime real conduzida por meio de uma narrativa dramática e emocionalmente envolvente (SCHECHTER, 2003). Embora as narrativas sobre crimes tenham origem na história antiga, em especial na literatura árabe e chinesa, a massificação de obras true crime como cultura de massa se deu no fim do século XIX. Os onipresentes documentários true crime nas plataformas de streaming de hoje, portanto, são a continuação de um padrão de consumo de notícias sobre crimes violentos, cuja origem remonta inicialmente aos jornais. Essas notícias de jornal suscitaram o surgimento de narrativas criminais ficcionais que, por sua vez, impulsionaram a produção e o consumo de obras true crime, um processo de retroalimentação.

Investigando os impactos culturais, sociais e históricos do cinema na vida moderna, Gunning (2004) destaca a importância dos jornais na cultura de massa no século XIX e constata que as notícias de crimes já chamavam a atenção do público devido ao caráter sensacionalista, pela dramaticidade e pelo detalhamento dos crimes, muitas vezes, criando medo e ansiedade. Já naquela época, como hoje, as notícias influenciavam a percepção dos leitores sobre segurança pública, aplicação da lei e sobre a necessidade de reformas sociais e promoviam, em diversas situações, generalizações e a disseminação de preconceitos. Essas notícias, histórias reais, nuas e cruas, de acontecimentos violentos, fizeram aumentar o interesse da população nesse tipo de leitura, criando o que se tornaria uma base fértil de leitores. Já em meados do século XIX, a partir dos anos 1920, a literatura sobre crimes atinge seu ápice, período chamado de era de ouro do romance policial (HENRIQUE, 2016).

Neste momento, quem assume o papel principal é o detetive, sempre protagonista, um herói-policial (SCHECHTER, 2003) que investiga assassinatos e outros crimes violentos. Suas buscas e descobertas são o fio condutor dos leitores, que acompanham de perto o uso de qualidades exageradas, quase sobre-humanas, para a solução de crimes. Genialidade, criatividade, capacidade de observação, raciocínio lógico; valorização de provas técnicas; persistência e controle emocional e, claro, uma utópica honestidade e um apurado senso de justiça são alguns dos predicados desses investigadores natos. Baseado em fórmulas fechadas que não permitiam margem para inovação e que, muitas vezes, faziam um retrato racista e preconceituoso do universo criminal, o romance policial dos anos 1920 alcançou tanta popularidade nos livros e no cinema que, além do boom de produções, seu sucesso gerou uma onda de análises, críticas estruturais e reflexões. Em um primeiro momento, suas características

foram identificadas e listadas por entusiastas do estilo como cânones a serem seguidos. As narrativas eram tão parecidas e os personagens representavam padrões tão rasos, que mínimas alterações eram vistas como não inaceitáveis pelos críticos (KNOX, 1929). Membro do *Detection Club*, sociedade composta por Agatha Christie e outros escritores, como Dorothy Sayers, G. K. Chesterson e E. C. Bentley, o escritor e padre Knox definiu os dez mandamentos do *whodunnit*, como ficou conhecido o gênero, cuja principal marca era esconder ao longo da história e revelar no fim quem cometeu o crime.

Muitas das diretrizes de Knox (1929) criticavam truques narrativos que geram frustração e descontentamento nos leitores e espectadores. Pelas regras, por exemplo, o criminoso deveria ser alguém mencionado no início da história, mas não uma dedução óbvia; a resolução do caso não poderia ser sobrenatural, mística ou baseada em longas explicações científicas; o detetive não poderia ser ajudado por acidentes e, muito menos, cometer o crime. Outros mandamentos, de tão específicos, já adiantavam o esgotamento do gênero e o quão baseado em clichês ele era. Regras como a proibição de mais de um quarto secreto, a necessidade de se explicar o surgimento de gêmeos idênticos e a racista proibição de personagens chineses demonstravam a rasa e rígida forma em que eram elaboradas as histórias. Apesar de terem surgido como tentativa de defender a qualidade do texto e promover um certo purismo narrativo, as listas de mandamentos, na verdade, tiveram efeito contrário; já que escritores de outras vertentes e até expoentes do romance policial começaram a publicar reflexões críticas às regras rígidas, reconhecendo-se, muitas vezes, como racistas e superficiais (KIM, 2005).

Como reação, uma mudança na narrativa policial marca o início de uma fase mais realista, cujas características são, essas, sim, facilmente identificáveis em criações literárias e cinematográficas até os dias de hoje. No século XX, apontam Lopes e Gomborg (2023), a questão da verdade única – tão valorizada no romance policial de enigma do século XIX, começa a ser questionada, colocando a própria narrativa sob suspeita. O ambiente de investigação criminal ganha tons de veracidade que adicionam camadas densas ao investigador que, mesmo mantendo o protagonismo, agora se torna mais humano, por vezes, cínico, ambíguo e antiético. A atmosfera sombria e pessimista reina em cenários urbanos decadentes, corruptos, violentos, que escancaram a desigualdade e a injustiça (SCHECHTER, 2003). A virada do Golden Age para o filme policial noir, ainda em ambiente ficcional, exerceu uma significativa influência para a valorização e o aumento da produção de obras true crime nos anos seguintes, na literatura e no cinema. Nesse contexto, nos Estados Unidos, na década de 1960, começa a era true crime, uma explosão de produções não ficcionais sobre crimes reais, tanto no mercado

literário quanto no cinematográfico, pano de fundo do investimento massivo em produções sobre crimes reais hoje no streaming. Seu marco é o lançamento de *A Sangue Frio*, de Truman Capote (1966). Mais de sessenta anos depois, o histórico interesse do público em crimes explica o sucesso do gênero true crime nas plataformas de streaming.

Longe de ser uma aposta mercadológica às cegas, o true crime não poderia ser entendido — e quiçá nem teria surgido — sem suas influências ficcionais: as narrativas clássicas de detetives e, posteriormente, as investigações noir, que prepararam o terreno para fase true crime que temos agora no streaming. Com uma predominância nas principais plataformas de streaming do Brasil, o true crime contemporâneo tem algumas características: ênfase em crimes reais, cerne do estilo desde seus primórdios; exploração da psicologia e do comportamento criminais; mistura de entretenimento e educação, ensinando aos espectadores, mesmo que superficialmente, processos legais e o funcionamento da justiça; a intenção de gerar reflexão e indignação e a incorporação de elementos do jornalismo investigativo meticuloso (WALTERS, 2021). É com base nesse panorama do true crime, sucesso de público há mais de um século, que as plataformas de streaming identificam o interesse de seus usuários e os seduzem, flertando com técnicas narrativas há muito empregadas na ficção, entre elas: narrativa estruturada e introdução, desenvolvimento e conclusão semelhantes à estrutura de filmes de ficção; reconstituições e flashbacks, para ilustrar situações passadas e para criar sensação de imersão, além de trilha sonora, montagem e recursos visuais cinematográficos. Finalmente, os documentários criminais, que já eram uma sensação há décadas na TV a cabo, entraram na era do streaming com mais potência. Netflix, HBO, Globoplay investiram nesse gênero para aumentar sua base de assinantes e, nesse contexto, surge *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco*, objeto de estudo deste trabalho.

À primeira vista, os documentários originais Globoplay podem parecer, em alguma medida, uma extensão da cobertura de grandes casos acompanhados pelo jornalismo da Globo. Longe de representar uma ruptura à cobertura televisiva ou uma alternativa aos temas tratados no dia a dia, os documentários são a consolidação do esforço jornalístico do grupo. A análise dos temas revela uma predileção por casos já cobertos pelo jornalismo da Globo (ISERN, 2023). Análise de uma obra não ficcional do streaming, este trabalho restringiu sua revisão bibliográfica à literatura que; primeiro, teorizou a história do Grupo Globo, percorrendo o trajeto entre o canal de televisão Globo até a plataforma Globoplay, levando em consideração novos paradigmas, mudanças tecnológicas e sociais. Segundo estudos sobre processos que catalisaram mudanças em sua produção audiovisual e favoreceram o surgimento de documentários. E, terceiro, estudos de comunicação propriamente ditos, que analisam as

tendências de processo de plataformização. Do ponto de vista da ascensão das plataformas de streaming, cabe destacar o trabalho de Isern (2023), que analisou mudanças estruturais de formato e linguagem nas produções jornalísticas audiovisuais produzidas exclusivamente para o streaming, usando como recorte de estudo o caso Globoplay. A autora concluiu que essas produções trazem técnicas e cuidados estéticos da linguagem documental, promovendo um diálogo cada vez maior entre jornalismo e cinema.

As estratégias de marketing e promoção do Globoplay também são tema de estudo. Souza (2022) acredita que a plataforma oferta conteúdo de uma nova forma, notável por ampliar consideravelmente o leque de possibilidades de audiência, alcance, bonificação, reassistibilidade e até mesmo o reforço de laços tradicionais via nostalgia. Sob a sua perspectiva, a Globo não menosprezou as mudanças tecnológicas e deu passos concretos em busca de uma visibilidade para além da tela da televisão desde o começo dos anos 2000, gerando um processo de entrelaçamento, visto como ponto sem retorno. Sobre o relançamento de novelas no Globoplay, Ramos e Borges (2023) afirmam que a recirculação de produções audiovisuais é um exemplo de transmidiação, definida por Holdsworth (2011) como *safe return*, garantia de retorno seguro, estratégia imortalizada na televisão no “Vale a Pena Ver de Novo”, agora com nova roupagem no streaming. No ramo do estudo das plataformas, Ramos e Borges (2023) apresentam estratégias utilizadas pelo Globoplay para aumentar o consumo e popularizar seu catálogo, identificando que o serviço de streaming segue padrões adotados ao redor do mundo, aproximando-se, inclusive, de estratégias popularizadas pela Netflix. A principal constatação é de que o Globoplay busca disponibilizar uma plataforma para o público usufruir em um só lugar da TV aberta, da TV fechada e dos originais do streaming. Há atualmente, nos estudos de imagem e som, uma perspectiva acadêmica em que as produções audiovisuais são analisadas não apenas como objeto individual, mas como elemento inserido em uma abordagem macro que tem como foco de análise o processo de plataformização.

### **CAPÍTULO 3 – MC DALESTE: MATARAM O POBRE LOCO, UM ESTUDO DE CASO**

Objeto de estudo do presente trabalho, o documentário *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco (2024)* é uma produção original Globoplay do gênero true crime. Dividida em quatro episódios de 50 minutos, a obra tem uma estrutura serial típica da Era do Streaming, uma sequência que deve ser assistida na ordem, com episódios que compõem um mesmo corpus; um arco narrativo contido em uma temporada. A trama central avança ao longo dos episódios, seguindo o modelo narrativo com apresentação, desenvolvimento e desfecho — sem prejuízo de outras histórias que surgem e se resolvem de maneira mais simples que a trama central (CORRÊA, 2019). Do ponto vista de produção, *MC Daleste* levou menos de dois anos entre o momento em que o projeto foi submetido à direção da Globo, em setembro de 2022, até seu lançamento, no primeiro semestre de 2024.

Sua equipe de direção e produção é composta por jornalistas com uma trajetória de mais de dez anos na empresa, profissionais acostumados a trabalhar seguindo as diretrizes dos Princípios Editoriais da Globo, texto apresentado e discutido no capítulo anterior. Guilherme Belarmino, idealizador do projeto e co-diretor, entrou na Globo em 2009 como estagiário. Atuou no Fantástico como produtor de reportagem por quatro anos até ser convidado para integrar a equipe do programa Profissão Repórter, onde trabalhou por dez anos, até ser cedido para dirigir o documentário que sugeriu. Eliane Scardovelli, co-diretora, também ingressou na Globo no programa de estágio em 2009. No ano seguinte, iniciou sua trajetória no Profissão Repórter e, em 2018, desenvolveu seus primeiros projetos documentais com o selo original Globoplay. Kleber Tomaz, repórter do G1 e produtor do documentário, é um dos maiores repórteres investigativos do Brasil, com passagem pela Folha de S.Paulo e uma sólida carreira cobrindo justiça e direitos humanos. Caio Cavechini, editor executivo lotado no Globoplay, que também assina o roteiro e a direção de fotografia de *MC Daleste*, possui uma vasta carreira documental. Na Globo, foi repórter e editor-executivo do Profissão Repórter. Os outros dois diretores de fotografia do documentário, David Faria e Renan Ferreira são repórteres cinematográficos da emissora, cedidos para o Globoplay, com vasta experiência em jornalismo diário e projetos especiais. Como ocorreu na maioria dos projetos originais realizados pelo núcleo Globoplay em São Paulo, há uma prevalência de profissionais de dois programas específicos, Profissão Repórter e Fantástico. Um dos mais tradicionais programas da TV brasileira, o Fantástico foi criado em 1973. Também semanal, o Profissão Repórter foi ao ar

pela primeira vez em 2006, como um projeto experimental do jornalista Caco Barcellos dentro do Fantástico.

O crime retratado no documentário *MC Daleste* ocorreu no dia seis de julho de 2013. Naquele fim de semana, um show de funk improvisado em uma comunidade pobre em Campinas, interior de São Paulo, ganha as páginas policiais e vira manchete em sites de todo o mundo. O motivo: vídeos do jovem sendo baleado durante a apresentação viralizam. Para boa parte do público brasileiro e internacional, depois da manchete “*MC é baleado no palco*”, surge um natural questionamento: *quem é MC Daleste?* Daniel Pedreira Sena Pellegrini era um expoente do funk ostentação, vertente do estilo que despontou em São Paulo no início dos anos 2010. A notícia da morte, então, divide o público em duas camadas. A primeira, mais numerosa, de pessoas curiosas, não conhece bem nem o universo funk nem a vítima. A segunda, muito mais densa, mas numericamente menor, é formada por jovens da periferia para quem a vida do ídolo brutalmente assassinado tinha um significado inestimável de dor e pertencimento; na visão deles, a favela tinha perdido *um dos nossos*.

A desigualdade econômica e a percepção sociocultural da classe média brasileira, diametralmente oposta à percepção das classes populares, são alguns dos fatores que explicam essa disparidade de perspectiva. Paulo (2017) resgata as raízes do funk para ilustrar o preconceito que o estilo e seus expoentes sofrem por ocupar a posição de um “novo negro” que surge no cenário carioca e configura uma disputa por um novo lugar simbólico nas festividades das favelas e comunidades, deixando-as, de um modo geral, mais plurais e diversas. O funk, sucesso popular no Rio na década de 90, alcançou adesão massiva em meios de comunicação, como o rádio. No entanto, ser o estilo musical mais ouvido ou mais amplamente midiaticizado não significa ser o mais aceito ou articulado. Para Lemos (2014), a natureza da arte de Daleste bem como de seus meios de produção são pistas para compreender essa realidade:

Daleste não é um caso de um artista que se tornou popular após a sua morte; ele já era um cantor amplamente popular antes de falecer. (...) Mesmo sendo praticamente desconhecido pelas classes econômicas mais altas, Daleste era um dos artistas mais populares no Brasil. Os vídeos de sua música tinham alcançado mais de 100 milhões de visualizações no YouTube antes de sua morte. (LEMOS, 2014, p.197)

Ao comparar a produção do artista com a de expoentes de outros gêneros brasileiros, Lemos et. al (2008) ressaltam a importância de canais informais, que tornaram, além do funk, outras cenas musicais economicamente lucrativas como Tecnobrega, Forró Eletrônico, Lambadão Cuiabano e Pisadinha. O assassinato de Daleste suscita questões importantes sobre os mecanismos de popularização e aceitação destas novas cenas musicais descentralizadas, produzidas em periferias globalmente conectadas para as outras periferias — e até para pessoas

do centro, mas sempre fora dos canais tradicionais legitimados desse 'centro' (LEMOS, 2014). Essa também é, em si, portanto, a história de mais uma hegemonia desafiada; nesse caso, a hegemonia das práticas culturais e dos modos de produção tradicionais, desafiada por jovens da periferia adeptos da inovação técnica e imbuídos de um espírito empreendedor. Esses jovens, apesar do ainda rudimentar acesso à Internet em 2013, são hiperconectados, vivem um acentuado processo de convergência e formam uma forte rede de inteligência coletiva. Para eles, na noite de seis de julho de 2013, por volta das 22h30, em um caminhão palco improvisado em Campinas, interior de São Paulo, quem tinha sido assassinado não era só mais um; era MC Daleste, ídolo de uma geração, exemplo para a *quebrada*, milionário de apenas 20 anos.

Jornalisticamente, o ano de 2013 já tinha entrado para a história devido a acontecimentos de grande repercussão. Em janeiro, 242 pessoas morreram no incêndio da Boate Kiss em Santa Maria (RS); em fevereiro, o papa Bento XVI renunciou, sendo sucedido, em março, por um cardeal argentino, mês em que, em vinte e quatro horas, morreram o político Hugo Chávez e o cantor Chorão. Tudo isso antes de junho, quando uma onda de protestos sem precedentes abalou a política brasileira. Mesmo depois de tantos eventos de repercussão, o assassinato de MC Daleste mobilizou a imprensa. O mapa a seguir, com dados da plataforma Google Trends, exhibe um comparativo das buscas pelos seguintes termos: Chorão, MC Daleste, Hugo Chávez, Incêndio na Boate Kiss e Papa Francisco.

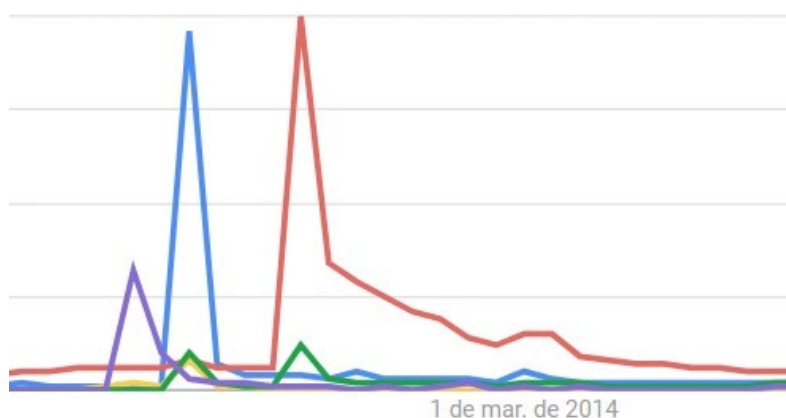
**Figura 1** – Prevalência de pesquisa do termo “MC Daleste” sobre os demais, em todos os estados do Brasil na plataforma Google Trends

● Chorão ● MC Daleste ● Hugo Chávez ● Papa Francisco  
● Incêndio na boate Kiss



O mapa do Brasil mostra a prevalência de buscas no Google Trends no período de janeiro de 2013 a dezembro de 2014. A cor vermelha designa as buscas por MC Daleste e o mapa, em diferentes tons, indica que a busca por MC Daleste superou todas as outras; com superioridade ainda maior nos estados de cor vermelha mais escura, caso, por exemplo, de São Paulo, Bahia e Mato Grosso do Sul. O gráfico abaixo é uma representação visual em linhas que registra dois picos, representando as buscas MC Daleste e Chorão na plataforma. As buscas pelos nomes dos artistas mortos precocemente alcançaram quase o mesmo pico quando foram noticiadas, com ligeira superioridade de buscas por MC Daleste, em vermelho.

**Figura 2** – Gráfico comparativo do volume de buscas por “MC Daleste” e pelos demais termos na plataforma Google Trends



FONTE: GOOGLE. Google Trends. Disponível em: <https://tinyurl.com/DALESTETRENDS>. Acesso em: 26 ago. 2024.

Nos meses seguintes, no entanto, o interesse por MC Daleste continuou sustentado, a ponto de, durante todo o período analisado, manter-se consideravelmente mais alto que o interesse pelos outros casos de repercussão. Ainda em 2013, no dia 17 de dezembro, o Google confirmou que MC Daleste foi o famoso mais pesquisado do ano no Brasil. Além de Chorão, segundo da lista, seu nome tinha superado o de Corey Monteith, ator e cantor da série Glee, encontrado morto na semana seguinte ao assassinato do MC.

Daleste era um promissor talento da periferia, amado pelo público do funk, mas ainda desconhecido no mainstream, o coração da cena musical, reservado a artistas, produtores, gravadoras e outros players de forte apelo popular e imensurável valor comercial. Nascido no

Cangaíba, bairro pobre de São Paulo, a cidade mais rica do Brasil, MC Daleste conseguiu prosperar e enriquecer graças a seu sucesso no funk, mas ainda lutava para que sua imagem e suas músicas fossem aceitas pelo público de fora da periferia, o desafio de vencer o preconceito presente desde sempre na história do funk.

Expressão cultural genuinamente negra que surgiu em bailes da zona norte do Rio em meados dos anos 1970, o funk ganhou popularidade durante mais de uma década sem receber grande atenção da imprensa e da academia. Em 1986, o antropólogo Hermano Vianna lança o livro *O Mundo Funk Carioca*, uma versão de sua dissertação de mestrado (VIANNA, 2014). A partir daí, o ritmo musical vira objeto de estudo acadêmico e foco de interesse jornalístico, antes mesmo de alcançar sucesso comercial. Nos anos seguintes, a imprensa reserva ao funk uma posição de marginalização, ligando o ritmo e seu principal ritual, os bailes, à violência, ao uso de drogas e à hipersexualização (BRAGANÇA, 2017). A abordagem é registrada no documentário *Funk Rio* (1994), de Sérgio Goldenberg, obra do Centro de Criação de Imagem Popular (CECIP), que entrevistou funkeiros que apontavam racismo e preconceito por parte da classe média e dos jornalistas. Com a proposta de apresentar o funk aos públicos brasileiro e estrangeiro, o documentário adota, inicialmente, um tom didático que, logo no início, dá lugar, pelas palavras do jovem Alex, de 24 anos, frequentador de bailes, a uma sofisticada analogia sobre o processo de formação da cultura funk, que naquele momento já reunia mais de 500 mil pessoas em festas toda semana, e que ilustra, na prática, o que é a inteligência coletiva definida por Lévy (1998).

O ritmo funk chegou ao Brasil nos anos 70. Hoje junto com o rap, break e todas as derivações do hip hop norte americano, o funk é consumido por todas as favelas e bairros pobres do Rio de Janeiro. A música funk no Rio de Janeiro não existe sem os bailes. Novos lançamentos são trazidos semanalmente dos Estados Unidos para serem tocados exclusivamente nessas ocasiões. De quarta a domingo, são trezentos bailes funk em todo o estado do Rio. É uma festa essencialmente carioca que apesar de motivada por um ritmo importado não existe em nenhum outro lugar do mundo. (FUNK RIO, 1994)

Nos anos 2000, o funk chega aos cinemas sob o estigma da violência. Longas-metragens como *Cidade de Deus* (2002), *Cidade dos Homens* (2007) e *Tropa de Elite* (2007), por exemplo, tiveram em comum a proposta de retratar, em todo ou em parte, da maneira mais realista possível, diferentes aspectos da vida nas comunidades negras do Rio, usando o funk, não apenas como elemento de ambientação e pano de fundo, mas, principalmente, como protagonista de narrativas e dos conflitos de seus personagens. Os anos 2000 também foram um marco da popularização comercial do estilo, que dominou as paradas de sucesso, substituindo o pagode, que teve seu auge nos anos 1990. Nessa época, a massificação do estilo ocorreu ainda com o

nome e imagem regionais de *funk carioca*, já como expressão artística consumida em todo o país, mas ainda com uma identidade territorialidade pejorativa. Depois de anos de luta por reconhecimento, em especial de artistas cariocas que furam a bolha e atingem o mainstream, a realidade começa a mudar de maneira mais acentuada no início dos anos 2010 quando, em São Paulo, mais especificamente na Baixada Santista, o funk é assimilado por produtores musicais e empresários de casas de shows. Em pouco tempo, o estilo carioca sobe a serra paulista e começa a ser produzido nas favelas da capital, assumindo novas características musicais, comportamentais e mercadológicas, relacionadas ao estilo de vida caótico da quarta maior metrópole do mundo. O funk ganha a roupagem de meganegócio e esperança de carreira e ascensão para milhões de jovens, um óbvio reflexo da distorcida imagem que São Paulo constrói de si mesma; a de “locomotiva do Brasil”, “terra da oportunidade” ou, nas palavras de MC Daleste, “capital das notas de cem”.

O fato de dez anos após seu assassinato MC Daleste ainda ser uma referência para jovens da periferia de todo o Brasil já é, em si, um exemplo de como movimentos espontâneos de convergência midiática, cultura participativa e inteligência coletiva são determinantes para a preservação da cultura popular e da memória de seus expoentes, mesmo à margem e à revelia de grandes conglomerados de comunicação. No início dos anos 2010, por exemplo, MC Daleste era um artista independente, um fenômeno das redes sociais que lotava casas de show em São Paulo e em todo o Brasil sem apoio ou cobertura da grande imprensa nem contrato com gravadoras. Sua base de fãs era composta por adolescentes das periferias do Brasil inteiro que compartilhavam suas músicas por bluetooth e seguiam suas contas no Twitter, no Instagram, no Youtube, no Facebook.

Já nas horas seguintes à sua morte, MC Daleste passou a ser conhecido por um público diferente daquele que frequentava — ou que sonhava frequentar — seus shows. Emissoras de TV noticiavam sua morte e, nos meses seguintes, especulações sobre o motivo do assassinato tornaram-se frequentes em programas sensacionalistas, sempre com o uso da imagem do crime, que mostra que Daleste foi baleado duas vezes. O primeiro disparo atinge Daleste de raspão e perfura a estrutura metálica atrás do cantor. Sem perceber que foi atingido, ele reclama com o público: “*Aí é tiração molecote*”. Também na linha de tiro, seus amigos, que compõem uma improvisada equipe de trabalho, ficam alarmados, mas não desconfiam que o atirador se prepara para o segundo tiro, fatal.

Os minutos seguintes ao ataque são cruciais para entender a proporção que o crime tomou. Os fãs de Daleste são os primeiros a avisar as autoridades. A Polícia Militar é chamada, mas não consegue chegar porque a multidão se dispersa por todos os acessos à comunidade.

Meninos e meninas pobres, assustados, correm ao ver o ídolo baleado no palco. Dos prédios do conjunto habitacional, centenas de mães e avós e alguns pais descem para salvar seus pupilos. A confusão toma conta do CDHU San Martin, em Campinas. Em instantes, os vídeos do crime já estão na internet, e as imagens, gravadas por fãs na frente do palco, vão parar em duas redes sociais, Facebook e Youtube. Horas depois, já na manhã de domingo, a notícia do assassinato chega a sites de notícias de todo o país. Na segunda-feira, com o vídeo circulando no mundo todo e nenhuma resposta das autoridades, jornalistas de outros países começam a noticiar o crime. Os portais MTV, Hollywood Reporter, Huffington Post, Vintage Media Group e Los Angeles Times destacam que o assassinato aconteceu na frente de milhares de pessoas e que as imagens são fortes.

Aqueles curiosos para ver o vídeo, que tem quase quatro milhões de views, fiquem cientes de que as imagens contêm violência (ROBERTS, 2013, tradução minha).<sup>1</sup>

No dia seguinte, terça-feira, em São Paulo, a cem quilômetros do local do crime, trinta jornalistas estão reunidos em uma sala. O espaço amplo, dividido por baias de escritório, não tem janelas. O chão de carpete e as paredes cinzas quase se misturam, formando um mosaico monocromático. A área de trabalho é quase toda ocupada por um extenso mobiliário interconectado. Os espaços vazios servem, basicamente, para que os jornalistas entrem e se acomodem em seus lugares. Ali, trabalham jornalistas que tem entre dezoito e sessenta anos, geralmente nos computadores, olhando telas opacas, fazendo anotações com canetas bic em blocos de papel. Nas mesas, monitores de tubo e gabinetes de CPU bege dividem espaço com livros, calendários, blocos de anotação, páginas de processos criminais e jornais, muitos jornais. Todos têm celulares e rádios, mas, enquanto estão na redação, os aparelhos ficam nos bolsos ou dentro de bolsas. Em 2013, aplicativos de mensagem instantânea, produtividade e edição de textos existem, mas a capacidade de processamento dos chips ainda é tão limitada e a internet móvel tão lenta que os dispositivos móveis, em várias situações, ainda atrapalham mais do que ajudam. A redação está em silêncio. Vai começar a reunião de pauta do Fantástico, o mais tradicional programa da TV brasileira.

Reis (2016) destaca que a estreia do Fantástico, em 1973, inaugurou o gênero da revista eletrônica na televisão brasileira, aliando informação e entretenimento e oferecendo aos telespectadores das noites de domingo reportagens, quadros e espetáculos que tinham como intuito mostrar aquilo que havia de mais inusitado na época. Com o passar dos anos, o programa passou a se comprometer de maneira mais clara com a cobertura do factual, tornando-se

---

<sup>1</sup> “Those curious to see the video, which has nearly 4 million YouTube views, should be warned that the clip is graphic.”

referência pelas reportagens investigativas, pelos “furos” jornalísticos e pela exclusividade das informações transmitidas. Hoje, aos 50 anos, o Fantástico continua no ar com jornalistas em todos os continentes e duas redações exclusivas, uma que serve de estúdio, no Rio de Janeiro, e uma outra, em São Paulo, onde três dias depois do assassinato de MC Daleste, os jornalistas estão reunidos.

A redação é o templo da imprensa. Apesar de a reportagem, o mais importante fazer jornalístico, nascer e acontecer nas ruas, a quilômetros das chefias e das máquinas de café, é na redação que são tomadas as principais decisões dos veículos de comunicação. E, via de regra, elas começam na reunião de pauta. No dia a dia, cargo e posição hierárquica de um jornalista podem definir a relevância de sua opinião, mas, na reunião de pauta, qualquer um pode pedir palavra para defender uma história. O objetivo é sugerir uma pauta, defendê-la ferrenhamente e persuadir os colegas jornalistas de que determinada história merece ganhar destaque e virar notícia. Tradicionalmente, a reunião de pauta do Fantástico começa com uma avaliação coletiva do conteúdo da edição anterior. Em seguida, os jornalistas iniciam uma rodada de sugestões de pauta para o programa seguinte. Naquela terça, nove de julho de 2013, três assuntos populares dividem a atenção da imprensa brasileira e dos presentes na reunião.

O primeiro tema, emblemático, é um desdobramento do, até então, maior escândalo da história do judiciário brasileiro, o caso Lalau, apelido do juiz Nicolau dos Santos Neto, condenado por corrupção por desviar R\$170 milhões da obra do Tribunal Regional do Trabalho de São Paulo (TRT). O motivo: minutos antes da reunião de pauta, a Suíça anunciara um acordo com o governo brasileiro que previa a devolução de R\$10 milhões desviados e depositados pelo juiz em um banco em Genebra. O segundo assunto, de ainda mais apelo popular, era o grave estado de saúde do pop-star de axé Netinho, internado em uma UTI de um hospital particular em São Paulo. Muito doente e incomunicável há mais de dois meses, devido a lesões hepáticas agravadas pelo uso de anabolizantes, Netinho tinha sido o principal assunto de edições anteriores do Fantástico, gerando boas respostas da audiência. Pelo ótimo acesso dos jornalistas do programa a informações médicas do artista, e com o gancho do aniversário de 47 anos do artista naquela semana, a história de luta pela vida do cantor ganhava força como principal reportagem da semana em São Paulo.

A terceira possibilidade jornalística da semana era a mais incerta: investigar a história por trás do vídeo que chocara o Brasil e o mundo, o assassinato de MC Daleste. Àquela altura, todos os sites já tinham divulgado a imagem, e programas policiais exibiam o assassinato incessantemente, especulando, todos os dias, sobre suspeitos, motivos e sobre o andamento das investigações.

Ao analisar os processos de criação do Fantástico, Abe (2016) conclui que a reunião de pauta é uma disputa de poder ganha por quem tiver o melhor argumento para convencer o editor a apostar em uma ideia, um momento de colocá-la em rede e estabelecer conexões. De fato, as conexões consolidadas durante a reunião de pauta, de tão decisivas para a definição das reportagens da semana, começam a ser estabelecidas muito antes. Repórteres, editores, produtores e outros profissionais do jornalismo começam articulações para defender suas ideias com antecedência. Naquela semana de julho de 2013, por exemplo, em uma conversa informal minutos antes da reunião de pauta, o experiente repórter Valmir Salaro, na época com sessenta anos, e o mais jovem jornalista da redação, o produtor Guilherme Belarmino, de vinte e cinco, parceiros de trabalho, conversaram sobre a brutalidade das imagens do assassinato de Daleste e sobre a importância de convencerem, juntos, a direção do Fantástico de que esse deveria ser o assunto da semana. Agora, na reunião, enquanto aguardam o momento de apresentar suas pautas, Salaro e Belarmino, em plena era pré-Whatsapp, conversam por e-mail, atualizando suas expectativas para tentar aprovar uma reportagem sobre o assassinato de MC Daleste.

***Terça-feira, 9 de julho de 2013***

*12h43 - De: Valmir Salaro para Guilherme Belarmino*

*o lalau esta na capa do gl:o dinheiro roubado foi recuperado na Suíça.veja*

*12h46 - De: Guilherme Belarmino para Valmir Salaro*

*Vamos manter em banho maria. Aliás, viu que tô matriculado no netinho?*

*12h47 - De: Valmir Salaro, para Guilherme Belarmino*

*Ok.silencio total.mas acho que vc deveria entrar no caso do daleste (...)*

O “banho maria” jornalístico significa manter o caso em stand-by, ou seja, a sugestão é acompanhar os descobrimentos do anúncio da repatriação do dinheiro desviado, mas sem transformá-lo em sugestão de pauta da semana, já que isso poderia inviabilizar uma reportagem sobre o assassinato de Daleste. Com mais de trinta anos de experiência, Salaro indica que, apesar de Belarmino já estar “matriculado” na história de Netinho, ou seja, já ter a incumbência informal de checar novidades sobre o caso mesmo antes de uma aprovação formal da matéria, ele acredita que o jovem produtor deve se concentrar na investigação do caso Daleste. A discussão ilustra como, na prática, jornalistas lidam com os critérios de noticiabilidade e com as nuances da definição da pauta.

Critérios de noticiabilidade são perguntas que os jornalistas devem fazer aos fatos, ao público, a seus colegas de redação, às autoridades e, principalmente, a si mesmos, antes de decidir que acontecimentos jornalísticos merecem ou não atenção da imprensa, que fatos devem

virar notícia. Para Silva (2005), a necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para a publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia a dia. Em seu estudo que propõe uma sistematização dos critérios de noticiabilidade, a pesquisadora lista dezenas de sistemas possíveis para definição de valores-notícia, que são pontos simbólicos que os jornalistas atribuem gradativamente aos fatos para elencá-los com o objetivo de organizá-los e *rankeá-los*, por ordem de relevância jornalística, com o objetivo de decidir o que será e o que não será notícia. Destacando fatores como importância, proximidade, surpresa, frequência, atualidade etc., Silva (2005) conclui que é necessário atribuir uma carga variável de valor aos fatos devido volume abissal de matéria-prima jornalística em circulação, ou seja, por causa da abundância gigante de acontecimentos, que faz com que seja preciso estratificar para escolher qual acontecimento é merecedor de adquirir existência pública como notícia.

As respostas a essas questões não precisam ser respondidas com exatidão por jornalistas no momento da apuração. No entanto, dentro de qualquer redação, é imperativo que os jornalistas saibam inferir empiricamente a importância dos fatos de interesse público. Em um programa como o Fantástico — de investimento expressivo, briga por audiência e histórico de liderança consolidada — soma-se ainda um outro critério: qual a possibilidade de se conseguir um furo jornalístico? Qual a chance de, ao escolher determinada história, o produtor e o repórter conseguirem avançar mais do que a concorrência? A discussão sobre critérios de noticiabilidade e sobre a dinâmica das escolhas das jornalísticas pode soar distante e parecer fugir ao tema da produção de documentários. No entanto, o jornalismo é hoje uma influência potente na definição de temas da indústria de documentários. O caso Daleste, em si, é a prova de um fato importante, próximo, surpreendente, pouco frequente, grave e extremamente atual que, dado seu valor social e histórico, foi aprovado na reunião de pauta e, dez anos depois, tornou-se foco de um documentário original Globoplay.

### **Análise do primeiro episódio**

Com cinquenta e um minutos de duração, o primeiro episódio de *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco*, com roteiro de Eliane Scardovelli e Caio Cavechini, apresenta o artista, seu sucesso, traços de sua personalidade e a importância de Daleste para a cena funk, familiares e fãs. Com vídeos de arquivo, o episódio coloca o espectador em contato com um Daniel Pellegrini feliz, agitado, que surge dos bastidores de um show cantando, brincando e interagindo com o público. As escolhas narrativas do episódio têm dois objetivos principais; apresentar

Daleste e sua vida, explicando a fase de sucesso na época do assassinato, e mostrar a brutalidade do crime do qual ele foi vítima. O terceiro e último capítulo deste trabalho analisa o primeiro episódio do documentário refletindo sobre suas escolhas narrativas, levando em consideração fatores estéticos, de roteiro, jornalísticos, éticos e de planejamento. O estudo reflete sobre as emoções e reações suscitadas pela obra audiovisual, sem, no entanto, pretender-se análise de recepção. Trata-se, portanto, primordialmente, de uma análise da estrutura pela definição de McKee (2010), para quem a estrutura é uma seleção de acontecimentos das histórias de vida dos personagens, composta em uma sequência estratégica para despertar emoções específicas e expressar uma visão específica da vida. Ou seja, o principal objetivo é entender qual a importância dos fatos apresentados no documentário para o desenvolvimento da história e quais recursos audiovisuais foram escolhidos pelos diretores para contá-los.

Antes de proceder à análise, é imperativo apresentar os conceitos utilizados, principalmente, os que descrevem processos, interpretações e campos narrativos. McKee (2010) foi escolhido como arcabouço teórico pelo seu viés prático, pois, além de desenvolver conceitos relevantes para roteiristas, diretores, produtores e demais profissionais da cadeia cinematográfica, sua obra dialoga com os anseios e expectativas dos diversos públicos do cinema, segmentando as técnicas, muitas vezes, de acordo com determinados gêneros narrativos. O livro *Story* (2010), cujo ferramental será utilizado nesta análise, é um guia para trabalhadores audiovisuais de todo o mundo, que oferece soluções para análise e desenvolvimento de narrativas. Importante destacar que apesar de o livro tratar, majoritariamente, de narrativas ficcionais, seus conceitos podem ser utilizados no vasto universo da não ficção. O empréstimo de glossário, significados e perspectivas não pode acontecer, no entanto, sem ajustes e acordos conceituais. No caso da adoção de termos, por exemplo, o autor desta dissertação optou, sempre, pelo uso da palavra *história* — ao invés de *estória* — para se referir um acontecimento ou mesmo a um conjunto ordenado de acontecimentos. O uso da palavra *história* faz jus ao objetivo deste estudo, leia-se: realizar uma análise de uma obra não ficcional que, para Nichols (2005), é uma “narrativa factual baseada na realidade”, para quem os documentários possuem liberdade para elaborar com base na realidade, sem ficcionalizá-la, delimitando a história como uma “narrativa factual baseada no que aconteceu ou no que, baseado em fatos, presume-se ter ocorrido”.

Os principais conceitos utilizados na análise serão: *evento, valores da história, sequência, cena, ato, clímax, final aberto ou final fechado*. Também será utilizada a ideia de ambiente, que é a junção dos conceitos de *período, duração, localização e nível de conflito* (MCKEE, 2010). McKee defende que as histórias são equipamentos de vida e que uma história

não é uma fuga da realidade, mas um veículo que nos carrega em nossa busca pela realidade. A história, portanto, é a melhor tentativa para descobrir algum sentido na existência, pois a organiza diante do espectador a ponto de tornar uma quantidade limitada de acontecimentos e interações dos personagens compreensível, palpável, emocionante, atribuindo a ela um sentido do todo e, ao mesmo tempo, uma mensagem, um significado. Nosso apetite por histórias é, então, um reflexo da necessidade profunda do ser humano de compreender os padrões do viver, não meramente como um exercício intelectual, mas como experiência pessoal e emocional. Assim, ao explicar a estrutura, McKee ressalta que, nas mãos do cineasta, a "história de vida" deve tornar-se a "história contada", um processo pautado por decisões conscientes dos diretores, tomadas com o objetivo de gerar reações específicas no público (MCKEE, 2010).

Na realidade em que o cinema é uma indústria, essas decisões, naturalmente, são precedidas e influenciadas por diversas variáveis: conceituais, de orçamento, jurídicas, tecnológicas, de equipe, relacionadas a prazos e equipamentos, além de, no caso dos documentários, sofrerem influência da própria vida dos personagens retratados. A análise do primeiro episódio de MC Daleste abordará esses aspectos extra filme que tornam-se questões filmicas a partir de decisões de roteiro, seguindo o caminho lógico das telas para os bastidores, ou seja, assumindo que o filme é o que se vê, o que foi feito, realizado e, conseqüentemente, visto pelo espectador — e não um universo de possibilidades abandonadas ao longo do caminho.

Quanto às definições, a **estrutura** é, em si, a seleção de eventos da vida dos personagens organizada em uma sequência estratégica para despertar emoções específicas. A estrutura é formada por **eventos**, acontecimentos que geram mudanças significativas na situação de vida de um personagem, mudanças que podem ser expressas e experimentadas em termos de um valor. Esses **valores**, por sua vez, são qualidades universais da experiência humana, que podem e devem mudar de positivo para negativo, ou de negativo para positivo, de um momento para o outro (MCKEE, 2010). Ou seja, uma **narrativa** é o desenvolvimento de diversos eventos na vida de um protagonista, que gera reações nos espectadores via a alternância dos valores experimentados pelo público, pois, organizados em uma determinada ordem, chamada de estrutura, geram determinados significados. Uma história pressupõe, portanto, uma sucessão de eventos transformadores, de altos e baixos, que geram diferentes emoções nos personagens e, conseqüentemente, no espectador.

O que diferencia um acontecimento banal — sem importância na história do personagem e do filme — de um evento significativo, que vai marcar o personagem e o espectador, é o **conflito**. Do latim conflictus, a palavra é a junção de dois termos: “con”, que

significa “junto”, e “fligere”, o verbo “lutar, bater”. Etimologicamente, conflito é, então, o choque, a colisão entre forças opostas. Na narrativa, o conflito é a força responsável por mover a ação, é o que gera tensão e interesse no público, a essência do drama. Já a **cena** é uma ação, em tempo e espaço mais ou menos contínuos, que transforma a condição de um personagem com um grau de notável significância. Como, idealmente, cada cena é um evento de história, uma **sequência** é uma série de cenas, que culmina com maior impacto do que qualquer cena anterior. Adiante, um **ato** é uma série de sequências que culminam em uma cena climática de grande reversão de valores, mais poderosos em seu impacto do que qualquer sequência ou cena anterior. E, enfim, o **clímax da história** é uma série de atos que levam ao clímax do último ato, trazendo consigo o clímax absoluto e uma mudança irreversível.

Ainda sob a imagem do logo do Globoplay, marca inicial de todas as produções originais, os primeiros sons do documentário evidenciam que a obra utilizará vasto material de arquivo. Dezenove segundos de câmera amadora, errática, indicam o valor do registro audiovisual histórico. As imagens de arquivo carregam a cicatriz tecnológica do momento em que foram produzidas, marcas de um passado que elas buscam resgatar e reviver diante dos olhos do espectador. Historicamente utilizadas pelo jornalismo e pelo cinema não ficcional como possibilidade de observação de um tempo que não volta e que não pode ser observado senão por elas, as imagens de arquivo precisam ser sempre submetidas a uma equação severa que leva em conta seu valor histórico e o confronto com a qualidade técnica do que foi captado. As imagens de arquivo de MC Daleste, por exemplo, apresentam um claro comprometimento de áudio e vídeo fruto da precariedade em que foram feitas, devido, obviamente, às condições financeiras de quem as produziu. São, portanto, em sua essência, em sua precariedade, em seu desafio técnico, a história em si. As imagens de arquivo resistem, são utilizadas por cineastas e alcançam grande valor narrativo porque, em última análise, suas limitações tecnológicas, que prejudicam áudio e vídeo, são informações sobre o momento em que foram gravadas, sobre quem as gravou e o que e como se pretendeu gravar; são provas indisfarçáveis de condições socioeconômicas, artefatos audiovisuais fiéis a uma época e a um sujeito, únicos.

Penkala (2012, p.93) reflete que tradicionalmente, as imagens de arquivo são recebidas com crença e confiança. Não porque não possam ser adulteradas, mas porque, por um lado, são usadas desde sempre na história do registro documental através das imagens em movimento – dentro de um contexto que teve início com a fotografia – como “demonstração” e, por outro lado, pela própria natureza de seu registro e contexto de produção.

As imagens de arquivo são a prova física da ligação material entre o interlocutor que nos informa sobre (o cinegrafista e/ou jornalista/repórter) e os fatos em sua ocorrência única. Por meio da produção e uso dessas imagens podemos concluir que são

considerados, em sua natureza bruta ou editados, documentos de grande valor descritivo, informativo, representativo e comprobatório. Seu teor documental se deve, principalmente, à natureza de sua produção, uma vez que fatos não esperam hora ou local apropriado para acontecerem. (PENKALA, 2012, p.92)

A análise dos cinquenta segundos iniciais do documentário MC Daleste revela a gama de recursos e efeitos audiovisuais utilizados pelos documentários. Após o crédito inicial da plataforma Globoplay, a tela escura acende lentamente. “*No palco da Nitro Night, MC Daleste*”, grita o apresentador, mas o artista não se revela. Sua aparição é rápida, ainda como silhueta, uma imagem de menos de um segundo que entrega mais a aura de MC Daleste do que sua presença.

**Figura 1** – Primeira aparição de MC Daleste no documentário; contraluz e silhueta

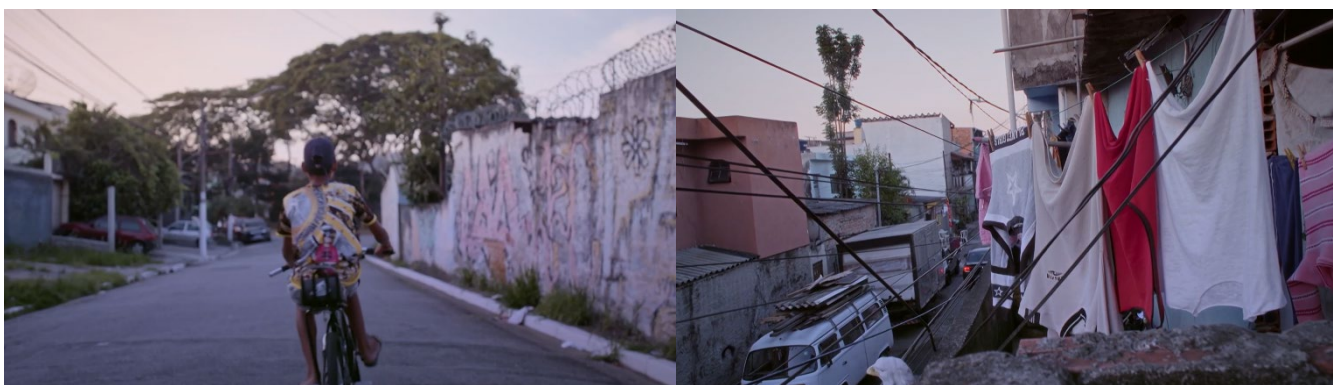


Fonte: MC DALESTE (2024)

Surgem, então, duas imagens simples, singelas, sem relação direta com o ambiente de shows dos primeiros segundos do documentário. Na primeira, uma criança negra anda de bicicleta, afastando-se do espectador. Ela veste uma camiseta de homenagem a Daleste e se afasta da câmera, sob um efeito visual que a coloca mais no terreno da memória do que no da informação. A segunda imagem mostra um varal improvisado, roupas simples penduradas. O enquadramento encaminha o olhar do espectador para paredes de concreto, sem acabamento, carros antigos em uma rua estreita e para um emaranhado de fios de alta tensão, signos de um ambiente periférico. Diversas linhas convergentes compõem a imagem, que documenta a vida simples da periferia, mas não só. O uso da perspectiva, a convergência das linhas e o desfoque do muro em primeiro plano indicam um apreço estético ao retratar uma cena que poderia ser considerada banal — e que talvez seja. A antecipação que este take específico deixa ao

apreciador audiovisual mais atento é que, por mais trivial que seja a cena, o olhar de quem a capta é que define sua profundidade e essência, já que o enquadramento não entrega a informação específica de um varal com roupas penduradas, mas uma existência periférica em que o documentário, já em seus primeiros segundos, pretende mergulhar. Essa curta sequência, com apenas duas imagens, tira o espectador do ambiente badalado da vida musical do protagonista, transportando-o repentinamente para o cenário da vida do MC.

**Figura 2** – Takes seguidos, Menino Andando de Bicicleta e Varal na Periferia



Fonte: MC DALESTE (2024), compilação do autor

Em seguida, vozes femininas cantam o refrão mais famoso do artista: *“Quem é essa menina de vermelho? Eu vim pro baile só pra ver ela rebolando até o chão!”*. O tratamento de áudio faz com que as vozes surjam baixas, aumentando gradualmente, até serem acompanhadas pela voz a capella do artista. *“Usa Dolce Gabbana, grife cara, ela tem grana pra gastar. Ela também usa Louis Vuitton”*. Ao lado das fãs, Daleste finalmente surge em fotos coloridas que mostram, pela primeira vez, o seu rosto. Em ação, ele aparece em um fundo de quintal, cantando e sorrindo, cercado por fãs que tentam se aproximar, mas não o alcançam por causa de um também improvisado cordão de isolamento.

A montagem audiovisual esconde as engrenagens da sequência musical. Em apenas quarenta e três segundos, mais de trinta cortes de imagem e uma imensurável colagem de sons de origens e contextos diferentes, criam um trailer musical. A técnica audiovisual gera sincronidade, juntando as três vozes — duas das fãs e a de Daleste a capella — transformando-as em um coro que ajuda a compor a história; fama, sucesso e admiração. Os documentaristas se valem da montagem para oferecer a experiência sensual de sons e imagens organizados de tal forma que passam a representar algo mais do que meras impressões passageiras: passam a representar qualidades e conceitos de natureza mais abstrata (NICHOLS, 2005, p.65). Para

Nichols, o documentário possibilita que se transite do abstrato para o concreto e que se crie zonas de intersecção entre esses dois mundos. Por meio da montagem de sons e imagens, a direção do filme cria um canal de comunicação único com o espectador, um canal uníssono que é o próprio filme; uma voz. O termo voz é usado por Nichols para definir a alma expressiva do documentário; fruto das milhares de decisões tomadas ao longo da obra e do fato de os documentários não serem reproduções da realidade e, sim, tentativas de contá-la ao público, de forma singular, por meio de diversos elementos que, juntos, formam essa voz.

Os documentários procuram persuadir ou convencer, pela força de seu argumento, ou ponto de vista, e pelo atrativo, ou poder, de sua voz, a maneira especial de expressar um argumento ou uma perspectiva. A voz, então, serve para dar concretude ao engajamento do cineasta no mundo (NICHOLS, 2005, p.76). Em MC Daleste, a voz do filme nasce pela voz das fãs, como grito de veneração, e materializa-se de maneira mais contundente como texto, ainda no início do filme, por meio de depoimentos:

“Quando ele chegou e eu vi aquela multidão chamando o nome dele, eu pensei: e não é que o menino é famoso mesmo?”(MC DALESTE, 2024)

Nada aleatória, a primeira frase falada do documentário introduz, ainda de maneira sutil, uma ideia que vai permear toda a narrativa e será desenvolvida já nos minutos seguintes: a desconfiança a que são submetidos os jovens da periferia. “*E não é que o menino é famoso mesmo*”, atesta a surpresa de um amigo ao descobrir que Daleste alcançara o sucesso, frase que surge *coberta* por imagens de shows do artista. A expressão “e não é que” é uma construção linguística coloquial que envolve elementos gramaticais e cognitivos interessantes ao introduzir surpresa, mudança inesperada e desconfiança, indicando um contraste entre a realidade positiva e as expectativas anteriores, ruins; um paradoxo entre o fatídico, a infelicidade inevitável, o infortúnio esperado para a vida do MC e o que realmente sucedeu, o bom inesperado que deixa no ar que o que aconteceu, na verdade, exatamente por ser bom, era improvável. Cognitivamente, apesar de evocar uma expectativa ruim, a expressão “e não é que”, no contexto da obra, alcança conotação e contornos positivos e revela um ajuste repentino nas percepções, em que o resultado, no fim, supera as expectativas

Os depoimentos continuam, e refrões de Daleste se alternam, em ritmo frenético, com relatos sobre sua vida. “*Era uma loucura, era uma loucura*”, a voz feminina antecede um clipe de Daleste agitando a plateia em um refrão ousado “*Louco de maconha! Louco de Maconha*”. Um clipe em que o artista anuncia seus próprios shows aproxima o MC do espectador, trazendo-o para o mundo real, do público, e serve ao papel de materializá-lo, fazê-lo ser visto, antes da continuação da sequência de depoimentos, em off, sobre sua personalidade:

O cara cantava, dançava, sorria, pulava e trazia a galera pra fazer igual. “Sabe que o Daleste é tudo de bom!” Ele era um cara também que ele sabia sensualizar no palco, tirar uma onda e as minas pagava mó pau. “Vai beber muita tequila e depois beijar minha boca!” Daniel era o Backstreet Boy do funk. Esse bagulho amarelo é o hotel, olha a vista que a gente tá. Que que é isso, hein? (MC DALESTE, 2024)

Os depoimentos iniciais trazem elogios à personalidade de Daleste e sugerem que ele chegou aonde chegou graças à simpatia, à versatilidade e ao sucesso com as mulheres, o que lhe rendeu o apelido de “Backstreet Boy” do funk. A construção textual muda e, de novo, flerta com o sentimento de desamparo e com a falta de apoio aos jovens da periferia.

Pra quem desacreditou que a gente ia em Recife, né, moleque? Pra gente pobre loco, que não saía de São Paulo, não saía do meio da periferia, tá vivendo aquilo ali, então, era uma realização, uma coisa muito boa. Daleste, Pobre Loco da Penha, Cangaíba, Jaú; o nome dele se espalhou pelas quebradas. (MC DALESTE, 2024)

A partir desse momento, as vozes, ao falar de Daleste, ilustram também a realidade de outros *Dalestes*, coletivizando a trajetória do artista, retratando-o não mais como sujeito famoso, mas como representante de uma classe social que luta contra o preconceito em busca de ascensão e reconhecimento. A ideia de seguir na *contramão do destino*, de vencer a luta contra a realidade é resumida na metáfora de Daleste; a mudança de vida da água pro champagne. Ele vangloria-se do sucesso e louva o fato de ter ganhado dinheiro com funk. No entanto, nesse momento, até mais do que a fama, o que ele celebra é ter conseguido fugir da escassez e da fome, deixando para trás os tempos de geladeira vazia.

Aí, você pergunta por que você ama o baile funk? E eu te respondo porque o **baile funk mudou a minha vida da água pro champagne. Porque, quando eu comecei, era desse jeito, tá ligado: abria uma geladeira e não tinha porra nenhuma pra comer.** Aê, Daleste Daniel! E era uma contramão, né, cara, porque **ninguém acreditava em nós.** (MC DALESTE, 2024, grifos meus)

A metáfora da água pro champagne cria conexão e dialoga com fãs, mas também com espectadores que não conhecem ou que eventualmente não gostam de funk. Por tratar de um tema universal, a fome, a frase remete à mais importante característica do funk ostentação, o sonho da ascensão social. Os últimos depoimentos do clipe explicam, de maneira concreta, esse raciocínio e introduzem, pela primeira vez no documentário, um vislumbre de futuro.

**A gente via os MCs de fora, naquela época era só os MCs da Baixada e os Mcs do Rio** de Janeiro. Era bem poucos MCs de São Paulo. E era um dos caras que puxou esse bonde do funk ostentação, tinha um time ali. E o daleste, entre eles, era o mais promissor. (MC DALESTE, 2024, grifos meus)

Até então, Daleste aparece como um personagem do passado, um sucesso sacramentado, consolidado. Uma palavra, no entanto, sugere uma nova abordagem para a carreira do artista: *promissor*; que promete ser bom, feliz, bem sucedido, propício, que faz promessas (Oxford, 2023). A entrega narrativa desse momento defende que o sucesso de

Daleste não é apenas o seu próprio sucesso, mas a vitória de todos que vêm de onde ele vem; a vitória da periferia, dos pobres. E o vídeo que fecha o formato de depoimentos em off é a síntese visual dessa ideia; Daleste cantando e rindo, cercado por crianças felizes.

Eu falei: “Meu deus, meu irmão conseguiu!”. Eu me arrepio de falar: “Meu irmão conseguiu, ele conseguiu!”. As pessoas, eu vendo na boca das pessoas uma música até então desconhecida, sem a ajuda de um empresário, sem ajuda de nada. (MC DALESTE, 2024)

Mesmo com as sutis referências à pobreza e à necessidade de superação para atingir fama e sucesso, o clipe inicial do documentário possui um inegável tom positivo sobre a vida, não apenas da vida do protagonista, mas uma construção positiva em relação à vida, como indica McKee (2010), que defende que as “histórias são equipamentos de vida e que, portanto, uma história não é uma fuga da realidade, mas um veículo que nos carrega em nossa busca pela realidade”. Sendo assim, a realidade exibida nos primeiros minutos do documentário é apresenta-se como a ideal, desejada; a eufemística realidade da ascensão social, da realização do sonho, da glória, do final feliz. Se “a história é a melhor tentativa para descobrir algum sentido na existência”, o início do primeiro episódio entrega uma existência plena, em que é possível, apesar das dificuldades, alcançar o que se almeja. O apetite por histórias, “reflexo da necessidade profunda do ser humano de compreender os padrões do viver, como experiência pessoal e emocional” é saciado pela trajetória vitoriosa de Daleste, até ali, o bem sucedido protagonista.

Mas, como indica McKee (2010), nas mãos do cineasta, a "história de vida" deve tornar-se a "história contada", um processo pautado por decisões conscientes dos diretores, tomadas com o objetivo de gerar reações específicas no público. Por isso, a indescritível cena seguinte, o assassinato a sangue frio diante dos olhos do espectador, sem aviso, sem explicação, sem possibilidade de fuga, destrói a sequência de sucesso anterior. É esse o sentimento, o mergulho no abismo, a que se refere McKee quando afirma que a “estrutura da narrativa é composta por **eventos**, acontecimentos que geram mudanças significativas na situação de vida de um personagem”. Nesse caso, escancara-se a dilacerante mudança brutal e irreversível de vida para morte, de sucesso para fracasso, da alegria para tristeza. São, para McKee, esses os **valores**, qualidades universais da experiência humana, que podem e devem mudar de positivo para negativo, ou de negativo para positivo, de um momento para o outro na narrativa.

Do ruído do caos, surge a abertura da série documental; o mapa da zona leste de São Paulo ilustrado com imagens de MC Daleste, ao som da trilha original de funk composta pelo produtor musical DJ Wilton, parceiro de grandes sucessos do artista assassinado. As imagens da trajetória de Daleste aparecem em composição com fotos originais do processo criminal,

uma estética que mistura a alegria do funk, a irreverência do artista com o gélido e impessoal clima de investigação e impunidade que permeiam toda a série.

**Figura 3** – Sequência de imagens e artes da introdução do documentário



Fonte: MC DALESTE (2024), compilação do autor

Reproduções artísticas, quebradas, os bairros pobres de São Paulo, ambientam a ágil abertura. As páginas do processo, um retrato da impunidade no Brasil, estão sempre em preto, branco e cinza. O clipe de catorze segundos, que se repetirá no início de cada capítulo, termina em uma efervescência de cores, uma mistura entre o vermelho quente do funk à frieza do lilás opaco. Ao fim da abertura, surge o nome do primeiro episódio, *Eu sou Daleste*, slogan forte, referência a uma de suas músicas mais conhecidas. Seu tempo verbal, *Eu Sou Daleste*, no presente, soa também como uma reafirmação da vida do artista apesar de sua morte, um paradoxo com o que se acabara de assistir. Antes mesmo do fim da abertura, dois sons inatingíveis invadem o ambiente. O primeiro, indistinguível, é um ruído de suspense repentino cujo volume aumenta a ponto de incomodar o espectador. Ele marca a introdução de um artifício cinematográfico utilizado em filmes de suspense e terror, um som que irrompe de fora da diegese para suscitar um sentimento.

Se os três minutos e trinta segundos iniciais do documentário apresentaram uma montagem audiovisual repleta de trilhas, viradas, efeitos de cor e mais de oitenta cortes, a partir de agora, o espectador entrará em uma nova linguagem narrativa, com takes longos e uma

perspectiva contemplativa. E o anúncio dessa nova linguagem é o segundo áudio, um ruído metálico, robótico, constante. Também incômodo, esse ruído, ao contrário do primeiro, não sugere um sentimento, não suscita terror ou suspense, é apenas um ruído. O fim da abertura revela que o som integra a diegese da imagem seguinte, uma máquina de tatuagem, cena que marca uma mudança na linguagem do documentário e o início de um acompanhamento no formato cinema direto em que a câmera fica vinte segundos travada, acompanhando um diálogo entre a irmã de Daleste e o tatuador. O registro e o uso da conversa no documentário representam a essência do acompanhamento do cinema direto, um estilo de reportagem raro na televisão, mas muito utilizado no programa *Profissão Repórter*:

- O seu irmão tinha a sobrancelha cheia, né...
- Ele não tinha nada feio.
- Hã? Não! A sobrancelha cheia, cheia...
- Ahh, eu ia te beliscar...
- A sobrancelha dele é bem cheia, cheia...
- Cheia... (MC DALESTE, 2024)

Singelo, o diálogo acontece ao som da máquina de tatuar que, nesse momento, se, por um lado, de fato, atrapalha o entendimento da conversa, por outro, contribui para dar veracidade e naturalidade à cena. Ininterrupto, o ruído tece a narrativa, costurando o fim da abertura ao diálogo. Depois de conhecer a ascensão meteórica de Daleste e de ser exposto ao brutal vídeo de sua morte, o espectador agora é apresentado a uma nova linguagem audiovisual, em que pode descansar o olhar, livre de tensões e efeitos.

**Figura 4** – Take longo registra reações da entrevistada Carol, irmã de Daleste, sem interferir na cena



Fonte: MC DALESTE (2024)

A cena representa uma mudança de valor, na perspectiva de McKee (2010): do ponto de vista narrativo, o valor negativo da tensão do crime muda para um valor positivo do olhar contemplativo, da interação segura entre personagens que se conhecem. E há também uma

mudança de valor narrativo, do negativo da abertura frenética, com cortes rápidos e dezenas de elementos indecifráveis, para o positivo do take longo, contemplativo, fácil de se assistir.

O acompanhamento de cenas longas tende a aproximar o espectador da realidade de quem é gravado. Assim, sem explicações, narrações, efeitos nem trilhas, apenas na captação audiovisual silenciosa de um suspiro, é possível fazer o espectador sentir o que sente o personagem. É o caso do resultado da tatuagem de Carol, irmã de Daleste, em que a decisão dos documentaristas foi manter apenas suas reações:

- Amei...
- Ficou legal, né?
- ...
- Ele tem um olhar único, então, vai ficar eternizado no seu corpo.
- Obrigada... (MC DALESTE, 2024)

A mudança abrupta de linguagem é um recurso de forte apelo na narrativa não ficcional. Sem explicações, o pulso da irmã de Daleste é a ligação para outra história, que começa no pulso da atriz Isis Valverde na série ficcional *Sereia* (2013). Como destaca Nichols, os documentários não adotam um conjunto fixo de técnicas, não tratam de apenas um conjunto de questões, não apresentam apenas um conjunto de formas ou estilos. Logo, transições abruptas — inaceitáveis no jornalismo, por exemplo — são possibilidades documentais.

True crime que se passa no Carnaval de Salvador, *Sereia* aborda as intrigas por trás de uma bem-sucedida cantora de axé assassinada no palco. A triste e improvável referência surge na história pelas palavras da irmã de Daleste, que a conta, incrédula, aos documentaristas. Para criar um ambiente de imersão narrativa, a opção visual, nesse caso, foi simular digitalmente uma TV presa a uma parede. Como no início do documentário, o recurso de voz em off é utilizado. As imagens da série, intercaladas com a fala pausada da irmã, criam um efeito de suspense e estranhamento que beira o incômodo:

Ele me vira pra família toda e fala: “eu vou morrer exatamente desse jeito... eu vou abrir meus braços no palco e vou levar um tiro”. Isso há muitos anos atrás. Eu falei: “O quê? Para de falar besteira, Daniel! Você tá louco? Olha o que você tá falando”. Aí eu falei, “você fica com graça que que eu não vou deixar você cantar mais”. Aí ele falou assim “não só tô te contando como vai ser”... E todo mundo ficou assustadíssimo com aquilo, mas nunca levamos em consideração, porque o Daniel sempre teve um humor muito ácido. Levamos como brincadeira, depois do ocorrido a gente caiu em si disso, é muito assustador porque o Daniel não deu só esse sinal de que ele tinha uma coisa meio que paranormal. (MC DALESTE, 2024)

Nichols (2005) defende que uma das funções do documentário é “fazer ver o mundo que vivemos, e com o qual já estamos acostumados, com outros olhos, sob uma nova perspectiva, um desviar de nossa atenção para um mundo que já ocupamos”. Os documentários 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. Portanto, os

vídeos e filmes documentários apresentam a mesma complexidade, o mesmo desafio, o mesmo fascínio e a mesma emoção que qualquer um dos tipos de filme de ficção.

De fato, é possível comparar a dramaticidade da sequência premonitória da morte de Daleste ao sentimento causado no espectador por qualquer filme ficcional. Há, ainda, no caso do documentário objeto de estudo, três fatores que intensificam a experiência do espectador. O primeiro é o fato de tudo ter acontecido com uma pessoa real, um jovem, um ser humano que existiu, que tem família, e que poderia, na perspectiva do espectador, ser seu filho, irmão, amigo. O outro fator, extremamente perturbador, é o fato de a história se desenrolar com absurda riqueza de detalhes, já que a cena do assassinato foi gravada em vídeo e aconteceu duas vezes diante de seus olhos; nas imagens amadoras do crime real e agora, novamente, nas cenas de Sereia.

O terceiro fator mescla os dois primeiros e está ligado às decisões dos cineastas sobre como conduzir a narrativa. A narração em off da irmã enquanto as cenas são exibidas em uma TV presa à parede garantem legitimidade e veracidade a história real. Criado digitalmente, o ambiente da sala de casa não descontextualiza nem distorce o fato de se tratar de uma cena ficcional, pelo contrário, agrega à montagem um elemento que flerta com o cinema direto ou como uma vivência real, o estar na sala vendo TV. A sensação de imersão dá-se porque, visualmente, o espectador não está mais assistindo a um documentário contando uma história que se passou há dez anos. Ele está, na verdade, na sala da casa, há dez anos, assistindo a série ficcional com Daleste e sua família. A composição digital que simula a TV na parede da sala ganha vivacidade graças aos detalhes contados pela irmã de Daleste: Estávamos todos na sala, a gente se reunia sempre era na minha casa. (...) Pedimos esfiha, tal, tudo (...)

Em uma edição de texto jornalística, essas frases seriam facilmente cortadas, sem grandes dilemas e discussões. O motivo, compreensível, seria o fato de elas, aparentemente, não acrescentarem informações relevantes ao entendimento da narrativa. Em resumo, em um telejornal, a história, crua, seria, na melhor das hipóteses, apenas: *“Daleste, um dia, comentou que seria assassinado no palco”*. Uma avaliação meramente jornalística poderia, inclusive, cortar o detalhe de que Daleste comentou sobre sua morte enquanto assistia a uma série de TV. Afinal, o que importa jornalisticamente a um editor de jornal, sempre pressionado pela falta de tempo, é, em primeiro lugar, o que foi dito e não exatamente como foi dito. O documentário, no entanto, privilegia a imersão; conta a história, sim, mas, sempre que possível, também utiliza recursos criativos para mostrá-la, para recriá-la, revivê-la, para fazer com que, se possível, aconteça de novo, bem diante dos olhos do espectador.

E, para que a história se desenvolva na tela sem sobressaltos nem ruídos involuntários, é necessário que o documentarista mantenha a fluidez narrativa. Isso pode ser feito com o uso de trilhas musicais, efeitos, colagens e com muitos outros recursos digitais. Alguns desses recursos, no entanto, só podem ser acionados na pós-produção se, antes, na captação de imagens, houver planejamento. É o que ocorre no fim dessa sequência sobre o comentário de Daleste, depois das cenas de Sereia, quando a história volta para a irmã de Daleste, que conta, agora em on, aparecendo, a sua reação naquele momento.

Eu falei: “Quê? Para de falar besteira, Daniel! Você tá louco? Olha o que você tá falando. Você fica com graça que eu não vou deixar você cantar mais...” Aí ele falou assim: “não, eu só tô te contando como é que vai ser”. E todo mundo ficou assustadíssimo com aquilo, mas não levamos em consideração porque o Daniel sempre teve um humor muito ácido. Levamos como brincadeira. Depois do ocorrido, a gente caiu em si disso. E é muito assustador, porque o Daniel não deu só esse sinal de que, assim, ele tinha uma coisa paranormal... (MC DALESTE, 2024)

Carol conta a difícil conversa com o irmão de maneira simples e assertiva, sem titubear e sem dar margem à dupla interpretação. Essa sequência pode ser dividida em dois momentos. No primeiro, Carol está em off, é apenas sua voz. Já no segundo, a jovem aparece falando sobre sua reação. São momentos complementares, organizados por uma ordem lógica de causa efeito que busca guiar o espectador a sentir o que ela própria sentiu: primeiro, a surpresa com o comentário do irmão na sala e, depois, o relato da indignação, que ela conta ao espectador. A fluidez retórica de Carol só é possível porque sua fala foi gravada, simultaneamente, por duas câmeras, como todas as outras entrevistas do documentário. Fruto de planejamento, e com um óbvio impacto nos custos de produção, o setup multicâmera permite escolher dois enquadramentos distintos para que seja possível, na montagem, alternar suavemente de uma câmera para a outra, escondendo, assim, cortes da edição. O documentarista, então, pode fazer escolhas mais minuciosas de conteúdo, garantindo ao espectador um relato contínuo da história. O uso de mais de uma câmera é um recurso cinematográfico valorizado na narrativa não ficcional, mas difícil de se executar no jornalismo, devido a seu custo e ao tempo necessário para se finalizar a edição, que fica mais complexa.

A cada vez mais frequente apropriação de técnicas cinematográficas por obras documentais não marca apenas uma aproximação do documentário com o universo ficcional, significa também que os documentaristas têm, atualmente, a oportunidade de produzir obras mais facilmente assimiladas pelo público, já familiarizado com o consumo e até com a produção dessas técnicas, pois, hoje usadas por documentaristas, muitas delas já são utilizadas há tempo por produtores de conteúdo de funk e de outras áreas do audiovisual. Nesse contexto, MC Daleste é um objeto de estudo que marca a intersecção entre esses dois universos audiovisuais;

o do conglomerado de mídia e o do funk. A cena seguinte do documentário exemplifica uma técnica audiovisual comum a esses dois universos; um recurso utilizado pelo próprio Daleste e por seu parceiro DJ André em uma apresentação ao vivo em que o artista conta ao público um sonho com sua própria morte.

Tinha umas mesa assim, aí o artista ia, nós, no caso. Lá a gente ia e tinha dois ou três apresentadores e faziam várias perguntas assim como nós estamos tamo fazendo essa entrevista aqui: “e aí, como é que foi seu passado e sua vida? Conta aí pra galera”. Só que imagina eu fazendo uma entrevista pro público. (MC DALESTE, 2024)

O formato do evento descrito por Rodrigo Pellegrini, irmão de Daleste, é uma mistura de programa de auditório, show e sabatina, e já seria considerado moderno em relação ao que comumente vemos hoje na televisão. Apresentador e convidados permanecem sentados em segundo plano, enquanto o entrevistado interage diretamente com o público, comandando a cena. O artista conduz a ação cantando, conversando, dançando, contando histórias etc. No evento, Daleste, tal qual um roteirista, conta uma história acompanhado por seu amigo DJ André. A técnica utilizada por eles remete à edição cinematográfica, o uso de recursos sonoros não apenas como parte de uma apresentação musical, mas também como um instrumento de percussão digital, para causar emoções específicas na plateia. DJ André ouve atentamente a história de Daleste e, conforme a narrativa avança, toca trilhas e sons para agregar dramaticidade à fala, intensificando e produzindo sentidos. O trabalho do músico se assemelha ao de um finalizador cinematográfico e a de um sonoplasta, que fazem o mesmo depois de assistir aos filmes em que trabalharão. Há, no entanto, uma diferença que torna o trabalho do jovem DJ perspicaz: ele toma as decisões narrativas em segundos, ao vivo, na frente de centenas de pessoas. Ao contrário do que acontece em uma ilha de edição, DJ André não pode voltar atrás ou refletir demoradamente ao definir o som que deseja utilizar.

Eu imaginei eu falecendo [*Estrondo*] sendo enterrado por todos meus entes queridos. [*Silêncio*] Isso aqui não é história não. É fato, Bombom... (MC DALESTE, 2024)

Apesar de se desenvolver a partir de um crime gravado e de dispor de tantas outras imagens de arquivo, o documentário MC Daleste enfrenta o desafio de contar histórias das quais não existem registros audiovisuais. A carência de imagens é uma constante em projetos documentais, um problema que gera um vazio, uma pergunta para a qual não há resposta única, mas várias possibilidades. No primeiro episódio de Daleste, por exemplo, duas situações do passado são reconstruídas imageticamente. A primeira é a ida de Daleste e da equipe para o show e a chegada ao parque de diversões improvisado em Campinas; e a segunda, depois do crime, o desespero rumo ao hospital.

Sobre reconstituições, reencenações, reanimações e outras formas de explorar o passado, Bill Nichols realizou uma palestra no Centro Brasileiro Britânico, em São Paulo, no dia 13 de maio de 2009. Presente no encontro, Bonotto (2009) explica que o pesquisador americano diz que as pessoas tendem a achar que a reconstituição é melhor quanto mais próxima está do que realmente aconteceu, quando, na verdade, essa avaliação não é realmente exata, pois, para que uma reconstituição seja realmente efetiva, ela deve ser “reconhecida como uma reconstituição”. Nichols (2005) defende que “as reconstituições estão no lugar de alguma coisa, mas não são exatamente idênticas a aquilo de que estão no lugar”. O raciocínio é de que não se denota das reconstituições a mesma coisa que seria denotada das próprias situações históricas, caso as estivéssemos vendo. O lugar da reconstituição, então, seria o de substituir uma filmagem histórica, sem imitá-la, mas fazendo referência; “um gosto de ficção no documentário”.

É importante ressaltar que momentos narrativos diferentes podem demandar reconstituições diferentes. No primeiro episódio do documentário Daleste, os dois momentos não filmados são resolvidos por soluções que têm “gosto de ficção”, mas “dois gostos distintos de ficção”.

O primeiro momento é o relato do caminho percorrido pelos jovens de São Paulo a Campinas horas antes do crime. Um ruído grave interrompe o relato de Márcia Mãezona, fã de Daleste; é o prenúncio sonoro do suspense. O espectador sobrevoa o sombrio caminho que levou o artista ao palco onde ele foi assassinado. A perspectiva muda. Agora, o espectador está dentro do carro, ele sabe para onde está indo. O take longo da estrada reconstitui, de maneira subjetiva, o rápido deslocamento do carro. A iluminação natural e a trilha musical contínua geram uma imersão quase sinestésica de estar viajando à noite:

Entramos dentro do carro. Chegou a hora do show. Fomos pro show. Mano, sabe aquele sentimento que parece que alguma coisa vai acontecer? Eu já tinha tido, tipo, mano, umas brisa de que o carro ia capotar... (MC DALESTE, 2024)

O carro avança na estrada. O mau pressentimento do irmão de Daleste piora. Em seu relato, ele pede para parar, mas não é atendido. O espectador vai junto e, pior, percebe, pelo retrovisor, que avança rapidamente para o local do crime e, com o olhar fixo no espelho retrovisor, lamenta seguir ao inexorável destino. O carro acelera, deixa para trás caminhões, ultrapassa veículos, cruza viadutos:

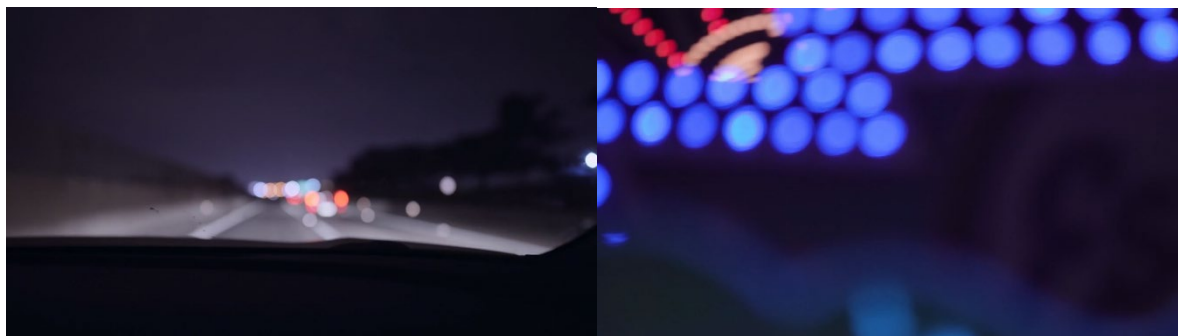
“Vamos fazer o seguinte: breca esse carro aqui, Marcelo, vamos voltar pra casa”. Eu comecei uma crise, tipo, já dava uns arrepios. Eles: “sai daqui”! Começaram a zoar eu. Eles: “não, Pet, cê tá viajando, Pet”. Eu: “não, volta, volta, volta, pelo amor de Deus”... E fomos pro baile, mano. (MC DALESTE, 2024)

Vencida a esperança, o espectador volta a olhar para frente, pelos olhos dos diretores. A tensão do espectador é a mesma dos ocupantes do veículo: *“Depois a gente seguiu caminho, paramo no posto, compramo uísque, Red Bull. E aí, a gente foi bebendo até lá. Aí a gente foi brincando até lá, se zoando todo mundo.”* Narrativamente, isso ocorre porque, ao contrário dos entrevistados, há dez anos, o espectador sabe o que vai acontecer naquela noite, sabe que o artista será baleado no palco, pois tem vívida a lembrança da imagem da equipe no palco, do tiro, da correria. Há um proposital e incômodo desarranjo, pois, no tempo da história, dentro do carro, os jovens de nada sabem, por isso brincam, riem e bebem. A vista frontal do veículo não mostra mais uma estrada nítida como antes; o caminho está completamente fora de foco. A história continua, eles ainda não sabem o que os espera. Aquele parece apenas mais um show. A trilha sonora e as imagens escuras, agora sempre sujas, desfocadas em primeiro plano, sugerem exatamente o contrário. Os relatos ainda remetem ao sentimento de segurança e conforto, mas o espectador sabe que não e sente angústia. Os jovens insistem, já passaram por situações como essa:

No dia, só falaram, a gente tem que fazer quatro shows e o primeiro é esse aqui. A gente chegou no show, era no CDHU. Aí o show era numa rua e do outro lado era, tipo, umas casa em construção, umas árvores. A gente estava acostumado a fazer esses eventos de quermesse, então sempre tem barraca de cachorro quente, o milho, tem brinquedo pras criança... (MC DALESTE, 2024)

As imagens coloridas são puro desfoque. Um alarme parece anunciar o fim do recreio infantil, seguido do bufar de uma válvula, que fecha a sequência, marcada pela dicotomia entre o que sabe o espectador e o que pouco sabem os entrevistados. DJ André, amigo de Daleste, conta que não se lembra de muitos detalhes: *“Eu tenho poucas imagem, é só o vulto que eu tenho mesmo”*.

**Figura 5** – Imagens de reconstituição do trajeto narrado por entrevistados em off



Fonte: MC DALESTE (2024)

A frase entrega que o espectador, talvez sem perceber, acaba de assistir e vivenciar um trecho longo da história do qual não existem imagens de arquivo, mas que, mesmo assim, foi

exibido no documentário: graças à reconstituição. Como destaca Bonotto (2009), “com as reconstituições, um fantasma assombra o texto. O passado é um fantasma que está quase presente: ele voa no ar, nós o sentimos próximo, nós quase conseguimos voltar àquilo que se passou”.

O documentário retoma as imagens de arquivo, que revelam fãs eufóricas. Elas também não sabem o que vai acontecer. O espectador está no meio delas, ouvindo seus gritos, sentindo-as agitadas. É difícil enxergar Daleste no palco. Na multidão, câmeras erráticas tentam gravá-lo. *“Vai explodir! Vai explodir! Com vocês, MC Daleste!”*. O show começa e tudo transcorre bem. Daleste canta e dança, não parece preocupado, mas o espectador sabe que todos ali estão prestes a se desesperar. Uma sequência de fotos para o tempo, e o espectador olha Daleste de perto. Um estampido deixa todos em alerta, mas não é suficiente para evitar a tragédia. *“Aí, foi quando o daleste pensou deve ter, tipo, uns bandido aqui no baile, deve tá dando tiro pro alto.”* Os entrevistados, então, relembram o triste momento do disparo. As vivências de cada um compõem um mosaico. Não por acaso, o irmão de Daleste, que abriu a sequência, é quem a encerra,

Mano, eu fui pra cima de quem tava tomando... cê tem noção? Pra socorrer meu irmão, na hora que tava vindo os tiros, mano? Aquela brisa que eu tive lá atrás estava se concretizando de outra forma ali, tá ligado? E aquilo ali pra mim foi muito impactante. Ali foi foda. Aquilo ali me quebrou durante anos, porque... porque eu fico pensando na minha mente que eu poderia ter evitado tudo. Porque se eu pensasse, tivesse virado o controle, tudo, batido o carro, naquela hora que eu tive aquela brisa, que eu tive aquele sentimento ruim, eu podia ter evitado tudo... (MC DALESTE, 2024)

Há um arco entre o momento em que os jovens entram no carro até o disparo. O mal presságio do irmão de Daleste infelizmente se concretiza, fechando um ciclo narrativo triste que deixa espectador e personagem no mesmo ponto emocional. O irmão de Daleste move a ação na sequência seguinte. O personagem é o mesmo, mas a linguagem volta para o formato cinema direto. Dois takes estáticos apresentam uma casa desconhecida ao espectador. Surgem os irmãos de Daleste. Tristes, dessa vez, não interagem com a câmera. O silêncio é quebrado pelo som de passos errantes. Não há música, e a respiração dos dois é a única trilha. Pet abre uma velha porta. Entram ele, a irmã e, por último, o espectador, que explora junto o ambiente. Diferentemente do que aconteceu na sequência anterior, em que o espectador sabia mais do que os entrevistados; agora, os irmãos vão na frente, e o espectador depende deles para saber para onde está sendo levado. Nesse momento, o espectador precisa esperar alguns segundos para entender a importância da casa na história.

As transições no documentário têm especial importância porque são expressões livres de convenções ou regras. Rajas (2014) defende que qualquer relato, qualquer narrativa audiovisual assume essencialmente um objetivo prioritário: captar a atenção, prender, manter e renovar o interesse de um espectador durante o tempo em que as imagens e sons da história contada se sucedem na tela. Nesse contexto, as sequências são elementos importantes, pois seguem uma lógica de arco narrativo, com começo, meio e fim, assim como a totalidade do filme. Mesmo influenciada por diretrizes estéticas gerais previamente definidas pelos diretores, cada sequência do filme obedece a sua própria lógica de linguagem, fiel a objetivos específicos. O início da sequência é de crucial relevância pois define a intensidade da ruptura com o ciclo anterior, e funciona como prenúncio dos minutos seguintes.

O objetivo descrito por Rajas (2014), de captar, manter e renovar a atenção do espectador, merece atenção especial no caso das transições, pois elas são quebras entre as sequências, e trazem um risco de que o espectador pause o que está assistindo ou desista da história. Na era do streaming, a fuga do espectador não se dá pela troca de canal, como no broadcasting, mesmo assim, ela existe e acontece e está igualmente a um clique, quando o usuário pausa o serviço ou, ainda, quando dispersa e vai para outras telas. Nesse sentido, para manter a curiosidade e a tensão do espectador, uma possibilidade é criar, de maneira contínua, essa assimetria permanente entre o que sabe o espectador e o que sabem os personagens, como se viu nas cenas anteriores. McKee (2010) diferencia três possibilidades narrativas sobre esse tema: mistério, suspense e ironia dramática. No mistério, o público sabe menos que os personagens. No suspense, o público e os personagens sabem a mesma coisa e, na ironia dramática, o público sabe mais do que os personagens.

No documentário Daleste, cada sequência tem um nível diferente de informação do espectador em relação aos personagens e cada uma delas tem seu próprio ritmo, linguagem etc. Na entrada da casa, por exemplo, o espectador não sabe onde está entrando nem a importância dela para a história. Seu desconforto, nesse caso, no entanto, não carrega o peso de um mistério clássico, mas funciona como um alívio, uma mudança de valor de negativo para positivo, pois, nas sequências anteriores, a tensão estava com o espectador enquanto os entrevistados estavam em um tempo psicológico em que não sabiam da iminência do assassinato.

Na entrada da casa, o mistério dura poucos segundos, e logo percebemos que aquela casa é a da infância de Daleste, e de seus irmãos, Pet e Carol. Cabe, então, a Carol a explicar que lugar é aquele e a importância dele na história: *“É uma mistura de emoção. Aqui a gente foi muito feliz e muito triste também, mas aqui a gente morou só nesse cômodo aqui por muitos anos.”*

A lenta sequência dos irmãos dentro da casa destoa da montagem frenética do início do documentário. Estética e narrativamente, ela dialoga com o olhar contemplativo escolhido para registrar a sessão de tatuagem. A câmera observa os personagens deixando-os interagir, o áudio ambiente é nítido; os planos, longos, e não há cortes de cena nem imagens de cobertura. O resultado, mais uma vez, é a sensação de estar junto observando, caminhando com eles. A sequência da casa contém dois planos com mais de um minuto cada. No primeiro, Rodrigo e Carol surgem no canto direito do quadro, passam na frente do espectador, descem uma pequena escada e entram em um cômodo pequeno. No segundo take, a continuação, Carol fala para a câmera. Se até aquele momento, o espectador apenas observava a cena, agora, pelo olhar da câmera, ele é notado. Ela explica o contexto das artes na parede, mas faz isso agora quem assiste, em um esforço explicativo que, claramente, não é dirigido ao irmão que já conhece a história. Graças à técnica do cinema direto, a fala sobre o espaço da casa não exige maiores explicações, afinal, o espectador acabara de entrar no local com ela. Uma entrevista tradicional, mesmo que gravada ali mesmo na casa, demandaria imagens de cobertura que situassem o espectador em relação ao tamanho e as condições do local. O cinema direto, portanto, não permite apenas que o espectador saiba o que aconteceu, mas que sinta-se lá, que viva, caminhe, seja convidado e entre.

Os irmãos, então, começam a revelar a infância difícil, as lembranças, a história por trás das paredes da casa. Carol cita momentos felizes e tristes, deixando dúvidas sobre o balanço emocional que faz da infância. Mais uma vez, sem uma indicação, um clipe que a interrompe começa a dar pistas. Surgem imagens de MC Daleste criança. As imagens, por si só, não sugestionam o espectador sobre o que sentir. Elas mostram Daniel, o irmão artista, em momentos rotineiros na vida de uma criança. A última frase de Carol antes de as fotos surgirem, no entanto, indica um certo grau de pesar, que se intensifica depois, com uma trilha sonora lenta de lamentação: *“Pra fazer as necessidades era um balde mesmo, não tinha vaso, não tinha nada...”*.

Na primeira foto, Daleste aparece tomando banho em um local improvisado. Atrás dele, um balde, objeto citado por Carol imediatamente antes, símbolo maior da humilhação da infância pobre da família. É por esse ambiente que começa a sequência de fotos, Daniel toma banho em um local sem acabamento, sem piso, sem azulejos. À sua esquerda, uma bucha caída ao lado de um ralo sujo. À direita, um brinquedo simples, um cavalo de madeira. Na imagem seguinte, Daniel ri, como se acenasse para a câmera ou a chamasse para perto. Uma mão de mulher se estende prestes a pegar um ursinho de pelúcia. Daleste está confortável agarrando travesseiros em meio a toalhas limpas. A última foto traz um Daniel sério, sisudo, segurando

um copo que evidencia quão pequeno ele era à época. As fotos, singelas, complementam a fala da irmã e tornam-se ainda mais pertinentes por revelar muito sobre o lugar em que os irmãos estão. As fotos são apresentadas de uma maneira raramente utilizada no jornalismo. Estivessem em um jornal diário, elas fatalmente seriam exibidas sob a narração de um apresentador ou repórter. No documentário, no entanto, com um viés contemplativo, as fotos surgem em destaque sem que ninguém fale sobre elas por vinte segundos, tempo longo para os padrões televisivos.

Eu odiei voltar aqui irmão, não gosto. Não traz nada de bom, é muito sofrimento. Várias vontade que a gente passou, vendo os outros comendo e a gente não podia. Foi foda. O que eu lembro daqui é muita fome, muita fome. A gente nem conhecia as coisas gostosas que tinha pra comer da vida, nem isso. (MC DALESTE, 2024)

A sequência termina com um telhado, uma imagem estática como as duas primeiras que abriram a sequência e que precederam a entrada dos irmãos na casa. Da imagem fria do telhado vazio, saltamos para uma gravação vívida. Daleste está sorrindo naquele mesmo local, ao seu lado, dois jovens, uma mulher e um rapaz. Daleste, seu melhor amigo, Chaveirinho, e uma jovem jornalista participam da gravação do canal Funk TV, uma relíquia audiovisual do universo do funk.

Área de concentração da maior parte da população brasileira, a periferia tem seus códigos, símbolos, ídolos e expressões culturais. Mesmo seus símbolos que extrapolam os limites da periferia e chegam ao mainstream continuam sendo reconhecidos como produtos genuínos das comunidades pobres. Para tanto, precisam continuar fazendo jus aos propósitos do local onde vieram. São muitos os exemplos de pessoas, marcas ou gêneros musicais que sobreviveram a esse processo. Racionais MCs, o próprio gênero funk, o samba, o pagode, são alguns dos exemplos. Dez anos depois da sua morte, MC Daleste continua sendo um desses símbolos, homenageado e reverenciado. Mesmo assim, em uma das referências metalinguísticas do primeiro episódio, seu irmão revela o real motivo de estar no projeto. De certa maneira, essa é entrevista que encaminha o episódio para o final e, depois da apresentação da vida de Daleste e do desenvolvimento da sua história, inicia a jornada investigativa que será o fio condutor da série dali em diante: a pergunta sobre quem matou Daleste e por qual motivo.

Tipo, Daleste, Dahora... Vamos fazendo a homenagem lá pra ele, soltando um monte de música. Ele vai ficar eternizado, reconhecido, mas e o cara lá que fez isso com ele? Eu não consigo achar muito bonito as homenagem. Porque eu só vivo o sofrimento até hoje. Não vi nenhuma homenagem a ponto de me fazer esquecer o sofrimento. O grande motivo de eu ter topado essa entrevista foi a esperança imortal de reabrir esse caso. Dez anos se nós não fizer nada agora não vai fazer nunca mais. (MC DALESTE, 2024)

O final do episódio adota um ritmo mais ágil, uma escalada de tensão da busca de Carol por seu irmão ferido e que leva o espectador a um ponto que poderia parecer sem saída. Daleste, infelizmente, não resistiu aos ferimentos. A história, no entanto, não se acomoda em um desfecho narrativo, pois, quando conta como descobriu que Daleste tinha morrido, Carol, sua irmã, levanta uma nova questão, de cunho investigativo, que será o gancho para o episódio seguinte: “Ela falou: o seu irmão não resistiu. Eu falei: não, não, me deixa entrar, eu não admito! Eu sei que, naquela hora, eu só virei pros quatro e perguntei: *Quem que fechou o baile? Quem é que fechou o baile?*” (MC DALESTE, 2024)

A pergunta encerra o primeiro episódio e, nos minutos seguintes, o espectador verá trechos do que virá em seguida, uma espécie de cliffhanger, estratégia narrativa que consiste em interromper, de maneira abrupta e emocionante, um momento de ação decisiva, criando uma sensação de iminência com forte apelo narrativo, criando expectativa entre dois capítulos ou episódios com o objetivo de fazer com que o espectador continue ligado à história e fique ansioso pelo momento seguinte. Utilizado em séries, filmes, livros, quadrinhos e jogos, o termo "cliffhanger" remete à ideia de que alguém está pendurado em um penhasco, "cliff" em inglês; uma referência ao fato de que o espectador desejará saber o que acontece depois.

Smart (2022) defende que para incorporar um cliffhanger eficaz é preciso torná-lo “perigoso ou de grande importância”, fazendo com que o público esteja na ponta do assento, querendo saber o que vem em seguida, ou seja, um cliffhanger precisa surgir de uma cena ou de um momento fundamental para a estrutura da história. Wirz et al. (2022) explicam que os cliffhangers, apesar de já populares na literatura e em séries dos anos 1990, atualmente são mais utilizados devido a novos hábitos de consumo audiovisual, resultado da ascensão das plataformas de streaming, que dão ao usuário mais liberdade para decidir o que assistir e quando assistir. Entre esses hábitos, está o binge-watching, o maratonar; consumir, de uma vez e em sequência, diversos episódios seguidos de uma série, o que, com frequência, faz com que usuários assistam temporadas inteiras até o fim. E a outra prática, menos discutida no Brasil, é a high-intensity viewing, que seria assistir a uma temporada inteira em pouco tempo, não toda de uma vez, mas em diversas oportunidades dentro de um curto espaço de tempo, o que inclui o binge-watching, mas não se resume a ele.

Em um experimento em um laboratório, 133 indivíduos assistiram a três ou quatro episódios de uma série, em que alguns tinham cliffhangers e outros não. A conclusão foi de que os cliffhangers aumentam a excitação dos espectadores, mas não necessariamente o prazer ou a intenção de continuar assistindo (WIRZ et. al, 2022). A pesquisadora sugere novos estudos para testar a efetividade dos cliffhangers. A necessidade, de fato, se justifica, já que estudos

anteriores indicam que os cliffhangers induzem suspense e curiosidade pelo desfecho da história, sendo especialmente atrativos para pessoas descritas na psicologia como indivíduos com alta necessidade de cognição (SHIM & KIM, 2018), ou seja, pessoas que tendem a ter prazer ao pensar, serem desafiadas, sentindo-se em estado de curiosidade (CAMP, RODRIGUE e OLSON, 1984).

Os últimos momentos do documentário MC Daleste têm ainda um clipe com imagens produzidas. Com o gancho da pergunta da irmã, surge um clipe cuja claquete indica que, a partir daquele momento, avançamos para outro estágio da narrativa. A montagem rápida do clipe e sua velocidade têm paralelo apenas ao ritmo inicial do primeiro episódio, antes da abertura. O clipe final, no entanto, carrega uma carga dramática maior por ser baseado inteiramente em perguntas, sugerindo que as respostas aparecerão nos episódios seguintes.

Simplesmente, eu não sei quem matou meu irmão. Não sei o porquê mataram meu irmão. Um homicídio no meio de 5 mil pessoas, filmado de vários ângulos. Foi um tiro praticado por alguém que tenha vasto conhecimento de tiro de longa distância. Um sniper. O possível envolvimento de uma facção criminosa foi investigado? Profundamente, não. O pessoal do bairro aqui comenta?... Se envolver é pior. Bairro do mistério, né? Esse Daleste aí tá pegando a mulher do amigo lá e tal. O papo já foi dado, aí. Já dá esse salve aí. Chegou e falou pra ele: “a menina é comprometida, ela tá comigo, então, queria que você segurasse a onda, né?” Eu tenho certeza que meu irmão não morreu por causa de um crime passionai, ele não pegou mulher de ninguém, meu irmão simplesmente ganhou muito dinheiro. “Mano, vocês têm que voltar lá, acho que sequestraram seu irmão”. Eu já sai desesperado. Falei: o quê, mano? Invadiram a casa do Daniel: “Nós quer a arma, nós quer dinheiro”... 200 mil reais. Ficaram quatro horas com o meu irmão. A gente tá vivendo um sofrimento, um caos desde 2013. Uma história muito longa de um crime impune até hoje. Quem que vai sentar ali e passar informação para nós? Isso é muito difícil numa investigação como essa.

*[Homem senta]*

O que o senhor sabe sobre esse crime que aconteceu há dez anos? (MC DALESTE, 2024)

Do ponto de vista imagético, o clipe começa com uma inspeção, em primeira pessoa, do local do crime e das marcas de tiro na estrutura metálica onde Daleste foi assassinado. As peculiares características do crime, até então tratadas em segundo plano no primeiro episódio, sempre preteridas por aspectos emocionais da morte, agora são explícitas e questionadas. O documentário personifica essas perguntas, a busca pela verdade, com a imagem de um jovem de jaqueta que mostra o rosto, mas não é identificado. A montagem sugere que é dele a voz que busca respostas e que era ele que fazia imagens em primeira pessoa no local do crime. Pela primeira vez, as imagens do assassinato, ganham conotação de prova de crime, recurso útil a uma investigação; agora, aliás, fio condutor. A voz do documentário questiona, então, um homem branco de camisa sobre a profundidade da investigação. Mesmo sem identificação ou crédito textual, graças à estética da gravação e ao tom questionador da pergunta, o homem loiro

assume o papel de autoridade cobrada a prestar contas de seu trabalho dez anos depois do crime impune. Em seguida, à noite, pessoas simples, não identificadas, são abordadas pelo jovem de jaqueta, que assume a postura de repórter. Na rua, os entrevistados nada acrescentam além do medo. Um respiro na edição e surge um homem mais velho, de moletom, fumando um cigarro. É ele que, pela primeira vez no documentário, fala sobre um suposto motivo do crime: o envolvimento de Daleste com mulheres comprometidas. Em seguida, um outro homem, esse sem rosto, corrobora com a versão em uma entrevista misteriosa em uma casa em ruínas. A história não se desenvolve, é negada categoricamente pelo irmão de Daleste, que levanta outra hipótese, a de que o artista foi morto por causa de dinheiro.

Enquanto os irmãos de Daleste relatam a tensão de um dia dramático, repleto de ameaças, com ares de tragédia, antes do assassinato, o espectador é transportado, por imagens subjetivas, para um carro em que homens parecem manter o artista refém. Já na sequência final, depois de tantas perguntas sem respostas, uma nova autoridade é apresentada. O homem loiro, terno alinhado, adota um tom neutro, quase resignado, para lamentar o desfecho do caso e, por que não, do próprio episódio: *Quem que vai sentar ali e passar informação para nós? Isso é muito difícil numa investigação como essa.*

Até que uma figura sombria, sem identificação, surge no vídeo. Sua mera aparição denota uma quebra do padrão estético do documentário, que, agora, busca apenas proteger sua identidade, instigando a audiência.

*[Homem senta]*

O que o senhor sabe sobre esse crime que aconteceu há dez anos? (MC DALESTE, 2024)

McKee (2010) lista duas possibilidades para o desfecho de uma narrativa:  **finais fechados e finais abertos**. Quando o clímax da história responde a todas as questões levantadas pela narrativa e satisfaz todas as emoções do público a obra tem um final fechado. Já quando o clímax da história deixa uma ou duas perguntas sem resposta e alguma emoção não realizada há um **final em aberto**. Desde sua concepção, a produção do documentário objeto de estudo traçou como meta alcançar novos públicos fora do universo do funk, ao mesmo tempo em que, sem apelar ao sensacionalismo e a preconceitos, dialoga com o público de MC Daleste, dentro das diretrizes éticas do jornalismo da Globo, definidas em seus princípios editoriais. Como o projeto foi concebido para atingir novos públicos, norteado pelo objetivo de acionar a base de fãs do cantor, o documentário, entre esses dois universos distintos, o do funk e o do streaming, mantém-se atrelado a um compromisso jornalístico ao retratar a vida e a morte do artista.

Nesse contexto, o primeiro episódio da série ganha especial relevância por carregar a responsabilidade de definir e transmitir o tom com que a obra audiovisual retrata seu protagonista. O fato de a história de MC Daleste ter sido contada diversas vezes na TV e, agora, dez anos depois, virar tema de um documentário, não ameniza o dilema sobre como retratá-lo, pelo contrário. As liberdades narrativas, estéticas, de formato e estilísticas do formato cinematográfico aumentam a gama de possibilidades do que se pode fazer e criam um cenário em que pesquisa e roteiro precisam estar ainda mais alinhados, a serviço da história, que não se limita à descrição de fatos soltos sobre sua vida.

### 3.1 MC Daleste: possibilidades de transmediação

Em entrevista ao pesquisador Pedro Moura (2020), ao definir a política participativa, Jenkins parece tangenciar a independência e a autonomia dos jovens funkeiros das periferias de grandes cidades brasileiras, um fenômeno importante para entender como o legado de MC Daleste continuou vivo muito tempo depois que os grandes conglomerados de mídia pararam de noticiar o caso:

(...) atos interativos, baseados em pares, através dos quais indivíduos ou grupos procuram tanto exercer a sua voz como influenciar em matérias de interesse público. Importa notar que estes atos não são guiados por deferência a elites ou instituições formais. Exemplos de atos de política participativa incluem começar um novo grupo político online, escrever e disseminar uma publicação num blog sobre um tema político, encaminhar um vídeo político engraçado para a rede social de alguém, ou participar numa competição de poesia. (COHEN et al., 2012, p. VI, *apud* MOURA, 2020)

Vale notar que, na miríade de atos políticos, há competição de poesia e compartilhamento de vídeos, o que significa que, na concepção dos pesquisadores, esses são também atos políticos. Neste mesmo texto, em que discute o desafio do ato político entre crianças e jovens, Jenkins elenca perguntas fundamentais sobre os objetivos do público que se pretende alcançar por meio da estratégia de transmediação:

Participação em quê? Como é que os participantes compreendem a sua própria participação – como parte de um público, um mercado, uma audiência, uma fandom, etc.? Até que ponto se identificam como parte de uma comunidade ou de uma rede que é maior do que o individual? Participação para quem e com quem? Quem está incluído e quem está excluído? Que mecanismos de exclusão e marginalização persistem apesar das oportunidades crescentes para a participação? Participação para que fins? O que é que as nossas atividades participativas estão a tentar construir? O que é que esperamos atingir ao trabalharmos juntos? (MOURA, 2020, p. 188)

Abordagem que privilegia a dispersão fluida da narrativa em diversas plataformas, a lógica transmídia pressupõe construções de mundos possíveis, a partir de uma narrativa

canônica (storyworld), dotada de extensões por diferentes canais e/ou suportes, permitindo que o público acesse as informações por inúmeros pontos de entrada (MASSAROLO e PADOVANI, 2018). O propósito, aponta Jenkins (2007), é criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada, em que, idealmente, cada meio contribui de forma única com o todo. Com base nessas constatações, o planejamento estratégico de um documentário busca, em um primeiro momento, entender e interpretar as motivações dos indivíduos que integram e respiram a comunidade do funk.

A estratégia de transmídiação do documentário *MC Daleste* está ligada a um plano de ação multiplataforma em que o conteúdo criado é reutilizado em momento posterior em outra plataforma. Logo, as plataformas são várias, mas o cronograma de divulgação é linear, com início em meados de agosto de 2023. Baseada nos atributos de Jenkins (2007), que prevê que na estratégia transmídia cada meio é abordado de acordo com suas funcionalidades, cada uma das frentes de atuação terá uma descrição interna com definição, objetivos, plano de ação e mapa de riscos, para guiar o operador por trás de posts e da interação com os usuários. Dessa maneira, mesmo que o operador seja substituído, a narrativa canônica, ou seja, a regra pétrea do universo narrativo será preservada.

Shirky (2011, p.25) ilustra a diferença entre consumidor e participante; em uma alegoria em que faz menção a um apelido pejorativo, a figura dos *looky-loos*, frequentadores de shows que não se empolgam e não reagem ao que assistem, mesmo quando estão em casas de espetáculo. São consumidores de conteúdo apenas, pagam ingresso, consomem quietos o que é oferecido, mas não criticam, não reagem; aplaudem, no máximo. Ser looky-loo é ir a um evento ao vivo e assisti-lo como se estivesse vendo-o pela televisão. A Era Transmídia em que vivemos, protagonizada por sujeitos ubíquos, prossumidores hiperconectados, em especial na comunidade do funk, permite-nos afirmar que não há mais campo, espaço para o looky-loo, nem dentro dos conglomerados midiáticos muito menos fora. Vivemos a era da participação:

Participantes são diferentes. Participar é agir como se sua presença importasse, como se, quando você vê ou ouve algo, sua resposta fizesse parte do evento. Hickey cita o músico Waylon Jennings, que falou sobre como é tocar para uma plateia participativa: “Eles vão nos ver em pequenas casas de espetáculos porque compreendem o que estamos fazendo, então nos sentimos como se estivéssemos fazendo aquilo para eles. E quando você comete um erro nesses lugares, sabe disso na mesma hora.” Participantes dão retorno, looky-loos não. (SHIRKY, 2011, p.25)

## **Transmídiação na prática**

Pela ótica do planejamento de transmídiação de Fechine et al. (2013), os episódios lançados no Globoplay integram o que pode ser chamado de mídia regente, ou seja, um meio que serve de espinha dorsal de uma narrativa que, sim, se avança por outras plataformas, mas que, nesse caso, encontra ali, no streaming, sua principal referência narrativa pois se dispersa a partir dela para todas as outras:

É nessa “mídia regente” que se desenvolve o texto de referência (um programa narrativo principal) a partir do qual se dão os desdobramentos e articulações. Adotando essa posição, podemos propor, então, que “conteúdos televisivos transmídias” são conteúdos articulados em torno de um texto de referência veiculado pela TV que, por operar como a mídia de base, rege os seus desdobramentos e complementações em outros dispositivos. (FECHINE et al., 2013, p. 29)

Ainda que, pela visão de Jenkins (2009) e de outros pesquisadores, não exista uma hierarquização das plataformas, em um plano de transmídiação pode ser importante definir a mídia regente exatamente para que as outras possam ganhar vida independentemente dela, com seus próprios planos de ação. Sendo assim, além da mídia regente, o documentário em si, o presente estudo propõe uma descrição detalhada, a definição de objetivos e a análise qualitativa da efetividade de outras possibilidades transmídia, descritas abaixo.

### **Primeiro episódio aberto - concessão da mídia regente**

O coração do planejamento de transmídiação do projeto é a quebra de uma regra do conteúdo premium do streaming: quem paga têm acesso; quem não paga, para ter acesso, precisa pagar. Restrita assim, a regra cria uma separação clara, constante entre pagantes e não pagantes e, fato, incentiva a adesão. O Globoplay tem respeitado essa regra em defesa de seus assinantes, tendo-a flexibilizado para lançar séries ficcionais na TV. Importante para dar visibilidade ao lançamento de produções que poderiam se perder no catálogo da plataforma, a estratégia de lançamento na TV, por si só, pode não ser suficiente para uma comunidade de jovens nativos das plataformas digitais, como vimos, ubíquos, hiperconectados e ávidos por participação. Um dos motivos é simples, mesmo que todos os jovens do Brasil assistam a determinado conteúdo na TV, o que já é improvável, mesmo assim, para compartilhá-lo, eles teriam que acessar uma rede social. Por isso, nesse caso, a proposta é que o primeiro episódio seja aberto dentro da plataforma, uma estratégia que já vem sendo utilizada em lançamentos recentes, como na série *Os Outros* (2023) por exemplo. A abertura do primeiro episódio marca o fim de uma etapa importante da transmídiação, a antecipação.

## **Antecipação**

Para Fechine (2013, p.28), a antecipação, como o nome sugere, reúne os conteúdos divulgados em outras mídias/plataformas com o objetivo de estimular, motivar, despertar interesse dos consumidores sobre a narrativa (no caso, a telenovela). São conteúdos que adiantam o que será exibido. Sendo o primeiro episódio aberto um marco do fim da antecipação, ao menos de sua primeira parte, essas ações, por questões de cronograma, precisam ser pensadas em conjunto. Sobre elas, na fase da qualificação, discorreremos rapidamente, ainda sem as referências bibliográficas específicas para cada uma, que estarão na tese final. São elas:

### **Contagem regressiva**

Contar os dias para o lançamento. A estratégia de countdown multiplataforma pode ser importante para agregar um sentido coerente à exposição excessiva e, muitas vezes caótica, que permeia o lançamento de projetos audiovisuais no streaming e no cinema. Como a tendência é que as obras audiovisuais tenham mais tempo e recursos de marketing pouco antes do lançamento e em seus primeiros dias no ar, o tsunami de conteúdo chama a atenção do público, alarma, mas pode deixar margens de confusão sobre o dia exato do lançamento. A contagem regressiva pode ser relevante por dois motivos. O primeiro, claro, como estratégia de antecipação, é avisar o maior número de pessoas no prazo mais curto possível de que a produção será lançada e informar exatamente quando. O outro motivo, estrategicamente até mais importante, é realizar o countdown multiplataforma, ou seja, já dispersá-lo em diversas mídias para que o público entenda, desde o início, que se trata de um projeto especial transmídia. Nesse sentido, durante os spots publicitários, a simples exibição do logo das demais plataformas, algo não usual em projetos televisivos, pode explicar desde o início o caráter multiplataforma do projeto.

### **Rede social: vitrine do sujeito digital**

Facebook, Instagram e Tik Tok são hoje mais do que redes sociais, mas plataformas de mediação que, de tão relevantes, servem como documentos de identificação e de legitimação para pessoas, empresas e projetos. A criação de uma rede social para um projeto é atualmente o básico de qualquer projeto de comunicação, mesmo que não transmídia. No caso do documentário, a criação dos perfis em redes sociais, se integrada ao planejamento de

transmídiação, pode ser o ponto de partida para a antecipação. Se todo projeto audiovisual, ao ser anunciado, gera busca por ele nas redes, qual seria o impacto midiático, por exemplo, de criar um perfil antes do anúncio? Como explica Jenkins (2009), as lacunas narrativas, as partes da história deixadas em branco pelo produtor tendem a ser preenchidas com buzz e participação dos usuários, que se movimentam para tentar descobrir pistas do que acontece ou do que está para acontecer.

### **10 anos depois: notícias e denúncias sobre o caso**

Documentários de impacto social são projetos jornalísticos audiovisuais — por vezes, com perfil multiplataforma — que são produzidos e lançados dentro de uma estratégia, desde sua gênese, para causar uma mudança social positiva. Como o documentário retrata um crime que continua impune dez anos depois, plataformas de jornalismo podem se juntar ao projeto para receber denúncias, produzir notícias e outros conteúdos sobre o caso.

### **Gift Card: estratégia de aquisição**

Gift cards são cartões pré-pagos que garantem acesso à plataforma de streaming por um período determinado. Como o nome sugere, são muito utilizados como presentes e, geralmente, não estão incluídos nas mais agressivas estratégias de marketing das plataformas. Essa realidade, ainda que questionável, é compreensível, pois toda a transação envolvendo gift cards gera movimentação apenas com não assinantes, fazendo com que ela seja uma estratégia de aquisição física, teoricamente, mais custosa e complexa do que a aquisição digital. No entanto, em um contexto em que o documentário interessa a um público sabidamente não assinante, os gift cards podem ser utilizados para promover eventos, encontros, parcerias com empresas vendedoras etc. Em *Sintonia* (Netflix, 2019), por exemplo, as campanhas publicitárias de lançamento incluíam vídeos que ensinavam, passo a passo e com letras de funk, espectadores ainda não assinantes a comprar e habilitar cartões pré-pagos. No caso dessa série, a iniciativa conjunta de abrir o primeiro episódio no Youtube e de incentivar o uso de cartões pré-pagos já indica que a Netflix idealizou *Sintonia* como uma oportunidade para atrair um público jovem, periférico e que estava fora da plataforma e que os preparativos para essa estratégia tiveram considerável antecedência de planejamento.

## QR Code: Presença na Quebrada

Quick Response Code, popularmente conhecido como QR Code, é uma imagem simples, gerada por computador, lida por câmeras para executar comandos, permitir acesso a aplicativos ou acionar outras funções do aparelho. QR Codes têm a mesma lógica dos códigos de barra, mas são gerados e editados facilmente e podem ser lidos por equipamentos simples. Utilizados nos últimos anos para substituir elementos físicos do dia a dia, como cardápios, notas fiscais, ingressos, os QR Codes podem ser também importantes instrumentos de divulgação e de compartilhamento de informações se utilizados dentro de uma estratégia de transmidiação. No mundo do Funk, por exemplo, os QR Codes têm sido utilizados tanto para aguçar a curiosidade dos usuários em geral como de maneira mais exclusiva para fazer circular um bem digital de acesso restrito. A proposta de espalhar QR Codes que joguem os usuários para um teaser na plataforma pode ser interessante, em primeiro lugar, por levar em consideração a territorialidade da história, que se passa na periferia de São Paulo, e perfis específicos de público-alvo.

## React, react & react

*Reacts* são lives ou vídeos gravados em primeira pessoa que mostram, simultaneamente, a reação de um usuário ao conteúdo audiovisual que ele está assistindo naquele momento. Popularizado na era do YouTube, o vídeo react já é uma realidade em diversas culturas. No Japão, por exemplo, câmeras em close no rosto de apresentadores e convidados de programas de auditório foram incorporadas há anos à estética audiovisual. Elas servem tanto a propósitos jocosos como para temas sérios, de suspense; quaisquer experiências de entretenimento que possam ser assistidas. Atualmente, no Brasil, a popularização dos reacts alimenta um mercado de softwares, equipamentos e tutoriais específicos para esse tipo de captação de áudio e vídeo. Geralmente resultado de iniciativas individuais e espontâneas, os reacts são importantes propulsores de lançamentos de músicas, jogos, trailers, videoclipes e quaisquer outras obras que possam ser consumidas digitalmente.

Seus adeptos mais assíduos conseguem fidelizar o público criando uma atmosfera baseada em um tripé de planejamento: em primeiro lugar, um padrão narrativo na reação atrai o público pela autoria, ou seja, apesar de o vídeo de reação ser espontâneo, único, um padrão de reação que se destaque, com veracidade, engraçada, revoltada, por exemplo, pode fidelizar o público àquele produtor de conteúdo; dois, a agilidade para reagir a conteúdos assim que são

lançados é importante para garantir frescor e exclusividade ao produtor de conteúdo, que tenta sair na frente de seus concorrentes reagindo primeiro e, por último, em terceiro, a coerência na curadoria de conteúdo faz com que os usuários consigam prever o perfil do conteúdo a que o produtor irá reagir, criando uma fidelização e, em alguns casos, uma comunidade que hora em torno de quem reage. O uso da reação do crítico ou do público não é exatamente uma novidade no mundo audiovisual. Cabines de promoção e pré-estreia são, em certa medida, ações de ativação e marketing que contam com a reação. No entanto, com a popularização dos vídeos do Youtube, Instagram, Tik Tok é possível criar formatos pré-definidos de reação que podem ser sugeridos tanto por produtos de conteúdo de reação profissionais como entusiastas.

### **Ecosistema de podcasts e perfis de notícia em redes sociais**

Comunidade efervescente e descentralizada, o mundo do funk tem seus próprios meios de comunicação. Jornal Nacional, Fantástico, Jornal Hoje são nomes onipresentes na rotina doméstica do brasileiro que nasceu em meados do século passado. Da mesma maneira, funkeiros e fãs seguem perfis em redes sociais que têm, para eles, periodicidade e características tão óbvias quanto Jornal Nacional, Jornal Hoje e Fantástico têm para telespectadores de televisão. Os podcasts de funk ou ligados ao universo do funk, por exemplo, formam um ecossistema capaz de fazer reverberar projetos e ideias na antecipação ou na recuperação do projeto. Por isso, os produtores da série elaboraram um cronograma de entrevistas em podcasts para divulgar o projeto, atrelando essa agenda a lançamentos de iniciativas já previstas no planejamento de transmidiação.

### **Podcast Original**

O selo Original Globoplay abrange também podcasts. Hoje, no catálogo da plataforma, existem dezenas de produções em áudio que são produtos finais. O projeto documental usará a plataforma de podcasts como um meio de expandir o universo da obra e revelar detalhes dos bastidores.

### **Inteligência artificial: desinventando a morte**

Com o recente boom da popularização da inteligência artificial, fãs de Daleste começaram a recriar músicas com a voz dele e a fazer parcerias músicas deles com artistas da

atualidade e com outros artistas que já morreram. Abordar a tecnologia como a possibilidade de manter contato com o ídolo é o objetivo dessa frente de atuação transmídia. O projeto terá um repositório online de fonogramas com a voz de MC Daleste.

### **Site interativo**

O premiado documentário Hollow (2013), que retrata o dia a dia de McDowell County, West Virginia, comunidade que está desaparecendo por causa do êxodo rural, foi reconhecido como um exemplo bem sucedido de narrativa jornalística que rompeu com padrões estéticos do que seria, na visão dos jornalistas tradicionais, o jornalismo multiplataforma. O projeto documental é um site interativo que apresenta, em áudio e vídeo, gráficos, imagens de arquivo, fotos de paisagem, arte, mapas e algum texto, histórias de pessoas simples e suas rotinas de maneira tocante. O mérito do projeto não é apenas inovar, ousar em sua apresentação, mas fazer isso e, ao mesmo tempo, continuar perfeitamente compreensível, navegável, imersivo e, principalmente, sensível aos casos de luta, perda e resistência, gerando empatia pelos entrevistados. Hollow tornou-se um interessante objeto de estudo e um exemplo dentro das redações porque privilegia o conteúdo de maneira tão fluida que é impossível perceber as engrenagens tecnológicas e a produção por trás do projeto. O foco é a história. Seu principal defeito é não ter uma versão mobile, algo compreensível para um projeto lançado há dez anos. Da mesma maneira, um site especial do documentário MC Daleste tem o desafio de apresentar um perfil respeitoso da história de um jovem assassinado aos 20 anos e, ao mesmo tempo, valorizar os aspectos sócio-culturais da periferia. Apesar de não ser *compartilhável* como o conteúdo publicado nas redes sociais, o site especial pode servir de porto seguro perene para os fãs, garantindo a extensão da cauda longa desejável em projetos transmídia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um movimento nasce de um grupo de filmes feitos por indivíduos que compartilham o mesmo ponto de vista ou a mesma ótica. O estado da arte do documentário brasileiro na era do streaming mostra que, neste momento, é preciso aprofundar as análises acadêmicas para entender para onde caminha e quais são as características gerais desse corpus documental em formação, que é resultado do aumento do número de produções, do acirramento da concorrência entre as plataformas de streaming e da nova realidade que emerge, em que o documentário, de maneira geral, e o documentário true crime, em especial, tornaram-se importantes ferramentas para atração e retenção de público nas plataformas.

Certo é que o avanço do documentário na era do streaming traz novas oportunidades e novos desafios para os profissionais do audiovisual, em especial, diretores, produtores e roteiristas. O presente estudo procurou traçar um panorama das questões audiovisuais contemporâneas, usando como objeto de estudo o documentário *MC Daleste - Mataram o Pobre Loco* (2024), original Globoplay, um projeto que nasce da intersecção entre dois universos audiovisuais distintos; o universo dos jovens da periferia que enxergam no funk a possibilidade de um futuro melhor e o universo audiovisual dos grandes conglomerados de mídia e das plataformas de streaming, ávidos por relevância.

A principal conclusão ao analisar a trajetória da Globo, agora uma mediatech, é que a diversidade de portfólio que o novo modelo D2C exige tende a, nos próximos anos, catalisar o lançamento de novos produtos periféricos e com origem diversa. Ao refletir sobre possibilidades transmidiáticas do documentário *MC Daleste*, cabe notar que muitas das estratégias vistas como inovadoras e disruptivas já estão presentes na comunicação e mesmo no cerne do nascimento da Globo e, por isso, precisam ser urgentemente resgatadas.

Uma característica importante que pode ser levada em consideração a ponto de suscitar novos estudos sobre documentários na era do Streaming é o binômio valor social e alcance das obras. Leia-se, por alcance, algum grau de efetividade mensurável, baseada em dados, que as obras podem e devem alcançar em relação a audiência, formação de público, aprovação e retorno financeiro — métricas de interesse das plataformas de streaming.

*MC Daleste - Mataram o Pobre Loco* antes de ser apenas mais um projeto audiovisual, é, em primeiro lugar, o retrato documental de um sonho de um jovem artista, um sonho precocemente interrompido pela violência e pelo preconceito, uma situação denunciada na Era do Streaming pelo olhar de um outro jovem da periferia. O projeto documental que leva seu

nome nasceu da revolta jornalística com a impunidade e, cabe destacar, só foi viabilizado porque o ecossistema audiovisual brasileiro passa por uma abertura à diversidade de narrativas e perspectivas que, no longo prazo, pode garantir vantagens competitivas a players nacionais.

## REFERÊNCIAS

- ABE, L. K. **O processo de criação do telejornal Fantástico nas matérias com enfoque em personagens**. 2016. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://processosdecriacao.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Luciano-Koji-Abe.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2024.
- A GLOBO é mediatech? Rede Globo, Especial Rocket, 26 jun. 2023 [on-line]. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/rpc/realities/rocket-startup/stage/noticia/a-globo-e-mediatech.ghtml>. Acesso em: 31 dez. 2023.
- ANGRIMANI SOBRINHO, D. **Espreme que sai sangue**: imprensa sensacionalista – Uma colaboração para o estudo do jornalismo, tendo como objeto de pesquisa o jornal Notícias Populares. 1993. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.
- ANSOFF, H. I. **Corporate strategy**: An analytic approach to business policy for growth and expansion. Nova York: McGraw Hill, 1965.
- ARCOVERDE, M. R. Bandidos na TV: a morte pela audiência. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém, 2019. **Anais...** Belém: Intercom, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0567-1.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2024.
- BONOTTO, A. Bill Nichols fala sobre documentário: vozes e reconstituições. **DOC On-Line**, n. 6, p. 250-63, 2009.
- BRAGANÇA, J. S. **“Porque o funk está preso na gaiola”(?): a criminalização do funk carioca nas páginas do Jornal do Brasil (1990-1999)**. 2017. 165 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica-RJ, 2017. Disponível em: <https://rima.ufrj.br/jspui/bitstream/20.500.14407/13971/3/2017%20-%20Juliana%20da%20Silva%20Braganca%20c3%a7a.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2024.
- CAMP, C. J.; RODRIGUE, J. R.; OLSON, K. R. Curiosity in young, middle-aged, and older adults. **Educational Gerontology**, v. 10, n. 5, p. 387-400, 1984.
- CARDER, E. What is “media technology”? **Moore Kingston Smith**, [s.l.], 25 set. 2022 [on-line]. Disponível em: <https://mooreks.co.uk/insights/what-is-media-technology>. Acesso em: 30 ago. 2023.
- CARVALHO, M. A. R. **Irineu Marinho**: imprensa e cidade. São Paulo: Globo, 2012.
- CHRISTENSEN, N. Streaming wars: The battle for eyeballs begins. **ABC News**, The Drum, 26 jan. 2015 [on-line]. Disponível em: <https://www.abc.net.au/news/2015-01-26/christensen-streaming-wars:-the-battle-for-eyeballs-begins/6045874>. Acesso em: 7 abr. 2015.
- CORRÊA, A. M. **Séries originais da Netflix**: alterações na estrutura narrativa no contexto do binge-publishing. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo-SP, 2019.

COULDRY, N. Life with the media manifold: Between freedom and subjection. In: KAMP, L. et al. (Eds.). **Politics, civil society and participation: media and communications in a transforming environment**. Bremen: Lumière, 2016. p. 25-39. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/305602766\\_Politics\\_Civil\\_Society\\_and\\_Participation\\_Media\\_and\\_Communications\\_in\\_a\\_Transforming\\_Environment\\_2016](https://www.researchgate.net/publication/305602766_Politics_Civil_Society_and_Participation_Media_and_Communications_in_a_Transforming_Environment_2016). Acesso em: 13 jun. 2024.

ESTADÃO CONTEÚDO. Agência Estado. Nubank é eleito o 3º unicórnio brasileiro. **InfoMoney**, 1 mar. 2018. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/nubank-e-eleito-o-3o-unicornio-brasileiro/>. Acesso em: 10 jul. 2024.

FECHINE, Y. et al. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, M. I. V. (Org.) **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.

FIGARO, R.; SILVA, A. F. M. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 1, p. 101-15, abr./jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38566/pdf>. Acesso em: 14 jun. 2024.

FLEISCHMANN, I. Netflix: o que levou ao crescimento da receita e dos assinantes na América Latina. **Bloomberg Línea**, 24 jan. 2024 [on-line]. Disponível em: <https://www.bloomberglinea.com.br/negocios/netflix-o-que-levou-ao-crescimento-da-receita-e-dos-assinantes-na-america-latina/>. Acesso em: 10 jul. 2024.

FONSECA, R. A. Sobre dados e compartilhamento: reflexões sobre a expansão da plataforma Airbnb. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém, 2019. **Anais...** Belém: Intercom, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0907-2.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2024.

FUNK Rio. Direção: Sergio Goldenberg. Produção: Centro de Criação de Imagem Popular/Point du Jour/Canal +. Brasil: CECIP, 1994. Documentário, 45 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=349OLoSMBAc>. Acesso em: 14 jun. 2024.

GÓES, F. Globo tem alta na receita e lucro R\$ 1,25 bi. **Valor Econômico**, Rio de Janeiro, 28 mar. 2023 [on-line]. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/28/globo-tem-alta-na-receita-e-lucro-r-125-bi-sembarreira.ghml>. Acesso em: 31 dez. 2023.

GUNNING, T. O retrato do corpo humano: a fotografia, os detetives e os primórdios do cinema. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 2 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

HELICH, T.; SICILIANO, T.; MORATELLI, V. Era uma vez um crime: a linguagem documental e o gênero da ficção policial. **Zanzalá – Revista Brasileira de Estudos sobre Gêneros Cinematográficos e Audiovisuais**, v. 7, n. 1, p. 98-117, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/zanzala/article/view/35595/24202>. Acesso em: 12 jun. 2024.

HENRIQUE, L. L. S. **Romance policial contemporâneo: o retrato do personagem Espinosa**. 2016. 140 f. Dissertação (Mestrado em Literatura) – Universidade Federal de Santa Catarina,

Florianópolis, 2016. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167852/339464.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 14 jun. 2024.

HOLDSWORTH, A. Safe returns: Nostalgia and television. In: \_\_\_\_\_. **Television, memory and nostalgia**. London: Palgrave Macmillan, 2011. p. 96-126. (Série Palgrave Macmillan Memory Studies).

HORECK, T. **Justice on demand**: True crime in the digital streaming era. Detroit: Wayne State University Press, 2019.

ISERN, L. **Jornalismo do broadcasting ao streaming**: caso Globoplay. São Paulo: Dialética, 2023.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

\_\_\_\_\_. Transmedia logics and locations. In: KURTZ, B. W. L. D.; BOURDAA, M. (Ed.). **The rise of transtexts**: Challenges and opportunities, Nova York: Routledge, 2016, p. 220-40.

\_\_\_\_\_. Transmedia storytelling 101. **Pop Junctions**, 21 mar. 2007 [on-line]. Disponível em: [https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html). Acesso em: 10 jul. 2024.

KIM, J. H. (Ed.). **Race and religion in the postcolonial British detective story**: Ten essays. Jefferson: McFarland, 2005.

KNOX, R. Ten rules for a good detective story. **Publishers' Weekly**, v. 116, n. 14, p. 1739, 5 out. 1929. Disponível em: [https://archive.org/details/sim\\_publishers-weekly\\_1929-10-05\\_116\\_14](https://archive.org/details/sim_publishers-weekly_1929-10-05_116_14). Acesso em: 14 jun. 2024.

KOSTOFF, R. N.; SCHALLER, R. R. Science and technology roadmaps. **IEEE Transactions on Engineering Management**, v. 48, n. 2, p. 132-43, mai. 2001. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/3076681\\_Science\\_and\\_technology\\_roadmaps\\_IEEE\\_Trans\\_Eng\\_Manag](https://www.researchgate.net/publication/3076681_Science_and_technology_roadmaps_IEEE_Trans_Eng_Manag). Acesso em: 12 jun. 2024.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **The elements of journalism, revised and updated 4th edition**: What newspeople should know and the public should expect. 4 ed. Nova York: Crown, 2021.

LANSBERG, I. The succession conspiracy. **Family business review**, v. 1, n. 2, p. 119-43, 1988.

LEMOS, R. To kill an MC: Brazil's new music and its discontents. In: ECKSTEIN, L; SCHWARZ, A. (Eds.). **Postcolonial piracy**: Media distribution and cultural production in the global south. Londres: Bloomsbury Academic, 2014. p. 195-214. Disponível em: <https://www.bloomsburycollections.com/monograph-detail?docid=b-9781472519450&tocid=b-9781472519450-chapter9>. Acesso em: 14 jun. 2024.

LEMOS, R. et al. **Tecnobrega**: o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008. (Coleção Tramas Urbanas). Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/d4bf26bf-d67c-4d6f-bf89-9ba0c2e51a6d/content>. Acesso em: 14 jun. 2024.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 10 ed. Tradução: Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1998.

LOPES, T. H.; GOMBERG, F. O crime como espetáculo na narrativa documental: a série Netflix sobre Elize Matsunaga. **Mídia & Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, mai./ago. 2023. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/57783/34345>. Acesso em: 14 jun. 2024.

MANZONI JR., R. Aplicativo 99 torna-se, oficialmente, primeiro unicórnio brasileiro. **IstoÉ Dinheiro**, 2 jan. 2018. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/aplicativo-99-torna-se-oficialmente-primeiro-unicornio-brasileiro/>. Acesso em: 10 jul. 2024.

MASSAROLO, J. C.; Jornalismo transmídia: a notícia na cultura participativa. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 5, n. 17, p. 135-58, jun. 2015.

\_\_\_\_\_; Arte e comunicação interativa. In: PAIVA, S.; CÁNEPA, L.; SOUZA, G. (Orgs.) Estudos de cinema e audiovisual Socine. V. 11. São Paulo: Socine, 2010. p. 343-55.

\_\_\_\_\_; MESQUITA, D. TV online no Brasil: estratégias dos serviços de distribuição da Globo. **Extraprensa**, v. 16, n. 2, p. 113-36, jan./jun. 2023. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/212508/199373>. Acesso em: 17 jul. 2024.

\_\_\_\_\_; PADOVANI, G. Jornalismo transmídia e os quizzes eleitorais brasileiros em 2018. **Âncora – Revista Latino-Americana de Jornalismo**, João Pessoa-PB, v. 5, n. 2, p. 188-205, jul./dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/42869>. Acesso em: 10 jul. 2024.

MATHEUS, L. C. **Narrativas do medo: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo**. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.

MATTOS, S. **História da televisão brasileira**. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. **Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história 1950-1990**. Salvador: Abap/A Tarde, 1990. Disponível em: <https://andi.org.br/wp-content/uploads/2020/10/02.-Um-perfil-da-TV-brasileira.-40-anos-de-historia.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2024.

MC DALESTE – Mataram o pobre loco. Direção: Eliane Scardovelli; Guilherme Belarmino. Produção: Globoplay. Brasil: Globoplay, 2024. Série documental, 4 episódios.

MCKEE, R. **Story: style, structure, substance, and the principles of screenwriting**. Nova York: Regan Books/Harper Collins, 2010.

MÉDOLA, A. S. L. D.; GUERREIRO, T. M. T. Cercados, o documentário: entre fatos e mentiras, entre imprensa e discursos. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 45, e2022118, 2022. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/4338/2778>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MEIMARDIS, M. Disrupting Brazilian television: Streaming and the decline of Globo's hegemony in video cultures. **International Journal of Cultural Studies**, v. 27, n. 1, p. 9-27, ago. 2023.

MEIRA, G. M. G. S. Femicídio às avessas? Análise crítica dos discursos na minissérie “Elize Matsunaga: era uma vez um crime”. In: CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA, Rio de Janeiro, 2021. **Cadernos do CNLF**, v. 24, n. 3, tomo

II, p. 367-77, 2021. Disponível em: [http://www.filologia.org.br/xxiv\\_cnlf/cnlf/tomo02/26.pdf](http://www.filologia.org.br/xxiv_cnlf/cnlf/tomo02/26.pdf). Acesso em: 14 jun. 2024.

MESQUITA, D.; PADOVANI, G.; MASSAROLO, J. C. Os desafios da produção e gestão cultural contemporânea: um olhar para a plataformização. **Revista Extraprensa**, v. 16, n. 2, p. 113-36, 2023.

MORATELLI, V. Elementos da narrativa ficcional no documentário seriado: estudo do arco dramático e das escolhas de edição no produto audiovisual. **Cine-Fórum UEMS**, v. 2, n. 2, 2021. Disponível em: <https://anaisonline.uems.br/index.php/cineforumuems/article/view/7618>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MOREIRA, H. C.; OLIVEIRA, B. S. De herói a vilão: Wallace Souza e o enquadramento sensacionalista no jornalismo brasileiro. **Sur le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo**, v. 12, n. 1, p. 58-73, 2023. Disponível em: <https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/521/477>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MOURA, P. As culturas das crianças e dos jovens encontram os desafios da participação – entrevista com Henry Jenkins. **Comunicação e Sociedade**, v. 37, p. 187-99, 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cs/2762>. Acesso em: 8 jul. 2024.

MUNGIOLI, M. C. P.; PENNER, T. A.; IKEDA, F. S. M. Estratégias de streaming de séries brasileiras na plataforma Globoplay no período de 2016 a 2018. **Revista GEMINIS**, v. 9, n. 3, p. 52-63, set./dez. 2018. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/413/318>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MUNHOZ, E. R. **A Rede Globo de televisão no território brasileiro através do sistema de emissoras afiliadas**. 2018. 155 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-04112009-151837/pt-br.php>. Acesso em: 12 jun. 2024.

NETFLIX. Institucional: planos e preços. Disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/24926>. Acesso em: 10 jul. 2024.

NICHOLS, B. **Introdução ao documentário**. 3 ed. Campinas: Papius, 2005.

O PRÓXIMO episódio de uma emissora: transformar-se em uma mediatech. [s.l.]: Accenture/Grupo Globo, 2022. Disponível em: <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/industry/communications-and-media/document/Accenture-Globo-O-Proximo-Episodio-De-Uma-Emissora.pdf>. Acesso em: 31 dez. 2023.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PACÍFICO, F. Daleste 10 anos: MP-SP afasta hipótese de falhas em apurações e advogada crê em descoberta antes de crime prescrever: ‘Esperança’. **G1**, Campinas-SP, 5 jul. 2023 [online]. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2023/07/05/daleste-10-anos-mp-sp-afasta-hipotese-de-falhas-em-apuracoes-e-advogada-cre-em-descoberta-antes-de-crime-prescrever-esperanca.ghtml>. Acesso em: 10 jul. 2024.

PAULO, R. R. V. As imundices do funk: atualizações sobre as discussões sobre a imagem do funk e no funk. In: XIV PÓSCOM PUC-RIO, Rio de Janeiro, 21 a 24 nov. 2017. **Anais...** Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2017. V1, p. 128.

PENKALA, A. P. A imagem-objeto e a memória: uma reflexão sobre linguagem a partir das imagens de arquivo em documentários. **DOC On-Line**, n. 13, p. 89-130, 2012. Disponível em: [https://www.doc.ubi.pt/13/dossier\\_paula\\_penkala.pdf](https://www.doc.ubi.pt/13/dossier_paula_penkala.pdf). Acesso em: 14 jun. 2024.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformisation. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, p. 1-13, nov. 2019. Disponível em: <https://policyreview.info/pdf/policyreview-2019-4-1425.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2024.

PORTO, M. P. **Media power and democratization in Brazil**: TV Globo and the dilemmas of political accountability. Nova York: Routledge, 2012.

PRINCÍPIOS editoriais do Grupo Globo. **G1**, Rio de Janeiro, 6 ago. 2011 [on-line]. Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#principios-editoriais>. Acesso em: 12 jun. 2024.

RAJAS, M. Estrategias del discurso narrativo: participación activa del espectador en el relato cinematográfico. ALVES, L. A.; GARCÍA GARCÍA, F; ALVES, P. (Coord.) **Aprender del cine**: narrativa y didáctica. Madri: Icono 14, 2014. p. 41-67. (Coleção Estudos de Narrativa). Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/342833789\\_Aprender\\_del\\_cine\\_narrativa\\_y\\_didactica](https://www.researchgate.net/publication/342833789_Aprender_del_cine_narrativa_y_didactica). Acesso em: 14 jun. 2024.

RAMOS, E.; BORGES, G. Telenovelas clássicas no Globoplay: estratégias de transmediação para o (re)lançamento das obras. **Revista GEMINIS**, v. 14., n. 1, p. 4-22, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/716/502>. Acesso em: 14 jun. 2024.

REIS, Y. R. A. **Julgamento e naturalização**: representações da violência no Fantástico. 2016. 107 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: [https://bdm.unb.br/bitstream/10483/15112/1/2016\\_YandriaRebbecaAraujoDosReis\\_tcc.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/15112/1/2016_YandriaRebbecaAraujoDosReis_tcc.pdf). Acesso em: 14 jun. 2024.

RIBEIRO, A. E. “Feito para você”: o discurso da interatividade em reformas gráfico-editoriais de jornais impressos. In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO – SBPJOR. VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, 2009. **Anais...** São Paulo: SBPJor, 2009. Disponível em: <https://anadigital.pro.br/wp-content/uploads/2020/07/RIBEIRO-09-SBPJor.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2024.

RIBEIRO, A. P. G. **Jornal Nacional**. A notícia faz história. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. (Coleção Memória Globo).

ROBERTS, R. Brazilian rapper MC Daleste shot, killed onstage. **Los Angeles Times**, 8 jul. 2013. Disponível em: <https://www.latimes.com/entertainment/music/posts/la-et-ms-brazilian-rapper-mc-daleste-shot-onstage-20130708-story.html>. Acesso em: 10 jul. 2024.

SCHECHTER, D. **Media wars**: News at a time of terror. Rowman & Littlefield, 2003.

SHIM, H.; KIM, K. J. An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. **Computers in Human Behavior**, v. 82, p. 94-100, mai. 2018.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, G.. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091/1830>. Acesso em: 14 jun. 2024.

SMART, B. Cliffhangers: The best way to engage an audience. In: WAKE FOREST UNIVERSITY. **Feeling Rhetoric**, Winston Salem: Library Partners Press, 2022. p. 227-30. Disponível em: <https://librarypartnerspress.pressbooks.pub/feelingrhetoric>. Acesso em: 13 jun. 2024.

SOUZA, R. O ‘plim’ e o ‘play’: uma sistematização das estratégias do Grupo Globo no entrelaçamento da TV aberta com o streaming. In: I ENCONTRO DE PESQUISADORES DA RECEPÇÃO, CONSUMO MIDIÁTICO E USOS SOCIAIS DOS MEIOS DAS REGIÕES NORTE, NORDESTE E CENTRO-OESTE, Fortaleza, 5 dez. 2023. **Anais...** Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2023.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

STATISTA. **Number of Netflix paid subscribers worldwide from 1st quarter 2013 to 1st quarter 2024** (in millions). Hamburgo, 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/#:~:text=How%20many%20paid%20subscribers%20does,compared%20with%20the%20previous%20quarter>. Acesso em: 10 jul. 2024.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. The platform society: Public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VARGAS, H. V. (2009). **Globo-Shell Especial e Globo Reporter (1971-1983)**: as imagens documentárias na televisão brasileira. 2009. 272 f. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP. 2009. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/469036>. Acesso em: 12 jun. 2024.

VETTEHEN, P. H. et al. Arousing news characteristics in Dutch television news 1990–2004: An exploration of competitive strategies. **Mass Communication and Society**, v. 14, n. 1, p. 93-112, 2010.

VIANNA, H. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Zahar/Companhia das Letras, 2014. E-book.

WALTERS, E. Netflix originals: The evolution of true crime television. **The Velvet Light Trap**, n. 88, p. 25-37, 2021.

WIRZ, D. S. et al. The role of cliffhangers in serial entertainment: An experiment on cliffhangers’ effects on enjoyment, arousal, and intention to continue watching. **Psychology of Popular Media**, v. 12, n. 2, p. 186-96, fev. 2022. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/358520938> The role of cliffhangers in serial entertainment An experiment on cliffhangers' effects on enjoyment arousal and intention to continue watching. Acesso em: 14 jun. 2024.