

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

**A RESSIGNIFICAÇÃO DOS IRMÃOS MENENDEZ: GESTÃO DA IMAGEM E
FRAMING NO *TRUE CRIME* DA NETFLIX**

CURITIBA

2025

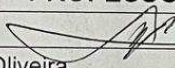


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES
PÚBLICAS II**

ALUNA: EVELYN KAREN NEUMANN

DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL E DEFESA: 09/12/2025, às
17h00, no DECOM.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES		NOTA
Luís Carlos dos Santos		95
Vinicius Martins Carrasco de Oliveira		95
MÉDIA FINAL:		95

Curitiba, 09 de dezembro de 2025.

Assinatura:


Prof.º Luís Carlos dos Santos

EVELYN KAREN NEUMANN

A RESSIGNIFICAÇÃO DOS IRMÃOS MENENDEZ: GESTÃO DA IMAGEM E
FRAMING NO TRUE CRIME DA NETFLIX

Artigo Científico apresentado como requisito parcial à conclusão do Curso de Relações Públicas, Departamento de Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Claudia Irene de Quadros

CURITIBA
2025

“Nenhum homem escolhe o mal por ser o mal;
mas apenas por confundi-lo com felicidade, que é o que ele busca.”

Mary Wollstonecraft

AGRADECIMENTOS

A Deus e a todos que fizeram parte desta trajetória, mesmo que indiretamente.

Aos meus pais, que me deixaram acreditar no sonho de que eu poderia ser o que quisesse, e cá estou, realizando-o. Sem vocês, eu não seria quem sou hoje e não teria chegado até aqui.

À minha irmã, por sempre me olhar com os olhos de quem se inspira em mim e, com isso, me encorajar a ser a melhor para ela.

Aos meus avôs que já não estão mais conosco, mas que me ensinaram muito do que é o amor.

Aos meus amigos, que sempre se mantiveram ao meu lado, apoiando e ajudando no decorrer dos anos. Ao Guilherme Recofka, por um dia ter dito que minha frase "se estiver com medo, vá com medo mesmo" o inspirou a continuar tentando e, com isso, me fez nunca desistir também.

À Lydiane de Melo, por ter vindo comigo para uma nova cidade, batalhar por algo que sempre falamos no ensino médio e estar comigo diariamente.

E, principalmente, à Fernanda Dal Negro, pois faça chuva ou faça sol, sempre estive ao meu lado no dia a dia. Sem a sua amizade e companhia, tudo isso teria sido em vão. Que a faculdade tenha sido apenas a primeira fase de uma amizade eterna.

RESUMO

Este artigo analisa a forma como o *streaming* atua na ressignificação de imagens em contextos pós-judiciais, focando no caso dos irmãos Menendez. O objetivo central é compreender como a narrativa de *true crime* utiliza o *framing* para promover a humanização dos réus e influenciar a opinião pública, funcionando como uma ação de comunicação estratégica. A abordagem metodológica é qualitativa, por meio de um estudo de caso único, aplicando a análise de conteúdo (Bardin, 2011) na produção audiovisual da Netflix (2024). O aporte teórico se fundamenta nos eixos de *framing* (Entman, 1993) e infoentretenimento (Thompson, 2000), com tensionamento para modelos de gestão estratégica de relações públicas (Grunig; Hunt, 1984) e gestão da reputação (Capriotti, 2013), considerando a atuação do usuário-mídia (Terra, 2012) no ambiente de plataformas (Van Dijck, 2013). Os resultados apontam que o documentário atua como uma ferramenta estratégica de Relações Públicas, utilizando o *framing* para deslocar o diagnóstico causal do crime (ganância) para o trauma (abuso), promovendo a humanização dos réus e solidificando um consenso de opinião pública digital em prol da revisão da condenação. Conclui-se que o *true crime* nas plataformas opera como um agente ativo na ressignificação da memória social.

Palavras-chave: irmãos Menendez; relações públicas; gestão da reputação; true crime; framing.

ABSTRACT

This article analyzes how streaming acts in the re-signification of images in post-judicial contexts, focusing on the Menendez brothers case. The central objective is to understand how the *True Crime* narrative utilizes framing to promote the humanization of the defendants and influence public opinion, functioning as a strategic communication action. The methodological approach is qualitative, through a single case study, applying content analysis (Bardin, 2011) to the Netflix audiovisual production (2024). The theoretical framework is based on the axes of framing (Entman, 1993) and infotainment (Thompson, 2000), supplemented by models of strategic public relations management (GRUNIG; HUNT, 1984) and Reputation Management (CAPRIOTTI, 2013), considering the role of the user-media (TERRA, 2012) in the platform environment (VAN DIJCK, 2013). The results indicate that the documentary acts as a strategic Public Relations tool, using framing to shift the causal diagnosis of the crime (greed) to trauma (abuse), promoting the humanization of the defendants and solidifying a digital public opinion consensus in favor of reviewing the conviction. It is concluded that true crime on platforms operates as an active agent in the re-signification of social memory.

Keywords: Menendez brothers; public relations; reputation management; true crime; framing.

1 INTRODUÇÃO

A ascensão global das plataformas de *streaming*¹ (Netflix, Max, entre outras) nos últimos anos reconfigurou não apenas o consumo de entretenimento, mas também a dinâmica da informação e do debate público. Neste cenário, o gênero *true crime*², que revisita casos criminais e judiciais sob uma perspectiva dramatizada, consolidou-se como um fenômeno de audiência. Tais produções, ao misturar a complexidade legal com a estética dramatúrgica, atuam como ferramentas de comunicação estratégica, exercendo uma influência notável na formação da opinião e na ressignificação de casos criminais.

A relevância deste estudo reside na análise das implicações sociais e, sobretudo, comunicacionais desse fenômeno. Tais produções não se limitam a recontar fatos, mas atuam como ferramentas de comunicação estratégica, capazes de reconfigurar a imagem e a reputação de indivíduos e instituições envolvidas em crises ou pós-cries judiciais. O documentário se estabelece como um vetor que busca alterar o veredito público, operando no mesmo espaço da gestão estratégica de relações públicas (Grunig; Hunt, 1984) e da gestão da reputação (Capriotti, 2013).

O caso dos irmãos Menendez, que culminou na condenação de Lyle e Erik, na década de 1990, é um exemplo dessa dinâmica. Anos após o desfecho judicial, a revisitação do caso pela Netflix enfoca a narrativa de abuso sofrido pelos irmãos. Essa nova perspectiva representa uma clara intenção de ressignificação da imagem na esfera pública, utilizando o poder do *streaming* para introduzir um novo *framing*³ e buscar a simpatia da audiência, que se manifesta ativamente como usuário-mídia (Terra, 2012) nas redes sociais.

Este artigo se concentra na seguinte problemática: como a produção do *true crime* do *streaming* sobre os irmãos Menendez utiliza o *framing* narrativo para atuar na gestão estratégica da imagem dos réus e influenciar a opinião pública em um contexto pós-judicial? Para responder a essa questão, o objetivo geral é analisar essa produção audiovisual como uma ferramenta de comunicação estratégica que busca a ressignificação da imagem e reputação dos irmãos Menendez.

¹ *Streaming*: refere-se à distribuição de conteúdo multimídia (vídeos, filmes, séries, música) em tempo real, utilizada por plataformas digitais (como Netflix e Max) que reconfiguraram o consumo de entretenimento e a dinâmica da informação na sociedade contemporânea.

² *True crime* é um gênero que se concentra na narração de **crimes reais** e suas consequências, detalhando a investigação, perfis dos envolvidos e o impacto social do evento.

³ *Framing*, ou Enquadramento, refere-se ao processo pelo qual a mídia **seleciona e enfatiza** certos aspectos da realidade para guiar a interpretação do público, moldando a estrutura do julgamento social.

Os objetivos específicos são: (a) identificar as estratégias de *framing* empregadas para promover a humanização dos réus; (b) analisar a narrativa como um projeto de Relações Públicas em contextos de crise de imagem; e (c) discutir a repercussão gerada na esfera pública digital. A abordagem metodológica é qualitativa, por meio de um estudo de caso único, aplicando a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2011) na produção *O caso dos Irmãos Menendez* (Netflix, 2024).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O documentário e a construção narrativa da realidade

O documentário, enquanto gênero audiovisual, não deve ser compreendido como um espelho neutro da realidade, mas como uma forma específica de discurso sobre o mundo histórico. Bill Nichols (2016) destaca que o documentário representa o real a partir de escolhas narrativas, estéticas e éticas, organizadas por um ponto de vista que orienta a interpretação do espectador. Dessa forma, o documentário constrói sentidos sobre acontecimentos reais, selecionando vozes, imagens e enquadramentos que estruturam uma determinada leitura dos fatos.

Essa compreensão é central para a análise de produções de *true crime*, que operam na fronteira entre informação e narrativa dramatizada. Ao revisitar casos judiciais, essas obras não apenas reconstroem eventos passados, mas participam ativamente da disputa simbólica sobre memória, responsabilidade e julgamento social. Assim, o documentário torna-se um agente comunicacional que atua na formação da opinião pública, especialmente em contextos pós-judiciais, nos quais a decisão legal já foi tomada, mas o veredito social permanece em disputa.

2.2 A Formação da opinião pública na cultura da conectividade

A exposição aos sistemas de comunicação é fundamental para a formação social, sendo o principal vetor na constituição da opinião pública (Alsina, 2009). Contudo, nas últimas décadas, as mídias digitais e as plataformas interativas consolidaram-se como a principal fonte de acesso à informação, alterando radicalmente a dinâmica de consumo de conteúdo.

O ambiente digital é marcado pela velocidade e pela fragmentação. A constante circulação de dados, típica da cultura de plataformas (Zuboff, 2020), exige um processamento

rápido e, muitas vezes, superficial. Essa dinâmica impõe desafios à reflexão crítica, pois a prioridade do ambiente digital é o volume e a agilidade do consumo, orientada pelos interesses de extração de dados do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020). A aceleração na produção e publicação de notícias compromete a análise crítica, fazendo com que a opinião pública se torne mais reativa do que analítica.

Walter Lippmann (2008) contribui para essa discussão ao afirmar que a opinião pública é formada a partir de “imagens na cabeça”, representações simplificadas da realidade que são construídas socialmente e mediadas pelos meios de comunicação. Segundo o autor, o público reage não aos fatos em si, mas às representações desses fatos, o que torna a mídia um agente central na estruturação dos julgamentos coletivos.

Ao dialogar com a psicanálise freudiana, observa-se que essas imagens são atravessadas por afetos, medos e processos de identificação. Conforme Freud (1997), as massas são particularmente suscetíveis a apelos emocionais, o que ajuda a explicar a rápida adesão do público a narrativas de humanização ou condenação em casos de grande visibilidade midiática.

Essa aceleração na produção de notícias é potencializada pela lógica algorítmica (Van Dijk, 2013) que, ao personalizar o conteúdo para o usuário, cria os chamados filtros-bolha (Pariser, 2012). Esse fenômeno restringe a diversidade de perspectivas a que o indivíduo é exposto, reforçando a criação de bolhas informacionais e polarização, o que impacta diretamente a percepção pública sobre temas complexos como a justiça. A dificuldade em validar a informação e o excesso de conteúdos gerados pela arquitetura algorítmica (Zuboff, 2020) trazem desafios para a cidadania consciente. O processo comunicacional não é neutro: a notícia é uma construção social, resultado de seleção, interpretação e organização dos fatos (Alsina, 2009). Essa construção da realidade social é o terreno onde a opinião coletiva se manifesta.

A opinião pública, neste contexto, é moldada por reações rápidas e apelos emocionais. Sigmund Freud (1997 [1921]), em sua obra *Psicologia das Massas e Análise do Eu*, já destacava a suscetibilidade da massa, cuja "alma coletiva" (Freud, 1997, p. 10) é facilmente possuída por apelos afetivos. Essa identificação emocional com imagens simbólicas é potencializada no ambiente digital. Embora o ambiente digital promova uma "multiplicidade de vozes", a dinâmica, reforçada pelos achados de Daniel Reis Silva e Márcio Simione (2022), evidencia que a velocidade das redes dificulta a formação de consensos e favorece a polarização.

2.3 O Enquadramento (*framing*) e a estruturação do julgamento social

A mídia possui um papel fundamental na formação de opiniões e na moldagem dos julgamentos sociais, atuando como um elo simbólico e cultural que molda ativamente a realidade social (Berger; Luckmann, 2004).

A teoria do *Agenda-Setting* (Mccombs e Shaw, 1972) é o ponto de partida, afirmando que os meios de comunicação definem sobre o que pensar. Contudo, o aspecto crucial para esta análise é o conceito de enquadramento (*framing*), abordado originalmente por Goffman (1986). O *framing* demonstra como a comunicação organiza e estrutura a forma com que as informações são apresentadas, operando pela seleção e saliência de aspectos da realidade.

No contexto de narrativas judiciais, como o *true crime*, o *framing* é decisivo. Ele permite que o comunicador (a produção audiovisual) utilize a saliência de termos, imagens e fontes específicas para guiar a compreensão das pessoas, promovendo, operacionalmente: a definição do problema, o diagnóstico causal, a avaliação moral e a recomendação de tratamento para o tema em pauta. Ao enfatizar a narrativa da vítima, por exemplo, o enquadramento busca reverter o julgamento público já estabelecido. Essa interferência na interpretação dos fatos é um risco ainda maior em ambientes de convergência, onde a velocidade das redes e a falta de filtros editoriais expõem a sociedade a narrativas que buscam forjar novas evidências e contaminar o debate, sendo amplificadas pelo filtro-bolha (Pariser, 2012).

2.4 Infoentretenimento: a estética do espetáculo e o *True Crime*

O crescente avanço da tecnologia impulsionou de forma significativa o consumo de conteúdos audiovisuais. O *streaming* não traz somente entretenimento; ele também distribui informações e influencia a formação da opinião pública, especialmente através do gênero *true crime*.

O infoentretenimento, que mescla informação com entretenimento, é central para esta análise. Embora essa combinação não seja inédita já presente na televisão e no cinema, as plataformas potencializam essas práticas ao operar com algoritmos que amplificam conteúdos mais engajadores. Assim, fatos reais passam a ser enquadrados dentro de narrativas dramatizadas que intensificam o apelo emocional do espectador.

No *true crime*, isso se manifesta no uso de trilhas dramáticas, reconstituições, depoimentos emocionais e técnicas de *storytelling*⁴envolventes. A produção audiovisual, ao combinar dramaturgia e *framing*, constrói interpretações específicas sobre os fatos. Essa atuação é fundamental para a formação da opinião pública nas redes digitais (Terra, 2012), onde o espectador, já impactado pela estética do espetáculo, replica e amplifica a narrativa proposta dinâmica favorecida pela lógica do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020).

A estética do infoentretenimento pode ser compreendida, ainda, à luz do conceito de espetáculo desenvolvido por Guy Debord (1997). Para o autor, o espetáculo não se reduz a um conjunto de imagens, mas constitui uma relação social mediada por imagens, na qual a experiência direta da realidade é substituída por sua representação. Nesse sentido, o *true crime* transforma o julgamento em um evento espetacularizado, no qual narrativas emocionais e imagens simbólicas passam a ocupar o centro da experiência pública.

No contexto das plataformas digitais, essa lógica é intensificada pela arquitetura algorítmica, que privilegia conteúdos de alto engajamento emocional. O caso criminal deixa de ser apenas um objeto de informação e passa a ser consumido como espetáculo, reforçando julgamentos morais mediados pela visibilidade e pela circulação contínua de narrativas dramatizadas.

2.5 Relações públicas: gestão estratégica da imagem e reputação pós-crise

O fenômeno do *true crime* nas plataformas de *streaming* pode ser analisado também sob a perspectiva das Relações Públicas (RP), especialmente quando tais produções influenciam percepções públicas sobre indivíduos e instituições. O RP, enquanto função de gestão, busca estabelecer e manter relações de benefício mútuo entre organizações (ou indivíduos) e seus públicos (Grunig; Hunt, 1984).

É importante reconhecer que nem toda produção de *true crime* tem como objetivo explícito a gestão de imagem. Entretanto, ao reconstruir narrativas, selecionar recortes específicos e destacar elementos dramáticos, muitos documentários acabam exercendo impacto reputacional, seja humanizando um réu, contestando ações institucionais ou reforçando interpretações negativas. Esse fenômeno dialoga com estudos sobre mídia e judicialização, que apontam que conteúdos audiovisuais podem influenciar percepções

⁴Storytelling (contação de histórias) é a prática de contar histórias utilizando narrativas, com o objetivo de gerar conexão emocional e transmitir uma mensagem, valor ou ideia específica. No contexto do audiovisual e do *true crime*, envolve o uso estratégico de recursos dramáticos (como trilhas sonoras, reconstituições e depoimentos emocionais) para engajar o espectador e moldar a sua interpretação sobre os fatos apresentados.

públicas mesmo após o encerramento de um caso judicial. O *framing*, assim, pode operar tanto para mitigar quanto para intensificar danos reputacionais.

Ao construir uma narrativa envolvente destinada a um público global, o documentário reposiciona histórias na esfera pública e estimula debates sobre culpa, justiça e punição. Nesse sentido, sua análise se aproxima da análise de estratégias de comunicação em um ambiente de alta convergência midiática.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, buscando compreender e interpretar os sentidos e as estratégias simbólicas presentes em produtos audiovisuais de grande circulação. A metodologia qualitativa é adequada quando se pretende analisar fenômenos complexos que envolvem subjetividades, contextos culturais e relações simbólicas (Berger; Luckmann, 2004). A pesquisa é definida como um estudo de caso único, de natureza exploratória e descritiva. É exploratória, pois visa investigar um fenômeno contemporâneo em ascensão na função do *streaming* na ressignificação de casos criminais e descritiva, pois procura identificar e examinar as táticas narrativas e comunicativas empregadas para moldar a visão do público.

O objeto de análise desta pesquisa é constituído pelo documentário O Caso dos Irmãos Menendez (Netflix, 2024), dirigido por Alejandro Hartmann. Com uma duração total aproximada de 1 hora e 58 minutos, a escolha dessa obra como estudo de caso único se justifica pela sua representatividade em relação ao fenômeno de interesse: o potencial do *streaming* em reorganizar a percepção pública sobre casos judiciais. O documentário serve como um exemplo empírico atual e de alta visibilidade sobre o modo como o *true crime* mobiliza o usuário-mídia (TERRA, 2012) e gera pressão por revisões narrativas e judiciais. A análise se concentra nas estratégias de *storytelling* empregadas pelos produtores e nas narrativas construídas e contrapostas pelas figuras centrais do caso (Lyle e Erik Menendez os acusados, a promotora Pam Bozanich, as advogadas de defesa Leslie Abramson e Jill Lansing e José e Kitty Menendez os pais/vítimas).

A principal metodologia utilizada será a análise de conteúdo, conforme proposta por Laurence Bardin (2011), que permite a decomposição e interpretação de mensagens presentes nos documentos audiovisuais de forma sistematizada. A análise do documentário será organizada em três fases: pré-análise (seleção e organização do material); exploração do material (aplicação de categorias de análise focadas no *framing*); e tratamento e interpretação.

As categorias de análise buscarão identificar as quatro funções do *frame* na narrativa do documentário: definição do problema (de assassinato para abuso), diagnóstico causal (culpa nos pais/sistema), avaliação moral (humanização dos réus) e recomendação de tratamento (revisão do caso). O cruzamento dos dados codificados será feito com a fundamentação teórica de relações públicas (Grunig; Hunt, 1984; Capriotti, 2013) para discutir como as estratégias de *framing* se traduzem em uma ação de gestão da imagem.

Para complementar a análise do material empírico principal, serão analisados conteúdos secundários como reportagens, entrevistas com os produtores e reações do público nas redes sociais e *sites* especializados. Essa análise da recepção permite observar como o *frame* textual interage com os esquemas cognitivos do público (Freud, 1997) e se manifesta na esfera pública digital, uma vez que a circulação do conteúdo é moldada pela arquitetura de vigilância (Zuboff, 2020) e pelos filtros-bolha (Pariser, 2012), cumprindo o objetivo de discutir a influência do *streaming* na reinterpretação dos casos retratados.

A presente metodologia visa, portanto, oferecer uma leitura crítica sobre como o audiovisual presente nas plataformas de *streaming* pode participar ativamente da formação da opinião pública, promovendo a discussão sobre os limites entre informação, entretenimento e justiça na sociedade contemporânea.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise do documentário O Caso dos Irmãos Menendez (Netflix, 2024) revela uma complexa estratégia de comunicação que transcende o simples relato factual, configurando-se como uma ação de relações públicas na medida em que mobiliza práticas associadas ao campo, como a reconstrução de narrativas, o gerenciamento de percepções e a tentativa de reposicionamento reputacional dos envolvidos. Isso ocorre, por exemplo, quando o documentário seleciona depoimentos atuais dos réus para reforçar uma nova interpretação do caso, destaca inconsistências do julgamento original para questionar a credibilidade institucional, e utiliza recursos emocionais para estimular a empatia.

4.1 O enquadramento narrativo (*framing*) e a estrutura da ressignificação

O documentário desenvolve seu enquadramento narrativo a partir da combinação entre depoimentos atuais, imagens de arquivo e reconstruções dramatizadas. A justaposição entre a ligação inicial de Lyle para o serviço de emergência e reportagens da época estabelece

a ideia de que a história teria sido compreendida de forma incompleta pelo público. Esse recurso orienta o espectador a considerar a existência de fatores não evidenciados no julgamento original, sem necessariamente validar sua veracidade.

4.1.1 Definição do problema: do homicídio à tragédia de abuso

O documentário inicia a definição do problema ao sugerir que a história conhecida pelo público seria incompleta. Depoimentos atuais dos irmãos são organizados de forma a apresentar um ambiente familiar marcado por tensão e medo. Relatos sobre abuso físico e psicológico aparecem como elementos narrativos estruturados pela obra, não como fatos comprovados judicialmente. Esses recursos funcionam para deslocar o foco interpretativo: da motivação financeira atribuída originalmente aos réus para a tese de que o crime teria ocorrido em um contexto de vulnerabilidade emocional.

4.1.2 A avaliação moral e o uso de recursos emocionais

A avaliação moral é construída por meio de depoimentos emocionais, reconstituições dramatizadas e trilhas sonoras que intensificam o impacto da narrativa. Esses recursos audiovisuais funcionam para estimular empatia e identificação com a perspectiva dos réus, revelando escolhas estéticas do documentário. Essa estratégia não comprova a veracidade dos relatos, mas evidencia o modo como a obra busca orientar a resposta emocional do espectador.

4.2 O papel da promotora e a gestão da crise pela contranarrativa

A promotora Pam Bozanich é apresentada como contraponto central na narrativa. Sua postura firme representa a interpretação jurídica consolidada nos anos 1990. O documentário destaca tensões do sistema judicial, como limitações impostas ao uso de alegações de abuso na defesa, mas o faz dentro do seu próprio enquadramento narrativo. A obra cria contraste entre a leitura emocional dos réus e a perspectiva institucional da promotora, sem necessariamente invalidar o julgamento original, mas evidenciando como as escolhas narrativas moldam percepções.

4.3 Infoentretenimento e a amplificação na cultura de plataformas

A circulação do documentário nas plataformas digitais é parte essencial da resignificação do caso. O conteúdo opera dentro de sistemas orientados ao engajamento, nos quais narrativas emocionais ganham maior visibilidade. Fragmentos da obra são recortados, remixados e reinterpretados pelo público nas redes sociais, onde comentários, análises pessoais e teorias amplificam o enquadramento estabelecido. Assim, o documentário não atua sozinho: ele se torna ponto de partida para ciclos de circulação e reforço narrativo.

4.3.1 O capitalismo de vigilância e a repercussão na geração Z

O documentário opera na lógica do capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2020), onde o conteúdo é projetado para maximizar o engajamento e, consequentemente, a extração de dados. O apelo emocional do *true crime* é um produto de alto engajamento. A narrativa de humanização encontra um terreno fértil na geração Z no TikTok, que não vivenciou o julgamento original e é mais aberta à discussão sobre trauma, abuso infantil em meninos e saúde mental (a cultura do silêncio, citada no documentário, tendo sido quebrada pelo movimento #MeToo).

A polarização e o reforço da crença na inocência dos réus são amplificados pelos filtros-bolha (PARISER, 2012). À medida que os usuários interagem e apoiam a tese da defesa nas redes, os algoritmos entregam mais conteúdo reforçando essa mesma perspectiva, solidificando um consenso de opinião pública em prol da revisão da pena, que o documentário transforma em sua recomendação de tratamento.

4.3.2 A virada do TikTok

O clímax do documentário é o sucesso do caso no TikTok em 2020. Essa repercussão funciona como a validação final da tese do documentário: a sociedade "amadureceu" e o veredito inicial foi um erro da época. O ataque final à promotora ("se for para ser julgado casos agora é só abrir um enquete no tiktok") é a ironia máxima do *framing*: ao mesmo tempo que a ridiculariza, o documentário confirma que seu objetivo foi alcançado: o poder da opinião pública digital, mesmo que polarizada, tornou-se superior ao do sistema judicial.

4.3.3 Conteúdos secundários e a consolidação do enquadramento na esfera pública digital

Conforme previsto nos procedimentos metodológicos, a análise do documentário é complementada pela observação de conteúdos secundários e reações do público em ambientes digitais. Comentários em redes sociais, especialmente no *TikTok*, bem como reportagens e entrevistas relacionadas à produção, evidenciam a circulação ampliada do enquadramento proposto pelo documentário.

Essas manifestações revelam como o *framing* narrativo ultrapassa o produto audiovisual e passa a orientar debates públicos, reforçando interpretações emocionais e julgamentos morais sobre o caso. Assim, a repercussão digital atua como extensão do documentário, consolidando a recomendação de tratamento implícita na obra: a revisão simbólica e potencialmente jurídica da condenação dos irmãos Menendez.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do documentário *O Caso dos Irmãos Menendez* evidencia que as narrativas audiovisuais de *true crime*, especialmente no contexto das plataformas de *streaming*, ultrapassam a função de recontar acontecimentos passados e passam a atuar como agentes ativos na construção de sentidos sociais. Ao operar em um ambiente marcado pela lógica algorítmica, pela circulação acelerada de conteúdos e pela centralidade da emoção, essas produções exercem influência direta na formação da opinião pública e na ressignificação de imagens em contextos pós-judiciais.

Com base nos aportes teóricos mobilizados, observa-se que o documentário se configura como um discurso sobre o real (Nichols, 2016), estruturado por escolhas narrativas e estéticas que orientam a interpretação do espectador. No caso analisado, o uso estratégico do *framing* possibilita o deslocamento do diagnóstico causal do crime anteriormente associado à ganância para uma narrativa centrada no trauma e no abuso, promovendo a humanização dos réus. Esse processo evidencia como o audiovisual atua na disputa simbólica por legitimidade, sem substituir a decisão jurídica, mas influenciando o julgamento social.

A lógica do espetáculo, conforme proposta por Debord (1997), manifesta-se na transformação do julgamento em um evento midiático consumível, no qual a visibilidade e o engajamento se sobrepõem à complexidade dos fatos. Essa dinâmica é intensificada no ambiente das plataformas digitais, onde a circulação do conteúdo é potencializada por algoritmos que reforçam narrativas emocionalmente engajadoras. Nesse cenário, a opinião pública passa a ser formada a partir de “imagens na cabeça” (Lippmann, 2008), atravessadas por processos de identificação e afetividade, conforme discutido por Freud (1997).

Para o campo das Relações Públicas, os resultados deste estudo reforçam a importância de compreender os produtos culturais como instrumentos capazes de gerar efeitos reputacionais significativos, mesmo quando não concebidos explicitamente como ações estratégicas de comunicação. O documentário analisado demonstra como narrativas audiovisuais podem operar como práticas simbólicas de gestão da imagem, influenciando percepções, estimulando debates públicos e produzindo pressões sociais por revisões narrativas e institucionais.

Por fim, esta pesquisa contribui para a ampliação das discussões sobre a interseção entre comunicação estratégica, plataformas digitais e justiça, evidenciando tanto o potencial de resignificação promovido pelo infoentretenimento quanto os limites éticos envolvidos na representação de casos reais. Como desdobramento, sugere-se que pesquisas futuras aprofundem a análise empírica da recepção do usuário-mídia, especialmente no TikTok, a fim de compreender com maior precisão os impactos da circulação algorítmica na consolidação de consensos públicos na era digital.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado em sociologia do conhecimento**. 24. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- CAPRIOTTI, P. **Planeamiento estratégico de la imagen corporativa**. Barcelona: Ariel, 2013.
- FREUD, S. **Psicologia de grupo e análise do ego** (1921). Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- GOFFMAN, E. **Frame Analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- GRUNIG, J. E.; HUNT, T. **Managing public relations**. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. **The agenda-setting function of mass media**. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-187, Summer 1972.
- PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- SILVA, D. R.; SIMIONE, M. **O público em movimento: os desafios da esfera pública digital para as organizações**. *Organicom*, São Paulo, v. 19, n. 37, p. 1-13, 2022.
- TERRA, C. F. **Como identificar o usuário-mídia, o formador de opinião on-line no ambiente das mídias sociais**. *Rev. Int. Relaciones Públicas*, n. 4, v. 2, 2012.
- VAN DIJCK, J. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.
- THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- ENTMAN, R. M. **Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm**. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.
- HARTMANN, Alejandro (Dir.). **O caso dos irmãos Menendez**. Produção: Netflix. [S. l.]: Netflix, 2024. 1 vídeo (180 min). Disponível em: Netflix. Acesso em: 05/11/2025.
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. 2. ed. Campinas: Papirus, 2016.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.