

THIS IS GENIUS MARKETING: A ESTRATÉGIA PARA O LANÇAMENTO DO ÁLBUM “*THE DEATH OF SLIM SHADY: COUP DE GRÂCE*” E A RECEPÇÃO DO VÍDEO “*THE FACE-OFF*”.

Leonel Dimas Remícius Barbosa Casco¹
Bruno Schmidt de Medeiros²

Resumo: O presente estudo contextualiza as ações pré-lançamento do álbum “*The Death of Slim Shady*”, ilustrando como um encadeamento preciso e coordenado de manobras resultou em visibilidade, reforço da identidade do artista e *buzz* nas redes sociais. Construído com uma pesquisa documental e bibliográfica e considerando o *storytelling* utilizado para esse lançamento, analisaremos a recepção de uma das peças da campanha, o vídeo “*Slim Shady vs. Marshall Mathers: THE FACE-OFF | Complex Cover*” publicado dois meses após o lançamento, tornando-se uma peça de apoio, prolongando e aprofundando a construção da mensagem que o artista propôs. Esta foi uma campanha caracterizada pela abordagem de suspense, ambiguidade e mensagens intrigantes, e esta peça conecta e esclarece as diversas narrativas que orbitam a ação, servindo de exemplo para futuras campanhas que desejam utilizar este tom.

Palavras-chave: buzz, marketing digital, redes sociais.

Abstract: The present study contextualizes the pre-release actions for the album “*The Death of Slim Shady*,” illustrating how a precise and coordinated sequence of maneuvers resulted in visibility, reinforcement of the artist’s identity, and social media buzz. Built upon documentary and bibliographic research, and considering the storytelling employed for this release, we analyze the reception of one specific campaign asset: the video “*Slim Shady vs. Marshall Mathers: THE FACE-OFF | Complex Cover*.” Published two months post-release, it served as a support piece, extending and deepening the narrative construction proposed by the artist. This campaign was characterized by an approach of suspense, ambiguity, and intriguing messages; this specific piece connects and clarifies the diverse narratives orbiting the action, serving as a case study for future campaigns aiming to utilize this tone.

Keywords: buzz, digital marketing, social media.

Em junho de 2024, quatro anos após seu último trabalho inédito, Eminem conclui seu 12º álbum de estúdio (*MUSIC TO BE MURDERED BY*, 2020). A divulgação utilizou um mix de mídias unificado pela sugestão enigmática e contraintuitiva, elevando o *hype* e a especulação de fãs e crítica. O objeto de estudo é o vídeo pós-lançamento produzido pela *Complex*, onde Marshall Mathers confronta sua persona Slim Shady. A peça promove um “acerto de contas”, sintetizando a nova etapa do rapper e resolvendo ambiguidades da carreira. Considerando o vídeo como resumo da divulgação, analisamos a recepção pública através de uma amostra de 642 comentários, categorizados via análise de conteúdo, oferecendo um mapa das reações dos fãs à peça e ao artista.

¹ Mestrando pelo IDP, Brasília, Brasil. dimascasco@gmail.com

² Mestrando pelo IDP, Brasília, Brasil. dimascasco@gmail.com

A campanha iniciou-se efetivamente em 26 de abril, no NFL Draft em Detroit, após anúncio prévio de Dr. Dre. Foi exibido um comercial de 30 segundos simulando um programa investigativo sobre a morte de Slim Shady (personagem e codinome de Eminem). Com participação de 50 Cent, o vídeo introduziu um tom de mistério e "True Crime" sobre um assassinato não solucionado, sugerindo uma narrativa serializada. A estratégia manteve o suspense ao não esclarecer se o projeto seria um filme, série ou álbum, instigando o público a aguardar os próximos passos.

Em 13 de maio temos a segunda peça com a publicação de um obituário no jornal *Detroit Free Press*, em que se lê “Slim Shady deixou uma impressão duradoura – Fãs “nunca se esquecerão” do rapper controverso”, prosseguindo com um extenso histórico de sua carreira, terminando com a mensagem “talvez ele encontre no pós vida a paz que não encontrou na terra”. Rapidamente a mídia impressa é transportada para a TV e para o on-line, onde ocorre o debate sobre o significado da publicação. No perfil @shadyverse, do Instagram, os comentários dos fãs tentam dar sentido à mensagem, debatendo se é um anúncio da aposentadoria do ídolo ou se ele está enterrando seu personagem.



Imagem 1 – na postagem os fãs teorizam sobre um álbum de aposentadoria ou sobre o fim do alter ego “Slim Shady”.

Uma semana depois, em 20 de maio, a discussão se intensifica com a publicação de um post do próprio artista em suas redes sociais. Sem nenhuma explicação adicional a postagem exibia a captura de uma tela de celular (indicando ser o celular do rapper) enviando uma mensagem pessoal para todos os seus contatos com apenas uma frase “... *and for my last trick!*” (...e para meu último truque!). A data do envio é 31 de maio, o que se revelou como a data de lançamento do álbum. A postagem obteve mais de um milhão de *likes* e manteve os fãs especulando sobre seu significado.

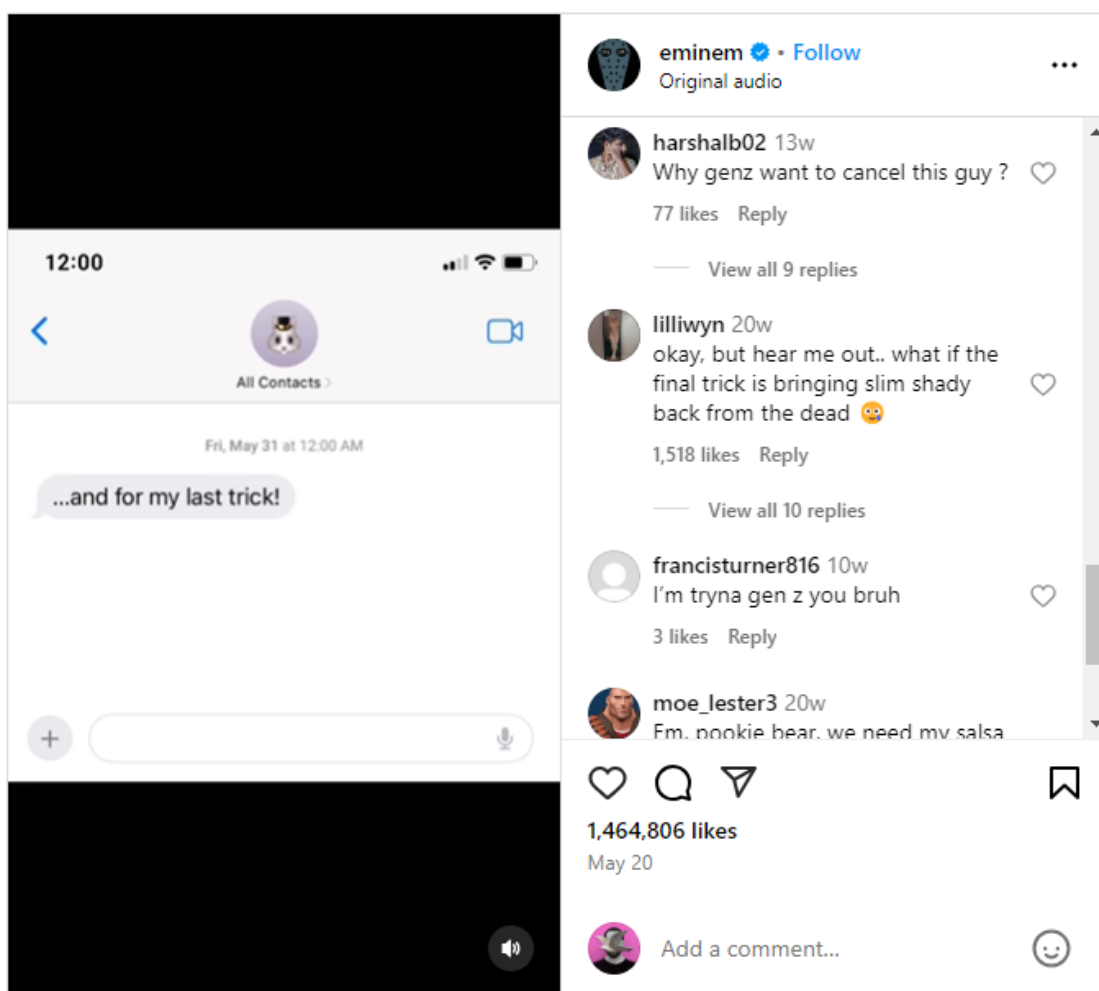


Imagem 2 – Entre as discussões dos fãs surge a preocupação com o cancelamento do artista, possível razão de sua aposentadoria, e sobre o ressurgimento do personagem.

Oito dias depois, Eminem revela em suas redes sociais uma chamada de vídeo com David Blaine, famoso ilusionista. Na chamada os dois se tratam como conhecidos, dizendo que deveriam fazer algo juntos. Eminem então pergunta “o quão longe podemos ir com essa

mágica?” no que David Blaine responde mastigando uma taça de vinho “você quer dizer algo como isso?”. O choque visual é intrigante, mas Eminem se apresenta sem perturbações e apenas responde “bem, para meu último truque eu vou fazer minha carreira desaparecer.” Deixando o ilusionista visivelmente confuso. O encerramento da cena revela uma data de lançamento e a trilha sonora remete ao trecho do hit *Without Me* que diz “*guess who’s back?*”, fazendo uma referência ao retorno da persona Slim Shady. Mais uma vez a narrativa é aberta para interpretações, sugerindo sutilmente que o então “falecido” Slim Shady retornaria, acabando com a carreira de Eminem.

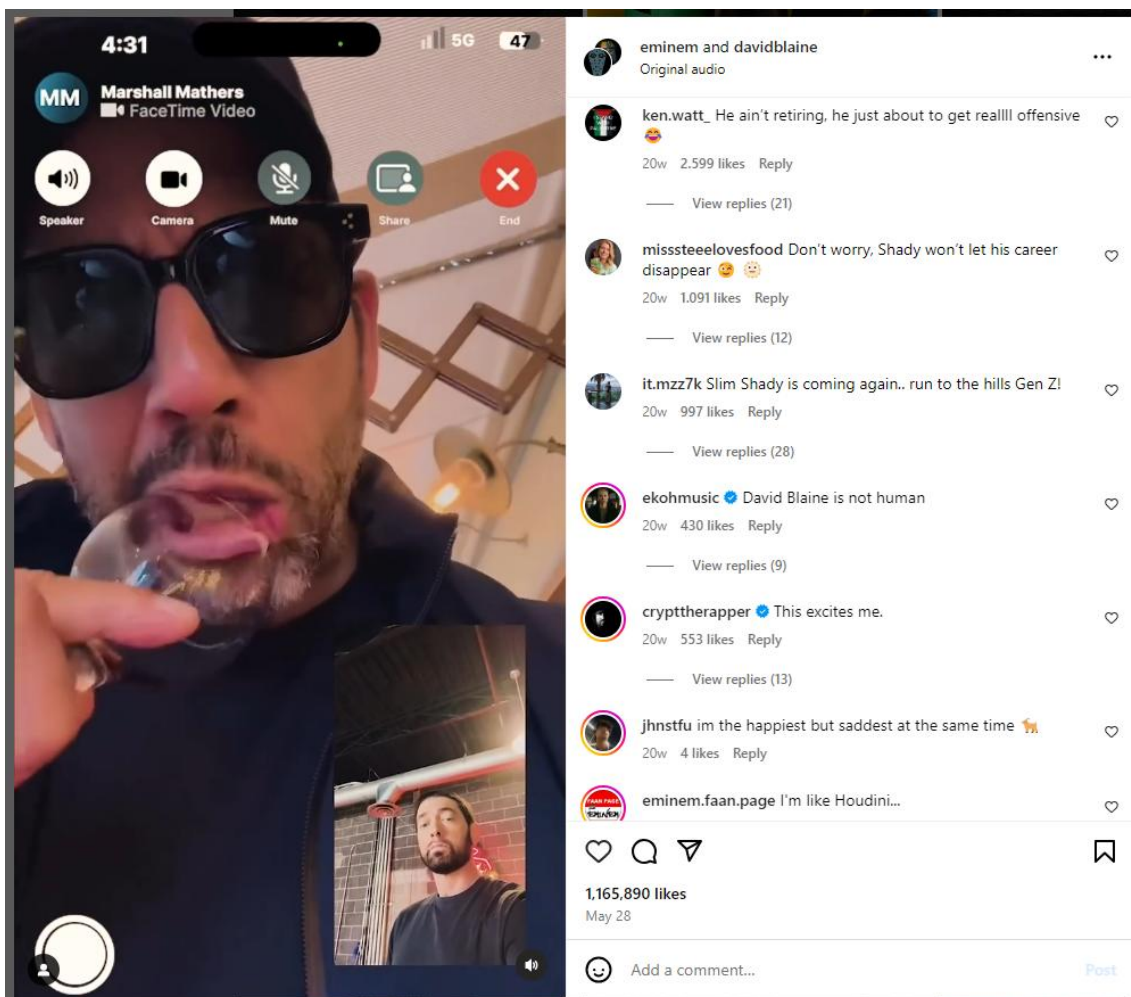


Imagem 3 – fãs especulam: “ele não vai se aposentar, ele apenas vai fazer algo realmente ofensivo”

Como prometido, no dia 31 de maio o single “Houdini” é lançado, revelando do que se trata o tão esperado “último truque”. Nesse single se condensa toda a tensão que foi crescendo no mês que o antecedeu. Na letra, na arte e no clipe é apresentado o confronto entre o artista,

agora maduro e consciente, contra seu alter ego despreocupado, ofensivo e polêmico. É um conflito entre presente e passado, entre novas propostas e o legado já consolidado. Houdini também é a principal música do álbum *“The Death of Slim Shady: Coup de Grâce”*, que enfim chegou ao público em 12 de julho. Seis dias após o lançamento Eminem vendeu 281 mil unidades e assumiu o primeiro lugar no Billboard 200, tomando a posição que foi de Taylor Swift por 12 semanas. Com esse contexto percebemos o esforço pré-lançamento e seu resultado inicial, com a utilização de peças na mídia impressa, na TV, em eventos e pelas redes sociais, dirigindo a inquietação do público para o lançamento.

Em 30 de julho, a revista Complex anuncia sua capa do mês com Slim Shady (dirigindo um veículo, mostrando o dedo do meio para o leitor) e Marshal Mathers (amarrado, no banco do carona). No mesmo dia, Complex publica o vídeo que é o objeto desse estudo e será detalhado na seção “Metodologia”.

Revisão Literária

Estudos dedicados à compreensão de comentários em postagens nas redes sociais podem seguir diversos cursos e lançam mão de diversas tecnologias para delinear suas conclusões, resultando em um desafio metodológico com imensas possibilidades. Ao abordarmos especificamente a plataforma YouTube, encontramos estudos que concordam com a ideia de que a área de comentários é uma rica fonte de dados, reconhecendo-a como fórum para construção de conhecimento (DUBOVI; TABAK, 2020), para, em relação aos vídeos assistidos, encontrar subtópicos, disposição de sentimentos, diferenças de gêneros e redes de relações entre outros tópicos (THELWALL, 2018), e como um espaço onde é possível detectar homofobia e transfobia (CHAKRAVARTHI, 2024), mas também onde é possível detectar esperança (CHAKRAVARTHI, 2022), e até mesmo compreender e categorizar os tipos de angústia que determinado público sofre ao buscar intimidade (KLAUSEN, 2021).

Cada um dos estudos propõe uma forma de obter e tratar os comentários, utilizando principalmente os conceitos de ciências de dados e automação. Para obter os dados são utilizados desde serviços pagos, de assinatura on-line, como o Export Comments (DA SILVA, 2023), códigos personalizados em Python (SINGH; TIWARI, 2021), a própria API do YouTube (ERNST, 2017) entre outros. Também pode se utilizar a automação de inúmeras formas para o tratamento, segmentação e análise desses dados, como o uso do Iramuteq (linguagem R) para o a análise de uma base de mais de 10 mil comentários (SINDERSKI;

CERVI, 2019), mas a subjetividade e a classificação direta do pesquisador não são excluídas, e também é utilizada (KLAUSEN, 2021), o que é previsto em estudos de análise de conteúdo (BARDIN, 1977).

Além do YouTube, outros estudos avaliam a reação de um público em outras redes sociais por meio dos comentários, e servem de referência para esse material, como o caso da avaliação de uma postagem de humor mórbido no Instagram (DA SILVA, 2023), que, ao considerar as reações escritas e emojis do público, traça um cenário da recepção do post, mostrando o sentimento evidenciado em cada comentário.

Para o objeto do nosso estudo, seguiremos uma linha similar, tentando encontrar nos comentários selecionados um mapa da reação do público, discernindo se a recepção do público foi positiva ou negativa, e quais aspectos do material foram explicitados nessas interações.

Metodologia

O objeto de pesquisa é um vídeo da *Complex* (produtora de cultura pop) que, embora hospedado fora dos canais oficiais do Eminem, mantém um tom autoral e cru, alinhado ao espírito do novo álbum. A peça utiliza IA e *deepfakes* para promover um encontro entre o jovem Slim Shady e o maduro Marshall Mathers. O vídeo inicia com um aviso agressivo aos fãs e evolui para um debate em que o passado imaturo (Slim) confronta o presente consciente (Marshall). O diálogo transita de acusações para uma aceitação terapêutica: Eminem valida sua história, mas corrige seus excessos antigos. Essa abordagem unifica o discurso da campanha e esclarece a narrativa do álbum.

No momento em que estudamos o vídeo selecionado, contabilizamos quase dois milhões de visualizações e 9530 comentários em apenas três meses após sua publicação. Escolhemos aprofundar a compreensão dos comentários e, para submeter esses dados à análise, foi necessário tomar uma decisão de corte da amostra, considerando o escopo do estudo. Com ajuda de um serviço na internet chamado “Calculadora de tamanho de amostra” da SurveyMonkey, foi possível calcular o tamanho ideal do corpus que fosse significativa, com 99% de confiança e 5% de margem de erro, assim chegamos na amostra de 623 comentários. Para extrair os dados do YouTube foi escrito um código em Python com a ajuda do *chat-GPT*. O código retornou com a quantidade solicitada de comentários, com os nomes dos usuários autores em um arquivo .CSV, e os dados foram analisados e categorizados em uma planilha de

Excel. Todos os comentários são em relação ao vídeo, excluindo as respostas aos comentários que, normalmente, ficam agrupadas no formato “fio” (*thread*). Uma limitação do código utilizado fez a exclusão dos emojis, peça importante para decodificar as intenções e intensidade dos comentários, mas que não impediu a avaliação geral do material. Com este método foram obtidos 642 comentários, pouco mais que o necessário.

Com os dados formatados seguimos o procedimento de análise do conteúdo explicado por Baldin (1977) e revisto em outras bibliografias como (CAMPOS, 2004), (CAPPELLE; MELO; GONÇALVES, 2003) e (MACHADO, 2020).

Na pré-análise compreendemos que o material já está selecionado e preparado, pronto para uma “leitura flutuante” (BALDINI,1977), obtendo uma percepção distinta dos dados disponíveis. As repetições de temas e abordagens apontam certos padrões, e é fácil perceber um constante tom elogioso. O foco desses elogios, no entanto, se dispersa em diversos campos, como as técnicas estéticas, o roteiro, a própria atuação do artista, e de forma geral com o deslumbramento diante da peça. Pontos mais específico do roteiro se repetem nos comentários, e podem ter significados mais profundos. Palavras específica também emergem em padrões claros e repetitivos, como “*love*”, “*gen z*”, “*podcast*” e “*sober*” – cada uma em um contexto intrínseco ao conteúdo dos 12 minutos de vídeo. Todas essas impressões foram anotadas e destacadas nesse primeiro contato com os dados.

Na segunda etapa exploramos o material e elegemos uma unidade de significado (ou unidade de registro), e, sem desconsiderar a subjetividade dos autores, os padrões de respostas foram tornando-se cada vez mais repetitivos e evidentes, podendo ocasionar a categorização temática dos comentários. Os conteúdos se agruparam nas seguintes categorias:

Elogio Geral: uma demonstração de apreciação destinada ao vídeo, porém de forma difusa, sem especificar nenhum aspecto específico que motivou o elogio.



Imagem 4 – exemplo de comentário genérico, categorizado como “Elogio Geral” e que também fornece o nome desse artigo.

Elogio ao conteúdo: Comentários positivos direcionados ao texto, ao roteiro. Observações e replicações das falas de forma elogiosa, interações que evidenciam o raciocínio por trás do conteúdo. Foram identificados 112 Comentários nessa categoria.

Elogio Estético: comentários positivos direcionados aos efeitos visuais, ao cenário, ao uso de IA/*deepfake*, efeitos sonoros, direção e atuação do artista, ao clima que o vídeo passa. Foram identificados 42 comentários nessa categoria.

A soma das três formas de elogio é de 315, resultando em 49% dos comentários da amostra. Os demais comentários estão agrupados nas seguintes categorias:

Afeto: comentários positivos dirigidos ao artista, sem mencionar ou apontar o contexto do vídeo. Demonstrações de carinho e admiração pelo talento, pela personalidade ou pela recuperação e sobriedade de forma direta. Foram identificados 95 comentários nessa categoria.

Trechos: citações, reproduções e *timestamps* de trechos do vídeo sem direcionamento positivo ou negativo. A mera reprodução e marcação de trechos que mereceram destaque por alguma razão não identificada. Foram identificados 93 comentários nessa categoria.

As últimas categorias apresentam um agrupamento menor, mas que não foram desprezadas dentro da polifonia proposta. A categoria **Piada** (com 30 comentários) agrupa mensagens jocosas e oportunas, mas que não ridicularizam ou elogiam o vídeo. **Conflito e Reconciliação** (com 30 comentários) reúne os comentários que se focam na natureza do vídeo, observando os contrastes entre os personagens e a forma como eles interagem, sem manifestar elogio ou crítica. **Referência** (com 28 comentários) traz as mensagens que tentam apontar a intertextualidade do vídeo com outras obras do artista ou da cultura pop. **Expectativas** (21 comentários) são sinalizações de que o formato utilizado foi muito bem aceito e poderia ser derivado para outros convidados ou expandido para outras formas de interação, abrigando também outras sugestões de continuidade ou de aproveitamento da peça. **Pessoal** (com 14 comentários) mostra os comentários que expõem os sentimentos ou percepções que fazem correspondência entre a obra e as ideias ou situações que o público vive, como uma forma de dizer que este material é *relatable*. **Agridoce** (com 12 comentários) agrupa manifestações que apontam pontos positivos e negativos ao mesmo tempo, relevando aspectos negativos do vídeo sem deixar de apontá-los. **Nulo** (3 comentários) agrupa comentários que não puderam ser categorizados ou que apresentaram um sentido incompleto ou ambíguo. **Crítica** (1 comentário) apresenta uma insatisfação, não com o vídeo, mas com o artista.



@akshayraj.k2479 há 2 meses

Eminem has reached a point in his Career that he is unable to figure out what to do



Responder

Imagem 5 – o único comentário da categoria “Crítica” dentro da amostra que aponta uma observação negativa com a atuação do artista.

A distribuição dos comentários dentro das categorias é exposta conforme a tabela 1.

| Categoria | Ocorrências | Quantidade |
|--------------------------|-------------|------------|
| Elogio Geral | 161 | 25,1% |
| Elogio ao conteúdo | 112 | 17,4% |
| Afeto | 95 | 14,8% |
| Trechos | 93 | 14,5% |
| Elogio estético | 42 | 6,5% |
| Conflito e Reconciliação | 30 | 4,7% |
| Piada | 30 | 4,7% |
| Referência | 28 | 4,4% |
| Expectativas | 21 | 3,3% |
| Pessoal | 14 | 2,2% |
| Agridoce | 12 | 1,9% |
| Nulo | 3 | 0,5% |
| Crítica | 1 | 0,2% |
| Total | 642 | 100% |

Tabela 1- Agrupamento das quantidades por categoria. Fonte: O autores.

Discussão

O presente estudo, focado em entender como o vídeo *FACE OFF* foi recebido pelo público, se dedicou em ambientar corretamente o contexto da existência do material, as razões de sua publicação e os impactos junto aos fãs. Ao considerar as possibilidades de análise de conteúdo, evitou-se o uso de segmentação automatizada, uma ferramenta legítima e possível, para utilizar uma análise mais demorada e sutil, tentando compreender de forma humana os nuances e ironias dos comentários. Quanto à tecnologia disponível para captação de dados, para a solução de forma gratuita, contamos com o engenho e apontamos o uso do *Chat-GPT* na elaboração do código em Python para efetuação do *scrap*, a raspagem de dados automatizada e a organização dos dados para estudo em uma planilha. O uso da inteligência artificial para

construção da solução contou com as correções dos autores e de forma alguma oferecem interferência no trabalho intelectual e reflexão sobre os dados, apenas automatizou a obtenção deles. O resultado do uso dessa automação, que ignorou os emojis, pode ser estudado para ser melhorado. O investimento em ferramentas tecnológicas pode ser um fator impeditivo em futuras pesquisas, o que reforça uma compreensão maior em programação/Python ou melhorias na obtenção de um prompt mais robusto.

Quanto ao impacto que a peça causou no público, ao utilizarmos a metodologia de análise do conteúdo, encontramos na amostra mais de 78% dos comentários elogiando o material ou diretamente o artista, e se considerarmos que se trata de uma peça pós-lançamento do álbum, pós *hype*, pós levantamento de expectativas, encontramos um apoio majoritário à experiência, que deve refletir positivamente quanto ao consumo e apreciação de sua arte.

Conclusão

Considerando o escopo proposto desse material, apresentamos brevemente a documentação das principais peças e estratégias utilizadas pelo rapper Eminem para incentivar a discussão nas redes sociais com peças que materializavam mensagens ambíguas. Toda essa campanha culminou no lançamento de seu novo álbum e no vídeo que é objeto deste estudo. Utilizando a análise de conteúdo voltada para uma fração significativa dos comentários do vídeo, encontramos uma aprovação geral e elogios ao material e ao artista, confirmando de forma qualitativa a apreciação do público e o recebimento positivo do material.

Referências

BARDIN L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70; 1977.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. Revista brasileira de enfermagem, v. 57, p. 611-614, 2004.

DUBOVI, Ilana; TABAK, Iris. An empirical analysis of knowledge co-construction in YouTube comments. Computers & Education, v. 156, p. 103939, 2020.

THELWALL, Mike. Social media analytics for YouTube comments: Potential and limitations. International Journal of Social Research Methodology, v. 21, n. 3, p. 303-316, 2018.

CHAKRAVARTHI, Bharathi Raja. Detection of homophobia and transphobia in YouTube comments. International Journal of Data Science and Analytics, v. 18, n. 1, p. 49-68, 2024.

CHAKRAVARTHI, Bharathi Raja. Hope speech detection in YouTube comments. *Social Network Analysis and Mining*, v. 12, n. 1, p. 75, 2022.

KLAUSEN, Helle Breth. The ambiguity of technology in ASMR experiences: Four types of intimacies and struggles in the user comments on YouTube. *Nordicom Review*, v. 42, n. s4, p. 124-136, 2021.

DA SILVA, Amanda Veríssimo. “A carne mais barata do Carrefour”: estudo de recepção da postagem noticiosa acerca da morte de João Alberto pelo@ sitemundonegro1.

CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; GONÇALVES, Carlos Alberto. Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais. *Organizações rurais & agroindustriais*, v. 5, n. 1, 2003.

<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

SINGH, Ritika; TIWARI, Ayushka. Youtube comments sentiment analysis. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, v. 5, n. 5, p. 1-11, 2021.

ERNST, Julian et al. Hate beneath the counter speech? A qualitative content analysis of user comments on YouTube related to counter speech videos. *Journal for Deradicalization*, n. 10, p. 1-49, 2017.

MACHADO, Amália. Análise de Conteúdo da Bardin em três etapas simples. *Acade mia [Internet]*, 2020.

SINDERSKI, Rafaela Mazurechen; CERVI, Emerson Urizzi. CONVERSAÇÃO POLÍTICA NA FANPAGE DO MOVIMENTO BRASIL LIVRE: UMA ANÁLISE DAS DISCUSSÕES SOBRE A REDUÇÃO DA MAIORIDADE PENAL ENTRE 2015 E 2018. *Teoria & Pesquisa Revista de Ciência Política*, v. 28, n. 3, 2019.