

RITA VON HUNTY E O CANAL TEMPERO DRAG: infotainment, representatividade e mobilização

RITA VON HUNTY AND THE CHANNEL "TEMPERO DRAG": infotainment, representativity and mobilization

RITA VON HUNTY Y EL CANAL "TEMPERO DRAG": infoentretenimiento, representatividade e movilizaci3n

Manuela do Corral Vieira¹

Matheus Henrique Cardoso Luz^{2, 3}

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar o potencial comunicacional contra-hegem3nico desenvolvido no canal "Tempero Drag", produzido pela drag queen Rita Von Hunty. A pesquisa parte de uma an3lise de tr3s v3deos do canal, percebendo aspectos da linguagem, formato e informa33o, em di3logo com os fundamentos te3ricos de cultura do consumo, infotainment, mobiliza33es na web, ativismo LGBT e comunica33o alternativa. Logo, foi poss3vel visualizar como o conte3do extrapola o car3ter de entretenimento ao mesclar g3neros informacionais e discutir assuntos sob uma 3tica informativa e educativa, tencionando quest3es pol3ticas para o p3blico, com um potencial expansivo crescente, podendo caracterizar-se ainda enquanto uma pr3tica jornal3stica alternativa, portanto, contra-hegem3nica.

¹ Doutora em Antropologia pelo Programa de P3s-Gradua33o em Antropologia da Universidade Federal do Par3 (UFPA). Professora na Faculdade de Comunica33o (FACOM) e no Programa de P3s-Gradua33o Comunica33o, Cultura e Amaz3nia (PPGCom) da Universidade Federal do Par3 (UFPA). L3der do Grupo de Pesquisa Comunica33o, Consumo e Identidade – Consia (CNPq/UFPA). E-mail: manuelacvieira@gmail.com

² Graduando em Comunica33o Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Par3 (UFPA). Integrante do Grupo de Pesquisa Comunica33o, Consumo e Identidade – Consia (CNPq/UFPA). Bolsista PIBIC/CNPq no Projeto de Pesquisa "Consumo, Identidade e Amaz3nia: rela33es de sociabilidade e intera33o atrav3s da comunica33o". E-mail: mattzhenrique26@gmail.com

³ Endere3o de contato com os autores (por correio): Universidade Federal do Par3, Instituto de Letras e Comunica33o. Programa de P3s-Gradua33o em Comunica33o, Cultura e Amaz3nia. Av. Augusto Correa, 01, Guam3. CEP: 66075-110. Bel3m, PA – Brasil.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2526-8031.2020v4n1p162>

PALAVRAS-CHAVE: Consumo; Drag; Infotainment; LGBTQIA+; Representatividade;

ABSTRACT

This paper aims to analyze the counter-hegemonic communication potential developed in the channel "Tempero Drag", produced by the drag queen Rita Von Hunty. The research starts from an analysis of three videos, understanding aspects of language, format and information, in dialogue with the theoretical foundations of consumer culture, entertainment, web mobilization, LGBT activism and alternative communication. Thus, it was possible to visualize how the content goes beyond the entertainment character by merging informational genres and discussing subjects from an informative and educational point of view, intending political questions for the public, with a growing expansive potential, and can be characterized as an alternative journalistic practice, therefore, counter-hegemonic.

KEYWORDS: Consumption; Drag; Infotainment; LGBTQIA+; Representativity;

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar el potencial de comunicación contrahegemónica desarrollado en el canal "Tempero Drag", producido por la drag queen Rita Von Hunty. La investigación parte de un análisis de videos de tres canales, que comprende aspectos del lenguaje, formato e información, en diálogo con los fundamentos teóricos de la cultura del consumidor, el entretenimiento, la movilización web, el activismo LGBT y la comunicación alternativa. Por lo tanto, fue posible visualizar cómo el contenido va más allá del carácter del entretenimiento al fusionar géneros informativos y discutir temas desde un punto de vista informativo y educativo, con la intención de formular preguntas políticas para el público, con un potencial expansivo creciente, y aún puede caracterizarse como una práctica periodística alternativa, por lo tanto, contrahegemónica.

PALABRAS CLAVE: Consumo; Drag; Infoentretenimiento; LGBTQIA+; Representatividade;

Recebido em: 12.11.2019. Aceito em: 12.12.2019. Publicado em: 03.01.2020.

Introdução

As mídias digitais têm impulsionado cada vez mais a migração dos espectadores de televisão para o consumo de conteúdo na web, como é possível visualizar a partir do crescente número de pessoas conectadas (BRASIL GANHA, 2018). Além disso, as pessoas passaram a se informar cada vez mais pelas redes sociais, criando comportamentos de consumo diferentes ao longo dos anos, sendo os jovens os principais utilizadores desta forma de obter informações. Esse aspecto reflete o processo de midiatização como aponta José Luiz Braga (2012), o qual representa os impactos e circuitos sociais oriundos das novas formas de comunicação, como também do movimento interacional entre produtor e público.

As plataformas digitais on-line têm possibilitado a emergência de múltiplas formas de criar, propagar e agenciar conteúdo e informações. Entre elas, o entretenimento, um nicho que se segmenta de acordo com as mais diversas propostas e regula seu formato a fim de

atingir e consolidar determinado público-alvo, visando estratégias para manter o consumo de seu conteúdo. Martino (2011) aponta que, tradicionalmente, o entretenimento é visto como algo negativo, que “levaria à progressiva alienação da sociedade a respeito da política”, somada à compreensão de alguns de que este gênero informacional consiste em algo irrelevante e que não pode ser problematizado, haja vista seu viés de “consumo descompromissado” (MARTINO, 2011, p. 137).

Contudo, o entretenimento está presente nas mais diversas plataformas, assumindo diversos aspectos e segmentos. Como elenca Aronchi de Souza (2004, p. 92), os gêneros que integram a categoria Entretenimento são: Auditório; Colunismo social; Culinário; Desenho animado; Docudrama; Esportivo; Filme; *Game show* (competição); Humorístico; Infantil; Interativo; Musical; Novela; *Quiz show* (perguntas e respostas); *Reality show* (TV-realidade); Revista; Série; Série Brasileira; *Sitcom* (comédia de situações); *Talk show*;

Teledramaturgia (ficção); Variedades e *Western* (faroeste).

Essa diversidade de gêneros é refletida ao se olhar para as diferentes formas de apropriação, veiculação e agenciamento que a comunicação pode executar, utilizando os formatos de entretenimento para alcançar seu objetivo. Nesse sentido, também é importante olhar para a utilização do entretenimento como um meio de veicular informações que se enquadrariam como fora do eixo “entretenimento”. Essa expressão é caracterizada como “infotainment”, como explica Dejavite (2007):

Tradicionalmente, sempre coube ao jornalismo o papel de informar e formar a opinião pública sobre o que acontece no mundo real, com base na verdade, nas coisas que acontecem no mundo externo, no campo social. O entretenimento, entretanto, destinou-se a explorar a ficção, chamar a atenção e divertir as pessoas. Contudo, a chegada do jornalismo de INFOtenimento tem contestado essa ideologia dominante da prática jornalística que, aos poucos, terá de ser mudada (DEJAVITE, 2007, p. 3).

Este trabalho debruçou-se sobre uma figura que começou a experimentar uma amplitude de seu alcance no ano de 2019, a drag queen Rita Von Hunty. Suas

informações serão detalhadas no tópico a seguir, mas em suma, sua presença se encarna rotineiramente no YouTube e no Instagram, plataformas nas quais produz conteúdo pensado sob temática política e de atualidades, mas que encarna figurações e formatações de entretenimento sob a forma de humor, comicidade e representações caricatas. O objetivo deste artigo foi perceber de que forma a presença on-line de uma representante do movimento LGBTQIA+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais e Travestis, *Queer*, Interssexuais, Assexuais e demais denominações) com suas correntes ideológicas específicas, pode visibilizar indivíduos, fomentar reflexões, além de promover articulações e debates entre o público por meio da produção de vídeos para o YouTube.

O recorte de estudo deste trabalho tem como foco o canal do YouTube “Tempero Drag”, cujos vídeos são lançados semanalmente e trazem diversas temáticas, atualmente tendo como foco principal a situação política brasileira, dialogando com discussões e teorias da

filosofia e sociologia, e problematizando questões sociais do cotidiano como relacionamentos, uso da tecnologia etc. Para esta pesquisa, foram assistidos os vídeos publicados durante o período de maio de 2018 a setembro de 2019, dos quais foram escolhidos três vídeos específicos, além de um vídeo entrevista produzido pela revista CartaCapital, a fim de perceber a articulação de um conteúdo caracterizado como infotainment com um conjunto de práticas que podem ser entendidas como comunicação alternativa. Optou-se, então, pela análise de conteúdo adequando a proposta metodológica de Bardin (2011) para o estudo dos vídeos em questão, separando por categorias de análise e que levam a um eixo comum da pesquisa geral.

A partir desse contexto, é possível visualizar a plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube enquanto um espaço que impulsionou uma transformação no consumo de entretenimento e de informações, conforme será apresentado nos próximos tópicos deste estudo.

YOUTUBE E AS TRANSFORMAÇÕES NO CONSUMO

Em análise acerca da plataforma de vídeos YouTube, é importante destacar alguns aspectos acerca de seu formato: este permite que qualquer usuário crie seu canal, faça o upload de qualquer vídeo no sistema (desde que este não viole as diretrizes do sistema) e interaja com outros usuários, seja por meio de curtidas, comentários ou compartilhamentos. O conteúdo disponível na plataforma é extensamente variado, havendo vídeos de entretenimento, educativos, institucionais, musicais. Atualmente, já existe inclusive um serviço de assinatura *premium* que permite aos usuários pagar para ter acesso aos vídeos sem anúncios, assim como o conteúdo original do YouTube (as séries e filmes com o selo *Originals*), *downloads*, reprodução de vídeos em segundo plano e a utilização do *YouTube Music Premium* (outro serviço de assinatura exclusivo para músicas) (YOUTUBE PREMIUM, 2018).

Segundo dados apresentados durante o evento *YouTube Brandcast*

2018, a plataforma recebe 400 horas de conteúdo a cada minuto, podendo alcançar 1,9 bilhão de horas por dia (YOUTUBE BRANDCAST, 2019). Além disso, o crescimento do YouTube é exponencial, já que em 2014 a média de tempo de uso da plataforma era de 8,1 horas por semana, e em 2019 o tempo médio aumentou em 165%. Além disso, a pesquisa *Video Viewers* também mostra que 80% das pessoas que consomem vídeos na web estão em busca de conteúdos não encontrados na televisão. (TEMPO ASSISTINDO, 2018).

Com a crescente popularização do serviço, surgiu um novo segmento dentro da plataforma: os *Youtubers*, usuários que passaram a se especializar e investir cada vez mais na produção de conteúdo para seu público, tais investimentos vão desde o esforço para pensar, segmentar e articular determinado conteúdo até o investimento financeiro em materiais para gravação e edição. No cenário de tendência para a convergência das mídias digitais on-line, os *Youtubers* tendem a articular sua presença em outras redes

sociais, como o Facebook e o Instagram, caracterizando-se como um “influenciador digital” (CAMARGO; ESTEVANIM; SILVEIRA, 2017).

Assim, as etapas de produção e recepção do consumo se modificaram mediante essas novas formas de divulgação e construção de narrativa, sendo essas construídas, na cultura de consumo a partir de narrativas, simbolismos e reflexões dessas interações entre sujeito e tecnologias. Essas significações surgem a partir de culturas e grupos específicos que as modificam conforme desejos e necessidades, adotando interpretações distintas, promovendo agenciamentos diferentes e desencadeando novas narrativas e apropriações do consumo.

Mike Featherstone (1995) evidencia que os bens de consumo demarcam relações sociais e vice-versa:

Constelações específicas de gosto, preferências de consumo e estilo de vida estão associados a ocupações e frações de classe específicas, tornando possível mapear o universo de gosto e estilo de vida, com suas posições estruturadas e distinções graduais sutis, que operam numa sociedade específica e num ponto determinado da história (FEATHERSTONE, 1995, p. 38).

Ainda pensando a partir das proposições de Featherstone (1995), pode-se visualizar no uso do YouTube - como canal de veiculação de entretenimento dos mais variados tipos - a formação de processos de reconhecimento do espectador com o produtor do conteúdo, mais especificamente com os *Youtubers*. O reconhecimento desses signos, símbolos e conjuntos de características culturais são evidenciados ao se pensar na relação entre *Youtuber* e o público, pois o desenvolvimento pleno de um engajamento entre essas figuras ocorre somente a partir disso. Seja positivo, quando o reconhecimento é refletido ao se tratar de assuntos de interesses afins, posicionamentos semelhantes, entre outras formas, seja negativo, na forma de crítica, discordância ou mesmo no fomento de um debate que amplia as interações entre produtor e consumidor do conteúdo.

Além disso, as relações neste ciberespaço tendem a expandir o que se

entende por globalização, o que segundo Featherstone (1995) torna mais difícil a estabilidade dos bens marcadores, colocando em risco até mesmo a lógica das diferenças culturais. Entretanto, esse processo de desestabilização também pode ser visto enquanto propulsor para que microprocessos mais localizados sejam evidenciados, colocando em xeque a ordem do consumo em determinados grupos e culturas.

A relação entre produtor e consumidor que se fortalece no YouTube, se apresenta enquanto fundamental para o fomento de novas relações de afinidade, reconhecimento e representatividade. Esse processo traz consequências de diferentes formas: no retorno enquanto capital financeiro, pois engajamento contribui para o funcionamento da lógica financeira do YouTube e é retornado em partes para o produtor; no retorno enquanto capital social, na medida em que processos de reconhecimento geram o estreitamento de laços afetivos, confiabilidade, ainda que provenientes do meio on-line, mas que concedem um

status para o produtor de conteúdo e que pode ser utilizado para diversas finalidades, entre elas, a mobilização política. Como afirma Gabriela Zago e Jandré Batista (2009, documento eletrônico não paginado):

Quando os atores sociais interagem com os demais em uma rede social, carregam nessas ações diferentes formas de capital social. Em relação às ações coletivas, percebe-se a dimensão relacional do capital social – a busca por reputação –, como elemento propulsor desse tipo de ação política.

Nesse íterim, a amplitude da plataforma possibilitou que camadas marginalizadas da sociedade emergissem seus discursos e perspectivas neste espaço. A internet outrora já havia possibilitado que esses discursos despontassem como relevantes no meio on-line, fóruns, comunidades, blogs, redes sociais, todas essas possibilidades foram cruciais para que os indivíduos pertencentes a grupos minoritários encontrassem seus semelhantes e, assim, pudessem ampliar a articulações de suas agendas por igualdade civil, justiça e demais pautas políticas. Logo, a articulação política de movimentos sociais

assumiu novas formas, como afirma Scherer-Warren (2006) acerca das articulações em rede na demanda de direitos.

Essas possibilidades são igualmente analisadas por Castells (2013, p. 139) ao afirmar que os movimentos sociais articulados no ciberespaço exercem influência sobre a política e os programas de governo vigentes se esses movimentos possuem grande potencial para as agendas e reivindicações dos atores políticos que se articulam no movimento. Vemos, então, a figura do *Youtuber* e do influenciador digital (mencionados aqui de maneira equivalente devido à presença do produtor de conteúdo em mais de uma plataforma on-line), enquanto uma nova possibilidade de articulação, pois o formato e a linguagem foram apropriados para dialogar de diferentes formas com o público que deseja atingir. Neste caso, uma população minoritária e comumente fora dos padrões sociais, mas que está presente no ciberespaço e consome

conteúdo e, é claro, consome entretenimento.

Peruzzo (2009) entende que a comunicação alternativa incorporou novas configurações devido aos suportes digitais e interativos, articulando conteúdos dos mais variados tipos e que agregam novos olhares, além de novas formas de construir e veicular as mensagens, desenvolvendo assim novas relações sociais. A autora destaca que:

A internet, ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a muitos (um/todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem lidos, vistos ou ouvidos por todos (todos/todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social (PERUZZO, 2009, p. 139)

Desse modo, buscou-se entender como o canal "Tempero Drag" pode ser visualizado dentro de um conjunto de transformações sociais que resultam em novas formas de produzir e consumir informações e, conseqüentemente, articular e agenciar pautas políticas marginalizadas.

Rita Von Hunty: *Drag Queen* de Foice e Martelo

Rita Von Hunty é a drag queen criada por Guilherme Terreri Pereira, atualmente com 29 anos, formado em Artes Cênicas pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e em Letras pela Universidade de São Paulo (USP). Rita participou da primeira temporada do *reality show* "Academia de drags"⁴ em 2014. Atualmente, apresenta o *reality show* "Drag me as a queen" em exibição no canal E!, assim como também produz conteúdo para o seu canal no YouTube "Tempero Drag" e ministra seu "Curso Revolucionário de Rita Von Hunty"⁵.

O canal de Rita, o "Tempero Drag", atualmente⁶, possui 172 mil seguidores e um total de 5.563.411 visualizações. O canal também está presente ativamente no Facebook com uma página que possui 136.919 curtidas. Entretanto, apesar de ter

⁴ Entenda melhor o *reality*. <<https://bit.ly/2lIMOEx>> Acesso em: 10 de setembro de 2018.

⁵ O "Curso Revolucionário de Rita Von Hunty" é realizado periodicamente em São Paulo no Cabaret da Cecília e na Livraria da Vila, custando em média 60 reais por aula. O

curso também é itinerante e visita esporadicamente algumas cidades do Brasil.

⁶ Dados coletados de 10 a 29 de setembro de 2019.

páginas no Instagram e Twitter, atualmente, essas plataformas não são mais utilizadas para a divulgação do conteúdo do canal. Já com o nome de Rita Von Hunty, a drag está efetivamente presente no *Instagram* (@rita_von_hunty) com 129 mil seguidores.

É preciso delinear certos entendimentos sobre o fazer drag para então ser possível visualizar tal prática enquanto um atravessamento de uma população minoritária. Partindo da perspectiva de Butler (2003), é possível entender o fazer drag enquanto um ato que expõe a estrutura mimética do gênero (entendido redutivamente enquanto masculino e feminino). Logo, drag não se trata de uma identidade de gênero, nem necessariamente uma expressão de qualquer gênero:

Aliás, parte do prazer, da vertigem da performance, está no reconhecimento da contingência radical da relação entre sexo e gênero diante das configurações culturais de unidades causais que normalmente são supostas naturais e necessárias. No lugar da lei da coerência heterossexual, vemos o sexo e o gênero desnaturalizados por meio de uma performance que confessa sua distinção e dramatiza o mecanismo cultural da sua unidade fabricada (BUTLER, 2003, p. 196)

Assim, entende-se drag como o desenvolvimento de uma performance artística que se apropria de múltiplas ferramentas e acessórios para construir sua estética e executar sua performance, aí estão incluídos itens como a maquiagem e figurinos. O conjunto estético expresso esteticamente na drag é comumente chamado de "montação", "montagem" ou "montaria".

Jayme (2010) explica que a "montação" das drag queens "(...) reconstróem gêneros, revelando que essa categoria não possui uma estrutura binária, antes, refere-se a multiplicidades" (JAYME, 2010, p. 168). Além disso, a autora discorre acerca da transitoriedade das identidades das drags, pois advém das alterações no corpo com o propósito de utilizá-lo como forma de expressão e produção de significados.

Logo, entende-se drag como uma prática performática de arte que está além de gêneros, sexos ou sexualidades, mas que recria formas e figuras em seu corpo, como é possível ver em diversos movimentos que têm ocorrido

nacionalmente, a exemplo das *themonias* em Belém do Pará. Um coletivo artístico que propõe um novo olhar sobre o corpo e levanta constantemente discussões sobre o fazer drag, seu papel político e suas implicações na sociedade (VIEIRA; LUZ, 2019).

Para Rita Von Hunty:

Ser drag é um movimento artístico em primeiro lugar, uma forma de expressão artística, ou talvez uma linguagem artística. É um ato político, porque drag é sempre um reflexo da nossa vida, da nossa crença, dos nossos valores, e drag encena, ou traz à cena conceitos sobre performance de gênero (CARTACAPITAL, 2019, documento não paginado).

Ainda em entrevista à CartaCapital, Rita explica que o canal do YouTube começou como um canal de culinária vegana, por isso o nome “Tempero Drag”. O canal mudou de foco quando “algumas coisas aconteceram no âmbito da política né, e eu vi uma necessidade muito gritante de começar a falar sobre coisas que me eram muito caras, mas me eram muito urgentes” (CARTACAPITAL, 2019, documento não paginado).

Nesse sentido, Rita Von Hunty é assumidamente uma figura com seus

ideais alinhados com uma perspectiva política de “esquerda”. Guilherme Terreri também ministra aulas, e foi a partir daí que percebeu que poderia ampliar sua plataforma para ser ouvido. A drag explica que:

Então a Rita é uma ferramenta que eu encontrei pra dialogar com um público maior. Então, dentro da sala de aula eu tenho um alcance, de peruca, batom, na internet, eu tenho outro. Tudo que eu fiz foi achar uma forma de usar a minha ferramenta como um veículo para as minhas ideias e pro meu discurso, e o curso da Rita é um resultado disso, ele é um meio através do qual eu posso tirar um debate que às vezes fica restrito dentro da academia e torná-lo mais democrático, mais acessível, mais vivo e mais reverberante nas pessoas (CARTACAPITAL, 2019, documento não paginado)

Tais características visualizadas nos vídeos de Rita são práticas do infotainment, pois executam a construção de uma narrativa simples, que estimula o imaginário social e ocupa o tempo livre (DEJAVITE, 2007). Essa remodulação do entretenimento permite que através da linguagem seja possível transmitir informações, ou seja, é capaz de construir conhecimentos, formar opiniões ao mesmo tempo em que diverte e cumpre o objetivo de entreter, um

verdadeiro reflexo de necessidades do indivíduo pós-moderno.

Um Tempero (Des)agradável?

Para entender como o conteúdo de infotimento pode ser utilizado enquanto uma prática de comunicação contra-hegemônica, observou-se, então, uma série de vídeos do canal do YouTube "Tempero Drag", onde foram selecionados três vídeos que representam os eixos teóricos dialogados. Assim, estão elencados abaixo, do mais antigo ao mais recente:

1. "Rita em 5 minutos: LGBTQIA+" (TEMPERO DRAG, 2018)
2. "Ódio como política" (TEMPERO DRAG, 2019a)
3. "Essa Amazônia não é novidade" (TEMPERO DRAG, 2019b)

Os vídeos foram escolhidos pelos critérios: infotimento, agenda política e mobilização social. Os três vídeos discorrem sobre assuntos políticos, ainda que sob óticas diferentes. As temáticas são distintas entre si, sendo discussões que envolvem: a população LGBTQIA+ no

primeiro vídeo; práticas sociais e políticas no segundo; e, histórico político nacional e atualidade no terceiro. Todos os vídeos convergem para a proposta de elucidação de Rita Von Hunty, pois os três possuem caráter informativo (possivelmente educativo) e com mensagens que instigam a formação do pensamento crítico.

1. "Rita em 5 minutos: LGBTQIA+"

O primeiro vídeo é o mais antigo dos selecionados para análise, publicado em 20 de novembro de 2018, no quadro "Rita em 5 minutos" que fez parte do canal durante maio de 2018 a dezembro do mesmo ano. O vídeo possui até o período de realização deste trabalho, 62.347 visualizações, 10 mil *likes* e 61 *dislikes*.

Neste vídeo, a temática tratada é a sigla "LGBTQIA+", no qual a drag começa trazendo um breve histórico da sigla e suas adaptações até o momento atual. Em seguida, Rita começa a apresentar o significado de cada sigla, explicando didaticamente e com seus toques ácidos na fala as características dos indivíduos que compõem determinada letra da sigla.

O vídeo também é o mais curto da lista. As informações presentes no vídeo ainda são limitadas devido ao tempo. Contudo, compõem o que poderia se considerar como uma breve cartilha sobre a comunidade LGBTQIA+, apresentando de forma breve, simplificada e objetiva a temática.

A linguagem humorística característica da drag se faz interessante de observar na medida em que acaba por desconstruir o que poderia ser entendida enquanto “apenas mais um vídeo falando sobre a população LGBTQIA+”. Assim, entende-se que os traços da linguagem foram utilizados a fim de divertir o público, ao mesmo tempo em que transmitia informações importantes. É interessante notar que o vídeo foi lançado pouco tempo depois da realização do Exame Nacional do Ensino Médio de 2018, no qual houve em sua prova de linguagens uma questão contextualizada com o “dialeto Pajubá”, que gerou inúmeras polêmicas envolvendo os assuntos de gênero e temáticas afins, havendo a circulação de diversas perspectivas

controvérsias e até mesmo errôneas sobre o fato, muitas das quais foram utilizadas no intuito de invalidar a questão por tê-la contextualizado com o que é chamado de “ideologia de gênero” (VEJA RESOLUÇÃO, 2018).

A partir disso, levando em conta que a sociedade possui estruturas de poder baseadas em sexo e gênero, como afirma Butler (apud SALIH, 2016), entende-se que a escolha por Guilherme Terrieri aparecer no seu canal enquanto a drag Rita Von Hunty se dá enquanto um posicionamento da forma de agenciamento de seu corpo como instrumento político. A performance drag, como explicada anteriormente, articula um rompimento de paradigmas e entendimentos que para muitas pessoas ainda são estáveis e engessados, como gênero e expressão artística. Butler (apud SALIH, 2016) acredita que os discursos habitam corpos e que estes o carregam em sua totalidade. Assim, o corpo de Rita Von Hunty em exposição em uma plataforma on-line contribui para a visibilidade e ocupação de novos espaços

por corpos que são entendidos enquanto abjetos na sociedade, apresentando-se para um universo espectador que pode vir a criticar ou a se reconhecer, mas que fará parte deste novo desenrolar interacional com um sujeito marginalizado.

Segundo Anderson Guerreiro e Maria Clara Bittencourt (2019), os canais LGBTs no YouTube se inserem no processo comunicacional e social, produzindo e fazendo circular conteúdos que movimentam um agenda contra-hegemônica na comunicação e também contribuindo para a reafirmação de identidades abjetas.

O vídeo publicado pelo “Tempero Drag” foi como uma resposta indireta a todas as questões que estavam sendo colocadas em voga durante aquele momento. Assim, tal material audiovisual foi capaz de abordar a temática “diversidade” de maneira informativa, utilizando o formato do entretenimento. Além disso, na contemporaneidade do consumo é visível um movimento em que as abordagens comunicacionais são flexíveis com atualizações e inovações,

como exemplifica Wilton Garcia (2019, p. 103): “Afinal não seria divulgar *para...*, mas divulgar *com...* Essa mudança de ação reflete a necessidade de compartilhar a experiência que aguça o/a consumidor/a”.

Ademais, soma-se ao fato de que a apropriação de novos espaços como as redes sociais por pessoas comumente excluídas proporciona uma amplitude de espaços de visibilidade e o fortalecimento de processos de representação. Segundo Souza (2019, p. 73), é neste espaço on-line que o protagonismo das minorias sociais se destaca e utiliza dos mecanismos do ciberespaço para descentralizar a comunicação e acessibilizar discussões.

Portanto, percebe-se que a exposição da temática LGBTQIA+ por vias que mesclam a informação com o entretenimento articulam discussões que possuem potencial para modificar perspectivas engessadas sobre o assunto, além de que funciona como uma prática de exposição e valorização de um tema marginalizado, levado a público por um corpo considerado enquanto abjeto por se tratar uma performance drag e que

promove o reconhecimento de indivíduos semelhantes.

2. "Ódio como política"

O segundo vídeo analisado foi publicado em junho de 2019, nele a temática discutida gira em torno do que a drag chama de "Ódio como política". Este vídeo possui 62.102 visualizações, 12 mil *likes* e 36 *dislikes*. Logo no começo do vídeo, Rita deixa claro que não se trata de uma resenha ou, especificamente falando, do livro "O Ódio Como Política" de Vladimir Safatle. Seguindo após a introdução, a drag começa a discorrer sobre o que seria a ideia central do vídeo, explicando que a ideia para o vídeo veio após assistir o episódio "*Men against fire*" da terceira temporada da série *Black Mirror*, distribuída no Brasil pelo serviço de *streaming Netflix*.

Rita explica que o ódio como política se refere a ideia de "nós versus eles", classificando esse mecanismo identitário enquanto responsável pela criação do mito das nações.¹⁶ A drag segue argumentando que quase todos os

momentos históricos de genocídio, aculturação ou guerras muito longas, foram instaurados através da utilização do ódio como política, discutindo três exemplos: 1) a escravidão, cuja uma das várias justificativas utilizadas era a de que a população negra não era humana, assim, o ódio instituído contra os negros possibilitou o genocídio dessa população; 2) os regimes nazista e fascista na Europa, onde criou-se no contexto pós-guerra vivenciado pela Alemanha e pela Itália um sentimento de que judeus, ciganos, homossexuais eram uma "sub-raça", novamente reflexo da utilização do mecanismo ódio como política; e 3) Bolsonaro no Brasil, um exemplo em que um indivíduo fundamentalista utiliza do ódio como política para atacar pessoas que não se enquadram no padrão de sexualidade e gênero, o que a drag chama de indivíduos desviantes. Dessa forma, pessoas com sexualidades ou expressões de gênero que não estão descritas na bíblia são consideradas enquanto "Outros", destituídos de humanidade e "coisificados".

Próximo do fim do vídeo, Rita pontua que um dos aspectos fundamentais que constituem a humanidade é o reconhecimento desta humanidade em outros indivíduos. Não obstante, quando esse reconhecimento é efetuado a política do ódio não se perpetua, pois outros seres humanos não entenderam outros sujeitos enquanto “outros” (coisas que podem ser exploradas, violentadas e mortas). Para encerrar, Rita Von Hunty afirma que “é importante que em períodos de polarização, em períodos de extremidade, a gente consiga se manter um ser político e pensante, olhando pro outro e ainda sim vendo o ‘eu’”.

É perceptível a partir da análise deste vídeo que a comunicação empreendida articula novamente características do humor, aspectos cômicos na fala, deboche, dentre outros mecanismos a fim de situar o espectador em um ambiente em que se discute um tema sério com implicações sociais graves, mas que é percorrido com traços de leveza que tendem a facilitar o entendimento.

Além disso, o deboche e tom sarcástico também demarcam a criticidade que é proposta no conteúdo, explicitando pontos em que se torna óbvio a crítica ou discussão que a apresentadora busca passar.

O hibridismo presente no vídeo é reflexo do que Martino (2009) apresenta como características do infotimento, no qual uma situação real é estetizada e ganha formatos e características do entretenimento. No caso dos vídeos de Rita Von Hunty, o humor se mostra enquanto uma importante ferramenta para atrair o público para as discussões políticas, criando um conteúdo atrativo que reflete os gostos e características do público que acompanha o canal ou pode vir a assistir o vídeo.

É possível visualizar a partir dessas características, formas de se empreender uma comunicação alternativa, pois por meio do entretenimento consegue aproximar o conteúdo em certo tom jornalístico dos espectadores, envolvendo as pautas em informações qualificadas e apuradas, argumentando sob perspectivas

de artigos acadêmicos, livros, obras literárias, dentre outras formas de estudo que consolidam o rigor das informações apresentadas e da discussão que irá seguir.

3. "Essa Amazônia não é novidade"

O último vídeo é o mais recente da lista, publicado em 27 de agosto de 2019, no qual a drag traz para a discussão o recente acontecimento das queimadas na Amazônia. O vídeo possui 121.043 visualizações, 26 mil *likes* e 149 *dislikes*. O vídeo começa com o tom ácido da drag apresentando o "subtítulo" do vídeo: "Miga, você precisa entender que ou a gente para o agronegócio, o latifúndio e o capitalismo e as políticas de entreguismo brasileira ou não tem futuro pra gente, parça".

Rita começa a fazer uma retomada histórica sobre o processo de apropriação e destruição da Amazônia no Brasil, citando, por exemplo, as capitâneas hereditárias e a exploração das drogas do sertão, e argumentando que devido a destruição na Amazônia é comum para as

elites e para as governanças do país, pois apesar de os dados atuais apontarem para a necessidade de se repensar as práticas do agronegócio, os responsáveis não veem a situação enquanto um problema, pois historicamente sempre foram feitas.

O vídeo foi lançado durante o período em que a floresta amazônica estava sofrendo com uma queimada em larga escala durante o mês de agosto de 2019, perdurando por semanas em um estado crítico que já afetava vários países da América Latina. Durante o vídeo a drag rebate algumas afirmações que estavam sendo proferidas enquanto verdades sem fundamento, como exemplo, a afirmação de que o que estaria ocorrendo na Amazônia se tratava de um fenômeno natural, além de criticar a configuração política do país,

A drag apresenta informações e dados que comprovam o descaso com as pautas relacionadas a preservação da Amazônia, como as afirmações sem fundamento proferidas por ministros (dentre outras autoridades), além de fatos como o da exoneração do presidente do

INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais) após haver um embate entre os dados apresentados sobre o desmatamento (PRESIDENTE DO INPE, 2019) e também a ausência de presidência do IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) (PRESIDENTE DO IBAMA, 2019).

O eixo central de discussão do vídeo gira em torno do caráter entreguista do governo brasileiro, que conforme a drag argumenta, vale-se dos recursos naturais, riquezas, biodiversidade, etc para vender ao capital exterior e fazer dinheiro, porém, que nunca é retornado para a população brasileira. Rita apresenta vários momentos históricos de exploração dos recursos naturais brasileiros, argumentando também que esse caráter histórico independe dos governos que já passaram pelo país, sendo um conjunto de ações que se perpetuam pela vontade da elite brasileira: a bancada ruralista e uma pequena burguesia que enriquece entregando o Brasil para o estrangeiro.

Por fim, a drag crítica a campanha

eleitoral do atual presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, ao se afirmar enquanto "nacionalista", mas atualmente corroborar com práticas de entreguismo nacional em diversas esferas. Logo, Rita encerra afirmando que a Amazônia e o Brasil não estão morrendo, mas estão sendo assassinados, por isso, na democracia burguesa o povo possui apenas um poder: a união para acabar com o latifúndio, o agronegócio e a mineração destrutiva.

É possível visualizar a partir do desenvolvimento deste vídeo do canal "Tempero Drag" práticas que refletem o conceito de infotainment, ainda que não se faça perceptível devido ao tom mais sério em boa parte do vídeo, não se trata de um produto jornalístico, mas apresentados dados e informações sobre o assunto em questão, gerando argumentações que informam o público a partir de sua perspectiva.

Além disso, nota-se, sobretudo no final do vídeo, que Rita Von Hunty busca em sua mensagem convidar o público que assiste ao vídeo a refletir sobre a temática em questão, e mais do que isso, a tomar

atitudes, o que pode ser percebido enquanto uma tentativa de mobilização. Segundo Castells (2013, p. 134), "Os movimentos sociais surgem da contradição e dos conflitos de sociedades específicas, e expressam as revoltas e os projetos das pessoas resultantes de sua experiência multidimensional.

Algumas Considerações

Após o percurso de análise traçado neste trabalho, entende-se a atuação de Rita Von Hunty no canal do YouTube "Tempero Drag" enquanto um produto do infotainment que atua em duas principais vertentes: uma de representatividade e outra de tentativa de mobilização. Na medida em que Rita Von Hunty produz vídeos que trazem à tona temáticas políticas, percebe-se que sua intenção é informar e promover o debate. Suas inquietações explícitas em vídeos unem a arte drag, prática ainda marginalizada e que vai contra as normas sociais de gênero, apresentada em sua estética somadas a expressão da performance de sua personagem

(linguagens, trejeitos) e o seu posicionamento político na sociedade ressaltado através de sua mensagem.

O fato de um ser comumente divergente dos padrões sociais de gênero, sexualidade e estética se apresentar em uma plataforma de grande amplitude como o YouTube reflete um potencial representativo para diversos indivíduos, desde a população LGBTQIA+, artistas drags, sujeitos com viés ideológico semelhante, dentre outros, que ao estarem representados de alguma forma naquele conteúdo estão mesmo que indiretamente participando de um conjunto maior de agenciamento e visibilidade de suas pautas.

Ao estabelecer uma análise comparativa do número de *likes* e *dislikes*, foi observado que Rita possui um grande engajamento positivo com seu conteúdo, haja vista o alto número de likes e comentários positivos que podem ser percebidos mesmo em uma visão superficial dos vídeos. Dessa forma, é visível que as estratégias do infotainment percebidas no canal "Tempero Drag" se

efetivam no que diz respeito à repercussão positiva, engajamento e reconhecimento do público.

Esse conjunto de práticas e efeitos que podem ser visualizados a partir do canal "Tempero *Drag*" podem então ser vistos como um exercício de práticas da comunicação alternativa entendida em Peruzzo (2009). Devido a todos os fatores citados acima, percebe-se também o esforço em produzir um conteúdo que executa características do infotainment, logo também nota-se traços do que é entendido enquanto jornalismo opinativo, e indo mais além, o exercício da democracia na produção da informação, uma vez que Rita Von Hunty utiliza seu canal para explicitamente debater assuntos que questionam a ordem social vigente, muito mais do que apenas debatendo conjunturas políticas, mas sim criticando uma construção ideológica social.

Entretanto, apesar de todas as considerações positivas a respeito do engajamento e desdobramentos possibilitados pelo canal, é necessário

argumentar que o conteúdo do canal, de fato, ainda não é plenamente acessível para todo o público que pretende e poderia atingir. Deve-se levar em consideração que apesar de toda a amplitude e acessibilidade que o YouTube proporcionou ainda há uma grande parcela da sociedade brasileira que carece de acesso básico a internet, ou seja, o conteúdo do canal que deveria chegar na principal camada social que é atingida pela situação política que Rita discute ainda é inacessível por questões socioeconômicas. Além disso, a figura de Rita Von Hunty é uma pessoa que antes de ser drag queen, é um homem gay cisgênero branco, que conseguiu ter acesso a uma universidade e ainda é cercado de certos privilégios sociais, o que reflete na construção de seus vídeos, sobretudo na linguagem, que apesar de buscar ser didática e acessível para uns, não contempla outros.

Ademais, faz-se pertinente analisar em pesquisas futuras os aspectos em relações a dados quantitativos como número de visualizações, curtidas e

compartilhamentos a fim de verificar se há, de fato, um alcance do potencial argumentativo do canal “*Tempero Drag*” para outras camadas além do público já consolidado de Rita. Essa inquietação surge sobretudo após a verificação do número de *dislikes* que os vídeos analisados possuem, o que pode tencionar para se avaliar se não há a produção de conteúdo para uma bolha específica, ainda que essa não seja a intenção.

Destarte, as inquietações que cercam o conteúdo produzido e a própria figura da drag queen não excluem sua importância para o cenário comunicacional e político atual, levando em consideração que os dados obtidos a partir desta pesquisa podem servir como base para a elaboração de pesquisas ainda mais aprofundadas sobre o canal e seu papel social, além de que tais dados compõem um movimento de apropriação da web por minorias que tem cada vez mais ocupado espaços on-line, e consequentemente físicos, a fim de reivindicar suas agendas político-sociais.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JR., Jeder; JACKS, Nilda. (Org.) **Mediação e Mdiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. (p. 31-52).

BRASIL GANHA 10 milhões de internautas em 1 ano, aponta IBGE. **G1**, Rio de Janeiro, 20 dez. 2018. Disponível em: <<https://glo.bo/2R83jHX>>. Acesso em 16 set. 2019.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CAMARGO, Isadora; ESTEVANIM, Mayanna; SILVEIRA, Stefanie C. da. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. **Revista Comunicare**, v. 17, 2017.

CARTACAPITAL. **Pode um professor ser drag queen?** Conheça Rita Von Hunty. YouTube. 22 jul. 2019, 7’50”. Disponível em: <<https://youtu.be/4x44M45hDyU>>. Acesso em: 14 set. 2019.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DE SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. Summus Editorial, 2004.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2526-8031.2020v4n1p162>

DEJAVITE, Fabia Angélica. A notícia light e o jornalismo de infotimento. In: Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos - SP. **Anais...** Santos: 2007. Disponível em: <<https://preview.tinyurl.com/h99px5q>>. Acesso em: 13 set. 2019.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GUERREIRO, Anderson; BITTENCOURT, Maria Clara. Ativismo LGBT no YouTube. **Anagrama**, v. 13, n. 2, 2019.

JAYME, Juliana. **Travestis, transformistas, drag-queens, transexuais: montando corpo, pessoa, identidade e gênero**. 2010. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/js9g6/pdf/castro-9788579830952-08.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2019.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, 2011. Disponível em: <<https://tinyurl.com/shhqfd2>>. Acesso em: 16 set. 2019.

PERUZZO, Cicília. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Galáxia**, n. 17, 2009. Disponível em: <<https://tinyurl.com/rl6kc3t>>. Acesso em: 10 set. 2019.

PRESIDENTE DO IBAMA se demite após ministro questionar contrato de aluguel de caminhonetes. **G1**. 7 jan. 2019. Disponível em: <<https://glo.bo/2H1KL8y>>. Acesso em: 16 set. 2019

PRESIDENTE DO INPE é exonerado após embate sobre dados de desmatamento. **EXAME**. 2 ago. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2omuDFP>>. Acesso em 16 set. 2019.

SALIH, Sara. **Judith Butler e a teoria queer**. Autêntica, 2016.

SCHERER-WARREN, Ilse. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. **Sociedade e estado**, v. 21, n. 1, 2006.

SOUZA, Amanda Carolina Chaves de. **Rainbow youtube**: uma análise de canais LGBT brasileiros. 2019. Disponível em: <<https://tinyurl.com/u2p4rm8>>. Acesso em: 10 set. 2019.

TEMPO ASSISTINDO a vídeos no YouTube cresce 135% em 4 anos. **GALILEU**, 19 set. 2018. Disponível em: <<https://glo.bo/2vmTMk0>>. Acesso em: 16 set. 2019.

TEMPERO DRAG. **Rita em 5 Minutos: LGBTQIA+**. YouTube. 20 nov. 2018, 5'38". Disponível em: <<https://youtu.be/EREoc4JBr8>>. Acesso em: 16 set. 2019.

TEMPERO DRAG. **Ódio como política**. YouTube. 4 jun. 2019a, 6'31". Disponível em: <<https://youtu.be/PFnU0uqvTtk>>. Acesso em: 18 set. 2019.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2526-8031.2020v4n1p162>

TEMPERO DRAG. **Essa Amazônia Não é Novidade.** YouTube. 27 ago. 2019b, 12'58". Disponível em: <<https://youtu.be/Ev7oyOI9Ru0>>. Acesso em: 20 set. 2019.

VEJA RESOLUÇÃO de questão do Enem que aborda status do pajubá como 'dialeto secreto' dos gays e travestis. **G1**, Rio de Janeiro, 05 nov. 2018. Disponível em: <<https://glo.bo/2RBSN8I>>. Acesso em: 16 set. 2019.

VIEIRA, Manuela; LUZ, Matheus. **Corpos em chamas: o fazer drag themonia em Belém do Pará e o uso do corpo-performance como instrumento de luta política na Amazônia.** In: Anais do VI Fórum Brasileiro de Pós-graduação em Ciência Política, 2019, Belém - PA. **Anais...** Belém, 2019.

YOUTUBE BRANDCAST: Confira todas as novidades da 5ª edição nacional do evento. **SHOWMETECH.** 25 set. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2lvUN88>>. Acesso em: 16 set. 2019.

YOUTUBE PREMIUM vale a pena? Conheça o novo serviço. **TechTudo.** 28 set. 2018. Disponível em: <https://glo.bo/2l2a93K>. Acesso em 16 set. 2019

ZAGO, Gabriela da Silva; BATISTA, Jandré Corrêa. **Ativismo em redes sociais digitais: formas de participação em ações coletivas no ciberespaço.** **Verso e Reverso**, v. 23, n. 52, 2009. Disponível em: <<https://tinyurl.com/rqwzfw>>. Acesso em: 16 set. 2019.