

## TEMA LIVRE

### É ocupando que se sabe: mídia pós massiva e *drag queens* contra a verdade de gênero

Rafaela de Araujo Vieira de Oliveira<sup>1</sup>

Bruna Távora<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo é uma adaptação do trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, intitulado “*Drag queens* contra a verdade de gênero: paródia, performance e visibilidade afirmativa em mídias pós-massivas”. Nesta pesquisa, discutimos os símbolos e estereótipos de gênero (re)produzidos em produtos midiáticos pós-massivos. Para isso, foi feita uma análise comunicacional à luz dos estudos de André Lemos, Muniz Sodré e da teoria *queer*. A fim de debater as representações *drag queens*, veremos como a corporalidade, performance e paródia de gênero das artistas brasileiras produzem uma confusão subversiva em relação às normas de sexualidade e feminilidade. O objetivo é discutir algumas das problemáticas do binarismo homem/mulher em um contexto de conservadorismo no país, ao passo em que a visibilidade da cultura *drag queen* e LGBTQIA+ avança como um lugar de inscrição de elementos simbólicos e culturais. Nesse sentido, serão trazidos os discursos autoritários sobre gênero em contrapartida aos produzidos pela própria categoria *drag* e público consumidor. Ao final do artigo, concluímos que as *drag queens* são sujeitos de uma personalidade *queer*, de uma sexualidade desviante, ao tensionar o que conceituamos como uma “verdade de gênero”.

**Palavras-chave:** Drag queens. Estereótipos. Símbolos. Paródia de gênero. Mídia pós-massiva.

---

<sup>1</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Email: [vieiraraafacla@outlook.com](mailto:vieiraraafacla@outlook.com)

<sup>2</sup> Doutoranda pelo programa de Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: [tavora.bruna@gmail.com](mailto:tavora.bruna@gmail.com)

A categoria *drag queen* se integra como parte do movimento LGBTQIA+, identificada como algo essencialmente gay (AMANAJÁS, 2014), e na chamada ‘comunidade *queer*’ (*queer people*, como dito por *drag queens*). A expressão *queer* imprime a característica do subversivo, do combativo e do desviante.

De acordo com Louro (2004):

Queer é tudo isso: é estranho, raro, esquisito. Queer é, também, o sujeito da sexualidade desviante – homossexuais, bissexuais, transexuais, travestis e drags. É o excêntrico que não deseja ser ‘integrado’ e muito menos ‘tolerado’. Queer é um jeito de pensar e de ser que não aspira o centro nem o quer como referência; um jeito de pensar que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade, do ‘entre lugares’, do indecível. Queer é um corpo estranho, que incomoda, perturba, provoca e fascina (LOURO, 2004, p.8).

As performances feitas por *drag queens* (geralmente associadas à figura do homem gay ou à da mulher transexual) têm construído novos significados nos últimos anos (AMANAJÁS, 2014). No contexto brasileiro, o entendimento da cultura *drag queen* ainda se volta para os estereótipos (FILHO, 2004)<sup>3</sup>, configurando um contexto que permite o riso da paródia, no qual se possam fomentar confusões subversivas (BUTLER, 1990).

A corporalidade *drag queen* é o principal elemento gerador de sentido, já que é por meio dela que se marca e demarca a teatralidade *drag* (VENCATO, 2003). Acredita-se que o próprio termo ‘*drag queen*’ tenha vindo do teatro grego, quando as mulheres ainda não podiam atuar. Logo, os atores literalmente arrastavam os vestidos no chão para performar (AMANAJÁS, 2014).

---

<sup>3</sup> O estereótipo – “o vírus da essência”, na definição lapidar de Barthes ([1956] 1963: 71) – reduz toda a variedade de características de um povo, uma raça, um gênero, uma classe social ou um “grupo desviante” a alguns poucos atributos essenciais (traços de personalidade, indumentária, linguagem verbal e corporal, comprometimento com certos objetivos etc.), supostamente fixados pela Natureza. Encoraja, assim, um conhecimento intuitivo sobre o Outro, desempenhando papel central na organização do discurso do senso comum (FILHO, 2004, p. 47).

Este movimento também possui ligação com a imagética travesti (LIU, 2016) – já que a “montação” é tida como o processo de se ‘travestir’ com roupas e acessórios “femininos” (perucas, maquiagem, pulseiras, roupas, corset, entre outros). Ou seja, montar-se, para os LGBTQIA+, é incorporar símbolos estéticos de gênero.

Para Judith Butler, teórica *queer*, a performance *drag* é uma performance de gênero que deve ser compreendida na perspectiva da sátira, da ironia, do exagero e do estereótipo – a paródia de gênero (1990). Ou seja, o ser *drag queen* está, para além da estética, no campo dos sentimentos, das emoções, do que não pode ser traduzido com palavras.

Nesse sentido, a subversão *drag* acontece sobre o sistema heteronormativo e binário. Essa divisão sócio-política busca, para além do controle dos corpos, definir os locais onde as *drags* e os demais sujeitos desviantes<sup>4</sup> devem estar e que espaços devem ocupar, muitas vezes, localizando-as “fora do lugar”<sup>5</sup>.

Neste artigo, abordaremos os significados atribuídos e formulados pelas *drag queens*: aquelas que se utilizam da feminilidade de maneira exacerbada e parodística para performances artísticas. Aqui, faremos uma análise com o recorte de *drags* feitas por homens cisgêneros homossexuais.

Para isso, discutiremos reflexões de *drags* em canais no *YouTube*, além da crítica musical de Glória Groove e percepções de uma mulher transexual na pesquisa de Márcio Dias (2019), sobre o conceito de *passabilidade* e como Pablio Vittar está inserida na reprodução deste símbolo.

---

<sup>4</sup> A travesti, o gay afeminado, a pessoa trans, a *drag queen*.

<sup>5</sup> A dinâmica de estar fora do lugar (KILOMBA, 2016) evidencia a diferenciação dos indivíduos: enquanto uns vivenciam a experiência de corpos deslocados e desviantes; outros, vivenciam confortavelmente serem aceitos, e estarem confortáveis no lugar que ocupam, sentindo-se “em casa”. Para Kilomba (2016), ao pensar o ‘incômodo’ sobre o corpo negro, traz a reflexão sobre o *Outro* e o olhar que se provoca para ele e para si próprio, demarcando lugares em que cada um pode ocupar.

Assim, buscaremos entender como as artistas desviantes (LOURO, 2004), tensionam a ‘verdade de gênero’ e ocupam os meios pós-massivos<sup>6</sup>, em um contexto de difusão das prerrogativas conservadoras de Jair Bolsonaro (atual Presidente do Brasil) e Damares Alves (atual Ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos) como o “kit gay”<sup>7</sup>. Ocupam, pois, conquistam e reivindicam um espaço que, recorrentemente lhes é negado, assim inscrevendo seus elementos simbólicos e culturais através de uma visibilidade afirmativa nas mídias pós-massivas.

### **Paródia de Gênero: teoria *queer* e processos de (re)significação**

Enquanto agentes ativos, de afirmação de identidades, os sujeitos LGBTQIA+ apoderam-se de corpos marginalizados e desviantes. Neste processo, há uma série de ressignificações imagéticas, nas quais símbolos estereotipados passam a coexistir com a visibilidade afirmativa das *drag queens* no país.

Butler (1990) nos lembra que, apesar de outras possibilidades de expressão, o gênero possui um “efeito substantivo e, performaticamente é produzido e imposto pelas práticas reguladoras da coerência do gênero” (p. 48). Assim, criando os estereótipos. Ao performar gênero, o artista imita um modelo de lei heterossexual (sexo/gênero), desnaturalizando-o culturalmente por meio da distinção e da dramaticidade.

---

<sup>6</sup> As ferramentas com funções pós-massivas insistem em processos de conversação, de interações, de comunicação (LEMOS, 2010).

<sup>7</sup> O “kit gay” foi um símbolo falacioso na distorção das diretrizes do Plano Nacional de Promoção da Cidadania e dos Direitos Humanos LGBT (PHPCDH-LGBT), de 2009. Veremos que a disseminação do que seria o “kit gay” teve como objetivo validar uma onda política conservadora e LGBTQIA+fóbica no Brasil, que acabou por criar um “pânico moral” (ROMANCINI, 2018). A disseminação deste e outros estereótipos atrelados aos sujeitos não-normativos culminou na eleição à presidência de Jair Bolsonaro em 2018. No governo de direita, a ministra da Mulher Família e Direitos Humanos, Damares Alves, ajudou a fomentar estigmas binários que também serão abordados mais à frente.

A paródia nos faz identificar e comparar objetos diferentes nas semelhanças apontadas. Ela cumpre um papel renovador, ao ocupar elementos já existentes (já usados ou quase esquecidos) por novos, permanecendo ainda com os antigos.

A paródia do gênero revela que a identidade original sobre a qual molda-se o gênero é uma imitação sem origem. Para ser mais precisa, trata-se de uma produção que, com efeito — isto é, em seu efeito —, coloca-se como imitação. Esse deslocamento perpétuo constitui uma fluidez de identidades que sugere uma abertura à ressignificação e à recontextualização; a proliferação parodística priva a cultura hegemônica e seus críticos da reivindicação de identidades de gênero naturalizadas ou essencializadas (BUTLER, 1990, p. 197).

Este é um paradoxo baseado na reconstrução de ideias, porque “embora haja uma reorganização do discurso, o sujeito-parodista ainda precisa da base do primeiro a partir do qual ele tece seu dizer, ou seja, discurso paródico, o novo texto” (SANTOS E GUSMÃO, 2018, p. 39).

Isto é, a *drag* precisa dos estereótipos atribuídos ao binarismo, à verdade de gênero, para se formular enquanto produtora de sentido. A artista parodia o gênero, imitando-o e confundindo quem a observa, expondo assim o aspecto flutuante da noção de gênero. Esse desvio incômodo e provocativo da arte *drag* sobre o senso comum conservador e binário comprova que essa ‘coerência de gênero’ (BUTLER, 1990) é uma ideia construída socialmente. A política brasileira contemporânea serve de exemplo.

Ao observarmos os sentidos preconizados por Jair Bolsonaro e Damares Alves, como o “kit gay” e “meninas vestem rosa e meninos vestem azul”<sup>8</sup>, observamos que esses estereótipos são disseminados a fim de que o preconceito, estigma cultural e normativas binárias se perpetuem. Esses símbolos conservadores associam o corpo *drag* como estranho, selvagem, monstruoso.

---

<sup>8</sup> Fala reproduzida durante posse da ministra Damares Alves, em janeiro de 2019. Vídeo disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=XneG8mC5CGo> >

Já que gênero é uma criação de performances sociais contínuas, a noção binária é “parte da estratégia que oculta o caráter performativo do gênero e as possibilidades performativas de proliferação das configurações de gênero fora das estruturas restritivas da dominação *masculinista* e da heterossexualidade compulsória” (BUTLER, 1990, p. 201).

Nas mídias tradicionais, sobretudo nos programas de televisão, as imagens *drag* são ridicularizadas. É o caso da personagem “Lacraia” e de “Vera Verão”<sup>9</sup>, ambas negras, tidas como “atrações circenses, espécimes destinados à chacota e ao sarcasmo”<sup>10</sup> nas tardes de domingo.

No entanto, em ascensão a passos pequenos, o número de narrativas midiáticas sobre e por *drag queens* tem crescido nos últimos anos. Amanajás (2014) destaca que esse crescimento teve início na segunda metade do século XX, em virtude do “ressurgimento” da própria cultura *drag* e em decorrência das movimentações sociais a partir da década de 60.

Fato este que se reafirma quando atrelado à nova configuração comunicacional, baseada na digitalização, que modifica a função midiática e inaugura o que André Lemos caracterizou como função pós-massiva (2010).

### As mídias pós-massivas

---

<sup>9</sup> Vera Verão tinha um quadro fixo no programa “A Praça é Nossa”, do SBT, em que a persona sempre “brigava por um homem” e fazia piadas entre o sexo de travestis com homens heterossexuais. Vera e Lacraia geralmente apareciam em programas dominicais da TV aberta, principalmente nessa emissora com o “Domingo Legal”. Lacraia era associada ao seu modo “irreverente” de dançar.

<sup>10</sup> O jornalista e professor de comunicação Paulo José Cunha analisa o assunto no artigo “as lacraias que me perdoem, mas respeito próprio é fundamental” para o Observatório de Imprensa, na coluna “telejornalismo em close”. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/as-lacraias-que-me-perdoem-mas-respeito-prprio-fundamental/>> Acesso em: 07/03/2022

O contexto das mídias pós-massivas se caracteriza pela descentralização do processo informacional, fazendo com que se possa produzir e receber conteúdo sem concessão do Estado (como no caso da radiodifusão) ou uma definição geográfica específica. Pelo contrário, essa tipologia não se enquadra em um território, mas em “nichos”, permitindo a criação de comunidades e vínculos abertos (LEMOS, 2010).

É neste sentido que devemos observar as modificações nas formas discursivas a respeito do movimento *drag queen*. A potência da internet, enxergada por Pierre Lévy (1997), indicava uma maior democratização midiática. O fato, explicitado por Lemos<sup>11</sup>, no entanto, é que há maior autonomia na produção, na recepção e na veiculação de conteúdos na cibercultura. Porém alguns entraves na distribuição e no acesso a esse meio ainda podem ser destacados.

Segundo Lemos (2002, p. 111), a cibercultura “é a cultura contemporânea que se estabelece como uma cultura de redes, sendo fruto da sinergia entre a sociabilidade contemporânea e as novas tecnologias” e faz com que os “diversos formatos midiáticos possam transitar por vários suportes (imagens, textos, sons, vídeo... e por ondas, fibras óticas, satélites etc.)”.

Entende-se que a função midiática pós-massiva não significa somente a internet enquanto mídia, e nem exclui a influência das mídias massivas na sociedade, mas expande as possibilidades de midiaticização - ou tendência à “virtualização”, telerrealização das relações humanas (SODRÉ, 2002).

Nesse contexto de conteúdo ultradirecionado, a potência pós-massiva se dá de forma ubíqua, já que a todo momento consumimos e produzimos informação através de *tablets*, *smartphones* e pelo teletrabalho. Isso faz com que estejamos mais tempo próximos desses conteúdos que escolhemos assistir e compartilhar a qualquer instante, seja por vídeos no *YouTube*, seja por seriados de *streaming*.

---

<sup>11</sup> André Lemos discute a tecnopolítica, sob a ótica da cibercultura e das funções da mídia em uma *live* em maio de 2020, no contexto de isolamento social devido ao covid-19. Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=byJVWCtBazg> <acessado por último em agosto de 2020>

Embora existam aparições *drag* com a função massiva, como em “*Amor e Sexo*” (TV Globo, 2009), estas não colocam esses sujeitos nos centros de discussão. Ou seja, apesar de importantes para a visibilidade da categoria, esses conteúdos massivos não são protagonizados por *drags queens*, delimitando fronteiras no espaço em que as artistas ocupam.

Dentre os estereótipos que podemos citar, estão: o especialista em maquiagem, “o amigo gay”, o venenoso de humor ácido, o bobo da corte (de quem todos riem) ou o entendedor de moda. Esses sujeitos (no sentido Foucaultiano da palavra, o indivíduo que está sujeito à repressão e padrões impostos) também são associados ao seu comportamento desviante, direta ou indiretamente ao marginal, ao estranho, *ao outro*.

Mas, ainda que o aparecimento da mídia pós-massiva tenha gerado possibilidades de usos e apropriações que tensionam os discursos de verdade, e isto esteja evoluindo cada vez mais no Brasil (LEMOS, 2020), ainda caminhamos lentamente para uma maior diversidade de produções e, claro, de narrativas.

Portanto, devemos analisar criticamente o acesso aos meios de comunicação pós-massivos no Brasil. E não só ao acesso, mas também a distribuição, o uso e a apropriação do ambiente virtual, onde encontramos maior acervo de conteúdos *drag*.

O levantamento “*Quem controla a mídia no Brasil?*”, feito pela Intervezes<sup>12</sup> em 2018, indica que o Brasil é o país com menos pluralidade na mídia dentre os 12 países em desenvolvimento analisados (Gana, México, Brasil, Colômbia, Peru, Ucrânia, Turquia, Tunísia, Filipinas, Camboja, Sérvia e Mongólia). O estudo mostra que este monopólio existe até mesmo no *online*.

---

<sup>12</sup> O levantamento é inédito no Brasil e partiu de uma iniciativa internacional chamada “Monitor de Propriedade de Mídia (MOM). A Intervezes é o Coletivo Brasil de Comunicação Social, uma entidade da sociedade civil que defende o direito à comunicação. O relatório está disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/> <acessado por último em agosto de 2020>

Além disso, muitos brasileiros não têm internet em casa, conforme apontado pelo relatório elaborado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI)<sup>13</sup>. A população mais pobre fica dependente dos pacotes de dados limitados aos aplicativos de redes sociais: WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram e Twitter. Quando o pacote de dados acaba, esses aplicativos – que por acaso são todos da mesma empresa, com exceção do Twitter – são gratuitos.

O uso livre desses aplicativos restringe, de certa maneira, como o usuário brasileiro se apropria do meio digital. Em uma pesquisa de 2017, a TIC Domicílios<sup>14</sup> comprovou que os *smartphones* passaram a ser a principal forma de mediação no Brasil e que há uma demarcação econômica, na qual a população mais pobre opta pelos celulares por ser mais barato comprar a internet móvel do que uma banda larga fixa.

Ainda segundo a pesquisa, o fenômeno dos aplicativos de mensagens é uma realidade do cotidiano dos brasileiros: 92% dos entrevistados utilizam o *WhatsApp* e *Facebook Messenger*, em comparação a 73% que assistem vídeos na web e 56% que leem sites de notícias.

Essas limitações da população mais marginalizada no Brasil também afetam o consumo e produção *drag queen*. Isto é, podemos visualizar que as pessoas mais marginalizadas talvez ainda não tenham amplo contato com os meios pós-massivos que abordam a temática *drag*, sejam eles na internet – *streaming* e *YouTube* – ou em canais de TV fechada (geralmente associados a empresas que monopolizam a telefonia no

---

<sup>13</sup> Relatório publicado no site da Comitê Gestor da Internet no Brasil em outubro de 2019, que revela que mais de 30% da população não tem acesso à internet em casa. Em relação à classe social, quanto mais pobre, menos acesso se tem. O documento serviu de base para uma matéria publicada pela Folha de São Paulo, em 16 de maio de 2020, na qual se enfatiza que 70 milhões de brasileiros têm acesso precário à internet no contexto de isolamento social pela Covid-19. (i) publicação disponível em: <https://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2018/> (ii) matéria publicada em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/05/cerca-de-70-milhoes-no-brasil-tem-acesso-precario-a-internet-na-pandemia.shtml> < acessado por último em agosto de 2020 >

<sup>14</sup> Pesquisa disponível em: <https://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/> <acessado por último em agosto de 2020>

Brasil, como a Claro, que é uma concessionária de telefonia móvel, fixa, banda larga e TV por assinatura).

Tendo isso em vista, devemos considerar que o público do nicho LGBTQIA+ brasileiro que consome a arte *drag* tem recortes de classe. Apesar das limitações, a popularização em nível mundial dos *streamings* fez com que canais de tv por assinatura acompanhassem o surgimento de narrativas sobre minorias, inclusive a LGBTQIA+.

Seriados como *Pose*<sup>15</sup> e *Rupaul's Drag Race*<sup>16</sup> são exemplos expoentes dessas produções (LIU, 2016), já que fomentam o processo de visibilidade *drag queen* com ressignificações imagéticas, além de expandir fronteiras sobre o discurso LGBTQIA+ nos espaços midiáticos.

Na internet, o *YouTube* é a plataforma de vídeos que possui milhares de canais do nicho LGBTQIA+, inclusive feitos por *drag queens*. Nesse contexto, a divisão em nichos e o conteúdo cada vez mais personalizado, individual e segmentado pelos algoritmos – os quais estudam os interesses do público – são estratégias de venda para o fenômeno das plataformas de *streaming*.

Não é à toa que a *Netflix*, segundo *streaming* mais utilizado hoje pelos brasileiros nos *smartphones*, depois do *YouTube*<sup>17</sup>, tem investido em produções originais

---

<sup>15</sup> A série *Pose* (2018, Ryan Murphy) foi inspirada no documentário “*Paris is Burning*” (1990) para contar a realidade dos *Ballrooms* – bailes LGBTQIA+ dão lugar ao divertimento, em meio à repressão dos corpos *queer*. Os episódios de *Pose* mostram como essas festas aconteciam quase que de forma “clandestina” nos anos 90, em decorrência da grande repressão social e policial estadunidense, que estabelecia políticas de higienização social contra os LGBTQIA+.

<sup>16</sup> “RuPaul (RuPaul Andre Charles) é artista, cantora, atriz e compositora norte-americana que ganhou projeção nos anos 1990. Nos últimos anos, ela ficou ainda mais conhecida com a estreia do seu reality show *RuPaul's Drag Race*. Já apareceu em diversos programas de televisão, filmes e álbuns musicais. Apesar de ser principalmente conhecida por sua persona *drag queen*, RuPaul já se apresentou como homem em diversos papéis, identificando-se como RuPaul Charles” (RUPAUL, 2018).

<sup>17</sup> Conforme mostra o relatório anual da App Annie de 2019, companhia de análise do mercado mobile que faz um *ranking* de países. A companhia mostrou que o *streaming* em que os brasileiros passam mais tempo é o *YouTube*, seguido pela *Netflix*, *YouTube Kids*, *Twitch* e *Globo Play*. Disponível em: <https://www.cuponation.com.br/insights/streamings-2019> <acessado por último em agosto de 2020.>

com temáticas de nicho: o LGBTQIA+, o de política, os *realitys shows*, os de língua espanhola, os coreanos, entre outros.

Uma pesquisa realizada pelo canal a cabo FX revelou que, ao longo do ano de 2018, foram lançadas 495 novas temporadas de séries televisivas originais roteirizadas nos Estados Unidos, sendo 32% originadas de serviços de vídeo sob demanda pela internet, como Netflix, Hulu e Amazon Prime Video – em 2014, a participação dos portais de televisão distribuída pela internet representava apenas 8% da produção original estadunidense (BIANCHINI e CAMIRIM, 2019, p. 158).

Segundo Sodré (2014), a web 2.0 que conhecemos hoje estabeleceu novas relações comunicativas, sobretudo com o impulsionamento de conteúdos por meio das ferramentas de compartilhamento. Os nichos impulsionam a criação de comunidades através da mídia pós-massiva, e envolvem uma questão mercadológica (LEMONS, 2010).

O público setorizado sempre existiu, mas, com o avanço das tecnologias digitais e do maior fluxo informacional com múltiplos polos de emissão, o conteúdo é *ultradirecionado*. A relação entre o consumidor “nichado” e os produtos de nicho é uma via de mão dupla entre quem compra, assiste, comenta e quem produz (ANDERSON, 2006).

Não se pode esquecer, no entanto, que desde a chegada da internet no Brasil, existem produções audiovisuais caseiras sobre os mais diversos temas, inclusive sobre *drag queens*. Apesar das controvérsias acerca do acesso à internet no país, muitos brasileiros utilizam plataformas como o *YouTube* assiduamente, sendo também produtores de conteúdo.

### **Análise dos símbolos *drag queens* na sociedade de vínculo**

O programa “*Glitter: em busca de um sonho*” (2012, TV Diário, afiliada da TV Globo de Fortaleza) é um exemplo da convergência midiática pós-massiva. O *reality*

brasileiro entre *drag queens* era pouco conhecido e a partir de 2015, quando começou a ser exibido exclusivamente no *YouTube*, passou a ser conhecido pelos internautas LGBTQIA+, que compartilharam momentos e falas marcantes das participantes.

A expressão “*bicha, a senhora é destruidora mesmo, viu?*” ficou marcada como uma gíria e se tornou símbolo da cultura LGBTQIA+, demonstrando também o processo de recirculação de conteúdos audiovisuais quando estes passam a ser disponibilizados *online* em *streaming* de vídeo.

O aparecimento da temática *drag* em formato de *streaming*, com séries e documentários, e de *realitys* que promovem competições remetendo à cultura dos *Ballrooms* (bailes *drags*)<sup>18</sup>, investe na criação de laços afetivos entre o espectador e a personagem *drag* em questão, e não em sua estereotipagem.

Isso é feito por meio do discurso empírico dessas pessoas, que discutem os estereótipos e estigmas sofridos pela categoria, além de criticar os modelos de sexualidade pré-estabelecidos socialmente com a ‘verdade de gênero’. Ao produzirem símbolos e representações, as *drag queens* também produzem critérios de simbolização, criando elementos para sua própria inserção no comum cotidiano.

Para Sodré (2002), a revolução midiática que estamos atravessando faz parte da chamada “sociedade de vínculo”, na qual as novas mídias mexem com consciências, hábitos e estilos de vida. E a comunicação, em um sentido mais radical, pode ser vista exatamente como a organização do comum (SODRÉ, 2014).

Uma pesquisa desenvolvida pela Netflix, em parceria com a GLAAD (Gay & Lesbian Alliance Against Defamation), aponta que ver personagens LGBTQIA+ em seriados e filmes influencia na forma como os espectadores brasileiros lidam com o convívio com indivíduos *queer*. Além disso, 85% dos LGBTQIA+ brasileiros

---

<sup>18</sup> Os *ballrooms* promoviam competições performáticas entre a comunidade. Diversas categorias de *Voguing* (dança e movimento cultural “nascido” nos bailes LGBTQIA+) eram performadas nas chamadas ‘batalhas’ entre as participantes, que se dividiam em Casas (*Houses*).

entrevistados afirmaram que essas produções audiovisuais ajudaram pais e familiares a ‘aceitá-los’ melhor.

Rupaul Charles, apresentador de *RuPaul’s Drag Race*, foi listado como uma das figuras LGBTQIA+ mais importantes nesse processo. Podemos analisar que, ao ver figuras LGBTQIA+ nos meios pós-massivos, começamos a repensar, em um lugar de espectador ativo, a nossa relação com a nossa sexualidade e a performance que nós mesmos fazemos de nossos corpos. A partir daí, também passamos a reconstruir nossos modos de vida, questionando os ideais de família, nossos privilégios hierárquicos e as determinações sociais as quais estamos submetidos, dentre outros fatores.

Nesse sentido, as *drags* dramatizam os conflitos sociais sobre gênero e sexualidade. Veremos como os simbolismos preconizados pelas próprias *drag queens* nos meios de comunicação pós-massivos estabelecem o fazer comunicar duas partes; que, segundo Sodré (2014), decorre de um poder invisível de discriminar, de fazer distinções.

### **Símbolos *drags* como questionamento**

Na sociedade de vínculo, a arte *drag* é um importante artifício de conhecimento. Nessa lógica, podemos afirmar que os padrões midiáticos e os sentidos criados por eles influenciam e são influenciados pela cultura *drag queen*. Essas transformações das produções audiovisuais pós-massivas *drag queens* caracterizam-se enquanto modificadores do nosso comportamento social, integrando o Bios Midiático (SODRÉ, 2002)<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Segundo o autor, os meios de comunicação contemporâneos estão criando uma outra esfera existencial: a do Bios Midiático. Este é um processo que avança sobre o nosso modo de vida. Cria-se um conjunto de percepções e conteúdos que são socializados pela sociedade, atuando como uma matriz de orientação geral, pondo em comum sentidos e significações (SODRÉ, 2002 e 2014).

Em contrapartida, no contexto brasileiro, outros estigmas e estereótipos são fomentados por uma perspectiva conservadora heterocentrada e binária. É o caso do “kit gay” e de notícias falsas envolvendo Pablo Vittar, que influenciaram os rumos das eleições presenciais em 2018, resultando na eleição de figuras políticas declaradamente LGBTQIAfóbicas – Jair Bolsonaro e Damares Alves, dentro outras.

Com campanhas políticas baseadas no obscurantismo religioso e moralismo sexual, o governo de Jair Bolsonaro e Damares Alves vem tentando reprimir os sujeitos *queer*. A frase “agora Pablo Vittar foi longe demais” vinha sendo reproduzida pelas *fake news* que antecederam as eleições presidenciais daquele ano, nas quais estampavam a *drag* nas mais absurdas notícias, sob o discurso de que a figura da *drag queen* seria uma ameaça à moral e aos bons costumes brasileiros.

Com o debate mais acirrado acerca dessas notícias enganosas, o público LGBTQIA+ passou a reutilizar a frase como *meme*, satirizando um instrumento de violência contra a categoria e a usando com sarcasmo.

Uma das mais marcantes *fake news* sobre Pablo Vittar nesse cenário foi a de que ela viria como candidata a vice-presidente de Lula, pelo Partido dos Trabalhadores (PT). A imagem editada com a *drag* apertando as mãos do ex-presidente foi tão compartilhada nas redes sociais que foi necessário um posicionamento oficial do partido esclarecendo a falsidade da imagem.



**Figura 1.** O site do Partido dos Trabalhadores postou a imagem da fake news, mostrando ao lado o verdadeiro cartaz do partido (Reprodução: site do PT).

Além das tentativas escancaradas de desqualificação dos sujeitos desviantes como essa, outras *fake news* sobre a categoria eram reproduzidas com a manipulação de discursos. O “kit gay” foi trazido por Jair Bolsonaro no Jornal Nacional (TV Globo), em 28 de agosto de 2018, como um símbolo falacioso.

O então candidato do Partido Social Liberal (PSL) mostrou ao vivo o livro “*Aparelho Sexual e cia*” (2001, editora ZEP) que, segundo ele, fazia parte de um “kit gay”, distribuído pelas escolas durante os governos petistas. Em sua origem, a distorção do conteúdo citado já vinha da oposição do governo Lula quase dez anos antes. Na realidade, o Plano Nacional de Promoção da Cidadania e dos Direitos Humanos LGBT, de 2009, é fruto da Primeira Conferência Nacional LGBT, de 2008.

Uma das carências identificadas na conferência diagnosticou foi a necessidade da educação envolvendo a diversidade, com o objetivo de abordar e prevenir o *bullying* homofóbico nas escolas públicas. A crítica da oposição (grupos conservadores e da bancada religiosa), no entanto, criou um “pânico moral” sobre a iniciativa adotada (ROMANCINI, 2018).

O discurso falacioso entorno do kit gay insinuava que a educação sexual para crianças as “ensinava a ser gay ou travesti”, o que travou sentidos negativos à abertura de discussões importantes, como a defesa do corpo infantil contra assédios sexuais, a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, a “prevenção” da homofobia nas escolas, entre outros assuntos.

A mesma ideia de um ensino deturpado é afirmada em *Pose*, cujo elenco é o mais transexual e negro de toda televisão mundial. Na trama, é retratada a privação da educação sexual para homossexuais, *drags* e transexuais em meio à incidência da Aids nos Estados Unidos, nos anos 90. Na mesma época, a doença ficou conhecida como a “peste gay” no Brasil.

Até hoje, os movimentos minoritários tentam ressignificar os estigmas da doença. No entanto, em fevereiro de 2020, Jair Bolsonaro declarou à imprensa que uma

pessoa soropositiva representa uma despesa para o Governo e que o plano de abstinência sexual da Ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, é bom para “prevenir” que meninas engravidem<sup>20</sup>.

Damares foi também quem assumiu o mandato no início de 2019 com a frase: “meninas vestem rosa e meninos vestem azul”, reforçando um estereótipo binário (o rosa associado à feminilidade e o azul, à masculinidade) como um dos simbolismos de uma “nova era”<sup>21</sup>. Nessa conjuntura, a ministra também declarou: “o Estado é laico, mas a ministra é terrivelmente cristã” – o discurso religioso aparece, então, como objeto do desejo e de poder.

Esse tradicionalismo cristão, da família tradicional, formada por um homem como líder, uma mulher servente e filhos biológicos, gerou uma disputa de sentidos entre a comunidade LGBTQIA+, incluindo a categoria *drag*. Para isso, a camada conservadora toca no aspecto da mudança de ordem social e não discursa mais contra a homossexualidade, porque isso não é mais bem visto pela sociedade brasileira, mas sim usando estereótipos que ainda são associados aos homossexuais.

Segundo Romancini (2018):

A política simbólica do pânico moral opera, como nota Miskolci (2007), por meio de um mecanismo de substituição, no qual um grupo que não pode fazer prevalecer sua opinião no debate público altera os termos da discussão. Desse modo, os agentes do pânico moral não dizem ser contrários aos homossexuais ou à homossexualidade, mas sim à “pedofilia”; não dizem ser contra a discussão da sexualidade e da igualdade entre gêneros na escola ou contra a organização e mobilização política de professores e estudantes, mas sim da “doutrinação” (ROMANCINI, 2018, p. 96).

---

<sup>20</sup> Damares implementou o plano de abstinência sexual em 2020, por meio da campanha “Tudo tem seu tempo: adolescência primeiro, gravidez depois”. Dois anos depois, em fevereiro de 2022, a ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos lançou uma nova edição do “Plano Nacional de Prevenção Primária do Risco Sexual Precoce e Gravidez de Adolescentes”, em que defende educação sexual e métodos contraceptivos como forma de evitar gestações indesejadas sem citar a abstinência sexual.

<sup>21</sup> Damares Alves fala sobre a “nova era” a respeito de seu governo como ministra.

E esses estereótipos vão totalmente na direção contrária das famílias acolhedoras das Casas LGBTQIA+. As *Houses* ressignificam essa lógica de família tradicional heteronormativa, já que elas são compostas de vínculos afetivos formados por pessoas LGBTQIA+ que, em maioria, foram negadas e expulsas do núcleo familiar de origem.

Em um vídeo intitulado “sua vida não será a mesma”<sup>22</sup>, a *drag queen* Bianca DellaFancy reflete o quanto a homofobia fez com que ela fosse podada na infância. Segundo ela, há um protocolo de performance do que é ser homem no Brasil, que sempre lhe foi imposto pela família, pela escola, pela mídia e pela sociedade. Isto fomentou uma “timidez inventada” e um isolamento social.

Depois de anos, já na existência da *drag* Bianca, a artista se percebeu autêntica ao estar ‘montada’ – ou seja, com os adereços do que é tido como feminino – o que modificou sua maneira de viver. É nesse sentido que o biopoder e o controle dos corpos (FOUCAULT, 2014) se materializam, ao percebermos os impactos negativos aos sujeitos.

De acordo com Koehler:

Violências contra a população LGBT estão presentes nas diversas esferas de convívio social e constituição de identidades dos indivíduos. Suas ramificações se fazem notar no universo familiar, nas escolas, na igreja, na rua, no posto de saúde, na mídia, nos ambientes de trabalho, nas forças armadas, na justiça, na polícia, em diversas esferas do poder público (Brasil, 2012, p. 11) e na falta de políticas públicas afirmativas que contemplem a comunidade LGBTT (Mott, 2006) (KOEHLER, 2013, p. 134).

As *drag queens* passam por barreiras quanto à sexualidade e à performance de gênero enquanto sujeitos *queer*. Nesse contexto de reforço de estereótipos

---

<sup>22</sup> Vídeo disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=wUyyf\\_OV4ek](https://www.youtube.com/watch?v=wUyyf_OV4ek) <acessado por último em 22/10/2020>

conservadores e binários, as artistas travam um embate de significados e ressignificados positivos para a categoria.

A Igreja Presbiteriana foi o primeiro palco de Pablo Vittar, mas se transformou em um espaço de violência por conta dos estigmas sobre gênero e sexualidade. No *single* “Rajadão” (2020), a *drag* conseguiu alcançar um público gospel, que se identificou com a mensagem motivacional da composição.

Nos principais comentários do videoclipe da música no *YouTube*, os fãs comentam sobre as semelhanças dos hinos de igreja evangélica terem se tornado um *meme*. Um deles, com 5,7 mil *likes*, comenta: “e a minha tia, que acredita até hoje que essa música é um hino evangélico?”.

Apesar do afastamento da igreja, a *drag queen* continua atravessando fronteiras e criando uma visibilidade afirmativa, inclusive em um espaço que fomenta preconceitos nesse contexto de obscurantismo religioso, preconizado tanto por Damares Alves quanto por Jair Bolsonaro.

No raciocínio da teoria *queer*, de (re) significação e (re) construção dos símbolos *drags*, os produtores de conteúdo que utilizam a mídia pós-massiva consideram a potência desse público para o consumo fiel de marcas, conteúdos e discursos mais representativos. O nicho LGBTQIA+ é tão forte que se desenvolveu um conceito na economia para a lógica de mercado, de lucro: *Pink Money*<sup>23</sup>.

De acordo com ALVES (2019), a expressão “*pink money*”:

Surgiu no final da última década por meio de economistas que perceberam o potencial de consumo do ambiente LGBT e passaram a investir em produtos e ações voltados diretamente para esse público. Algo de fato positivo, pois gera visibilidade e representatividade para a sigla (ALVES, 2019, p. 45).

---

<sup>23</sup> “*Pink Money*” é uma ressignificação do estereótipo da cor rosa como uma “cor feminina”, com a introdução do sentido atrelado a um produto.

Sob o discurso de apoio à diversidade, artistas não-LGBTQIA+ utilizam da pauta como uma estratégia de alcance do público, já que os debates acerca das questões de minorias sociais são cada vez mais frequentes no Brasil, ao mesmo tempo em que ocorre uma onda de conservadorismo nos últimos anos.

Enquanto há esta venda de mercadoria, muitos artistas de fato LGBTQIA+, principalmente as *drag queens* e cantoras transexuais, perdem espaço no *mainstream*. No cenário *drag* brasileiro, há uma reformulação simbólica do *pink money* por meio de uma metáfora criada pela *drag queen* Glória Groove: o *magenta cash*.

Na canção<sup>24</sup>, que faz parte do álbum *Alegoria* (2019), a artista questiona a publicização da arte *drag* com um aumento da visibilidade da categoria no *mainstream*, do empoderamento social e do poder de consumo da comunidade LGBTQIA+. Segundo Glória<sup>25</sup>, o próprio álbum carrega um conceito de figuras de linguagens, recheado de metáforas.

Nesse sentido, a cantora *drag* propõe o conceito do *Magenta Cash* por meio também de uma perspectiva ambígua: o *pink money* é algo que, segundo ela, provoca um incômodo, um desconforto emocional e social na relação dos artistas LGBTQIA+ e a indústria musical; ao mesmo tempo em que faz parte do “jogo” capitalista do *mainstream*, das concessões, na lógica de venda da sua própria visibilidade. Isto é, Glória Groove enquanto profissional também possui interesse no *pink money*, no aspecto financeiro e de progressão da carreira.

Portanto, a música *Magenta Cash* busca ressignificar o que o *pink money* representa para ela e para a comunidade LGBTQIA+ (no aspecto coletivo), ao mostrar

---

<sup>24</sup> A canção *Magenta Cash* (2019) tem a participação da rapper brasileira Monna Brutal, uma pessoa *queer*, que contribui para a discussão do *magenta cash* a partir da perspectiva travesti e transexual.

<sup>25</sup> Glória Groove faz uma análise do álbum *Alegoria* com o *YouTube* Spartakus, em julho de 2020. No vídeo do *YouTube*, ela explica os conceitos e ideias artísticas do trabalho, dizendo que *Alegoria* é um conjunto de figuras de linguagem, com metáforas e eufemismos. Link do vídeo disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=P7c3U1q5B\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=P7c3U1q5B_M) <acessado por último em: 12/11/2020.>

que as pessoas *queer*, tanto como artistas quanto como público, têm consciência dessa relação mercadológica e “jogam o jogo”.

Esse tensionamento se faz necessário, portanto, ao reafirmar a necessidade de ocupar espaços de grande visibilidade. Haveria, então, um interesse mútuo: a) da empresa, interessada em atingir o público LGBTQIA+ e aumentar o consumo desse nicho; b) da *drag*, que busca conscientemente essa visibilidade (ainda que haja um interesse financeiro capitalista por trás de seu serviço).

O *Pink Money* é, portanto, um símbolo ambíguo. O ato de se reconhecer e se apropriar dos signos citados por Glória Groove é um aspecto fundamental na construção de um hibridismo identitário – que pode, inclusive, afirmar-se pelo consumo na identidade LGBTQIA+.

Entretanto, os espaços em propagandas e participações de pessoas LGBTQIA+ s em programas da TV aberta possuem muitos recortes: o de classe, o de gênero, o de raça e o da própria hierarquia da comunidade: o apagamento das transexuais e travestis. O aparecimento de gays e lésbicas na mídia tradicional acontece lentamente, mas o de populações mais marginalizadas, como esses grupos citados, é quase nulo (DIAS, 2019). Podemos então nos questionar: a visibilidade e ocupação *drag queen* nesses espaços é realizada através de quais representações no Brasil?

Traremos a questão da *passabilidade* como uma das condições do discurso para que as *drag queens* sejam vistas em grandes anúncios, a partir da crítica da comunidade transexual, bem como a reflexão sobre a *drag top model*, materializada nesta pesquisa a partir da imagem de Pablllo Vittar.

### ***A passabilidade a partir da crítica transexual***

Na comunidade transexual, *passabilidade* é o termo para a imagética de figuras LGBTQIA+ que seguem estereótipos de gênero. Isto é, a *passabilidade* designa o

indivíduo que é percebido pela sociedade da maneira que ele interage; quando é ‘aceita’ a denominação de gênero ou sexualidade que “esteticamente” se aparenta ter.

Na prática, por exemplo: uma mulher trans que possui traços tidos como femininos tem a *passabilidade* de ser “lida” socialmente como uma mulher. Assim como um homem homossexual não-afeminado pode não sofrer ou sofrer menos homofobia, por não ter “trejeitos femininos”.

Na pesquisa de Dias (2019), o autor reuniu o depoimento de uma mulher transexual a respeito do *pink money* e das publicidades de grandes marcas brasileiras, que propõe um discurso de maior representatividade para os consumidores. Segundo o estudo, embora as grandes empresas estejam atentas ao que a comunidade LGBTQIA+ consome, como discutimos, ainda estamos longe de alcançar destaque e território fixo para essas pessoas.

Além disso, a complexidade da categoria é uma questão a ser resolvida também no interior das relações de mercado. Luciana (nome fictício) e o pesquisador concluem que a visibilidade vinda do *pink money* não garante, portanto, uma representatividade.

Em relação à Pablló Vittar, uma *drag top model*<sup>26</sup>, podemos analisar uma *passabilidade* nos meios de comunicação, que a faz aparecer com mais frequência que outras *drags* menos ‘passíveis’. A questão da performance e paródia de gênero permite à Pablló Vittar, uma *drag queen* esteticamente feminina e afeminada, ser autorizada socialmente e discursivamente como mulher *cisgênero*. Ou seja, não são quaisquer tipos de pessoas LGBTQIA+ que são aceitas nos grandes espaços de mídia.

Pablló, quando performado de drag queen, assemelha-se a uma mulher cis, retomando mais uma vez à fala de Luciana, de que não são quaisquer pessoas que estão sendo apropriadas pela publicidade. E mesmo com as empresas já trazendo alguns sujeitos LGBTIs (ênfatizando que não são quaisquer sujeitos

<sup>26</sup> Conceito da *drag queen* Lorelay Fox, no vídeo “O mundo das *drag queens*: tipos e estilos!” (19min08s), disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rKfyUkTZPmM>. Acesso em: 27 de dezembro de 2020.

e sim aqueles que de alguma forma dialoguem de maneira mais próxima com os estereótipos constituídos sobre o masculino e feminino) em suas campanhas, a questão da representatividade e da diversidade do público, ainda se torna uma forte barreira a ser transposta (DIAS, 2019, p. 54).

As limitações impostas à categoria *drag* não dizem respeito apenas ao conteúdo em que estas aparecem ou deixam de aparecer, mas também à uma corporalidade performática que é pré-estabelecida, de uns que podem ocupar espaços midiáticos e outros não (e de que forma aparecem). Essa violência está circunscrita na lógica do apagamento, atravessada pelas relações de poder.

Essa *passabilidade* de Pablio Vittar enquanto uma *drag queen* possível de ser “confundida” e vista como uma mulher cisgênero, por meio da paródia de gênero, mostra que há negociações com os espaços midiáticos para que seja autorizada a ocupá-los. Para isso, negocia-se a corporalidade e performance de gênero, mas o nosso problema de pesquisa é notar as apropriações dessa visibilidade *drag*: basta apenas ocupar para ser ouvida?

### **Considerações Finais**

Os símbolos *queer* fazem parte de um processo de socialização, que surge como efeito da comunicação sobre o comportamento (SODRÉ, 2014). Quanto aos aspectos da performance de gênero, pensamos em como as relações de comunicação podem influenciar as práticas sociais e de cidadania, corroborando tanto para o reforço como para a diminuição das desigualdades e exclusões.

É através dessa forte midiatização apontada por Sodré (2002; 2014) e Lemos (2002; 2010) que compreenderemos a potência e os símbolos *drags* em produções audiovisuais pós-massivas por meio da análise comunicacional de alguns significados da categoria.

As *drag queens* adotam o termo e a personalidade *queer*, com as características desviantes, como forma de embate à normativa heterossexual e binária, assumindo a função de contestação e construindo ressignificações sociais acerca da identidade *drag*. De RuPaul à Pablllo Vittar, as *drags* têm se tornado protagonistas de *reality shows*, palcos de música, canais do *YouTube*, fóruns de redes sociais, dentre outros espaços.

Utilizando o corpo masculino (como aqui levantado), a *drag* fomenta a confusão subversiva para travar novas formas de expressão de gênero. Ela age por meio de indivíduos socialmente vistos como homens (em maioria, cisgêneros homossexuais) com a paródia da feminilidade e a “montagem”, que incorpora e ressignifica os símbolos, escancarando a construção social dos gêneros e causando a referida confusão subversiva.

Isto significa dizer que, a todo instante, a figura *drag queen* e da pessoa *queer* tensiona e ressignifica a imagética da verdade de gênero. Nessa pesquisa, a visibilidade da categoria foi analisada e observamos que há rachaduras sociais nos estereótipos, fazendo com que esses sujeitos ocupem através de uma visibilidade afirmativas os espaços midiáticos, principalmente, da mídia pós-massiva.

Afinal, é ocupando que a sociedade passa a saber cada vez mais sobre essa identidade, e saber é poder! Na educação, na infância, nos nossos ideais e valores morais, na religião e nas questões políticas, estamos passando por tensionamentos e disputas de discurso, nos quais somos atravessados por diferentes significados. As *drag queens* são sujeitos ativos de ressignificações e não aguardam pacificamente autorização – elas ocupam espaços midiáticos sendo produtoras de conhecimento e produzindo novas formas de representação de si.

## Referências

- ALVES, Mateus Felipe. **Olhares cruzados: o Pink Money e o Movimento LGBT**. Santa Cruz do sul, 2019.
- AMANAJÁS, Igor. **Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas**. Revista Belas Artes, São Paulo, 2014.
- AMOR & Sexo [programa de televisão]. Diretor: Rafael Dragaud. Rio de Janeiro: TV Globo, 2009.
- ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do Mercado de Massas para o Mercado de Nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BIANCHINI, Máira e CAMIRIM, Bárbara. **Mais histórias, mais vozes: Netflix e a promessa da diversidade na tela**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, vol. 17, n. 31, 2019.
- BUTLER, Judith R. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 1990. Judith Butler; tradução, Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- DIAS, Márcio Monteiro. **Análise de narrativas publicitárias e das interações em pontos de vendas de consumo LGBTI na cidade de Belém**. Universidade Federal do Pará, 2019.
- FILHO, João Freire. **Mídia, estereótipo e representação das minorias**. Eco-pós, volume 7, n.02, agosto-dezembro 2004, pp. 45-71.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramallete. 42ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017a.
- FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 1. A vontade de saber**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 4ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017b.
- GLITTER: em busca de um sonho [reality show]. Fortaleza, Brasil, TV Diário, afiliada TV Globo, 2012. 3 temporadas.
- KILOMBA, Grada. **Descolonizando o conhecimento: Uma Palestra-Performance de Grada Kilomba**. Tradução: Jessica Oliveira, 2016.
- KOEHLER, Sonia Maria Ferreira eletrônica. **Homofobia, cultura e violências: a desinformação social**. Revista Interações. N. 26, PP. 129-151, 2013.
- LACERDA, Raphaela Cândido e ROCHA, Lara França da. **Fazer viver e deixar morrer: os mecanismos de controle do biopoder segundo Michel Foucault**. Revista Kínesis, Vol. X, n. 22, 2018.
- LEITE, Vanessa. **“Em defesa das crianças e da família”: Refletindo sobre discursos acionados por atores religiosos “conservadores” em controvérsias públicas envolvendo gênero e sexualidade**. Revista Latinoamericana, n. 32, ago. 2019.
- LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Sulina, Porto Alegre, 2002.
- LEMOS, André. **Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade**. Revista Brasileira de Gestão Urbana, vol. 2, n. 2, 2010.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1997. Tradução de Carlos Irineu da Costa, Ed. 34, São Paulo, 1999.
- LIU, Danilo Simões. **O percurso histórico da cultura drag: uma análise da cena queer carioca**. Rio de Janeiro, 2016.
- LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e a teoria Queer**. 2004. Editora autêntica, Belo Horizonte, 2018.
- MAGENTA cash [música]. Glória Groove. Brasil, álbum Alegoria, 2019. Segunda faixa (2 min. 38 s.).
- POSE [seriado de televisão]. Autores: Ryan Murphy, Janet Mock, Our Lady J, Steven Canals, Brad Falchuk e Todd Kubrak. Estados Unidos: Emissora FX, 2018. 2 temporadas, 18 episódios.
- RAJADÃO [música]. Pablllo Vittar. Brasil, álbum 111, 2020. Nona faixa (2 min. 38 s.).
- ROMANCINI, Richard. **Do “Kit Gay” ao “Monitor Da Doutrinação”: a reação conservadora no Brasil**. Revista Contratempo, Rio de Janeiro, Edição 37, n. 2. Ago/2018-nov/2018.

- RUPAUL. **Arrase!: o guia de Rupaul para a vida, a liberdade e a busca por estilo.** Tradução Santiago Nazarian, Rio de Janeiro, Edição 1: Harper Collins, 2018.
- RUPAUL's *drag race* [reality show]. Autor: Rupaul Charles. Estados Unidos: VH1 e LogoTV, 2009. 13 temporadas.
- SALES, Nicolas Silva de. **Uma voz que ressoa pelas rupturas do corpo: encontros entre os estudos queer e o documentário Paris Is Burning.** Porto Alegre, 2015.
- SANTOS, Jucenilton Alves dos e GUSMÃO, Maria Aparecida Pacheco. **A paródia como gênero textual em um olhar discursivo Bakhtiniano: Uma relação de intertextualidade.** Revista Linguagens & Letramentos, Cajazeiras - Paraíba. v. 3, nº 1, Jan-Jun, 2018.
- SODRÉ, Muniz A **ciência do comum: notas para o método comunicacional.** Petrópolis, RJ, Vozes, 2014.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho.** Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede. Petrópolis, Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2002.
- SUA VIDA não será a mesma. Bianca DellaFancy. 1 vídeo (3 min. 06 s.). Vídeo disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=wUyyf\\_OV4ek](https://www.youtube.com/watch?v=wUyyf_OV4ek). Acesso em: 22 de outubro de 2020.
- VENCATO, Anna Paula. **Confusões e estereótipos: o ocultamento de diferenças na ênfase de semelhanças entre transgêneros.** Cad. AEL, v.10, n.18/19, 2003.

**It is occupying that you know: post-massive media and drag queens against gender truth**

**Abstract:** This article is an adaptation of a monograph that concludes the Journalism course at the Federal Rural University of Rio de Janeiro, entitled “*Drag queens against the truth of gender: parody, performance and affirmative visibility in post-mass media*”. In this research, we discuss gender symbols and stereotypes (re) produced in post-massive media products. For this, a communicational analysis was made in the light of the studies of André Lemos, Muniz Sodré and the Queer Theory. To debate drag queens’ representations, we will see how the corporeality, performance and gender parody of Brazilian artists produces a subversive confusion in relation to the norms of sexuality and femininity. The objective is to discuss some of the problems of male/female binarism in a context of conservatism in the country, while the visibility of the drag queen and LGBTQIA + culture advances as a place of inscription of symbolic and cultural elements. In this sense, authoritarian speeches about gender and those produced by the drag category and the consuming public will be brought. At the end of the article, we will conclude that drag queens are subjects of a queer personality, of a deviant sexuality, by tensioning what we conceptualize as a “gender truth”.

**Keywords:** Drag queens. Stereotypes. Symbols. Gender parody. Post-massive media.

Recebido: 09/01/2022

Aceito: 14/03/2022