



O SETOR DE ENTRETENIMENTO TELEVISIVO SOB UMA PERSPECTIVA ETNOGRÁFICA DIGITAL: AS DINÂMICAS DAS IDENTIDADES *QUEER* BRASILEIRAS INFLUENCIADAS PELA FRANQUIA “DRAG RACE”

Palavras-Chave: Etnografia Digital, Reality show, Movimento LGBTQIAP+

Autores(as):

FELIPE D'AMICO SILVA, IA – UNICAMP

Prof^a. Dr^a. DENISE CARVALHO DOS SANTOS RODRIGUES (orientadora), IA - UNICAMP

INTRODUÇÃO:

Segundo Miller (2013), a cultura material prevê uma dialética de criação recíproca. Isto é, um objeto resulta das forças agentes sobre ele tanto quanto o agente é resultado da força que despende sobre o objeto. Essa relação é compreendida por Hine (2000) em termos dos usos empregados à conteúdos, ou das interações de audiências com textos, podendo ser aplicada de forma prolífica para interpretar mídias como a televisão e a *internet*, bem como explorar a conexão estabelecida entre ambas. Aqui, vale ressaltar, como o fez Williams (2016), que a tecnologia é pensada com base nos usos previstos pelo grupo que a controla, e se a indústria, nos moldes capitalistas que permeiam a prática televisiva no que tange à publicidade e a ideia de fluxo, pressupõe uma homogeneização globalizante e um imperialismo cultural, as diferenças regionais podem ser vistas como reativas, partindo de um escopo de possibilidades pré-determinadas pela própria indústria para contestá-las, o que muitas vezes ocorre via *internet*. Eis o que Miller (2013) define como uma tendência simultânea à universalização e a particularização característica do mundo moderno, e a contextualização espaço-temporal do meio digital que separa o interno do externo, proposta por Hine (2000). Contudo, lidamos com a pós-modernidade, que implica uma atualização desses conceitos consoante os avanços tecnológicos observáveis em uma nova esfera sociocultural, marcada pela fragmentação do sujeito (HALL, 2022). Assim, diante da emergência de novas identidades em meio a um processo acelerado de mudanças, a convergência entre televisão e *internet* atua como fator de integração entre indivíduos de grupos sociais distintos, diluindo as fronteiras entre local e global, e isso torna-se verificável através de manifestações palpáveis passíveis de coleta e análise etnográfica.

Nesse sentido, para Gray (2008), a relação de afeto que se tem com um programa televisivo pode modificar a relação do espectador com ele, e, considerando verdadeiro o que Hall (2022) diz ser um estabelecimento de relações sociais independente de um espaço interacional físico, promovido pela globalização, e as performances/apagamentos identitários no meio digital descritas por Hine (2000), pode-se dizer que os efeitos hegemônicos da televisão se perdem à medida em que essa mídia é apropriada com intencionalidades diversas, como afirma Williams (2016), em um meio como a *internet*. Isso favorece o surgimento de grupos de cunho opinativo, de “*fandoms*” a “*haters*”, que possuem posicionamentos opostos em relação a um mesmo objeto externo (GRAY, 2008), e de grupos com propósitos mais informativos, oficiais ou não-oficiais, bem como práticas orientadas por códigos culturalmente apreendidos, mais pelo contato direto do que pela aprendizagem formal. Por isso, é importante, ao realizar um estudo etnográfico, que o pesquisador possua uma participação ativa e uma

vivência compartilhada imersiva juntamente do grupo de interesse, como enfatiza Miller (2013). Ademais, Hine (2000) acrescenta que não existe um protocolo para se desenvolver uma etnografia, mas que a metodologia é inseparável do contexto em que é empregada. Dessa forma, ao optar por uma etnografia virtual, a fim de pensar sobre os comportamentos *online* em relação a um objeto externo, ainda que o etnógrafo não possa recriar as condições individuais de cada usuário envolvido no grupo cuja comunicação é mediada pela tecnologia, o engajamento ativo pode criar as condições para que o etnógrafo seja também um usuário e entenda como a mídia torna possível a expressão identitária, o que acaba por suprir a ausência da dimensão física direta das etnografias tradicionais.

A partir desta fundamentação, a pesquisa desenvolvida visa abranger as pautas identitárias associadas ao *reality show* “*RuPaul’s Drag Race*” e ao seu recente fenômeno de franqueamento pela exportação do formato televisivo, originalmente norte-americano, para outros países, como o Brasil, sob o título de “*Drag Race Brasil*”, debatendo o papel da *internet* sobre o programa e seus espectadores ao moldar identidades *queer* pós-modernas que escapam ao ortodoxo e se interseccionam com um sistema social muito mais amplo. Os programas da franquia consistem em competições realizadas *por drag queens* e *entre drag queens* por uma série de prêmios, e a cada semana as participantes são avaliadas por seu “carisma, originalidade, coragem e talento”, em desafios que envolvem canto, dança, interpretação e outras habilidades inerentes ao exercício da profissão. Esta, estigmatizada tanto em relação ao mercado de trabalho formal quanto, mais especificamente, em relação ao setor do entretenimento, como denota Newton (1979), carrega também o estigma dos desvios de papéis de gênero, construídos, de acordo com Butler (2022), com base em convencionalidades do discurso heterossexual e falocêntrico que naturaliza essa categoria e a reifica constantemente para manter a “lei” e a “ordem” - noções contendo um fundo sócio-histórico conservador e utilizadas como justificativa para medidas repressivas contra a comunidade LGBTQIAP+. A própria ideia do que é “natural” ou “artificial”, no que concerne ao gênero, é questionável para Butler (2022), mas a mesma propõe que a *drag* está no limiar entre estes polos, e Newton (1979) ainda complementa ao dizer que deixa claro tratar-se da atuação de uma incongruência, ancorada no escárnio e na zombaria para subverter as normas vigentes.

A subversão da *drag queen* sobre a ideia de gênero por meio do humor e do exagero, sem abandonar por completo essa categorização. A subversão do meio televisivo sobre as imposições comerciais da indústria cultural, por meio das franquias, sem perder de vista o aspecto industrial. A subversão da *internet* ao permitir que grupos diversos se unam com práticas e propósitos de expressão contra hegemônica LGBTQIAP+ em comum, sem fugir das diretrizes das plataformas. São estes os tensionamentos abordados por este trabalho, via análise de forma e conteúdo de todos os episódios da 15ª temporada de *RuPaul’s Drag Race* e da 1ª temporada de *Drag Race Brasil*, em diálogo direto com uma etnografia dos meios digitais onde o público do programa se manifesta ao longo de sua exibição.

METODOLOGIA:

A princípio, desenvolveu-se uma etapa preliminar de pesquisa bibliográfica, centrada nas características principais do meio televisivo, com o objetivo de compreender o campo midiático no qual se instala a franquia “*Drag Race*”. A seguir, sem perder de vista o foco no programa, mas voltando-se mais para o conteúdo do que para a forma, e buscando estabelecer também uma conexão inicial com o seu público-alvo, a bibliografia voltou-se para os traços distintivos dos integrantes do movimento LGBTQIAP+. Sobre esses alicerces, foi realizada uma análise metódica dos atributos estéticos, sonoros e de montagem dos 16 episódios que compõem a 15ª temporada de *RuPaul’s Drag Race* (versão estadunidense) e dos 12 episódios da 1ª temporada de *Drag Race Brasil* (versão brasileira) - lançadas no mesmo ano - destrinchando ao máximo estes produtos culturais para facilitar o entendimento da promoção de práticas digitais por usuários que mobilizam esses objetos ao passo em que também são modificados por eles. Enfim, recorreu-se mais uma vez a bibliografias diversas para

estipular um método de realização da etnografia digital do público do programa, bem como para compreender as particularidades desse meio que pudessem auxiliar na elucidação de alguns comportamentos a respeito do programa observáveis na internet. Assim, optou-se por abordar três redes sociais distintas (*Instagram*, *X* e *Telegram*), com ênfase em um grupo específico de usuários de maior notoriedade entre os entusiastas do programa, sugeridos pelos respectivos algoritmos – cujos vieses também foram levados em consideração – e nas contas oficiais de participantes e do programa em si. Por razões éticas, os materiais coletados foram mantidos sob anonimidade e, por fim, todos esses conjuntos de dados, oriundos da teoria, análise do objeto televisivo e da etnografia digital, foram compilados e discutidos conjuntamente, na elaboração de um raciocínio uno que permite expandir os conhecimentos disponíveis nas áreas da antropologia e da comunicação social.

RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Conforme explica Hall (2022), uma vez que o global não substitui o local, mas se articula com ele na criação de novas identidades, respeitando, muitas vezes, a lógica mercadológica, o franqueamento do programa resultou em um produto cujos traços da cultura nacional implicados são notáveis, mesmo que perpassados pela estrutura rígida do formato. Isso se dá por meio das variações estilísticas que equilibram a familiaridade e, consequentemente, as expectativas em torno do produto televisivo, e o grau de inovação e representatividade local dentro dos formatos, como aponta Gray (2008) e faz-se ver nas figuras 1 e 2, em que a apresentação do elenco de cada uma das temporadas analisadas contém elementos semelhantes, mas os signos associados ao Brasil, sobretudo as cores da bandeira, encontram seu espaço nessa configuração e se diferenciam da versão norte-americana.

Essa cultura nacional é abordada, nesse caso, de modo estereotipado, e esse processo se repete ao longo dos episódios, com a difusão de estereótipos e arquétipos sobre a cultura LGBTQIAP+. Entretanto, se é verdadeiro que a televisão pode se valer desses estereótipos para desconstruir as visões consolidadas por trás dos mesmos, ainda de acordo com Gray (2008), isso é observável nas críticas políticas que permeiam ambas as temporadas, de



Figuras 1 e 2. Imagens promocionais da 1ª temporada de Drag Race Brasil e da 15ª temporada de RuPaul's Drag Race

maneira mais incisiva na versão norte-americana do que na brasileira (possivelmente devido ao contexto sociopolítico de cada país, e a aceitabilidade de se tratar de determinados temas em cada um deles) e que seguem uma progressão que acompanha a ordenação dos episódios. Ou seja, os estereótipos são satirizados e contestados ao nível da individualização gradual do elenco, com causas e efeitos narrativos para o programa, de modos diferentes nos Estados Unidos e no Brasil. Ademais, são contestadas as hierarquias internas ao formato, entre jurados e participantes, e externas, entre países, também atuando na individualização das figuras em destaque de cada versão, via manutenção e quebra do estereótipo. Permitir-se ser estereotipado torna este processo diferente e menos violento do que uma imposição involuntária de ideias preconcebidas sobre sexualidades e nacionalidades desviantes dos eixos de hegemonia, e auxilia, até mesmo, na criação de alteridade. *Drag queens* estadunidenses e brasileiras são unidas pela dissidência sexual em comum, ao passo em que jurados e participantes dos dois países são aproximados pela mesma razão, com maior velocidade na versão brasileira do que na estadunidense. Isso prevê um compartilhamento de repertórios, tanto externos ao programa (produtos culturais e midiáticos), que tornam possível a compreensão do estereótipo e uma noção de

“comunidade”, quanto internos, que passam de uma franquia à outra (eventos, recortes, visuais e falas dos episódios), fortalecendo ainda mais essa sensação ao estabelecer fronteiras para um grupo nichado dentro do movimento LGBTQIAP+, em constante mudança e desenvolvimento. Tal constância é estimulada pelas práticas dessa comunidade no meio digital, e estas, por sua vez, são estimuladas pelo apelo do meio televisivo cada vez mais autoconsciente da transmidialidade que caracteriza o pós-modernismo e da mutualidade estabelecida com a internet na cultura material, sendo que, dentro do escopo da *internet*, cada rede social possui uma série de valores implícitos, e o seu conhecimento torna-se possível por meio da imersão nesses espaços, já que a leitura do texto tecnológico está condicionada ao relacionamento do usuário com a tecnologia, como esta pesquisa etnográfica visa trazer à tona.



Figuras 3, 4 e 5. Variações de imagens de Shannon Skarlett, da 1ª temporada de Drag Race Brasil, encontradas no X

Inicialmente, tratando-se do X, notou-se que o objeto do repertório, modificado segundo as lógicas de Miller (2013), chega a perder quase que completamente a sua conexão com o referencial, tamanhas as alterações feitas sobre o original pelos usuários.

Um exemplo disso é uma imagem estática em baixa qualidade de Shannon Skarlett, participante da 1ª temporada de *Drag Race Brasil*, acrescida de um dos bordões utilizados pela *drag queen* no programa (figura 3), alterada em menor escala na figura 4 e em maior na figura 5 – mobilizando elementos linguísticos e um repertório externo - pelos usuários da plataforma. Imagens como esta são comuns nessa rede social e passam a ser aplicadas a múltiplos contextos, de forma que, não raro, suas origens se perdem. Esse caso ilustra o pensamento de Hine (2000) de que, ao produzir um texto para a internet (e, aqui, a imagem faz parte dessa seara), é preciso pensar na capacidade dos envolvidos de lidar com a tecnologia, na identidade das pessoas para as quais o texto se destina e na intertextualidade do conteúdo do texto com o conteúdo de uma outra mídia, como a televisão. É questionável, portanto, que um indivíduo que não faça uso do X, que não seja LGBTQIAP+ ou que não assista ao programa, compreenda a significação de imagens deste tipo, já que não existe uma preocupação em fazer-se compreender fora deste contexto. A alteridade é construída sob essas condições.



Figuras 6 e 7. Esquema de pontuações alternativo elaborado por fãs e contagem de confessionários da 15ª temporada de RuPaul's Drag Race, encontrados no Instagram

Já no *Instagram*, os textos tecnológicos seguem outras configurações, e a partir da prática etnográfica observou-se que são relativamente mais “claros” para membros externos à comunidade de espectadores/comentadores nas redes sociais, mas sem deixarem de depender do objeto televisivo para a apreensão do seu sentido completo. Grupos de fãs criam seus próprios sistemas de pontuação para avaliar as participantes, e atualizam as postagens semanalmente, acompanhando o ritmo de exibição dos episódios (figura 6). Além disso, se apegam às estruturas do programa, demonstrando conhecê-las com afinco, e, novamente, procedem a uma análise quantitativa que pouco importa para o público menos

engajado, mas que são detalhadas o suficiente para simbolizar o laço de afeto que essa audiência ativa, nos termos de Gray (2008), possui com a televisão.

Por fim, concernente ao *Telegram*, constatou-se haver uma vertente de canais que distribuem gravações integrais dos episódios, com foco nos espectadores que desejam participar desse grupo identitário mas não possuem os recursos para consumir o *reality* através do *streaming* oficial, e uma segunda vertente, que disponibiliza as condições para que indivíduos geograficamente distantes possam discutir os episódios e criar laços entre si e com os próprios distribuidores (figuras 8 e 9). Outras plataformas, como o *Youtube*, em que canais oficiais publicam trechos do programa e influenciadores gravam reviews de temporadas conforme estas são lançadas; o *Reddit*, com fóruns dedicados especificamente a *spoilers* de



Figuras 8 e 9. Divulgação de fonte alternativa para assistir à franquia Drag Race e espaço para interação do público sobre o objeto televisivo, encontrados no *Telegram*

episódios; e blogs contendo informação especializada e organizada em tópicos, também fazem parte dessa dinâmica. Uma presença online em múltiplas destas plataformas costuma promover uma integração temática, em parte devido à cultura algorítmica, que permeia todas elas, e fica evidente a máxima de que “às vezes, o objeto do fanatismo serve como mero álbi para a criação de uma comunidade” (GRAY, 2008; p. 49 - Tradução Livre).

CONCLUSÕES:

A pesquisa comprovou a existência de elementos de resistência cultural operantes dentro das normas do formato televisivo para a franquia brasileira de *Drag Race*, como postulam as diretrizes industriais do segmento de entretenimento, e a influência desse fenômeno no estabelecimento de um espaço de acolhimento *online*, que simula e reproduz aspectos do programa, para o público *queer* brasileiro nas redes sociais, onde uma amálgama de práticas auxilia na constituição identitária dentro e fora destas, reverberando no próprio objeto que origina estes processos, em um ciclo que se repete e move as engrenagens da televisão, da *internet* e das identidades *queer*.

BIBLIOGRAFIA:

- GRAY, Jonathan. **Television entertainment**. New York, NY; London: Routledge/Taylor & Francis, c2008. 209p
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 12. ed. Rio de Janeiro, RJ: Lamparina, 2022. 58 p.
- HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London; Thousand Oaks, CA: Sage/Learning Matters, 2000.
- MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2013. 244 p.
- NEWTON, Esther. **Mother camp: female impersonators in America**. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1979. 136p.
- WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Tradução de Márcio Serelle, Mário F. I. Viggiano. São Paulo, SP; Belo Horizonte, MG: Boitempo: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2016. 190 p.