



UFPE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

STENIO BARROS DE OLIVEIRA

***DRAG QUEENS BRASILEIRAS: Uma análise das suas performatividades de
influência em mídias sociais***

Recife, 2025

STENIO BARROS DE OLIVEIRA

DRAG QUEENS BRASILEIRAS: Uma análise das suas performatividades de influência em mídias sociais

Orientador: André Luiz Maranhão de Souza Leão, Dr.

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de Mestre em Administração, área de concentração em Gestão Organizacional, do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, PROPAD/UFPE.

Recife, 2025

Oliveira, Stenio Barros de.

Drag Queens brasileiras: uma análise das suas
performatividades de influência em mídias sociais / Stenio
Barros de Oliveira. - Recife, 2025.
204f.: il.

Dissertação (Mestrado)- Universidade Federal de Pernambuco,
Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação
em Administração (PROPAD), 2025.

Orientação: André Luiz Maranhão de Souza Leão.

1. Drag queens; 2. Performatividade de gênero; 3. Influência
digital; 4. Consumer Culture Theory; 5. Netnografia. I. Souza
Leão, André Luiz Maranhão de. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

STENIO BARROS DE OLIVEIRA

DRAG QUEENS BRASILEIRAS: Uma análise das suas performatividades de influência em mídias sociais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, PROPAD/UFPE, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em: 28/11/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. André Luiz Maranhão de Souza Leão (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

Prof. Dr. Diogo Henrique Helal (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

Prof. Dr. Bruno Melo Moura (Examinador Externo)
Centro Universitário do Brasil – UNIBRA/IBGM

*À minha família,
Meus parentais, irmãs e “amiguirmães”,
Sem os quais, não teria dissertação.*

*À Ruby Nox,
A Top Drag Pernambuco,
Drag Race Brasil Superstar, e
Rainha da República Pernambucana de Pernambuco.*

Agradecimentos

Ao olhar para o início desta jornada, é impossível não agradecer ao meu ato de sonhar. Ainda na graduação, busquei no meu entorno caminhos para me aproximar da pesquisa acadêmica; faltavam, contudo, trilhas claras e mãos estendidas a um jovem eu, sem referências desse percurso. A vida, entretanto, não espera: atropela, passa por cima e, às vezes, dá ré. As necessidades, sobretudo financeiras, limitam as escolhas (ou escolhem por nós) e, assim, seguimos o que parece possível dentro de uma visão ainda restrita.

Dizem que vivemos o que precisamos viver até que cheguemos ao ponto certo para as coisas acontecerem. Começo, então, agradecendo àquelas que me ajudaram a não desistir de sonhos que pareciam inalcançáveis. Entre elas, está minha grande amiga Paula Graciano, inspiração acadêmica mais antiga e constante. Ela não permitiu que eu menosprezasse meu próprio sonho.

Agradeço à minha família biológica, meus parentais e minhas irmãs, Lauriete, Stenio, Sybele e Synthia, pelo apoio num momento de grande transição e ruptura: a saída voluntária do mercado corporativo para ingressar no mestrado em dedicação exclusiva, a fim de perseguir o sonho de ser professor universitário. À minha queridíssima avó materna e segunda mãe, Aliete (in memoriam), pelo amparo incondicional e por me acolher em seu apartamento, garantindo-me independência e privacidade em tempos incertos. E ao meu grande amigo e companheiro, Luz (in memoriam), meu gatinho querido, que foi suporte na solidão e me ensinou tantas formas de cuidado e amor.

Como toda pessoa queer, carrego mais de uma família. Para além dos laços sanguíneos, minha família por escolha foi decisiva nesta jornada. Junto com Paula, meus irmãos de vida, Filipe, Pedro e Lissandro, foram sustentação em todos os momentos. Sem elas, talvez eu não tivesse conseguido concluir um processo tão transformador quanto desafiador. Com elas, enfrentei e superei a descoberta da neurodivergência (TDAH) e uma depressão aguda que emergiu durante o mestrado, fruto de inúmeras rupturas conceituais, do reconhecimento de vivências traumáticas, sociais, familiares e profissionais, e das cobranças sobre a “(in)capacidade” produtiva. Sou imensamente grato por não me deixarem afundar.

Ao meu orientador, Prof. André de Souza-Leão, agradeço por me acolher como aluno especial e, desde o primeiro contato, inspirar e ensinar tanto. Seu apoio foi crucial no árduo processo de aprendizagem acadêmica e no enfrentamento da depressão e dos desafios relacionados ao TDAH, com os quais venho aprendendo a lidar desde o início do curso. Estendo o agradecimento ao coletivo AKAFans e às/-aos colegas mestrandes e doutorandes, em especial, Ana Carolina, Grayci e Taynáh, grandes incentivadoras(es) com quem tanto aprendo.

Muitas outras pessoas merecem ser nomeadas: professoras(es) e colegas do PROPAD, amizades da atuação corporativa e da vida, de perto e de longe. Recebam meu agradecimento sincero por cada gesto de apoio.

Por fim, não posso deixar de agradecer às drag queens que me inspiram e ensinam diariamente: Ruby Nox, Rita von Hunty e Pabllo Vittar. Este é o fim de um processo mas, parafraseando RuPaul, é “o começo do resto da minha vida”.

*“A drag brasileira é a mais incrível,
por que ela existe dentro do país
que mais mata pessoas LGBTQIAP+”*
— Grag Queen, 2024.

Resumo

Esta pesquisa investiga como drag queens brasileiras performatizam influência digital nas mídias sociais, entendendo a influência não apenas como um papel, mas como performatividade, um conjunto citacional de atos corporais, discursivos e imagéticos que tornam-se legíveis, valorizados e circuláveis por audiências, marcas e plataformas. Ancorada na *Consumer Culture Theory* (CCT) e na teoria da performatividade de gênero de Judith Butler, a pesquisa adota abordagem qualitativa e netnográfica para observar práticas sociomidiáticas de drag queens brasileiras influenciadoras no Instagram, ao longo de 2024, com foco em seis perfis de grande alcance. O desenho interpretativo da pesquisa articula três camadas: (i) um repertório de performances drag; (ii) regimes de inteligibilidade que moldam o reconhecível e o valorizável; e (iii) performatividades drags de influência digital que sintetizam efeitos socioculturais recorrentes. Os resultados mostram que as drags performam influência digital ao combinar competências artísticas e de gestão (montação, humor, moda, canto, didática, curadoria estética, *storytelling*, métricas), à codificação em linguagens plurais e diferentes formatos de linguagens midiáticas em plataformas (reels, stories, legendas, sons, filtros, memes, trends) e à negociação contínua de normas de gênero, sexualidade, moralidade e consumo. O circuito analítico PD > RI > P evidencia que a influência é efeito performativo relacional, dependente de citacionalidade, reconhecimento e governança algorítmica. A análise consolida oito performatividades que revelam formas organizadas de fazer influência sob condições de plataformização e moralidades, num cenário brasileiro de alta visibilidade drag e persistentes violências anti-LGBTQIAPN+. As contribuições da pesquisa incluem: (a) proposição da influência digital como performatividade; (b) sistematização das performatividades drags como categorias analíticas aplicáveis a contextos semelhantes; (c) acoplamento entre CCT, performatividade de gênero e regimes de inteligibilidade para explicar a produção de valor simbólico em plataformas; (d) metodologicamente, a pesquisa contribui com a aplicação dos protocolos netnográficos (AKAFans), com atenção ética a populações LGBTQIAPN+; e (e) empiricamente, oferece um mapa denso das linguagens drag em mídias sociais, com implicações para marcas, organizações culturais e políticas públicas (educação plural, diversidade, segurança digital).

Palavras-chave: Drag Queens; Performatividade de Gênero; Influência digital; Consumer Culture Theory; Netnografia.

Abstract

This research investigates how Brazilian drag queens performs digital influence on social media, conceiving influence not merely as a role but as performativity, a citational ensemble of bodily, discursive and visual acts that become legible, valorised and circulable by audiences, brands and platforms. Anchored in Consumer Culture Theory (CCT) and Judith Butler's theory of gender performativity, the research adopts a qualitative, netnographic approach to observe the socio-media practices of Brazilian drag queen influencers on Instagram throughout 2024, focusing on six high-reach profiles. The interpretive design articulates three layers: (i) a repertoire of drag performances; (ii) regimes of intelligibility that shape what is recognisable and valorisable; and (iii) drag performativities of digital influence that synthesise recurrent socio-cultural effects. Findings show that drags perform digital influence by combining artistic and managerial competences (montage, humour, fashion, singing, pedagogy, aesthetic curation, storytelling, metrics), encoding them in plural media languages and platform formats (reels, stories, captions, sounds, filters, memes, trends), and continuously negotiating norms of gender, sexuality, morality and consumption. The PD > RI > P analytic circuit evidences that influence is a relational performative effect, dependent on citationality, recognition and algorithmic governance. The analysis consolidates eight performativities that reveal organised modes of doing influence under conditions of platformisation and algorithmic moralities, within a Brazilian scenario of high drag visibility and persistent anti-LGBTQIAPN+ violence. The study contributes by: (a) proposing digital influence as performativity; (b) systematising drag performativities as analytical categories applicable to similar contexts; (c) coupling CCT, gender performativity and regimes of intelligibility to explain the production of symbolic value on platforms; (d) methodologically, advancing netnographic protocols (AKAFans) with ethical attentiveness to LGBTQIAPN+ populations; and (e) empirically, offering a dense map of drag languages on social media, with implications for brands, cultural organisations and public policy (plural education, diversity and digital safety).

Keywords: Drag Queens; Gender Performativity; Digital Influence; Consumer Culture Theory; Netnography.

Lista de Figuras

Figura 1	Miss Biá, Drag Queen pioneira no Brasil	18
Figura 2	Espectros dos influenciadores digitais.	30
Figura 3	Os Seis Movimentos Procedimentais da Netnografia	52
Figura 4	Estágios da Netnografia	54
Figura 5	Design da Pesquisa Netnográfica	54
Figura 6	Seleção da comunidade de drag queens brasileiras	67
Figura 7	Processo de análise e interpretação de dados Netnográficos	75
Figura 8	Processo de codificação da análise e interpretação dos dados	78
Figura 9	Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Autenticidade	118
Figura 10	Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Competencialidade	121
Figura 11	Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Conservadorismo	124
Figura 12	Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Educacionalidade	126
Figura 13	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Empoderamento	128
Figura 14	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Feminilidades	130
Figura 15	Exemplos de Performances Drag classificadas no RI Masculinidades	132
Figura 16	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Mercantilização	133
Figura 17	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Política	135
Figura 18	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Popularidade	137
Figura 19	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Profissionalidade	139

Figura 20	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Progressismo	ao	RI	141
Figura 21	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Reconhecibilidade	ao	RI	143
Figura 22	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Referenciação	ao	RI	145
Figura 23	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Regionalidade	ao	RI	147
Figura 24	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Religiosidade	ao	RI	148
Figura 25	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Representatividade	ao	RI	150
Figura 26	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Sexualidade			151
Figura 27	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Singularidade	ao	RI	153
Figura 28	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao Solidariedade	ao	RI	155
Figura 29	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Sucesso			157
Figura 30	Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Viralidade			158

Lista de Quadros

Quadro 1	Protocolo de coleta de dados Investigativo	60
Quadro 2	Protocolo de coleta de dados imersivos	60
Quadro 3	Protocolo de descrição de codificações analíticas	76
Quadro 4	Lista de performances drag identificadas	81

Lista de Tabelas

Tabela 1	Ranking das Drag Queens Brasileiras mais seguidas no Instagram	65
Tabela 2	Influenciadoras Drag Queens Brasileiras consideradas para pesquisa	66
Tabela 3	Protocolo Investigativo: Tópicos e Enfoques	71
Tabela 4	Quantitativo de Postagens Avaliadas x Selecionadas	73
Tabela 5	Relações entre performances e drag queens	83
Tabela 6	Mapa de Relação RI x PD	116
Tabela 7	Relações entre Regimes de Inteligibilidades e Performatividades	160

Lista de Abreviaturas e Siglas

ANA	Articulação Nacional de Agroecologia
CCXP	Comic Con Experience
GGB	Grupo Gay da Bahia
GLAAD	Gay & Lesbian Alliance Against Defamation
MST	Movimento Sem Terra
Pronara	Programa Nacional para Redução de Agrotóxicos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1. A Cultura Drag Queen	11
2.1.1. A Ascensão Drag Queen	12
2.1.1.1. A Era Pré-Drag: Os Transformistas	12
2.1.1.2. A Era de Ouro Drag Queen	14
2.1.2. O cenário Drag Queen brasileiro	18
2.1.2.1. A Celebrização Drag	24
2.2. Digital Influencers	27
2.2.1. Ascensão dos Influenciadores Digitais	28
2.2.2. Celebrização da Influência	30
2.2.3. Plataformização e Algoritmização Social	32
2.2.4. Performances de Influenciadores	36
2.2.5. Contradições e Disputas no mercado de Influenciadores	38
2.3. Performatividades de Gênero no contexto da Teoria Queer	41
2.3.1. Estudos Queer	42
2.3.2. Teoria da Performatividade de Gênero	47
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
3.1. Netnografia e suas etapas	52
3.1.1. Planejamento	56
3.1.2. Preparação	57
3.1.3. Coleta	59
3.1.4. Análise e Interpretação de Dados	62
3.2. Operacionalização da Netnografia	63
3.2.1. Escolha da Comunidade	64
3.2.2. Entrée Cultural	69
3.2.3. Construção do corpus de pesquisa	72
3.2.4. Trabalho de coleta de dados investigativo	73
3.2.5. Trabalho de produção de dados imersivos	74
3.2.6. Análise e Interpretação dos dados	75
3.3. Critérios de Qualidade	79
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	81
4.1. Performances Drag	82
4.2. Regimes de Inteligibilidade	116
4.3. Performatividades	161
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	173
REFERÊNCIAS	176

1. INTRODUÇÃO

A cultura Drag Queen no Brasil tem se consolidado como uma das expressões mais visíveis e potentes da imagética queer contemporânea, articulando espetáculo, estética e disputa política em espaços digitais. Tratamos influência digital como efeito performativo: um conjunto citacional e reiterativo de atos corporais, discursivos e imagéticos que, nas plataformas, produzem o que é reconhecido como influência. Assim, as ‘drag queens influenciadoras’ são, aqui, drag queens que performatizam influência digital em rotinas sociomidiáticas, e não apenas artistas que desempenham um papel adicional.

Se, historicamente, o transformismo esteve vinculado a circuitos teatrais e noturnos, a última década marca um reposicionamento decisivo, *performers* drag tornaram-se figuras públicas de ampla circulação, profissionais de mídia e, crescentemente, influenciadoras que constroem comunidades, reputação e autoridade cultural a partir de perfis nas plataformas (Baker, 1994; Brennan; Gudelunas, 2017; Senft, 2013; Abidin, 2018; Kotliuk, 2023).

Assumimos que essas performances não são apenas um “papel” desempenhado nas redes, mas uma forma específica de performatizar influência digital, isto é, as drag queens fazem influência por meio de práticas que reiteram corpos, discursos e imageticamente que, nas plataformas, constituem a própria influência como prática e efeito performativo. Nesse trânsito do palco às telas, o “fazer drag” deixa de ser apenas um gênero artístico e passa a operar como linguagem sociotécnica, um conjunto de atos, narrativas e estilos que se adaptam às affordances de Instagram, YouTube, TikTok e afins, em meio à economia da atenção e às moralidades codificadas pelos algoritmos (Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023; Arriagada; Bishop, 2021; Bonini; Treré, 2024a). Quando nos referimos à “drag queens influenciadoras”, entendemos que se trata de drag queens que performatizam influência digital em suas rotinas sociomidiáticas, que refere-se exatamente ao objeto empírico analisado ao longo da pesquisa.

Do ponto de vista teórico, esta pesquisa se insere na tradição qualitativa da Consumer Culture Theory (CCT), entendendo mercados e consumos como formações culturais em disputa (Arnould; Thompson, 2005). A opção ontológica parte do reconhecimento de que sujeitos e objetos, aqui, drag queens

influenciadoras e suas audiências, são constituídos relationalmente por práticas, discursos e mediações tecnológicas.

Tal posicionamento convoca uma lente crítico-interpretativa capaz de dar conta de identidades não fixas, regimes de visibilidade e assimetrias de poder. Para isso, adotamos como arcabouço central a teoria da performatividade de gênero de Judith Butler (1990; 1993; 2018; 2024), amplamente mobilizada nos estudos culturais do consumo para analisar como atos reiterativos (corporais, discursivos e imagéticos) produzem inteligibilidade (Butler, 2003), reconhecimento e subversão (Thompson; Üstüner, 2015; Seregina, 2018). Ao encadear práticas de mercado (planejamento, métricas, publis) a atos estético-discursivos (montação, humor, narrativa), as *drags* citam e deslocam normas de gênero e de consumo; a legibilidade do que é tomado como ‘influência’ emerge, então, da reconhecibilidade desse encadeamento por audiências, marcas e governança algorítmica.

Com base nessa articulação, “influência digital” é tratada analiticamente como performatividade, um conjunto citacional de atos que repetem e deslocam normas de gênero e de mercado nas plataformas, tornando-se inteligíveis como “influência” quando reconhecidos por audiências, marcas e algoritmos/plataformas (Butler, 1990; 1997; Colucci; Pedroni, 2022; Bonini; Treré, 2024a). Ao articularmos Butler com a CCT, busca-se iluminar como as performances *drag* nas plataformas negociam normas cisheteropatriarcais, regimes de autenticidade e expectativas de marca, convertendo visibilidade em valor simbólico e, às vezes, em tensão política.

O pano de fundo sociopolítico torna esse recorte ainda mais urgente. O Brasil segue figurando entre os países com maior letalidade e violência contra pessoas LGBTQIAPN+, quadro reiterado por relatórios recentes e por monitoramentos de organizações da sociedade civil (Grupo Gay da Bahia, 2025; Manual de Direitos LGBTI+, 2024). Ao mesmo tempo, a arte *drag* se afirma como um dos principais símbolos culturais queer consumidos e disputados na contemporaneidade, ocupando palcos televisivos, trilhas de streaming e, sobretudo, feeds de redes sociais (Brennan; Gudelunas, 2023; Carvalho, 2022). Esse descompasso, entre expansão da visibilidade artística e persistência de violências materiais e discursivas, transforma as plataformas em arenas de confronto, onde algoritmos,

marcas, fãs e performers co-configuram o que pode ser visto, dito e monetizado (Abidin, 2018; Colucci; Pedroni, 2022; Bonini; Treré, 2024a).

A cultura drag brasileira, com ícones de alcance global e uma base criativa profundamente local, torna-se um laboratório privilegiado para observar como performances de gênero, autenticidade e celebrização são negociadas no dia a dia das mídias sociais (Drenten, 2025; Brennan; Gudelunas, 2017). Nessa sentido, performatizar influência digital significa também disputar regimes de inteligibilidade, negociando o que é legível como legítimo, belo, político ou vendável, em contextos marcados por violência e pela plataformização da visibilidade (Butler, 2003; Das; Farber, 2020; Bonini; Treré, 2024a).

Nesse ecossistema, visibilidade e engajamento operam como moedas, e o status de influenciadora resulta de um trabalho contínuo de autoapresentação, curadoria estética, *storytelling* e interação com comunidades, trabalho que é simultaneamente criativo e regulado por métricas, formatos e regras de distribuição de conteúdo (Senft, 2013; Abidin, 2018; Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023). Apesar do avanço dos estudos sobre influenciadores e sobre drag, carecemos de análises que tomem a influência como performatividade (e não apenas papel) no contexto brasileiro, atravessado por violências anti-LGBTQIAPN+ e por moralidades algorítmicas.

A celebrização da influência desloca rotas tradicionais de legitimação, ao performar sua “marca de si” em múltiplos formatos (vídeo curto, lives, bastidores, publis), drag queens podem contornar intermediações hegemônicas e instaurar linguagens de resistência que tornam audível a própria voz, rearticulando o que conta como “feminino”, “beleza”, “corpo” e “sucesso” (Drenten, 2025; Colucci; Pedroni, 2022). Entretanto, não se trata de um campo friccional apenas entre *performers* e audiência, plataformas e marcas projetam expectativas de autenticidade comercialmente viável, ao passo que políticas de moderação e otimização algorítmica instauram moralidades específicas do que é “apropriado”, “atrativo” ou “engajável” (Arriagada; Bishop, 2021; Bonini; Treré, 2024a).

Portanto, consideramos conjuntos de práticas como performatizações de influência digital que, as quais foram investigadas, identificadas empiricamente e sintetizadas nas performatividades drags. Analiticamente, partimos de três camadas:

Performances Drag, atos recorrentes em posts e formatos, Regimes de Inteligibilidade, convenções que tornam tais atos legíveis/valorizáveis, e Performatividades, efeitos organizadores recorrentes de influência digital.

Diante desse cenário, emerge o incômodo de pesquisa que orienta este estudo: compreender **“como drag queens brasileiras performatizam influência digital nas mídias sociais”**. Em outras palavras, quais repertórios performativos são evocados, com que recursos estéticos e narrativos se constroem reconhecibilidade e pertencimento, e de que modo tais atos negociam significado e validação de gênero, vivências identitárias dissidentes e visibilidade midiática. Ao formular essa pergunta, entendemos que performatizar significa fazer existir publicamente certas possibilidades de ser, tensionar fronteiras e, por vezes, desobedecer normas que historicamente regulam quem pode ser visto e sob quais condições (Butler, 1990; 1993; 2018; 2024).

A metodologia adotada foi a netnografia, por permitir observar densamente práticas sociomidiáticas *in loco*, em sua temporalidade e materialidade (Kozinets, 2020; Salmons, 2022). A tradição netnográfica apresenta-se como um processo de imersão, análise e interpretação adequado para pesquisas em mídias digitais, além de haver o ganho contextual da tradição e expertise de pesquisa do coletivo AKAFans, com atenção a dimensões éticas em ambientes digitais e a sensibilidades a comunidade LGBTQIAPN+ (Creswell, 2010; Paiva Júnior; Leão; Mello, 2011; Souza-Leão, 2023; 2025). A netnografia permite acompanhar a repetição/variação de atos ao longo do tempo, observando rotinas e formatos sob recursos e regimes algorítmicos do Instagram, plataforma de alta visibilidade, em especial no Brasil, e forte curadoria automatizada.

O recorte empírico foca sobre perfis de maior alcance no Instagram no ano de 2024, escolha que privilegia um ambiente de alta visibilidade e sofisticada governança algorítmica, mas que também demanda atenção a limitações inerentes a uma única plataforma, que buscamos minimizar no processo de imersão netnográfica, e a um recorte temporal específico. Esse recorte é especialmente produtivo para captar como a influência digital é performatizada em rotinas, formatos e interações, e quando tais atos estabilizam efeitos reconhecíveis.

A seguir apresentaremos a pesquisa mediante a seguinte formatação de suas seções. A Fundamentação Teórica apresenta a cultura drag queen, o desenvolver dessa subcultura queer, desde a era pré-drag, dos transformistas, à era de ouro e celebrização das drags em plataformas digitais; o campo dos Digital Influencers, com ênfase em ascensão, celebrização, platformização/algoritmização e contradições do mercado da influência; e as Performatividades Queer, situando os estudos queer, a teoria da performatividade de gênero e as matrizes de inteligibilidade. Na seção seguinte, abordamos os Procedimentos Metodológicos, com uma breve apresentação da Netnografia e suas etapas, seguido da operalização da metodologia e os Critérios de Qualidade. Na sequência, apresentamos a seção de Apresentação de Resultados, detalhando os resultados da análise e interpretação, detalhando as Performances Drag e as relações com as drags investigadas, identificando os Regimes de Inteligibilidade que eram emanados e evocados nas práticas narrativas, e apresentando as Performatividades das drag queens brasileiras influenciadoras. Além de discutir as performatividades apresentadas, evidenciando seus arranjos formativos. Por fim, em nossas Considerações Finais retornamos ao problema de pesquisa e apresentamos contribuições, limitações e desdobramentos, sinalizando possibilidades para agendas de pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para fundamentar as discussões e proposições sobre a produção identitária das Drag Queens Brasileiras, inicialmente focamos no âmbito temático empírico, seguido pelo âmbito teórico conceitual, e finalizando com o âmbito temático conceitual que dará suporte no estudo do nosso problema de pesquisa. Dessa forma, cada seção corresponde, respectivamente, a um dos âmbitos supracitados, relacionáveis aos estudos culturalistas do consumo.

De início, abordamos a cultura Drag Queen, tendo como ponto de partida uma breve análise da historicidade da performatividade drag queen. Nesta seção, abordaremos desde seu período “pré-drag”, ou transformista, ainda relacionado ao surgimento da interpretação de personagens femininas por homens no teatro grego, elizabetano britânico e oriental, associado a dominação masculinista patriarcal

moderna sobre os corpos femininos, que impedia que mulheres atuassem em peças e atuações públicas, por alegações de códigos morais (Baker, 1994; Kotliuk, 2023). Seguido pela ascensão da arte Drag Queen na cultura pop, juntamente com as lutas político-ideológicas para o reconhecimento das identidades dissidentes gay e lésbicas - posteriormente amplificada nos movimentos homossexuais e identitários plurais *queer*, e sua incorporação pelo mainstream - culminando no famoso *reality show* estadunidense *RuPaul's Drag Race* - e nas novas interpretações do ser drag (Brennan; Gudelunas, 2017; 2023).

Em seguida, com a finalidade de dar suporte teórico conceitual ao consumo drag queen e queer, abordamos conceitos de produção e consumo agêntico, dentro da perspectiva culturalista da CCT - *Consumer Culture Theory* (Arnould; Thompson, 2005; 2007). Para tal, explanamos a construção de identidades através do consumo agêntico, ou prossumo, perpassando pelos conceitos de prossumidor como consumidor e prossumidor como produtor (Ritzer; Miles, 2018), e pela contextualização do prossumo na Web 2.0, através de plataformas digitais, possibilitando a emancipação do consumidor via um prossumo quase inevitável em um cenário de multi-agenciamentos. Essa seção culmina na diferenciação importante entre performance e performatividade de consumo (Üstüner; Thompson, 2012) para que seja possível a observação e análise das noções estéticas, éticas e epistêmicas no contexto sociocultural em que são praticadas (Bode; Kjeldgaard, 2017).

Para nos dar suporte teórico conceitual no campo dos estudos queer, evocamos a teorização de performatividade de gênero da filósofa Judith Butler (1990; 2018). Butler, é uma feminista queer, que se auto identifica como pessoa não-binária (Bento, 2024), e a responsável pela teorização de gênero amplamente adotada na contemporaneidade. Nós apoiamos em suas teorizações que colaboram com a formulação do que hoje conhecemos como estudos queer, na dinâmica de poder dos corpos, e no campo da linguagem identitária do ser (Salih, 2004; 2012).

2.1. A Cultura Drag Queen

O ato de “fazer drag”, ou performar diferentes gêneros desvincilhados (parcialmente ou completamente) das suas próprias práticas identitárias rotineiras

intrínsecas à sua subjetividade, não é uma exclusividade do contemporâneo. Apresentamos a historicidade evolutiva da cultura Drag Queen, desde suas raízes no transformismo teatral até sua ascensão como fenômeno global e influente no cenário contemporâneo. Investigamos a historicidade da performance Drag, a transição do transformismo para a era de ouro das Drag Queens, a particularidade do fenômeno Drag no Brasil, e o impacto do mercado e da celebrização na cultura Drag.

2.1.1. A Ascensão Drag Queen

A cultura Drag Queen, em sua manifestação contemporânea, representa um complexo entrelaçamento de arte, identidade, política e entretenimento (Brennan; Gudelunas, 2017; Castellano; Rios; Ferreira, 2023). Entretanto, a trajetória dessa atuação artística tem sua base em uma rica história que precede a popularização recente, remontando a formas ancestrais de representação de gênero e de contestação de normatividades (Case, 1985; Baker, 1994; Vencato, 2005; Sedgwick, 2007).

Para compreender o contexto da ascensão Drag Queen, e desdobramentos históricos e conceituais que permeiam nosso campo empírico, nos debruçamos a seguir sobre a “Era Pré-Drag”, marcada pelo transformismo e suas implicações sociais e teatrais, e em sequência sua “Era de Ouro”, impulsionada pela evolução da política queer e pela emergência de um consumo cultural específico.

2.1.1.1. A Era Pré-Drag: Os Transformistas

A historicidade da performance Drag é indissociável da prática do transformismo (Vencato, 2005). O transformismo (ou crossdressing) é uma forma artística que envolve a representação de um gênero distinto do atribuído ao nascer frequentemente com fins teatrais ou de entretenimento. Longe de ser um fenômeno recente, o transformismo possui raízes profundas na história do teatro, onde a representação do feminino por corpos masculinos (female impersonation) era uma convenção estabelecida em diversas culturas na história da humanidade (Case, 1985; Baker, 1994; Kotliuk, 2023).

Na Grécia Antiga, por exemplo, o teatro era predominantemente masculino, e os papéis femininos eram interpretados por homens. Essa prática, descrita por Sue-Ellen Case (1985), não se configurava como drag no sentido moderno, mas estabeleceu um precedente na performance de gênero que desafiava a correspondência binária biológica. Case (1985) chama a "criação grega de papéis femininos" por homens como um "Classic Drag", pois esses atores se vestiam de forma exagerada para representar "a mulher", fazendo uso de máscaras e figurinos que amplificavam a feminilidade (Case, 1985, p. 317). A ausência de atrizes femininas no palco grego e, posteriormente, em grande parte do teatro elisabetano, resultava de normas sociais que consideravam a participação feminina em espetáculos públicos como indecorosa ou imoral (Kotliuk, 2023). Galyna Kotliuk (2023) destaca que as companhias teatrais masculinas eram consideradas socialmente legítimas porque não ameaçavam as hierarquias de gênero estabelecidas, e a representação de personagens femininas por homens "refletia apenas a ideia de uma mulher, não uma realidade" (Kotliuk, 2023, p. 9). Essa convenção, embora funcional, inadvertidamente abria um espaço para a exploração de expressões de gênero, mesmo dentro de uma estrutura patriarcal que buscava manter a ordem social.

A repressão do discurso binário de gênero é um tema central na compreensão da prática do transformismo. As performances, mesmo as mais convencionais, implicitamente subvertiam a noção do papel do gênero ser extremamente fixa e totalmente natural, ligado ao sexo biológico / órgão genital dos sujeitos. As performances de crossdressers, ao mimetizar o feminino, pode ser vista como uma paródia, uma imitação, que expõe a artificialidade das normas binárias homem/mulher (Butler, 2018). A montação¹ do transformista, crossdresser ou drag queen, conforme descrito por Anna Paula Vencato (2005), é um processo pensado de composição imagética que envolve a construção de uma corporalidade feminina através de maquiagem, figurino e trejeitos, evidenciando a fabricação da feminilidade. Vencato (2005) observa que, ao "se montar", o performista realiza a

¹ "Montação" refere-se ao ato de "se montar", de construção da persona, criando todos os aspectos que irão compor a performance. Esse processo inclui desde seu codinome de atuação, "nome drag", vestimenta ou "look", maquiagem, expressões e ilusões corporais, comportamentais e verbais, refletindo muitas vezes a incorporação do idealizado com as práticas e vivências de quem está performando.

"construção da corporalidade de uma drag queen em um processo de female impersonation (personificação feminina)" (p. 227). Esse processo de transformação demonstra como a identidade de gênero é performada e não inerente (Vencato, 2005).

Ao longo da história, o transformismo foi associado a espaços marginais e undergrounds, frequentemente criminalizado e estigmatizado (Vencato, 2005; Lopes, 2021). A visibilidade de corpos que desafiavam as normas de gênero era frequentemente recebida com hostilidade e violência, buscando confinar e controlar identidades não-normativas (Sedgwick, 2007). Esse regime, segundo Sedgwick (2007), serviu para moldar a forma como muitas questões de valores e epistemologias foram concebidas na sociedade ocidental moderna, mantendo a invisibilidade e a marginalização de identidades dissidentes da norma hegemônica. No entanto, esses espaços de marginalidade também serviram como incubadoras para a experimentação artística e para o desenvolvimento de comunidades de apoio entre aqueles que não se conformavam com as expectativas sociais (Vencato, 2005; Sedgwick, 2007). A representação do feminino por corpos masculinos, embora muitas vezes enquadrada em um contexto de entretenimento, continha em si um potencial subversivo, questionando as fronteiras rígidas do gênero e abrindo caminho para futuras manifestações de resistência queer (Case, 1985; Baker, 1994; Kotliuk, 2023).

2.1.1.2. A Era de Ouro Drag Queen

A transição da era clássica, dos transformistas, para a chamada Era de Ouro da cultura Drag Queen foi impulsionada por uma série de fatores interligados, incluindo a evolução de políticas queer, a crescente popularização do consumo queer e a emergência de plataformas de mídia que amplificaram a visibilidade de identidades não normativas (Amanajás, 2014).

Em termos de evoluções políticas, as revoltas de Stonewall em 1969 são frequentemente citadas como um marco crucial para o movimento de direitos LGBTQIAPN+, na época impulsionando a visibilidade e a luta política da comunidade queer (Amanajás, 2014; Reis; Ferreira, 2017). Após Stonewall, a política queer começou a ganhar força, contestando as normas heteronormativas e

cisnormativas e buscando a afirmação de identidades e modos de vida diversos. A cultura Drag, que já existia em comunidades underground, encontrou nesse novo cenário um terreno mais fértil para sua expressão e reconhecimento (Baker, 1994; Branchik, 2002). A performance Drag, que antes era majoritariamente restrita aos ballrooms², bares, saunas e clubes gays, começou a ser percebida não apenas como entretenimento, mas também como uma forma de ativismo, expressão artística e resistência. A expressão exagerada do feminino, com seu caráter camp³ e paródico, tornou-se uma ferramenta poderosa para desconstruir e satirizar as expectativas de gênero, ao mesmo tempo em que celebrava a fluidez e a diversidade (Castellano; Machado, 2017; Gadelha; Maia; Lima, 2021; Kveller; Nardi, 2022).

Com a popularização do consumo queer, intrinsecamente ligada a essa crescente visibilidade à medida que a comunidade LGBTQI+ ganhava mais espaço e poder de compra, evidenciou-se mercados e produtos direcionados a esse público (Branchik, 2002; Pereira; Ayrosa; Ojima, 2006; Pereira; Ayrosa, 2012). Segundo pesquisas, o consumo de produtos e serviços se torna um instrumento para a construção e gestão da identidade de pessoas LGBTQIAPN+, utilizando bens para construir e gerir sua identidade (Pereira; Ayrosa; Ojima, 2006; Pereira; Ayrosa, 2012). Nesse sentido, a cultura Drag, com sua estética vibrante e seu apelo performático, tornou-se um produto cultural altamente consumível, desde suas performances, em shows, bares e produções midiáticas, à suas estéticas de montação, com maquiagem e figurinos.

Com esse crescimento da visibilidade midiática e o reconhecimento do poder de compra do “mercado gay”, a cultura pop rapidamente incorporou elementos queer em produções mainstream (Branchik, 2002). Este período marcou a transição do segmento de mercado gay de uma fase underground para mainstream nos EUA.

² Os Ballrooms fazem parte da cultura queer afro-latina-estadunidense, originado no bairro nova iorquino do Harlem. Nesses “bailes”, as chamadas “casas” ou “famílias” (agrupamento de pessoas de identidades queer marginalizadas que davam suporte umas às outras) competiam em categorias estéticas específicas e batalhavam a passos de “voguing”, que é estilo de dança inspirada em poses de modelos em capas de revistas de moda (Gay Blog BR, 2016; Kotliuk, 2023).

³ O camp, conforme definido por Susan Sontag (2020, original de 1964), é uma sensibilidade estética que celebra o artifício, o exagero e a teatralidade, como se tudo estivesse “entre aspas”, com um olhar irônico, mas também afetuoso, sobre o que é considerado excessivo ou “ruim demais para ser ignorado”, tornando-se uma experiência estética válida e libertadora, características intrínsecas à arte Drag.

Ícones da música como Ney Matogrosso, David Bowie e Boy George desafiavam estereótipos de gênero com performances que embaralhavam identidades e papéis tradicionais, ressaltando a subversão dos padrões hegemônicos (Sedgwick, 2007; Kotliuk, 2023). No cinema, *La Cage aux folles* (1978) já abordava a performance drag com grande repercussão, recebendo indicações ao Oscar e vencendo o Globo de Ouro em 1980 (Amanajás, 2014; Zervigon, 2002). Na década de 90, a cultura drag queen ganhou ainda mais força, adotando um conceito mais flexível de transformismo. As performances drag evoluíram para algo mais complexo, não mais uma simples imitação, mas a personificação de celebridades glamourosas, com um consumo luxuoso e elementos lúdicos e satíricos (Amanajás, 2014). Essa expansão levou as drag queens a cenários antes inimagináveis, como festas de socialites e shows benéficos, culminando em grandes produções cinematográficas que ampliaram sua visibilidade e popularidade. Exemplos notáveis incluem *Paris Is Burning* (1990), *Priscilla, a Rainha do Deserto* (1994), *Para Wong Foo, Obrigada Por Tudo!* Julie Newmar (1995), e o remake de *A Gaiola das Loucas* (*The Birdcage*, 1996) (Amanajás, 2014; Zervigon, 2002).

A "Era de Ouro" e da massificação da cultura Drag tem como um de seus catalisadores o reality show televisivo estadunidense *RuPaul's Drag Race* (RPDR), que estreou em 2009, influenciando a cultura popular, trazendo bordões como 'Condragulations!', 'Lipsync for your life' e 'Sashay away', entre outros, para o discurso público (Brennan; Gudelunas, 2017). O reality show, idealizado e apresentado pela icônica drag queen estadunidense RuPaul, transformou a cultura Drag em um fenômeno global, introduzindo linguagens da cultura queer e debates sobre gênero e sexualidade para um amplo grupo de espectadores, de pessoas queer a pessoas normativas, que antes não tinham grande conhecimento sobre a cultura queer. RPDR expôs a arte Drag a milhões de telespectadores, através da mercantilização da arte e trabalho das drag queens participantes do programa, transformando-as em produtos, celebridades e influenciadoras globais (Gudelunas, 2017; Kotliuk, 2023).

Desde sua estreia, em 2009, a competição e reality show estadunidense de drag queens, através de desafios de diferentes habilidades (como atuação, imitação, comédia, improviso, canto, dança, maquiagem, costura e estilo), para que as drags

participantes demonstrem todo seu “Charisma, Uniqueness, Nerve and Talent” (simpatia, autenticidade, resistência e talento em tradução livre - características que, em inglês, forma o anagrama C.U.N.T.⁴) são avaliadas através de uma mediação crítica de jurados renomados, artistas e da própria RuPaul, moldam a arte Drag midiaticamente, ao mesmo tempo em que difunde a cultura, nesses moldes, no consumo popular (Brennan; Gudelunas, 2017; Biondo; Albanese, 2017; Canavan, 2021).

Essa difusão e visibilidade proporcionada por RPDR foi fundamental para o reconhecimento e a aceitação da cultura Drag, contudo também levanta questões sobre homonormatividades e a comercialização da arte (Daggett, 2017; Daggett, 2023; Yudelman, 2017). Essas questões, que abordam implicações sociais, culturais e políticas de RPDR, são abordadas por diversos ensaios acadêmicos, como o discutido por Chelsea Daggett (2017), que dialoga como o programa, ao mainstreamizar a Drag, também levanta questões sobre neoliberalismo e autenticidade, especialmente na forma como as narrativas pessoais das queens são enquadradas para consumo. A crítica à homonormatividade sugere que o programa exerce, ao buscar uma audiência mais ampla, pode, acaba por diluir ou cooptar aspectos mais radicais da cultura queer, apresentando uma versão mais palatável e comercializável (Daggett, 2017). Já Julia Yudelman (2017), através de uma lente foucaultiana, analisa como o programa exerce "relações de poder produtivas e transformadoras que guiam técnicas de subjetificação", sugerindo que o show não apenas reflete, mas ativamente molda as identidades e as aspirações das drag queens, por vezes, enfatizando o "auto-aperfeiçoamento empreendedor e a auto-individuação" (Yudelman, 2017, p. 16). No entanto, o RPDR também criou um espaço amplo que evidencia narrativas queer e discussões sobre identidades da comunidade, contribuindo para uma educação do público e a construção de laços afetivos (Daggett, 2017; Daggett, 2023).

A ascensão da cultura Drag é acentuada com o desenvolvimento da era digital e a proliferação de mídias sociais e plataformas de conteúdo gerado pelo

⁴ “Serving Cunt” (ou “servir boceta”, em tradução literal) é uma gíria vulgar na língua inglesa que significa se comportar de maneira feminina. A expressão se popularizou e ganhou novo sentido, inicialmente entre os participantes da cultura ballroom, entre mulheres trans negras e pessoas queer, usando a palavra como adjetivo e artifício político para sugerir uma afirmação de autonomia corporal, em diálogos de gênero e sexualidade (Mack, 2023; Abraham, 2023).

usuário. Tanto fãs quanto artistas passam a utilizar plataformas como YouTube, Facebook, Instagram e outras redes para se expressar e interagir com comunidades online e assim se engajar em discussões sobre identidade e representatividade favorecendo a visibilidade Drag, (Das; Farber, 2020; Henn; Machado; Gonzatti, 2017; Kotliuk, 2023). Essa extensão digital permitiu que a cultura Drag transcendesse as fronteiras geográficas e alcançasse um público global, estabelecendo um ecossistema midiático que complementa e amplia o impacto de programas como RPDR (Gudelunas, 2017). Em seu ensaio que aborda a extensão digital, drag queens e a nova mídia, David Gudelunas (2017) enfatiza que o sucesso de RPDR se baseia nos sistemas dinâmicos e integrados nos quais a interação contínua entre audiência, participantes e produtores, nas plataformas digitais, redefine o sucesso do reality show e as fronteiras de um programa de TV, mostrando que os fãs de RPDR estão longe de ser passivos ou limitados a fronteiras geográficas.

2.1.2. O cenário Drag Queen brasileiro

A cultura drag no Brasil, é entendida aqui, de forma geral, como performances teatralizadas de gênero por corpos majoritariamente queer, que incorporam e subvertem signos associados às leituras sociais do que é reconhecido como feminino e masculino (Senelick, 2000). Embora hoje figuras como Rita Von Hunty, Gloria Groove ou Pabllo Vittar alcancem audiência de massa por meio de conteúdos midiáticos e plataformas digitais, essa presença contemporânea percorre um longo trajeto de invisibilizações, apropriações e novas visibilidades com raízes em processos históricos de marginalização e resistência que se articulam no Brasil desde os anos 1960.

Figura 1: Miss Biá, Drag Queen pioneira no Brasil.



Fonte: Fotografia por Celso Tavares / G1 (2017)

A trajetória da cultura Drag Queen no Brasil é um espelho das transformações sociais, políticas e culturais do país, marcada por um grande entrelace de práticas locais e influências globais. Em São Paulo e no Rio de Janeiro (principais centros metropolitanos brasileiros com influências de entretenimento internacional), boates, cabarés e casas noturnas (como a *Stop*, a *Oásis* e posteriormente o *Teatro Dulcina*). Estes locais tornaram-se espaços de visibilidade para artistas travestis e transformistas como a Miss Biá, persona de Eduardo Albarella, amplamente reconhecida como a primeira drag queen brasileira (Figura 1), além de Rogéria, Marquesa, Jane di Castro e Consuella de Paris (Lima, 2022; Adelino, 2020; Foquinha, 2022; Agra, 2023). Miss Biá tinha suas performances especialmente inspiradas em musicais e espetáculos internacionais de Hollywood, Las Vegas e Broadway, como *Set* (1963) e *Les Girls* (1964). Embora ainda se falasse em “travesti” e “transformista” ao invés de “drag queen”, essas artistas plantavam os primeiros rastros da origem da cultura drag brasileira (Bragança, 2019).

A década de 1980 foi marcada por um crescimento da visibilidade da arte dos transformistas e das travestis, ao mesmo tempo em que se intensificava a repressão estrutural, durante o período da ditadura militar brasileira. O surgimento de boates LGBT+ em grandes cidades fomentou o aparecimento de novas artistas e coletivos. Transformistas como Lorna Washington e Laura de Vison, do Rio de Janeiro, passaram a romper com a estética "feminina idealizada" das décadas anteriores, trazendo elementos de humor e teatralidade. Nesse contexto, ganha evidência a estética *camp*, entendida por Susan Sontag (2020) como uma performance artificial, exagerada e estilizada, que tenciona categorias normativas de gênero.

Entre as décadas de 1980 e 1990, na mídia televisiva, destaca-se a participação de transformistas no programa "Show de Calouros" (SBT), comandado pelo apresentador Silvio Santos, e com juradas como Elke Maravilha, cuja estética irreverente influenciou muitas drags contemporâneas (Lima, 2022). Espaços televisivos como este deram visibilidade a drag queens como a Diana Finsk, cover de Carmen Miranda, alcançando reconhecimento nacional dentro da cena. Sávio Queiroz Lima (2022) contextualiza que a presença de transformistas / drag queens em programas como o "Programa Silvio Santos" representaram "ringues de luta discursiva entre visibilidade identitária e exposição midiática" (Lima, 2022, p. 1).

Neste período também foi amplamente noticiado e vivenciado, de forma mais evidenciada pela população queer da época, a grande pandemia de HIV/AIDS. Travestis ganharam maior espaço midiático, em entrevistas, gerando um reconhecimento midiático, ao mesmo tempo em que reforçava as lógicas repressoras do Estado, da mídia e de instituições religiosas (Trevisan, 2018; Green, 1999). Com o fim da ditadura em 1985, ainda que de forma tímida, houve uma certa ampliação do espaço público para artistas queer, incluindo drag queens.

Em meados dos anos 1990, com o advento midiático hollywoodiano, através de filmes como "Priscilla, a Rainha do Deserto" (1994), o termo drag queen consolida-se no Brasil, porém sobretudo como espetáculo exótico, pouco associado a uma cena política mais ampla (Amanajás, 2014; Foquinha, 2022). Esses artistas, muitas vezes marginalizados e atuando em ambientes clandestinos devido à repressão social e política, desempenhavam um papel crucial na criação de espaços de expressão e comunidade. O trabalho de João Silvério Trevisan (2018), ao

detalhar a história da homossexualidade no Brasil em "Devassos no Paraíso", revela como a diversidade de gênero e sexualidade sempre existiu, embora muitas vezes oculta ou perseguida. Trevisan (2018) demonstra a persistência dessas manifestações identitárias ao longo dos séculos, desde o período colonial até a contemporaneidade, evidenciando a adaptabilidade de indivíduos e comunidades queer em face a discursos e práticas repressoras.

Com a expansão da economia noturna nos grandes centros urbanos, surgiram circuitos dedicados ao público LGBT+, mas a inserção no mercado se deu à custa da homogeneização estética e da cooptação das narrativas queer, reforçando estereótipos de corpo, raça e classe (Mascarenhas Neto; Zanolli, 2019). A "explosão" midiática de artistas como Márcia Pantera e Silvetty Montilla, no final dos anos 1990, revelou a tensão entre a mercantilização e a resistência política. Mesmo sob o contexto repressivo da Ditadura Militar (1964–1985), essas artistas resistiram por meio da arte e da ocupação de espaços culturais, enfrentando censura prévia, perseguições policiais e marginalização social (Green, 1999).

A partir dos anos 2000, os vídeos amadores no YouTube e a divulgação via redes sociais (Facebook, Twitter / X, Instagram, TikTok) permitiram que drags jovens, muitas vezes periféricas e negras, conquistassem audiência sem passar pelos grandes produtores de espetáculos (Brennan; Gudelunas, 2017). A popularização do reality show estadunidense RuPaul's Drag Race (RPDR) no Brasil, por exemplo, teve um impacto significativo na cena drag nacional. O programa globalizou a compreensão do que é uma Drag Queen, de como é aceitável fazer drag, expondo o público brasileiro a um novo padrão de performances, estética e profissionalismo (Castellano; Machado, 2017; Reis; Ferreira, 2017). Além de utilizar as mídias sociais como espaço para transcender as barreiras territoriais internacionais.

A visibilidade e o movimento sociomidiáticos associados ao reality show RPDR provocaram uma redefinição do consumo e o entendimento do público global sobre drag queens. Muitos fãs brasileiros, engajados em comunidades online, começaram a demandar a presença de Drag Queens de RPDR no país e a adotar os jargões e estéticas do programa (Castellano; Machado, 2017; Reis; Ferreira, 2017; Henn; Machado; Gonzatti, 2017). Nesse contexto de consumo que surgem Pabllo Vittar e Gloria Groove, para além do padrão da cultura

angloamericano-eurocêntrica, trazendo repertórios de funk, brega e pop, articulando performance, militância antirracista e discurso LGBT+ (Castellano; Machado, 2017).

Essa globalização da cultura Drag não ocorreu sem tensões. Por um lado, houve uma ascensão sem precedentes da visibilidade de drag queens, com a emergência de novas artistas e a expansão de espaços para a performance. Por outro, gerou um "choque cultural" entre as práticas locais e as influências globais. Artistas transformistas mais tradicionais, que não necessariamente se encaixavam na estética "Drag Race", precisaram se adaptar ou encontrar seus próprios nichos.

A "montação" pode ser visto por alguns como um caminho para o reconhecimento, levando a uma certa padronização estética e performática, embora a diversidade continue a ser um valor importante na cultura drag (Lopes, 2021). Lopes (2021) argumenta que a drag queen pode ser considerada uma "identidade multifacetada de seu criador", o que permite tanto a adaptação a novas tendências quanto a manutenção de características únicas. A tensão entre o global e o local é um elemento dinâmico na cena drag brasileira, impulsionando tanto a inovação quanto a preservação de tradições, resultando em uma cena vibrante e em constante evolução.

A capacidade das drag queens brasileiras de se adaptarem e desenvolverem, misturando influências globais com as identidades culturais locais. A jornada da drag queen no Brasil pode ser interpretada como um processo de superação de desafios e de afirmação de identidade, que culmina na celebração da individualidade e na contribuição para a comunidade (Oliveira Filho; Miranda; Waechter, 2021). Oliveira Filho e colegas (2021) aplicam a "Jornada do Herói" de Campbell à trajetória da drag queen, identificando etapas como o "chamado à aventura" (a decisão de se tornar drag), a "travessia do primeiro limiar" (o início da performance e a entrada em um novo mundo), a "provação" (enfrentamento de preconceitos e desafios), e o "retorno com o elixir" (o impacto positivo na comunidade e na sociedade). A cena Drag brasileira é um espaço de experimentação, onde a arte, a moda e a música se entrelaçam para criar performances únicas que refletem a identidade em mídias digitais.

Um exemplo emblemático dessa fusão e ascensão é a Pabllo Vittar. A drag queen se tornou um fenômeno global, extrapolando as fronteiras da cultura drag da

internet para o mainstream da música pop brasileira e internacional (Pepe, 2023; Castellano; Rios; Ferreirinho, 2023). Pepe (2023), destaca que Pabllo Vittar possui milhões de seguidores no Instagram, superando até mesmo RuPaul, e tem se mantido no topo das paradas musicais brasileiras e em colaborações com artistas renomados.

O consumo de produtos e mídias associados à drag queens abrange uma vasta gama de categorias. Desde a maquiagem e os acessórios utilizados nas performances, que se tornaram referência estética para fãs e drags aspirantes, inclusive à moda, o que demonstra o impacto mercadológico e de influência inegável (Oliveira Filho; Miranda; Waechter, 2021; Lopes, 2021). A "montagem" da drag queen, conforme descrito por Vencato (2005), envolve uma série de produtos e técnicas que, com a popularização da cultura, se tornaram elementos de um mercado em expansão, e reforça a percepção de participação no fluxo mercadológico.

A mídia digital desempenha um papel crucial nesse mercado. Plataformas como YouTube, Instagram, TikTok e Twitch se tornaram espaços essenciais para a visibilidade de Drag Queens, permitindo que as artistas construam suas marcas pessoais, interajam diretamente com seus fãs e monetizem seu conteúdo (Das & Farber, 2020; Kobilke, 2023). Lara Kobilke (2023), mapeia a rede de influenciadores-chave que disseminam a arte Drag no YouTube, demonstrando como essas plataformas digitais se tornaram vitrines para o talento Drag e para a construção de comunidades de fãs.

Vídeos de tutoriais de maquiagem Drag, performances, vlogs e interações ao vivo atraem milhões de visualizações, transformando as Drag Queens em influenciadoras digitais com um poder de engajamento considerável. Essa conexão direta com o público através das redes sociais reduz a dependência de mídias tradicionais e empodera as artistas a gerir suas próprias carreiras e negócios (Gudelunas, 2017). David Gudelunas (2017) enfatiza que o sucesso de RuPaul's Drag Race (RPDR), por exemplo, não se mede apenas pela audiência televisiva, mas pela "interação contínua entre membros da audiência, participantes, produtores e anunciantes que impulsionam o sucesso do programa" (Gudelunas, 2017, p. 10),

mostrando que os fãs de RPDR estão longe de ser passivos e são parte integrante do ecossistema de consumo.

2.1.2.1. A Celebrização Drag

A celebrização de Drag Queens é um dos desdobramentos mais marcantes da popularização da cultura Drag. Artistas que antes se apresentavam em pequenos bares agora lotam arenas, lançam músicas em grandes gravadoras, atuam em filmes e séries, e se tornam figuras de destaque na mídia global. Essa transição de artistas de nicho para celebridades mainstream é multifacetada, envolvendo talentos artísticos, empreendedorismo e um papel crescente como ativistas e influenciadoras.

Como artistas, as Drag Queens demonstram uma versatilidade impressionante. Elas são cantoras, dançarinas, comediantes, designers de moda e maquiadoras, frequentemente dominando todas essas habilidades para criar performances completas e cativantes (Oliveira et al., 2018). O estudo de Oliveira e colegas (2018), explora a complexidade da atividade de uma drag queen, revelando que a performance Drag é encarada como uma atuação profissional que exige dedicação, profissionalismo e um alto nível de habilidade em diversas áreas artísticas. As drag queens são empreendedoras de si mesmas, gerenciando suas carreiras, comunicação, parcerias e produção artística.

Além do aspecto artístico, muitas drags nascem ou se tornam vozes proeminentes no ativismo queer. O simples fato de se exporem publicamente e usarem suas plataformas para discutir questões de gênero, sexualidade, inclusão e direitos humanos, elas se tornam embaixadoras de suas comunidades. A visibilidade que conquistam permite que abordem temas sensíveis, contribuindo para a educação do público e a promoção da aceitação (Pepe, 2023; Das; Farber, 2020).

Como influenciadoras, as drag queens exercem um poder considerável sobre seus seguidores. Através das mídias sociais, estabelecem uma conexão direta com seus seguidores, promovendo suas performances e *looks*, compartilhando aspectos de suas vidas, promovendo produtos e marcas, e influenciando comportamentos de consumo (Kobilke, 2023). Essa capacidade de influenciar vai além do consumo de produtos, estendendo-se à promoção de valores, empoderamento e diversidade (Daggett, 2017; Daggett, 2023). Chelsea Daggett (2017) analisa como RuPaul's

Drag Race e seu programa auxiliar, Untucked, enquadram narrativas pessoais de tragédia e autodescoberta em momentos comunitários, enfatizando emoções compartilhadas e universalmente válidas. Para Dagget (2023), a celebrização drag representa um fenômeno complexo onde arte, ativismo e consumo se entrelaçam, ao mesmo tempo em que proporciona uma plataforma para a visibilidade e a representatividade de identidades queer e impõe desafios relacionados à mercantilização e à manutenção da autenticidade.

O efeito Drag Race e do universalismo midiático estadunidense, transformou as drag queens participantes do reality show em celebridades (Brennan; Gudelunas, 2017; McIntyre; Riggs, 2017). Uma ferocidade do consumo somada a um sentido de reconhecimento da comunidade queer, com repercussão global. Essa repercussão levou a franquia a expandir rumo a encontrar as “drags superstar” de outros países. Após teste de adaptação da franquia no Chile (entre 2015 e 2018), a franquia foi adaptada para a Tailândia (2018), Reino Unido (2019), Canadá, Países Baixos (2020); Espanha, Itália, Austrália e Nova Zelândia conjuntamente (2021), França, Filipinas (2022), Bélgica, Suíça, México, Brasil e Alemanha (2023), além de anunciado estudos para versões no Japão, Índia e Coreia do Sul (Robledo, 2022; DragRaceWiki, 2024).

Mesmo com as versões das diversas nacionalidades, todos esses programas acabam por compor um cenário mainstream midiático drag queen, a partir das normatizações validadoras da franquia global. O programa gera uma norma, um molde, estética das drag queens participantes ao ditar e valorizar certas identidades, atributos e narrativas que irão compor o rosto da nova celebridade drag a nível mundial (Brennan, 2017; Brennan; Gudelunas, 2017; Yudelman, 2017). Como evidências disso podem ser identificadas através das atividades, relevância e influência das queens nas diversas plataformas de mídias sociais (tais quais, instagram e youtube) (Brennan; Gudelunas, 2023).

Nessas circunstâncias, mídias sociais tornam-se uma possibilidade de expressão e consumo, das quais as drag queens, assim como outras identidades queer, pudessem criarem suas narrativas. Gudelunas (2017) descreve como as mídias sociais foram cruciais para o sucesso do reality show original RuPaul's Drag Race, em um momento em que as mídias sociais ainda geravam inúmeras

incertezas e desconfianças, além de divergências nas formas de metrificar audiências e resultados publicitários. Entretanto, a necessidade de subverter as tradicionais formas de publicizar rendeu uma grande repercussão transmidiática ao reality show drag estadunidense devido a sua espalhabilidade (Gudelunas, 2017; Henn; Machado; Gonzatti, 2017).

Desde a memetização de momentos icônicos não programados, até a construção narrativa com o intuito de desenvolver mais conteúdos compartilháveis, negociando atenção para ampliação da audiência e relevância, as drag queens assumem suas performatividades digitais em mídias sociais (Henn; Machado; Gonzatti, 2017). No geral, a atenção dominante à subcultura drag reúne uma mistura de identidades e grupos para criar um sentido de apoio de comunidade, não apenas em espetáculos ao vivo, mas também e em grande parte em espaços online (Daggett, 2023). Como consequência, no mainstream, a popularidade de drag queens provenientes da franquia Drag Race são promovidas com maior facilidade, enquanto drag queens que não são do reality show geralmente precisam trilhar caminhos mais difíceis para atingir o nível de consumo, ou status celebre, no contexto de drag como arte e cultura no espaço das mídias sociais (Kobilke, 2023).

No cenário brasileiro, o aumento da visibilidade de drag queens nos espaços tradicionais e de mídia social é super evidenciado mediante a visibilidade e popularidade da drag queen Pabllo Vittar com um dos nomes mais destacados do cenário musical brasileiro, cujo sucesso teve início no Youtube (Bragança; Ostruca, 2023). Lorelay Fox (canal Para Tudo), Rita Von Hunty (canal Tempero Drag) e Samira Close são outros exemplos de drag queens que se popularizaram usando o YouTube como plataforma. Esta popularidade reflete como a cultura drag tem se expandido apoiada pelo crescimento de práticas socialmente mediadas no espaço digital. Em suas mídias sociais as drag queens encontram a possibilidade de transformar sua atuação em espaços físicos, como casas noturnas, shows, ou ainda seus próprios quartos, em videoclipes, tutoriais (nos quais é visualizado o processo de transformação drag), sessões de fotos de suas montações⁵, ou ainda outros

⁵ Montação é uma das características distintivas da arte drag. Trata-se do processo ou ato de montar-se, que se caracteriza pelas transformações corporais que utilizam técnicas e truques, a exemplo do uso de vestimentas e acessórios exuberantes, sapatos de salto alto, maquiagens, perucas, depilação, "aquendação" (ou etapa de dissimulação da genitália - no caso de corpos com

formatos e programas de mídia digital, como a websérie/reality show de Silvetty Montilla, Academia de Drags (Bragança; Ostruca, 2023).

Essa popularização da visibilidade online, incorporando indivíduos e suas comunidades sugere a transformação da própria cena drag brasileira. Anteriormente, as drag queens eram consideradas figuras do entretenimento exótico, apresentadas de forma isolada e esporádica na grande televisão brasileira. Hoje, as drag queens brasileiras se apresentam de forma ampla e articulada nos meios de comunicação, mostrando a sua comunidade e os seus contratos sociais compreendidos e a sua rearticulação da performatividade de gênero (Bragança; Ostruca, 2023).

Uma vez que abordamos quanto as drag queens, na subseção a seguir abordaremos conceitos e desdobramentos quanto à influenciadores digitais em mídias sociais, a relação da influência e celebrização no âmbito digital, a lógica da plataformização e algoritimização das relações sociais, o reflexo nas performances identitárias dos influenciadores, além das contradições e disputas no mercado da influência.

2.2. Digital Influencers

O fenômeno dos influenciadores digitais representa uma das transformações mais marcantes no cenário midiático e social contemporâneo. Impulsionada pelo desenvolvimento da Web 2.0 e a proliferação das mídias sociais, a capacidade de indivíduos comuns moldarem narrativas e exercerem influência sobre grandes públicos redefiniu os paradigmas da comunicação, do marketing e da própria construção da celebridade (Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023; Senft, 2013). O que outrora era restrito a figuras tradicionais da mídia, hoje é um fenômeno democratizado, onde a visibilidade e o engajamento se tornaram moedas de troca em um ecossistema complexo e multifacetado (Drenten, 2025; Karhawi, 2021).

Neste contexto, buscamos aprofundar a compreensão sobre a dinâmica do mercado da influência, reconhecendo-o não apenas como um espaço de oportunidades, mas como um campo intrínseco de contradições e disputas. Embora os influenciadores se posicionem como figuras de autenticidade e proximidade com

pênis, realizando manipulação para passar ilusão visual de sua ausência), eventual modulação de voz e gestualidades, entre outros.

seus seguidores, suas atividades possuem características intrinsecamente comerciais, além da onipresença dos algoritmos das plataformas digitais criarem tensões que desafiam essa percepção (Arriagada; Bishop, 2021; Bonini; Treré, 2024a). A seguir exploraremos as diversas facetas dessas contradições, investigando as complexas interações entre influenciadores, marcas, plataformas e audiências, e como essas disputas moldam a performance, a moralidade e as retóricas dominantes neste cenário digital.

2.2.1. Ascensão dos Influenciadores Digitais

Tendo como base a influência que indivíduos sofrem e incidem uns sobre os outros, mediante suas interações e relações sociais; esse contexto se expandiu com o desenvolvimento da web 2.0 e o surgimento das novas mídias, marcando o surgimento de novas possibilidades de interações e de criação de relações sociais na nova realidade digital (Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023).

Novas formas de criação e distribuição de conteúdo midiático populares nasceram, agora interativos (Childers; Lemon; Hoy, 2018), fazendo com que o papel da mídia fosse ressignificado a partir da perspectiva da narrativa para além mídias e marcas tradicionais (Paiva; Garcia; Alcântara, 2017; Das; Farber, 2020; Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023). Com isso, narrativas de pessoas comuns passam a ganhar visibilidade e a influenciar outras, que se identificam com as temáticas das narrativas, juntamente com a capacidade de impressionar, surpreender e/ou encantar, ao ponto de passar a ser digi-sócio-midiaticamente popular, reconhecido com o status de uma pessoa célebre digital (Senft, 2013; Cocker; Cronin, 2017), ou influenciadores digitais.

A figura dos Digital Influencers, ou influenciadores digitais, e as práticas de marketing de influência surgiram ao longo das décadas de 2000 e 2010, juntamente com a ascensão das plataformas de mídia social como Facebook, YouTube, Twitter (atual X) e Instagram (Karhawi, 2021; Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023). O que inicialmente foi tido como uma moda passageira, se tornou um ecossistema robusto de influenciadores, agências de marketing, comunicadores, marcas, consumidores, plataformas e instituições regulatórias.

Segundo a pesquisadora Issaaf Karhawi (2017), o termo passou a integrar o léxico acadêmico, midiático e mercadológico no Brasil por volta de 2015 no Brasil. Anteriormente, os termos utilizados para representar pessoas que desenvolviam influência em mídias sociais eram diretamente ligados às plataformas nas quais a influência era desenvolvida, como Fotologer ou Youtuber. Com o aumento da diversidade de plataformas digitais, o termo digital influencer passou a ser usado para remeter a essas pessoas que produzem conteúdos em uma ou mais plataformas digitais (Karhawi, 2017).

De forma geral, as plataformas sócio-midiáticas permitem que qualquer usuário / perfil (de pessoa, marca, organização ou persona) compartilhe mídias que reproduzam vivências, pontos de vista e atividades diversas, podendo gerar interesse, identificação e/ou interação com outros usuários / seguidores (Schau; Gilly, 2003; Das; Farber, 2020).

Nesse contexto, o termo Digital Influencer refere-se a personalidades que, através de suas práticas sócio-midiáticas, tornam-se referência em comunicar conhecimentos e vivências, gerando uma identificação com subjetividades e narrativas similares, em comunidades culturais (Ouvrein et. al, 2021; Yuan; Lou, 2020; Martínez-López et. al., 2020a). É comum que as práticas de influenciadores digitais produzam para diferentes formatos comunicacionais, como um blogger, streamer, instagammer, youtuber e/ou tiktoker (Colucci; Pedroni, 2022).

Devido ao seu alto nível de conhecimento do funcionamento das plataformas, os Influencers digitais podem representar usuários especializados na produção de conteúdos e na construção de narrativas sociais com alto índice de relacionalidade nas plataformas, além de escolherem transformar sua influência em uma atividade profissional rentável (complementar ou como principal atividade).

Esse engajamento promove uma sensação de familiaridade, conexão e admiração/referenciação. Essa relação podem desenvolver nos seguidores uma sensação de intimidade, como se conhecessem o influenciador pessoalmente, apesar da falta de interação direta, em decorrência da sua capacidade de impactar e interagir com o público a partir da (re)produção de suas performances (Senft, 2013; Abidin, 2018; Batista; Souza-Leão, 2024). A partir dessa afinidade os influenciadores são considerados pessoas formadoras de opinião “confiáveis” (principalmente, pelos

seguidores que ocuparem uma posição de alta representação cultural, ideológico e político), ao ponto de gerar relações de influência celebrizada idealizada (Cocker; Cronin, 2017; Delbaere; Michael; Phillips, 2021).

A prática da influência digital é compulsória por pessoas usuárias de plataformas de mídias sociais, mediante as negociações simbólicas presentes nas interações sociais. Os influenciadores, especificamente, são vistos como produtores culturais profissionais, que adotam uma marca pessoal, que fornecem conteúdos valiosos aos seguidores, posicionando-se assim como “consumidores ideais” ou especializados (Arriagada; Bishop, 2021). Suas práticas em mídias sociais representam a idealização da narrativa imagética de uma ou mais coletividades, sendo capazes de influenciar atitudes e comportamentos de seus seguidores, ao atuarem como modelos a serem (literalmente) seguidos (Abidin; Karhawi, 2021; Martínez-López et. al., 2020b) e celebrados (Senft, 2013; Drenten, 2025).

2.2.2. Celebrização da Influência

O fenômeno da influência digital reflete uma equivalência cultural dos diversos níveis influenciadores a diferentes níveis de celebridades (Senft, 2013; Abidin; Karhawi, 2021). Drenten (2025) explana quanto esse entrelace dos conceitos de celebridade na era digital com os influenciadores digitais, ressignificando o status de celebridade, que tradicionalmente era alcançado apenas através do sucesso no cinema, na música ou nos esportes, com o aval da indústria do entretenimento.

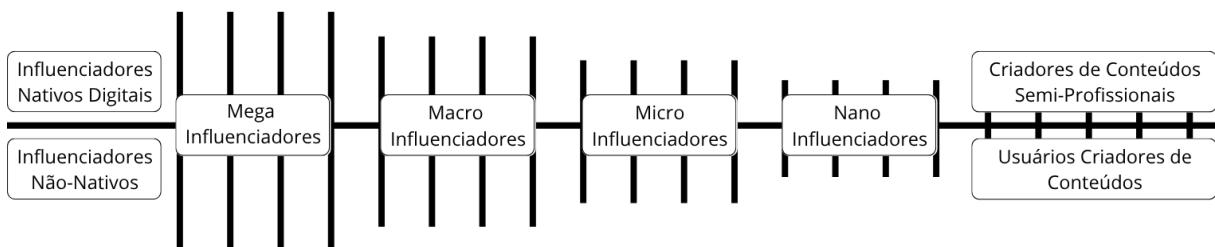
No cenário atual, a celebrização da influência descreve o processo pelo qual indivíduos comuns utilizam as mídias sociais para acumular "capital de celebridade" (Drenten, 2025). Nesse processo, ao contrário das celebridades tradicionais, os influenciadores constroem sua notoriedade diretamente online, cultivando seguidores engajados através da produção e compartilhamento de conteúdo com finalidade de alcançar a fama (Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023; Hund, 2023).

No entanto, na economia dos criadores digitais, qualquer pessoa pode se tornar conhecida e admirada, não apenas as celebridades tradicionais. Contudo, essa democratização também leva a uma saturação do mercado. Nesse ambiente digital dinâmico e competitivo, os indivíduos são expostos a um fluxo constante de

conteúdo, tornam-se assim mais seletivos, influenciando ativamente quem ganha destaque e por quanto tempo (Drenten, 2025).

Os influenciadores digitais podem ser considerados celebridades, que emergem da conexão com públicos específicos, cujas relações são estabelecidas tanto por sua expertise em determinados assuntos, quanto pela atratividade e autenticidade nas plataformas digitais (Cotter, 2019; Souza-Leão; Moura; Nunes, 2022). Sua influência pode ser mensurada por diversos fatores, volumétricos e categóricos, que indicam índice de relevância em diversos níveis e comunidades.

Figura 2: Espectros dos influenciadores digitais.



Baseado em Drenten (2025), adaptado pelo autor.

O cenário do marketing de influência é caracterizado por um espectro diversificado de influenciadores (Drenten, 2025), que se estende além das tradicionais classificações baseadas no número de seguidores (Figura 2). No topo desse espectro, encontram-se os mega influenciadores, seguidos pelos macro influenciadores, que representam um alto grau de profissionalização, grande número de seguidores e frequentemente associados a campanhas de marketing de grande escala por marcas que buscam amplo alcance. Na sequência vêm os micro e nano influenciadores, que se destacam por sua capacidade de cultivar conexões autênticas com níveis mais localizados de influência e audiências específicas, caracterizados por um número menor de seguidores e um alto grau de autenticidade, que os tornam valiosos para estratégias de marketing direcionadas. Ainda podemos identificar os criadores de conteúdo semi-profissionais, que estão em processo de profissionalização, e os usuários criadores de conteúdo, que exercem influência a um grupo mais restrito socialmente (Drenten, 2025).

Para além desses espectros, podemos ainda categorizar os influenciadores como, nativos digitais (adeptos do uso de plataformas de mídia social e geralmente com profunda compreensão de seu público e alto engajamento); não nativos (indivíduos que fazem a transição da mídia tradicional ou de outros campos para o espaço digital, podendo ter fama e credibilidade estabelecida, mas que nem sempre se traduz em alto engajamento) (Solomon, 2023; Karhawi, 2021).

Ouvrein e colegas (2021), paralelamente, propõe uma classificação de influenciadores que engloba tanto pessoas que já são influenciadoras, quanto potenciais influenciadores, e os categorizando com base em sua paixão pelo tópico que aborda, em como o público os percebe e em seu empreendedorismo em mídias sociais. Os autores identificam três tipos de influenciadores: o **Influenciador de Negócios Apaixonado**, que é visto como estratégico e admirado por seu público, motivado tanto pela paixão pelo tópico quanto por motivos empreendedores; o **Influenciador Apaixonado**, que também é admirado por sua paixão por um tópico específico, mas não se concentra na geração de receita estratégica; e o **Influenciador Celebidade**, que é estratégico em seu uso de mídias sociais, mas cuja admiração do público pode decorrer de fama preexistente, em vez de apenas de sua paixão pelo conteúdo (Ouvrein et. al, 2021). Além disso, os autores propõem dois tipos de “potenciais influenciadores”: o **Empreendedor Sonhador Adormecido**, que tem aspirações empreendedoras, mas ainda não ganhou reconhecimento do público; e o **Entusiasta Apaixonado por Tópicos**, que é motivado por um interesse genuíno em um tópico, mas não busca estrategicamente influenciar ou monetizar sua presença nas mídias sociais.

Com isso, é importante também levar em consideração que, juntamente com a intenção de monetizar, a busca por uma posição de fama e influência também passou a ser ratificada pela crescente intensificação de investimentos na indústria de influenciadores, por parte das marcas e organizações (Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023; Hund, 2023).

2.2.3. Plataformização e Algoritmização Social

A revolução digital redefiniu os contornos da interação social e da autopresentação, com as plataformas digitais emergindo como arenas centrais onde

os indivíduos constroem e negociam suas identidades (Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023). No cerne dessa transformação está o fenômeno dos influenciadores digitais (Karhawi, 2021), indivíduos que cultivam sua presença online por meio da criação e disseminação de conteúdo em plataformas de mídia social, exercendo um papel cada vez mais influente na cultura contemporânea e no marketing digital.

Essa complexa relação simbiótica entre as plataformas digitais e os influenciadores, perpassa pelo fornecimento de infraestrutura tecnológica multifuncional pelas plataformas que são essenciais para a visibilidade desses criadores de conteúdo e como os influenciadores, em resposta, adaptam estrategicamente suas práticas às lógicas algorítmicas que governam essas plataformas (Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023).

Para compreender plenamente a dinâmica entre plataformas e influenciadores, é essencial considerar os fenômenos mais amplos da plataformação e a algoritmização das relações sociais. O fenômeno da plataformação refere-se ao processo histórico crescente da penetração das plataformas digitais em diversos aspectos da vida social, cultural e econômica (Ritzer; Miles, 2018; Arriagada; Bishop, 2021; Kozinets; Ferreira; Chimenti, 2021; Bonini; Treré, 2024b). As plataformas tornaram-se infraestruturas onipresentes, intermediando interações, transações e fluxos de informação em uma escala sem precedentes. Por sua vez, a algoritmização social reflete o papel central dos algoritmos na organização, moderação e validação normativa das interações sociais online (Bonini; Treré, 2024a; 2024b; Sampaio; Souza-Leão, 2024).

As plataformas digitais desempenham um papel multifacetado e crucial no surgimento e no florescimento dos influenciadores digitais. A própria essência operacional dessas plataformas, tendo como base estrutural algoritmos sofisticados, que fundamentalmente ditam as regras dos mecanismos de distribuição e descoberta de conteúdos (Bonini; Treré, 2024a; Sampaio; Souza-Leão, 2024). Os algoritmos de recomendação, por exemplo, exercem um poder considerável, determinando a visibilidade de perfis e conteúdos específicos, enquanto simultaneamente desfavorece outros. Essa capacidade das plataformas digitais de "agenciar a subjetividade" dos usuários é uma característica definidora, conferindo-lhes uma influência substancial sobre o que é acessado e consumido no

ambiente socialmente (Kozinets; Ferreira; Chimenti, 2021; Bonini; Treré, 2024a; Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023).

Além de sua função de socialização algorítmica, as plataformas digitais oferecem um conjunto abrangente de ferramentas e recursos que simplificam e automatizam aprimoramentos nos processos de produção e distribuição de conteúdo (Kozinets; Ferreira; Chimenti, 2021). Desde a edição de vídeos e fotos até a análise meticulosa de dados de engajamento, as plataformas fornecem a infraestrutura necessária para que os influenciadores estabeleçam e mantenham sua presença online de forma eficaz. No entanto, é imperativo reconhecer que essa infraestrutura não é um artefato neutro; ela incorpora uma "moralidade" intrínseca que exerce influência sobre o comportamento dos usuários, moldando suas ações e interações dentro do ambiente da plataforma (Bonini; Treré, 2024b; Ritzer; Miles, 2018).

Kaliyamurthy, Schau e Gilly (2023) evidenciam, por exemplo, como o design das plataformas de mídia social pode influenciarativamente a autoapresentação online, direcionando-a para a criação de conteúdos que possuam potencial comercializável. Eles ilustram esse ponto por meio de um exemplo contundente, uma notificação do LinkedIn que convida o usuário a comemorar o oitavo ano de um colega em um programa de doutorado de cinco anos (Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023). Essa situação peculiar destaca como a lógica algorítmica da plataforma, em sua busca por engajamento, pode inadvertidamente moldar a forma como os usuários se apresentam e as informações que escolhem compartilhar.

Segundo Issaaf Karhawi (2021), desde as primeiras pesquisas no campo da comunicação, registra-se as relações sociais plataformizadas e sua diversidade de possibilidades de sociabilização e produzir narrativas midiáticas. A partir destes estudos, registraram as transformações culturais desencadeadas por diversas novas ferramentas interacionais da internet, as plataformas digitais. Nessas plataformas, mediante suas diversas programações, formações, designs e formas de interações e colaborações, reunindo e formando discussões produtivas em comunidades, evidenciando a ascensão das personalidades célebres nessas diversas ambientações digitais, plataformas sociais, além da própria noção de capital social no contexto da digisfera (Karhawi, 2021).

Um dos elementos cruciais que diferenciam os influenciadores digitais dos usuários comuns das plataformas digitais é a intenção explícita de monetização que permeia suas ações. Os influenciadores buscam ativamente capitalizar sua influência, transformando-a em uma mercadoria. Essa comercialização da influência é um aspecto central de sua identidade e prática, distinguindo-os dos usuários que podem utilizar as plataformas para fins puramente sociais ou de entretenimento (Senft, 2013; Nascimento; Campos; Suarez, 2020; Karhawi, 2021).

Nesse contexto, os influenciadores digitais demonstram uma aguda consciência do papel fundamental que os algoritmos desempenham na determinação de sua visibilidade e alcance (Cotter, 2019). Em resposta, eles frequentemente empregam uma série de estratégias adaptativas para alinhar suas práticas com os padrões algorítmicos das plataformas. Essa adaptação estratégica pode envolver a otimização meticulosa do conteúdo para formatos específicos que são favorecidos pelos algoritmos, o uso estratégico de hashtags e palavras-chave para aumentar a descoberta, a publicação em horários específicos para maximizar o engajamento da audiência e a implementação de táticas de interação projetadas para promover a viralização do conteúdo (Cotter, 2019; Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023; Hund, 2023).

No entanto, é crucial reconhecer que essa adaptação estratégica não está isenta de tensões inerentes. Arriagada e Bishop (2021) argumentam que os influenciadores frequentemente se encontram em um delicado equilíbrio entre as demandas da autenticidade e as pressões da comercialidade. Eles precisam lidar com a necessidade de se adequar aos padrões algorítmicos das plataformas para garantir a visibilidade e o alcance, ao mesmo tempo em que se esforçam para cultivar e manter uma conexão genuína e autêntica com seu público, além de atender os anseios comerciais das marcas que os contratam (Khamis; Ang; Welling, 2017; Chen; Yan; Smith, 2023; Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023). Essa tensão entre autenticidade e comercialidade é um elemento definidor do "imaginário" do influenciador, um conjunto complexo de expectativas, aspirações e desafios que moldam sua identidade e prática (Arriagada; Bishop, 2021).

Brooke Duffy (2025) lança luz sobre as complexidades da vida de um influenciador, argumentando que, apesar do fascínio pela autonomia, flexibilidade e

potencial para a autoexpressão criativa, a carreira de influenciador é repleta de desafios e riscos significativos. Segundo Duffy (2025), esses desafios incluem a pressão constante para manter a visibilidade em um ambiente online altamente competitivo, a necessidade de equilibrar cuidadosamente a autenticidade com as demandas da comercialização e o potencial para vulnerabilidade e exploração.

2.2.4. Performances de Influenciadores

É importante enfatizar que a relação entre plataformas e influenciadores não é estática nem unidirecional. À medida que novas plataformas específicas surgiram, os influenciadores desenvolveram identidades distintas, geralmente associadas ao formato/estilo do conteúdo produzido e às plataformas. Identidades como "Blogueiro", "Twiteiro", "Vlogger", "Youtuber" e "Streamer" tornaram-se comuns, e refletem a diversificação do ecossistema de influenciadores e de suas práticas especializadas e produtivas (Karhawi, 2017; 2021).

Apesar de as plataformas exercerem uma influência significativa sobre os influenciadores, estes também possuem agência e podem influenciar as plataformas de várias maneiras (Bonini; Treré, 2024a; Duffy, 2025) . Os influenciadores podem experimentar e inovar, criando novas formas de conteúdo ou interação que desafiam as normas estabelecidas da plataforma. Eles também podem se mobilizar coletivamente, formando comunidades e redes de apoio para defender seus interesses e exigir mudanças nas políticas da plataforma (Abidin, 2015; Arriagada; Bishop, 2021; Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023).

Começando por escolher as plataformas nas quais criará seu perfil e investirá tempo para o desenvolvimento de relações através de conteúdos sócio-midiáticos. Ao produzir seus conteúdos, os influenciadores desenvolvem um "branded self", uma imagem de si mesmo, apresentando-se como uma marca ou produto a ser consumido por seus seguidores (Senft, 2013). A construção do self-brand é um processo complexo que envolve a curadoria cuidadosa da imagem online, a criação de conteúdo que ressoe com o público e a manutenção de uma identidade consistente em diversas plataformas simultaneamente. Para tal, os influenciadores fazem uso de estratégias de storytelling, criação de narrativas pessoais, através de compartilhamento de experiências e conteúdos envolventes para construir conexões

narrativas com seus seguidores (Abidin, 2015). Essa proximidade percebida é fundamental para estabelecer confiança e influência.

A busca pela autenticidade é um desafio central para os influenciadores em sua performance. Arriagada e Bishop (2021) destacam a tensão entre autenticidade e comercialidade, um dilema que os influenciadores precisam equilibrar entre as demandas das marcas e a expectativa de genuinidade de seu público. Para conseguir esse equilíbrio, influenciadores e marcas exploram a co-fabricação da autenticidade em parceria com marcas e organizações, mostrando como ambos os agentes negociam a autenticidade em suas colaborações (Colucci; Pedroni, 2022).

Os influenciadores digitais tornaram-se um recurso de marketing poderoso e cada vez mais procurado por marcas e organizações. Sua credibilidade percebida, autenticidade e capacidade de se conectar com o público os tornam ativos valiosos para alcançar e influenciar o consumo dos usuários de plataformas (Abidin, 2015; Smith; VanDellen; Ton, 2021; Colucci; Pedroni, 2022).

Nesse contexto, os influenciadores digitais operam em um ambiente complexo e dinâmico, onde sua visibilidade, influência e sucesso financeiro dependem em grande parte de suas estratégias para se alinhar com as lógicas algorítmicas das plataformas. Bonini e Treré (2024a; 2024b) argumentam que essa dinâmica é moldada por uma "economia moral" multifacetada, em que os valores e normas dos influenciadores podem entrar em conflito ou em negociação com os valores codificados nas próprias plataformas. A "economia moral" (Bonini; Treré, 2024a; 2024b), refere-se ao conjunto de valores, normas e crenças que orientam as ações dos indivíduos dentro de um determinado contexto social. Os algoritmos, por exemplo, exercem um poder considerável na distribuição de conteúdo e na definição do que é considerado "relevante" ou "popular" (Kozinets; Ferreira; Chimenti, 2021).

Os influenciadores, por sua vez, desenvolvem estratégias para navegar por essas economias morais, buscando otimizar sua visibilidade e engajamento (Cotter, 2019). Isso pode envolver a adaptação de seu conteúdo aos formatos preferidos pelos algoritmos, o uso de hashtags e a implementação de táticas para promover a viralização. No entanto, essas estratégias podem entrar em conflito com as expectativas de autenticidade e gerar tensões entre influenciadores, plataformas e público.

Além disso, a performance individual e coletiva dos influenciadores pode refletir e amplificar discursos culturais e sociais mais amplos. Smith, VanDellen e Ton (2021) exploram como os influenciadores, ao apresentarem o trabalho de beleza como autoexpressão, influenciam a percepção de autenticidade. Duffy (2025) discute os desafios e vulnerabilidades enfrentados pelos influenciadores, incluindo a pressão que eles sofrem para manter a visibilidade e equilibrar autenticidade com comercialização.

No contexto amplo das plataformas digitais, múltiplas economias morais interagem e, por vezes, colidem. Cada plataforma possui suas próprias moralidades, que refletem seus objetivos comerciais, suas ideologias e suas visões de mundo específicas (Sampaio; Souza-Leão, 2024). Os influenciadores, no entanto, navegam essa relação complexa de interdependência entre eles próprios, as marcas, os seguidores e as plataformas, caracterizada por relações de benefícios mútuos e potenciais formas de exploração (Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023). As práticas que os influenciadores adotam são frequentemente caracterizadas por condições de trabalho precárias, instabilidade financeira e falta de remuneração adequada. Além disso, as dinâmicas de poder em jogo na economia dos influenciadores podem perpetuar e até mesmo amplificar desigualdades estruturais relacionadas a gênero, sexualidade, raça, idade e classe (Gurrieri; Drenten; Abidin, 2023).

A performance dos influenciadores digitais é um processo complexo e multifacetado, resultante de suas ações e estratégias em interação com plataformas, algoritmos, expectativas do público e dinâmicas culturais. A construção de narrativas e o desenvolvimento do self-brand são elementos centrais para o sucesso dos influenciadores, mas também estão sujeitos a tensões e desafios que eles enfrentam, especialmente no que diz respeito à busca pela autenticidade e à negociação de diferentes retóricas e moralidades. A análise acadêmica da atuação desses agentes contribui para uma compreensão mais profunda das transformações na comunicação, cultura e consumo na era digital.

2.2.5. Contradições e Disputas no mercado de Influenciadores

O mercado de influenciadores digitais, embora seja apresentado majoritariamente como um ecossistema de oportunidades e autoexpressão, também pode ser percebido como um campo repleto de contradições e disputas, onde a busca por autenticidade colide com a normatização da comercialização, e a agência dos influenciadores é constantemente negociada com outros agentes, sendo outros usuários (ex. seguidores, outros influenciadores, marcas e organizações) ou as plataformas e seus algoritmos.

No centro das disputas no mercado de influenciadores digitais encontra-se a complexa relação entre autenticidade e comercialidade. Os influenciadores, conforme observado por Senft, (2013), operam sob a lógica de que a própria identidade se torna um bem a ser comercializado e mantido. Essa autopromoção, embora aparentemente orgânica e pessoal, é intrinsecamente ligada à intenção de monetização (Nascimento; Campos; Suarez, 2020; Karhawi, 2021).

A monetização é a atenção. A "visibilidade" é a moeda de troca no mercado da influência (e os algoritmos são os cambistas). Para Kelley Cotter (2019), influenciadores estão constantemente engajados em um "jogo da visibilidade", apostando suas subjetividades, moldadas em conteúdos consumíveis, mediante a interpretação das regras algorítmicas, para assim maximizar sua visibilidade. Entretanto, essas adequações e "otimizações", podem levar a práticas que questionam a ética e a autenticidade (ex. práticas de "follow-unfollow"; compra de seguidores; utilização de inteligência artificial generativa), gerando debates sobre a "moralidade" das práticas e discursos (Arriagada; Bishop, 2021; Aboelenien; Baudet; Chow, 2023).

A contradição surge quando a autenticidade, que é um valor altamente fundamental para a construção de relações com os seguidores (Abidin, 2015), é posta à prova pelas exigências do mercado. De forma geral, o "imaginário do influenciador" (Arriagada; Bishop, 2021) reflete performances que devem ser simultaneamente genuínas e que gerem valor. Em decorrência disso, existe a preocupação em uma "co-fabricação da autenticidade", marcas e influenciadores conjuntamente. Colucci e Pedroni, (2022) argumentam que essa prática de co-fabricação demonstra que a autenticidade não é uma qualidade intrínseca e imutável, mas sim uma construção negociada e performática.

Nessa negociação, a disputa se manifesta no discurso, onde influenciadores frequentemente articulam a necessidade de manter sua "verdade" enquanto navegam pelas demandas comerciais propostas (Martínez-López et. al., 2020a; 2020b). Também existe disputa algorítmica, onde enquanto as plataformas almejam um ambiente digital que seja rentável e controlável, os influenciadores buscam liberdade criativa e autonomia, muitos recorrendo a "táticas de resistência" contra o poder algorítmico (Bonini; Treré, 2024a; 2024b).

Entretanto, essas táticas raramente "derrubam o balanço de poder entre usuários e plataformas", acaba servindo mais como pequenas vitórias diárias que acham uma brecha para alcançar alguma vantagem perante a contínua desvantagem normativa. Bonini e Treré (2024a; 2024b) explanam que os valores e normas codificadas nas plataformas podem entrar em conflito com os valores e a agência dos usuários. Os algoritmos de recomendação, por exemplo, embora busquem otimizar o engajamento e a descoberta de conteúdo, podem inadvertidamente criar "bolhas informacionais" (Sampaio; Souza-Leão, 2024), limitando a diversidade de perspectivas e moldando as ações dos consumidores de maneiras nem sempre transparentes.

É importante reconhecer que as plataformas digitais não apenas moldam o comportamento dos usuários, mas também oferecem ferramentas e recursos que podem capacitar os consumidores de várias maneiras (Martínez-López et. al. 2020b; Chen; Yan; Smith, 2023). Kozinets, Ferreira, Chimenti, (2021) exploram essa dinâmica complexa, investigando como as plataformas de feedback do consumidor fornecem aos usuários mecanismos para expressar suas opiniões, compartilhar suas experiências de consumo e influenciar a reputação das empresas. De forma análoga, influenciadores podem ser vistos como empoderados pela capacidade de construir uma carreira independente e exercer influência sobre audiências massivas. Mas essa narrativa de empoderamento entra em contraste com a "objetificação" dos influenciadores e seus públicos. Sampaio e Souza-Leão (2024) apontam que a personalização algorítmica submerge os usuários de plataformas digitais a bolhas que delimitam o acesso à informação e as ações de consumo. Ou seja, embora os influenciadores sejam agentes ativos em suas carreiras, também se tornam "o produto" (Duffy, 2025), vendendo não apenas sua imagem, mas sua própria vida e

experiências. Nesse sentido, Gurrieri, Drenten e Abidin (2023) questionam se a relação entre influenciadores e marcas é de "símbiose ou parasitismo", sugerindo que a balança de poder favorece, por regra, os lados das marcas e das plataformas.

A complexidade dessas relações exige de nós uma análise crítica que explore as práticas de consumo, alinhamentos, resistências e suas moralidades (Bonini; Treré, 2024a; 2024b). Para compreender essas contradições é fundamental entendermos as implicações sociais, culturais e econômicas de relações mercantilizadas que redefine não apenas o consumo, mas a própria natureza da identidade e da interação humana na era digital.

2.3. Performatividades de Gênero no contexto da Teoria Queer

A compreensão das identidades contemporâneas, multifacetadas e fluidas, transcende as dicotomias binárias tradicionais impostas pelas sociedades ocidentais patriarcais. Nesse contexto, a perspectiva da performatividade de gênero, conforme elaborada pela filósofa feminista Judith Butler (1990; 1993; 1997), emerge como um pilar fundamental para desvendar as complexidades do "ser queer". A aderência do pensamento butleriano aos estudos culturais do consumo justifica-se pela sua capacidade de iluminar como as identidades são performadas, negociadas e contestadas no âmbito das práticas de consumo e da cultura (Thompson; Üstüner, 2015; Seregina, 2018; Moura; Souza-Leão, 2025).

A performatividade butleriana oferece uma lente crítica para analisar como indivíduos e grupos marginalizados utilizam suas práticas e linguagens para afirmar suas identidades, contestar estereótipos e criar espaços de pertencimento em um mundo que muitas vezes lhes é hostil (Moura; Souza-Leão, 2025). A relevância dessa abordagem reside na sua capacidade de desnaturar o gênero, expondo-o como uma construção social e cultural maleável, sujeita a intervenções e reinterpretações por parte dos indivíduos (Borba, 2014; Seregina, 2018).

A seguir explanaremos o cenário dos estudos queer, da sua evolução à desconstrução anti-normativa, e em especial quanto a teoria da performatividade de gênero de Butler, da qual nos apropriamos nessa pesquisa como nossa lente teórica.

2.3.1. Estudos Queer

Os estudos queer, ou queer studies, representam um campo de investigação acadêmica que emergiu como um desdobramento crítico e expansivo dos estudos gays e lésbicos, estabelecendo um diálogo profícuo com os estudos feministas (Stein; Plummer, 1994; Nardi, 2002;). Essa trajetória reflete uma progressiva radicalização na análise das identidades, sexualidades e gênero, culminando em uma abordagem que visa desestabilizar as estruturas normativas cishetero-racistas-patriarcais-religiosas (Jesus, 2018; Carvalho; Oliveira, 2024). Historicamente, a própria designação "queer" encapsula essa postura de oposição e resistência, como pontua Trent Kays (2022) ao argumentar que a essência da identidade queer reside em sua natureza opositora, na qual a participação social ocorre simultaneamente ao desafio das estruturas opressivas que sufocam a pluralidade não-binária.

Inicialmente, os estudos gays e lésbicos focaram na visibilidade e na compreensão das experiências de indivíduos homossexuais. Esses primeiros esforços, embora cruciais, muitas vezes operavam dentro de um binarismo sexual (homossexual/heterossexual) e podiam, inadvertidamente, reforçar a ideia de identidades fixas (Nardi, 2002). A influência dos estudos feministas foi fundamental para a transição para os estudos queer, pois o feminismo já havia iniciado a desconstrução do gênero como uma categoria natural, revelando-o como uma construção social e política (Butler, 1990). Essa convergência permitiu que os estudos queer questionassem não apenas a heteronormatividade, mas também a própria normatividade do binarismo de gênero (masculino/feminino) e a patologização de identidades que não se encaixavam nessas categorias (Nardi, 2002).

De acordo com Peter M. Nardi (2002), a revolução dos estudos queer reside na sua ênfase na teorização e na análise crítica, afastando-se do tradicional empirismo sociológico, muitas vezes enraizado em perspectivas conceituais de homens cisheteros brancos ocidentais. Em vez disso, os estudos queer alinharam-se mais proximamente aos estudos culturais e pós-estruturalistas, valorizando a visibilidade de pensamentos plurais de gênero e sexualidade (Nardi, 2002). Essa desconstrução teórica permite o distanciamento da naturalização do gênero e do

sexo, uma premissa central na construção teórica de Judith Butler (1990; 1993; 1997), que argumenta que tanto o sexo quanto o gênero são construções discursivas e não dados biológicos inerentes (Butler, 2018). O avanço mais recente, como observado em “Quem tem medo do gênero?”, Butler (2024) continua a aprofundar essa desnaturalização, confrontando as narrativas da “ideologia de gênero” que buscam reafirmar essencialismos binários. Ela analisa como esse termo se tornou um “fantasma” usado por discursos conservadores, reacionários e até mesmo por algumas vertentes do feminismo trans-excludente, para reprimir a liberdade, a igualdade e os direitos de mulheres, pessoas intersexo, queer e trans. Para esses grupos conservadores, a “ideologia de gênero” é uma forma de reafirmar e impor essencialismos binários de sexo e gênero (Butler, 2024).

Com o progressivo avanço das lutas sociais por reconhecimento e existência da comunidade queer, ou a “revolução sexual que faltava na sociologia” (Stein; Plummer, 1994), houve uma crescente reivindicação por direitos básicos, direitos humanos associados à tolerância, inclusão social e a criminalização de diversas formas de violência contra pessoas queer (Nardi, 2002). Houve avanços sociopolíticos significativos, e tópicos queer ganharam maior atenção na academia e na mídia, impulsionados por publicações que desafiavam o status quo. No entanto, essa repercussão inicial manifestou-se predominantemente em uma aceitação imagética, ou tolerância, de identidades dissidentes em âmbitos sociais, em especial na participação mercadológica no mainstream, com reflexos na mídia, entretenimento e o reconhecimento de personalidades. Contudo, essa participação pode ser considerada como uma forma de assimilação que enfraqueceu a potência subversiva do ser queer. Kays (2022), por exemplo, discute como a participação em sistemas mainstream (digitais, no caso dele) pode paradoxalmente sufocar a natureza opositora do queer, o que se alinha com a sua observação de que a aceitação carece de mudanças profundas na cultura opressora cisgenderonormativa. e na formação humana, ou seja, na concretização de direitos humanos e na educação pluralista.

A ex-diretora da National Gay and Lesbian Task Force, Urvashi Vaid (1995), critica a tendência da mainstreamização da “política gay” em busca de direitos civis, que não resultou em uma liberdade genuína ou plena equidade. Vaid argumenta que

a mera tolerância no mainstream difere substancialmente da libertação ou de uma mudança social institucionalizada a longo prazo (Vaid, 1995). As conquistas de direitos civis pela comunidade queer ocidental representam uma “vitória” da política pragmática sobre a política moral, mas ainda assim, fez-se (e ainda se faz) necessário complementar as limitadas políticas de direitos civis com um comprometimento mais amplo e inclusivo à transformação cultural. Isso implica desmantelar a hierarquia sexual e moral que reforçam a estigmatização anti-queer (Vaid, 1995), ou, em termos mais atuais, combater a formação do ódio “campanhas anti-ideologia de gênero” (Butler, 2024).

Quando falamos sobre a tolerância imagética de identidades dissidentes, estamos nos referindo à representação das homossexualidades na grande mídia tradicional, que aponta como o silenciamento e a moral regulatória nas democracias ocidentais mantiveram a homossexualidade à margem dos discursos públicos por décadas (Adam; Duyvendak; Krouwel, 2000). Como aponta Barry D. Adam (2002), a visibilidade homossexual emergiu de forma seletiva, favorecendo sujeitos socialmente assimiláveis e apagando dissidências mais radicais. Com o avanço dos movimentos gays e lésbicos globais, diretamente ligados à reconfiguração dos sistemas de poder e comunicação nas décadas de 70 e 80, e a subversão de alguns produtores midiáticos, as mudanças sociais ampliaram o campo de visibilidade sexual dissidente, mesmo que de forma lenta ao longo dos anos (Adam; Duyvendak; Krouwel, 2000; Fox; Ralston, 2016).

Inicialmente, o privilégio da veiculação imagética beneficiou principalmente homens gays brancos (Adam, 2001). Estes “brancos de classe média”, frequentemente já situados em posições de poder ou privilégios históricos, passaram a ser os principais consumidores e representações da “identidade gay global”. Essa assimilação esteve fortemente conectada à globalização, que frequentemente privilegiou sujeitos ocidentais modernos, moldada por interesses midiáticos e mercadológicos (Adam, 2001; 2002).

Contudo, tanto na mídia quanto em estudos acadêmicos, essas abordagens eram muitas vezes convenientes e convencionais, minimizando a complexidade das identidades queer, reproduzindo uma política de assimilação limitada ao modelo ocidental liberal (Adam; Duyvendak; Krouwel, 2000). As representações

apresentavam severas limitações ontológicas, favorecendo a manutenção de uma hipócrita tolerância a homens (gays) brancos com muito mais evidência do que qualquer outro grupo marginalizado pela cisheteronormatividade ocidental, como grupos não brancos, pessoas trans, bissexuais e periféricos (Adam, 2001). E mesmo para os homens gays brancos, as representações eram versões distorcidas, em papéis de baixíssima importância, com limitações significativas de representação a estereótipos culturalmente aceitos (Adam, 2001; Fox; Ralston, 2016).

Por exemplo, no estudo anual “Where We Are on TV” (2016-2017) da Gay & Lesbian Alliance Against Defamation (GLAAD) revelou que, embora o percentual de personagens LGBTQIA+ nas produções para TV (majoritariamente estadunidense) tenha atingido o percentual de 4,8 %, 72,0 % deles eram brancos e ainda havia forte sub-representação de mulheres, pessoas trans e bissexuais (GLAAD, 2016). Já no levantamento de 2023-2024, a GLAAD registrou 11,9 % de personagens LGBTQIA+ nas produções televisivas, um recorde, mas com representação trans e não-binária ainda abaixo de 3 % e aproximadamente metade desses personagens ainda sendo brancos (GLAAD, 2023).

A tensão gerada da visibilidade queer pode ser compreendida a partir da noção de que, ao mesmo tempo em que busca inserção e reconhecimento no mainstream, também opera nas margens, desestabilizando as normas que regulam quem é digno de representação. Segundo Nardi (2002), essa ambiguidade revela como as identidades dissidentes transitam entre a semelhança e a diferença em relação à norma, ocupando espaços centrais na cultura dominante enquanto desafiam suas estruturas. Além de apontar não se tratar de apenas uma única homossexualidade, mas de múltiplas homossexualidades, diversas em suas expressões e posicionamentos (Nardi, 2002).

Como apontam Adam, Duyvendak e Krouwel (2000), o surgimento de políticas de identidade gay e lésbica no cenário global muitas vezes se deu por meio de modelos ocidentalizados e normativos, que acabaram favorecendo sujeitos brancos, de classe média e homens cisgêneros, apagando outras formas de vivência queer que escapavam a esse molde assimilaçãoista. Essa visibilidade parcial foi acompanhada por uma “tolerância imagética” (Adam, 2002), na qual as representações midiáticas eram condicionadas à adequação a padrões de gênero,

raça e consumo, o que contribuiu para a exclusão sistemática de outras identidades dissidentes.

Contudo, com o amadurecimento dos debates acadêmicos e ativistas, em especial a partir dos anos 1990, e com a crescente pluralidade de identidades e sexualidades que transcendem os binarismos de gênero e sexo, o discurso político queer ganhou complexidade e força. As reivindicações passaram a incluir com maior ênfase, além das identidades lésbicas e gays, pessoas bissexuais, transgênero/transexuais/travestis, queer, intersexo, assexuais/agêneros, pan/polissexuais, não-binárias, entre outras identidades, compondo a sigla LGBTQIAPN+ (Orientando.org, 2024; Manual de Direitos LGBTI+, 2024). Essa constante expansão, frequentemente mal interpretada como fragmentação ou diluição do movimento, revela, na verdade, a própria essência do queer como categoria conceitual e política que se recusa à fixidez e à normatividade (Adam, 2001).

É justamente nesse ponto que a teoria da performatividade de gênero, formulada por Judith Butler, ganha centralidade para a compreensão dessa pluralidade em movimento. A performatividade, na perspectiva butleriana, não é uma simples encenação voluntária, mas sim o processo reiterativo por meio do qual os sujeitos são constituídos pela repetição de atos e normas discursivas que delineiam o que se entende por “gênero” (Butler, 1990). Trata-se de um campo de disputa que se por um lado essas normas produzem corpos inteligíveis dentro da matriz cisheteronormativa, por outro, sua repetição abre margem para a subversão.

Nesse sentido, a performatividade é também uma forma de agência, uma possibilidade de deslocamento ético e político diante das normas sociais, em que sujeitos dissidentes, ao reproduzir ou distorcer os signos do gênero normativo, desestabilizam as estruturas que os oprimem. Butler (2018) afirma que é por meio de atos reiterados (de falas, gestos, estilos corporais) que o gênero é performado, e também desfeito ou reconfigurado. A crítica de Butler às estruturas de poder cisheteropatriarcais e brancas contribuiu para o nascimento dos estudos queer como campo crítico voltado à exposição das hierarquias de gênero e sexualidade (Kirby, 2006; Lloyd, 2015).

Em sua essência, a perspectiva butleriana permite entender manifestações como a arte drag não apenas como representação estética ou espetáculo, mas como atos performativos capazes de revelar, tensionar e deslocar os limites impostos pela norma de gênero. A seguir, exploraremos mais profundamente a Teoria da Performatividade de Gênero de Judith Butler, discutindo seus fundamentos teóricos e sua aplicabilidade como ferramenta analítica na compreensão das expressões de gênero dissidentes.

2.3.2. Teoria da Performatividade de Gênero

Esta subseção apresenta a teoria da performatividade de gênero de Judith Butler, diferenciando-a de noções representacionais ou voluntaristas de “performance”. Butler parte da crítica à categoria universal “mulher”, e avança para o mecanismo performativo, a repetição citacional que produz efeitos de naturalização, e, em seguida, examina as implicações ético-políticas para inteligibilidade e reconhecibilidade dos sujeitos (Butler, 1990; 1993; 1997). Em termos de organização, o percurso vai do conceito ao mecanismo, deste aos efeitos políticos, e então a exemplos analíticos que dialogam com o contexto brasileiro, preservando o foco na matriz heteronormativa e em suas fissuras. Assim, a performatividade (no sentido butleriano) é tomada como lente central para compreender como normas de gênero são produzidas, reiteradas e potencialmente deslocadas. (Butler, 1990; 1993; 1997; 2003; Salih, 2004).

Em *Gender Trouble*, Butler (2018) questiona a própria categoria “mulher” como sujeito unificado do feminismo, evidenciando os limites de políticas representacionais universalistas que, ao pluralizar “mulher” em “mulheres”, ainda não dão conta da heterogeneidade das experiências e dos posicionamentos (raciais, de classe, de sexualidade, de nacionalidade) que atravessam as identidades femininas.

Ao deslocar a suposta anterioridade natural do “sexo”, sustenta-se que tanto sexo quanto gênero são efeitos de práticas discursivas e normativas, e não dados naturais autoevidentes. Em *Bodies That Matter*, Butler (1993) aprofunda-se a tese de que o “sexo” é produzido e materializado por normas (não simplesmente descrito por elas). Essa crítica transforma o feminismo de uma ontologia estática do corpo e da

identidade e reconecta o gênero aos regimes de poder que regulam o reconhecimento social. (Butler, 1990; 1993; Brady; Schirato, 2010; Rodrigues, 2012).

Passando da crítica às categorias ao mecanismo de sua produção, Butler define o gênero como efeito de repetições estilizadas de atos, um processo citacional que produz a aparência de essência. A força performativa não decorre de interioridade autêntica, mas do caráter citacional das normas disponíveis, conforme enfatizado por comentadoras da autora (Salih, 2004; 2012; Kirby, 2006; Brady; Schirato, 2010; Lloyd, 2015). Esse processo de repetição normatiza “estilos corporais” através dos modos de realizar gestos, discursos e práticas que, pelo reforço performativo, materializa-se o gênero como se fosse natural. Não se trata de um ato único / singular e voluntário, mas sim de uma regularidade sob condições normativas que apontam o que pode ser dito, feito e reconhecido como “masculino” ou “feminino”. Ao mesmo tempo, a repetição abre margem para torções e deslocamentos, pois toda citação é situada, iterável e sujeita ao desvio. (Butler, 1990; 1993; 1997).

Como consequências, a repetição regula quem é validado como sujeito reconhecível e, portanto, viável para a sociedade posta. Em *Undoing Gender*, Butler (2003) desenvolve a noção de reconhecibilidade/viabilidade, vinculando às condições sob as quais vidas são inteligíveis, protegidas e passíveis de luto. Fora desses regimes, sujeitos podem permanecer socialmente “impronunciáveis”, “ilegíveis”, “inabitáveis” (Butler, 2003).

Em sua teorização sobre gênero, Butler denomina matrizes (ou regimes) de inteligibilidade os conjuntos normativos que definem quem pode aparecer como reconhecível e legível em termos de sexo, gênero e sexualidade em um dado contexto histórico. Esses regimes delimitam a coerência esperada entre corpo (sexo), identidade/expressão (gênero) e desejo, tornando certas vidas inteligíveis e relegando outras à ininteligibilidade, isto é, àquilo que não encontra termos públicos de reconhecimento (Butler, 1990; 1993; 2003). Essas regimes operam por meio de atos de linguagem, práticas institucionais e repetição de estilos corporais, mas, por serem citacionais e reiterativos, comportam também brechas para deslocamentos performativos que ampliem o campo do reconhecível (Butler, 1990; 1993; 1997).

Butler se apoia fortemente no pensamento de Michel Foucault, especialmente em sua análise da produção histórica da sexualidade como um dispositivo de poder (Foucault, 2013). Essa influência evidencia como a materialização de corpos ocorre por meio de práticas discursivas históricas, em que poder e saber coproduzem aquilo que conta como verdadeiro, normal e legítimo. Desse modo, a performatividade não é apenas um tema semântico do gênero, mas um problema político que demarca fronteiras do que é visto e reconhecido, ao mesmo tempo em que possibilita sua reescrita através da subversão e deslocamentos estratégicos. (Butler, 1993; 2003; Foucault, 2013).

Tais princípios tornam-se visíveis em práticas estéticas e culturais. A figura da drag queen, longe de ridicularizar a feminilidade, desnaturaliza o gênero ao intensificar signos hegemônicos e expor o caráter imitativo de todo gênero, uma “cópia da cópia”, sem original, desmontando a pretensão de autenticidade da feminilidade/masculinidade normativas (Butler, 1990). Trata-se de paródia enquanto recurso crítico que evidencia o efeito de naturalização como resultado de repetição regulada, não expressão de essência (Salih, 2004).

Em termos políticos e culturais, mídias, plataformas e mercados funcionam como tecnologias de inteligibilidade, ao regular quem aparece, como aparece e com quais efeitos; por isso, disputar esses regimes, reencenando normas “por dentro”, é tarefa ética e coletiva de expansão do que conta como vida vivível (Butler, 2003; 2018; 2024).

Essa perspectiva desloca o entendimento determinista do gênero para compreendê-lo como um efeito performativo do discurso, possibilitando uma leitura mais fluida, contingente, não natural e construída socialmente das identidades. A crítica que Butler propõe desvelar as estruturas hierárquicas e normativas que operam na constituição dos sujeitos. Ao desafiar essas normas, Butler inaugura um novo campo de análise para pensar as dissidências de gênero e sexualidade, contribuindo decisivamente para o surgimento e consolidação dos estudos queer (Lloyd, 2015).

Com isso, na teoria butleriana, a linguagem não é um mero instrumento de representação, mas um aparelho produtivo de poder que faz existir sujeitos, corpos e fronteiras do pensável, ela interdita e habilita, ferindo e conferindo reconhecimento,

porque seus enunciados não apenas descrevem o mundo, eles o constituem performativamente. Amparada nos atos de fala e na noção derridiana de citacionalidade, Butler concebe toda linguagem, todo dizer, como uma repetição iterável de normas anteriores (Salih, 2004; 2012; Brady; Schirato, 2010). É essa repetição que materializa o gênero e o “sexo” como se fossem dados naturais (Butler, 1990; 1993).

Em *Excitable Speech*, amplia-se essa concepção ao mostrar que palavras injuriosas não só significam, mas atuam sobre corpos, (des)autorizando existências e delimitando quem conta como sujeito de fala; ao mesmo tempo, a própria iterabilidade abre a possibilidade de reappropriações subversivas, deslocando regimes de sentido (Butler, 1997). Em diálogo com Foucault, a linguagem integra o dispositivo histórico que produz “verdades” sobre corpos e sexualidades; por isso, dizer e nomear são práticas de governo de si e dos outros (Foucault, 2013; Butler, 1993). Assim, linguagem e poder convergem em uma ética da reconhecibilidade, os limites do que pode ser dito moldam os limites do que pode aparecer e ser passível de luto, mas é justamente aí que atos citacionais, paródicos e dissidentes podem reescrever as linguagens da inteligibilidade (Butler, 2003; 1993; Salih, 2004).

No contexto brasileiro, a obra de Linn da Quebrada performa deslocamentos ao tensionar marcadores normativos do gênero e inscrever outras possibilidades de existência legível, operando a partir das margens para reconfigurar o campo da reconhecibilidade. Esses exemplos não apenas ilustram conceitos; eles produzem descentramentos, instaurando contratemplos na matriz heteronormativa e explicitando a dimensão política da forma. (Rodrigues, 2012; Ramires de Souza; Balieiro, 2021).

Em síntese, a performatividade, enquanto mecanismo reiterativo que produz e pode deslocar normas, fornece a lente com a qual a análise empírica desta pesquisa observa as performatividades em disputa. Esse arcabouço teórico sustenta a leitura das práticas estéticas, discursivas e midiáticas que compõem o corpus da pesquisa em questão, sobretudo onde práticas queer e práticas influenciadoras se cruzam para dramatizar, contestar e reescrever as performatividades de gênero no presente. (Butler, 1990; 1993; 2003; Salih, 2004).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo segue uma perspectiva qualitativa (Creswell, 2010), guiando-se por uma lógica parcialmente indutiva, pela qual a teoria oferece suporte ao estudo e funciona como lente condutora para interpretação do fenômeno emergente dos dados. Entretanto, sem estabelecer categorias a priori (Leão; Mello; Vieira, 2009). O método adotado é a Netnografia, abordagem metodológica desenvolvida por Robert V. Kozinets (2010), que corresponde à adaptação da etnografia tradicional para os contextos digitais e mediados por redes sociais (Kozinets, 2015). Diz respeito à investigação das práticas culturais em ambientes online, permitindo a compreensão de fenômenos socioculturais a partir da observação, interação e análise de comunidades digitais (Kozinets, 2020).

A Netnografia busca não apenas os conteúdos produzidos, mas os modos como esses conteúdos são performados, negociados e significados nas dinâmicas tecnoculturais (Gambetti; Kozinets, 2022; Kozinets, 2019). A partir da imersão ética e reflexiva do pesquisador, o método possibilita identificar as estruturas de significação, as performances sociais e os elementos simbólicos presentes nas interações online, enfocando os aspectos culturais, relacionais e tecnológicos que constituem o campo investigado (Kozinets, 2015; 2020).

Nesse sentido, a escolha pela Netnografia justifica-se por seu potencial em investigar práticas culturais e performances sociais mediadas por tecnologias digitais (Kozinets, 2020). Ou seja, possibilita examinar como os sujeitos negociam visibilidade, autenticidade e pertencimento nos espaços digitais, considerando o caráter mediado e encenado dessas interações (Salmons, 2017; 2022). Como método qualitativo voltado para a análise de interações em comunidades digitais, a netnografia reconhece os ambientes virtuais não apenas como plataformas de expressão, mas como arenas constitutivas de modos de ser, estar e consumir no mundo contemporâneo (Kozinets, 2019; Cavalcanti; Souza-Leão; Moura, 2021a; Souza-Leão; Moura; Carneiro-Leão, 2023; Moura; Souza-Leão, 2024b). A partir da observação sistemática de conteúdos, símbolos, narrativas e formas de engajamento, a netnografia possibilita captar os sentidos performáticos e tecnoculturais dessas experiências, respeitando sua dimensão estética, política e afetiva (Kozinets, 2019; 2020).

A seguir detalhamos mais sobre os conceitos e procedimentos metodológicos da netnografia adotadas nesta pesquisa.

3.1. Netnografia e suas etapas

A netnografia é uma abordagem qualitativa derivada da etnografia tradicional, adaptada para investigar contextos sociais mediados por tecnologias digitais (Kozinets, 2020). Desenvolvida por Robert Kozinets (2010; 2015; 2020), essa metodologia tem como objetivo principal compreender os processos culturais, simbólicos e relacionais que ocorrem em ambientes virtuais, particularmente em plataformas de mídias sociais. Assim como a etnografia busca captar os significados atribuídos por sujeitos em seus contextos vividos, a netnografia propõe uma imersão ética, reflexiva e analítica em espaços online onde comunidades, tribos e grupos sociais constroem e expressam identidades, valores e práticas de consumo (Kozinets, 2020; Gambetti; Kozinets, 2022; Souza-Leão; Moura; Carneiro-Leão, 2023; Moura; Souza-Leão, 2025).

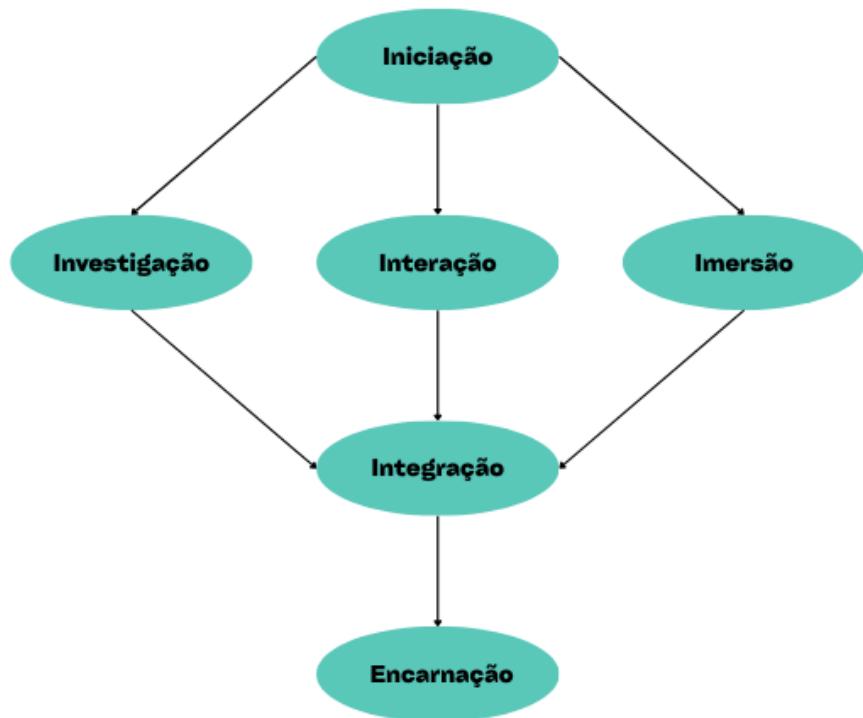
De acordo com Kozinets (2020), a netnografia é uma forma de "pesquisa tecnocultural" que se concentra nas experiências e práticas culturais emergentes em meio às redes digitais. Moura e Souza-Leão (2025), ressaltam a importância de escolher uma comunidade relevante para o fenômeno investigado; de haver a familiarização e sensibilização dos pesquisadores para o contexto que estiverem mapeando; além de registrar interações virtuais associadas às práticas dos membros da comunidade monitorada.

A netnografia não se limita à observação passiva de conteúdos, mas envolve a interpretação de práticas, narrativas, interações e estruturas de sentido que moldam os comportamentos sociais na internet. Esse método tem sido amplamente utilizado na área dos estudos do consumidor, especialmente no campo da Consumer Culture Theory (CCT), bem como em investigações que envolvem subculturas digitais, influencers, fandoms, ativismos online e performances de identidade (Gambetti; Kozinets, 2022; Silva; Amaral; Soares, 2024; Souza-Leão, 2025a).

O método netnográfico destaca-se por ser sensível à complexidade das relações sociais online, reconhecendo que sujeitos e plataformas digitais participam conjuntamente da coprodução de significados. Gambetti e Kozinets (2022) propõem

o conceito de "agência tecnocultural" para designar esse entrelaçamento de humanos e não-humanos (como algoritmos, plataformas e dispositivos) na construção de práticas sociais e performances culturais. Essa concepção se alinha à noção de sujeitos agênticos, frequentemente mobilizada por autores brasileiros como Moura e Souza-Leão (2024b), que defendem a necessidade de considerar os múltiplos agenciamentos que atravessam as interações digitais.

Figura 3: Os Seis Movimentos Procedimentais da Netnografia



Fonte: elaborado por Kozinets (2020).

Na proposição de Kozinets (2020), a netnografia compreende seis etapas procedimentais (Figura 3), que compõem um processo investigativo ético, reflexivo e adaptável às dinâmicas dos ambientes digitais. O primeiro movimento, **iniciação**, consiste na formulação da pergunta de pesquisa, definição teórica e preparação ética e organizacional do estudo. Em seguida, o movimento de **investigação** envolve a exploração e escolha do campo digital mais adequado ao objeto

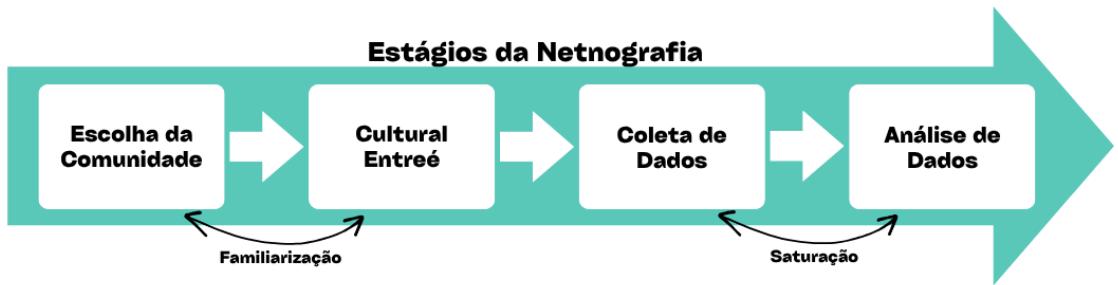
investigado, considerando sua relevância cultural, acessibilidade e densidade interacional.

O terceiro movimento, **interação**, refere-se à coleta de dados por meio da observação e do engajamento com os conteúdos e sujeitos do campo, utilizando dados investigativos, imersivos e interativos. Já o movimento de **imersão** demanda a inserção prolongada e sensível do pesquisador no ambiente digital, promovendo uma compreensão aprofundada das práticas, linguagens e normas da comunidade observada. A etapa de **integração** envolve a análise interpretativa e a articulação teórica dos dados, com foco na extração de sentidos culturais e performativos das práticas digitais. Por fim, o movimento de **encarnação** diz respeito à representação pública dos achados, por meio de formatos narrativos, analíticos ou criativos, que refletem de forma ética e significativa a complexidade do fenômeno pesquisado. Esses movimentos ocorrem de modo interdependente e não-linear, exigindo constante reflexividade por parte do pesquisador (Kozinets, 2020).

Conforme Souza-Leão e colegas (2024) argumentam, esse processo metodológico busca refletir sobre como os significados podem ser modificados, reverberados e incorporados aos comportamentos dos membros analisados (Kozinets; Scaraboto; Parmentier, 2018). Kozinets (2020) afirma que é de fundamental importância que pesquisadores que adotam o método netnográfico tragam esse modelo para a captura de características e padrões de comportamento existentes na cultura de consumo de comunidades online. Adicionalmente, Kozinets e colegas (2018) caracterizam essa metodologia como uma construção de um perfil de caráter de consumo, indicando a existência de integração e sobreposição entre as etapas da netnografia (ver Figura 4), uma vez que a importância da coleta de dados reflete a oportunidade de observar novidades nas interações da comunidade online investigada.

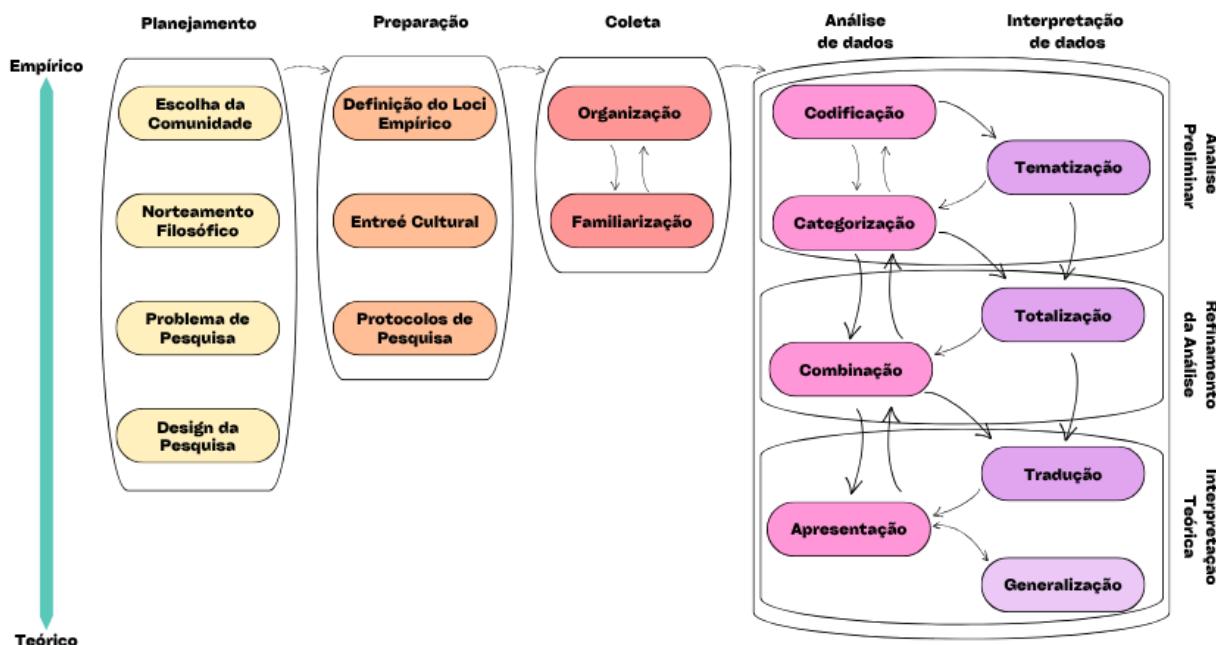
Mediante a tradição netnográfica, é comum que o período de coleta de dados também estejam associados à organização do corpus da pesquisa, e atentos para o momento de saturação (quando as interações coletadas não apresentam mais novidades do fenômeno investigado).

Figura 4 – Estágios da Netnografia



Fonte: elaborado por Souza-Leão et. al. (2024).

Figura 5 – Design da Pesquisa Netnográfica



Fonte: elaborado pelo autor baseado no modelo de Souza-Leão (2025).

Nas atualizações sobre os estudos netnográficos, Kozinets (2010; 2015; 2020) evidencia a necessidade dos estudos netnográficos detalharem os processos de pesquisa. Seguindo a tradição netnográfica do AKAFans (Coletivo de Pesquisa sobre fanhood, mídias sociais e política do consumo), coordenado pelo pesquisador André Souza-Leão (2025), o design da pesquisa netnográfica, apresentado na Figura 5, reforça os processos que precisam ser detalhados e explicitados: Preparação; Coleta de dados; Análise de Dados e Interpretação dos dados.

A seguir, desenvolvemos cada uma dessas etapas com base nos referenciais metodológicos de Kozinets (2010; 2015; 2020), complementados por estudos empíricos brasileiros conduzidos pelo AKAFAAns (Souza-Leão; Moura; Carneiro-Leão, 2023; Cavalcanti; Souza-Leão; Moura, 2021a).

3.1.1. Planejamento

A primeira etapa é o planejamento, onde algumas reflexões e decisões precisam ser tomadas, delimitando a escolha da comunidade, o norteamento filosófico, o problema de pesquisa e o design da pesquisa (Figura 5). Trata-se do desenvolvimento do incômodo que gerou a intenção da pesquisa a um claro, objetivo, detalhado e interessante projeto de pesquisa.

O primeiro passo do planejamento netnográfico é a **escolha da comunidade**. Essa escolha precisa atender a alguns critérios básicos, como a relevância da comunidade para o tema analisado, além de um volume considerável de interações que garantam monstagens heterogêneas, que agreguem valor à comunidade, demonstrem participação ativa de seus membros (Cavalcanti; Souza-Leão; Moura, 2021b; Kozinets; Scaraboto; Parmentier, 2018). A escolha da comunidade envolve a identificação e a verificação de um grupo online com informações relevantes, acessíveis e atuais para os membros do ethos de consumo investigado, além da viabilidade ética e metodológica da investigação (Bartl; Kannan; Stockinger, 2016; Kozinets, 2015).

O **norteamento filosófico** deverá servir como assistência à compreensão do campo empírico, alinhado etimologicamente com perspectiva científica, preferencialmente de uma posição ontologicamente alinhada (Leão; Mello; Vieira, 2009; Paiva Júnior; Leão; Mello, 2011). Através deste norteamento de lente teórica, haverá a reflexividade empírico-teórica-conceitual. Deste processo, deverá ser maturado o **problema de pesquisa**, a contextualização cultural da comunidade e do estranhamento a ser observado em busca da sua compreensão (Souza-Leão, 2023; Price; Moiso; Arnould, 2024). A partir do momento em que o pesquisador passa a se fazer presente na reflexão e investigação constantes, o torna bem mais do que um “estranho que chega para fazer perguntas”, tornando-se mais uma das pessoas que

compartilha espaços mesmos (Mello; Sá, 2016). É importante identificar claramente a questão que conduz à necessidade do estudo (Creswell, 2010).

O planejamento estará completo adotando um design inicial da pesquisa. Nesse sentido, a partir da representação de Souza-Leão e colegas (2024), na figura 4, e as indicações de Kozinets (2020), na figura 3, originando, durante a execução desta pesquisa, durante processo de aperfeiçoamento e registro pelo coletivo AKAFans (Souza-Leão, 2025), na figura 5. Evidenciando a reflexividade e revisitação do planejamento, ajustando-o mediante reflexões das necessidades evidenciadas e registradas.

3.1.2. Preparação

A etapa da preparação se inicia ainda durante o planejamento, mediante a maior integração com a problemática da pesquisa e com o que a motiva, quando o pesquisador investigativo faz correlações de percepções vivenciais. A partir destas percepções e interesses de pesquisa, deverá **definir o *lócus empírico*** para a realização da pesquisa. Essa decisão irá direcionar a(s) ambientação(ões) digital(is) que deverá realizar sua pesquisa, a partir de protocolos que garantam a qualidade e credibilidade metodológica.

Após definir o *lócus empírico*, passamos para a etapa do **entrée cultural**. Essa etapa trata-se da forma como os pesquisadores se inserem na comunidade estudada, buscando compreender suas dinâmicas, códigos simbólicos, normas de convivência e linguagens específicas, familiarizando-se com o tema de forma que eventos gerais e específicos se tornem compreensíveis (Hine, 2008; Moura et al., 2023). Ela é intrínseca à escolha da comunidade, pois fornece informações que atestam a relevância da plataforma para o fenômeno investigado (Kozinets, 2020; Souza-Leão et. al., 2024). Kozinets (2010) argumenta que a entrada no campo deve ser feita de forma ética e respeitosa, considerando a natureza pública ou privada dos espaços virtuais e a necessidade de consentimento informado quando há interação direta com os participantes. Este processo imersivo inicial permite que o pesquisador desenvolva uma sensibilidade contextual às práticas culturais do grupo estudado, o que é fundamental para a posterior coleta e análise de dados. Moura e Souza-Leão (2024a) enfatizam que o entrée cultural demanda familiarização com os modos de

comunicação e expressão característicos do campo, sendo uma etapa essencial para a credibilidade interpretativa da pesquisa.

Para a realização do *entrée* cultural, é indispensável que tenha sido projetado previamente o seu o protocolo. Protocolo do *entrée* cultural é um dos **protocolos de pesquisa** que são previamente pensados para gerar um registro científico estruturado, adequado ao contexto da pesquisa. Seguindo a tradição netnográfica do coletivo AKAFans (Souza-Leão, 2023; 2025), o primeiro protocolo a ser construído é o do *entrée* cultural, para garantir uma familiarização com abrangência cultural e de perspectivas dos principais agentes envolvidos (influenciadorus, seguidorus e plataformas). A função do protocolo não é restringir-se às perguntas e campos nele expressos, mas garantir uma maior amplitude na captura de práticas e agências, além de favorecer a reflexão sobre os dados coletados e manipulados. Assim que o pesquisador definir os tipos de dados netnográficos farão parte do seu corpus, deverá elaborar os protocolos adequados para cada tipo de dado previamente a ser coletado (Souza-Leão, 2023). Nesta pesquisa, delimitamos a utilização de dados investigativos e imersivos, por julgarmos que não seria necessário a geração de dados interativos.

Como já foi evidenciado, várias etapas da netnografia ocorrem de formas sobrepostas e concomitante, por isso, ainda na etapa de preparação, ao realizar a imersão e desenvolver familiarização com a comunidade, beneficiando-se da reflexibilidade do processo, o pesquisador deverá elaborar os protocolos de coleta para cada tipo de dado com atenção a alguns pontos:

- I.os critérios de seleção dos sujeitos e do conteúdo;
- II.a forma de arquivamento e organização dos dados;
- III.o período e a frequência da coleta; e
- IV.os cuidados éticos adotados.

Além do protocolo do *entrée*, também faz-se necessário protocolos de coleta, para cada diferente tipo nas pesquisas netnográficas (investigativa, imersiva e interativa), devidamente adequado às necessidades de cada tipo de coleta ou produção de dados (Kozinets, 2020; Souza-Leão, 2023). Salmons (2022) recomenda que os protocolos sejam registrados em documentos acessíveis aos membros da

equipe de pesquisa e, quando possível, compartilhados em apêndices ou materiais suplementares para garantir transparência, como exemplificamos aqui.

3.1.3. Coleta

Esta etapa refere-se à construção do corpus da pesquisa, quando dados são coletados, em suas diferentes formas de constituição. As ações interativas entre os membros da comunidade são agrupadas e armazenadas para análise posterior (Arvidsson; Caliandro, 2016; Kozinets; Scaraboto; Parmentier, 2018). Dentre as opções para a realização da netnografia, a coleta de dados compartilhados em redes sociais (como postagens no Instagram, Tiktok, X/Twitter ou Facebook, dicas no Google Maps ou IMDb e discussões em Blogs, Fóruns ou em grupos de mensagens do Whatsapp ou Telegram) permite aos pesquisadores sistematizar a construção do corpus da pesquisa (Souza-Leão et. al., 2024).

Para tal, esta etapa requer a constante da **organização** aplicada de acordo com os protocolos e decisões delimitantes da pesquisa. Esta sistematização facilita a elaboração das etapas adotadas durante a pesquisa, **familiarização** com o ethos de consumo, saturação da coleta de dados e destaca questões éticas da condução de pesquisas online (Costello, McDermott, Wallace, 2017; Kozinets, 2010). Cumprir com essa etapa significa garantir uma estruturação e manuseio de dados de forma comprehensível e de fácil manipulação para a realização de reflexões e correlações do empírico ao teórico, e ainda contribuir com a transparência metodológica.

A coleta de dados deve ser temporariamente significativa e incluir dados que permitam a compreensão dos significados e do contexto investigado (Cavalcanti; Souza-Leão; Moura, 2021a). Nas pesquisas netnográficas, podem incluir três tipos diferentes de dados: dados investigativos, dados imersivos e dados interativos (Kozinets, 2020).

- **Dados investigativos** referem-se a conteúdos já disponíveis publicamente nas mídias sociais, como postagens, legendas, comentários, vídeos, imagens e hashtags. Esses dados são coletados de forma não interventiva e podem ser utilizados para identificar padrões discursivos, performances culturais e redes de significação (Kozinets, 2020).

- **Dados imersivos** dizem respeito às observações do pesquisador durante sua inserção no campo, adotando, por isso, a produção dos registros em diário de campo, tais quais anotações reflexivas, percepções contextuais e descrições etnográficas. Segundo Souza-Leão, Moura, Carneiro-Leão (2023), esse tipo de dado permite captar nuances subjetivas e afetivas das interações online.

- **Dados interativos** envolvem a coprodução de informações por meio de entrevistas, interações em mensagens diretas, enquetes ou dinâmicas participativas. Kozinets (2020) distingue entre interações naturalistas (ocorrem espontaneamente no campo) e interações estruturadas (planejadas pelo pesquisador). Em ambos os casos, é imprescindível o cuidado ético, especialmente quanto ao consentimento e à privacidade dos interlocutores.

Isto posto, utilizamos o protocolo de coleta de dados investigativo, no qual, segundo Souza-Leão (2023), faz-se necessário registrar informações do arranjo da comunidade (rede de influência e plataforma), quanto aos dados investigativos a serem coletados (formato dos dados; local de sua disponibilidade; agentes; tópicos e enfoques; forma de arquivamento; período e frequência da coleta).

O trabalho de produção dos **dados investigativos** dá-se mediante o contato contínuo, acompanhamento, monitoramento, reflexão em torno dos tópicos e enfoques definidos e relato dos insights performativos captados pelo pesquisador mediante a reflexão das performances e dos discursos que as permeiam. Como já evidenciado, os tópicos e enfoques devem servir como base para a definição de que dados são relevantes à pesquisa, dentro de uma multiplicidade massiva de dados.

Os registros dos **dados imersivos** devem ser feitos conforme o protocolo de pesquisa adequado (Quadro 1), com a finalidade de estruturar os dados coletados por percepções específicas separados entre:

- I. reconhecimento (relato do contato com o arranjo definido);
- II. registro propriamente dito (relato de tudo que for pertinente em relação aos tópicos e enfoques de pesquisa);
- III. reflexão (com registros de insights, ou ideias, preferencialmente com relação aos tópicos e enfoques, mas sem deixar de registrar outras ideias que surgirem não relacionadas à primeira impressão); e

IV.pesquisa (campo onde deveremos registrar conexões entre todos os registros e referências teórico-conceituais que surgirem ao pesquisador).

Quadro 1 – Protocolo de coleta de dados Investigativo

Arranjo		Teor dos Dados		
		Agente	Tópico	Enfoque
Rede de influência:	(i.e., influenciadore digital)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	Tematização do dado relevante	Foco do dado relevante
Plataforma:	(i.e., mídia social da coleta)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	Tematização do dado relevante	Foco do dado relevante
Dados		(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	Tematização do dado relevante	Foco do dado relevante
Forma do dado:	(e.g., fotos, vídeos, descrições, comentários)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	Tematização do dado relevante	Foco do dado relevante
Local de disponibilidade do dado na plataforma:	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	Tematização do dado relevante	Foco do dado relevante
Teor dos dados:	(com base nos tópicos e enfoques definidos)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	Tematização do dado relevante	Foco do dado relevante
Forma de arquivamento:	(e.g., print, download, criação de arquivo)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	Prints, Download via outros sites (e.g., snapinsta)
Tempo		(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	Prints, Download via outros sites (e.g., snapinsta)
Período de coleta:	(i.e., intervalo de tempo do trabalho de campo)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	Prints, Download via outros sites (e.g., snapinsta)
Frequência de coleta:	(i.e., regularidade da coleta de dados)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	Prints, Download via outros sites (e.g., snapinsta)
Arquivamento				
		Agente	Forma	Disponibilidade
Período de coleta:	(i.e., intervalo de tempo do trabalho de campo)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	Prints, Download via outros sites (e.g., snapinsta)
Frequência de coleta:	(i.e., regularidade da coleta de dados)	(i.e., Influenciadore, seguidorus, plataforma)	(e.g., aba, stories, reels, feed, chat)	Prints, Download via outros sites (e.g., snapinsta)

Fonte: elaborado pelo autor com base em Souza-Leão (2023; 2025).

As percepções relacionadas aos registros dos itens II, III e IV devem ser registradas separadamente para cada sujeito agêntico, ou seja, enquanto o item I poderá registrar o reconhecimento do campo, no período determinado, os demais itens deverão ser registrados de formas distintas para cada agente contemplado na pesquisa, registrando separadamente os insight dos influenciadorus, seguidorus e plataforma (vide Quadro 2).

Quadro 2 – Protocolo de coleta de dados imersivos

Período da coleta: 00 a 00 de mês de 2024
I. Reconhecimento
Campo reservado para registro do relato de como se deu seu contato com as produções da semana no arranjo (e.g., postagens de influenciadore, comentários dos seguidorus, aspectos relacionados à plataforma enquanto navegava) durante o período.
Agente: (Influenciadore ou Seguidorus ou Plataforma)
II. Registro

<p>Campo reservado para registro das “notas de campo”. Registre tudo que entender que seja pertinente em relação aos tópicos e enfoques de pesquisa presentes nas postagens do influenciador.</p>
III. Reflexão
<p>Campo reservado para registro de todos os insights que tiver sobre sua imersão. Encare como um brainstorming, então não se policie. Contudo, deve-se ter em vista os tópicos e enfoques de pesquisa, sem deixar de registrar ideias que não pareçam diretamente relacionadas a eles.</p>
IV. Pesquisa
<p>Espaço para registro das conexões entre seus registros, suas reflexões e referências teórico-conceituais que lhe ocorrerem. Nem sempre esse insight vai acontecer, e tudo bem. É possível que aconteça em um momento futuro. Se isso acontecer, não esqueça de voltar e registrar. Na etapa de interpretação poderá ser avaliado.</p>

Fonte: elaborado por Souza-Leão (2023).

3.1.4. Análise e Interpretação de Dados

A etapa de **análise dos dados** representa o momento em que o corpus da pesquisa é investigado para elaborar seus achados. Com base em Kozinets (2020), Souza-Leão (2025) adaptou a análise nos seguintes processos: **codificação, categorização, combinação e apresentação**. A **interpretação dos dados**, por sua vez, visa atribuir sentido aos achados, construindo narrativas analíticas que revelem os modos como os sujeitos performam identidades, produzem significados e negociam pertencimentos nos espaços digitais. Na adaptação adotada (Souza-Leão, 2025), a interpretação segue os seguintes processos: **tematização, totalização, tradução e generalização**. Souza-Leão, Moura e Carneiro-Leão (2024) destacam que análise e interpretação são processos concomitantes e iterativos, podendo ser iniciado juntamente com o processo de coleta, que exige reflexividade constante por parte do pesquisador (vide figura 5).

Kozinets (2015; 2020) propõe que a análise netnográfica deve buscar padrões emergentes nos discursos, performances e interações, considerando o contexto cultural e relacional no qual estão inseridos, além de defender uma abordagem que valorize a complexidade, a ambiguidade e a criatividade dos fenômenos tecnoculturais. Contudo, é preciso ficar atento para o risco de análises

descontextualizadas ou excessivamente estruturadas, que desconsiderem a natureza fluida, afetiva e simbólica das interações online (Kozinets, 2020).

A quantidade de dados que compõem o corpus da pesquisa netnográfica pode variar, dependendo da natureza interacional do contexto investigado, mesmo com volumes bem maiores de dados desde que os pesquisadores procedam com paciência, realizando rodadas de triangulação que promovam a verossimilhança dos achados e garantam a credibilidade dos resultados da pesquisa (Kozinets; Scaraboto; Parmentier, 2018). A abordagem netnográfica prioriza a familiaridade e o domínio das interações, alcançados durante o refinamento da análise de dados, evitando correlações probabilísticas que limitam os significados culturais estabelecidos no contexto investigado (Kozinets, 2010; Souza-Leão et. al., 2024).

3.2. Operacionalização da Netnografia

Após conceitualizar a metodologia que adotamos em nosso estudo, podemos indicar como esta foi operacionalizada. Logo, buscamos indicar os passos realizados ao longo de nosso estudo, descrevendo a operacionalização das diferentes fases da execução da pesquisa.

A netnografia, ao se estabelecer como um método robusto para investigar práticas culturais e performances sociais em contextos digitais (Kozinets, 2020), apresenta grande potencial analítico para compreender fenômenos como a construção de identidades, o consumo simbólico e a produção de subjetividades em redes sociais. Sua flexibilidade metodológica, aliada à ênfase na ética, na reflexividade e na profundidade interpretativa (Gambetti; Kozinets, 2022), torna-a especialmente adequada para estudos que envolvem comunidades marginais, práticas de resistência e expressões culturais não hegemônicas (Salmons, 2022). A netnografia se configura como uma atitude investigativa sensível à complexidade do mundo contemporâneo, onde o social, o simbólico e o tecnológico se entrelaçam de modo indissociável (Souza-Leão; Moura; Carneiro-Leão, 2023; 2024).

No caso da nossa pesquisa, que debruça-se sobre as performances de drag queens brasileiras nas mídias sociais, de forma similar a outras performatividades ético-políticas (Moura; Souza-Leão, 2025), a netnografia permite investigar como esses sujeitos constroem suas personas (Hine, 2008), negociam visibilidade,

enfrentam normas de gênero e mobilizam estéticas e afetos em seus processos de auto expressão digital.

A partir das etapas detalhadas na subseção 3.1, descreveremos a seguir o processo de operacionalização da nossa pesquisa, onde abordaremos quanto a escolha da comunidade e o planejamento da pesquisa, ao processo do entrée cultural e a preparação, a construção do corpus de pesquisa e sua organização durante a coleta, além das etapas de análise e interpretação dos dados.

3.2.1. Escolha da Comunidade

Ao iniciarmos o planejamento, que engloba o design da pesquisa, a escolha da comunidade ou sujeitos agênticos que irão compor o corpus da pesquisa, a busca do suporte filosófico e problematização de pesquisa. Como apontado por Kozinets (2020) buscamos atender simultaneamente os critérios de relevância e reconhecimento por diferentes agentes distintos, humanos e não-humanos.

Paralelamente, a partir do perfil do instagram do pesquisador exclusivo para o acompanhamento midiático de drag queens, foram realizadas buscas ativas de perfis de drag queens brasileiras, juntamente a buscas no google por publicações de veículos midiáticos e blogs especializados por notícias que indicavam drags de relevância no mercado brasileiro (Nascimento, 2016; Bol, 2017; Mabeloop, 2018; Adelino, 2020; Latinos Brasil, 2020; Colombo, 2021; Carvalho, 2022; Observatório da Qualidade no Audiovisual, 2022; Folha de São Paulo, 2023; Terra, 2024; Wikipédia, 2024).

Neste processo identificamos 188 perfis de drag queens brasileiras que possuem um perfil exclusivo para sua persona drag no Instagram, tendo perfis com milhões de seguidores a perfis com algumas centenas de seguidores. Através das informações levantadas inicialmente, e dando nosso primeiro passo da etapa de preparação (figura 5, na seção 3.1), selecionamos o Instagram como nosso locus empírico. Essa decisão foi tomada com base nas evidências das buscas online e utilização das drag queens brasileiras que emergiram, e da relevância do Instagram no cenário das plataformas digitais de mídias sociais no Brasil (Dourado, 2023; Santos, 2023; Kemp, 2024). Com base na utilização das mídias sociais das drag queens brasileiras, entendemos que o Instagram é uma plataforma que é utilizada

como compilador de diferentes conteúdos, em diferentes tipos de mídia, que são distribuídos em outras plataformas, mas também replicados no Instagram de forma integral ou parcial. Entretanto, na etapa de coleta de dados imersivos, o acesso a dados cross-plataformas será indispensável, seja para consumir um conteúdo de forma completa, como músicas, vídeos ou textos.

Tendo em vista a influência causada pelas competições em formato de reality shows para o cenário global, inclusive no Brasil, nos certificamos que fossem levadas em consideração todas as drag queens que participaram de reality shows exclusivos para drag queens brasileiros, tais quais Academia de Drags (2014), Queen Star Brasil (2022), Caravana das Drag (2023) e Drag Race Brasil (2023), nesse mapeamento inicial.

Tabela 1 – Ranking das Drag Queens Brasileiras mais seguidas no Instagram

	Drag Queen	Seguidores (14/07/2024)	@	Atuação	Origem	Nasc.
1	Pablllo Vittar	12,8 mi	pabllovittar	Cantora	São Luís (MA)	01/11/1993
2	Gloria Groove	5,5 mi	gloriagroove	Cantora	São Paulo (SP)	18/01/1995
3	Blogueirinha	4,2 mi	blogueirinha	Apresentadora	Rio de Janeiro (RJ)	03/01/1994
4	Gabryell Urlan	2,4 mi	gabryellurlan / djgabryellurlan	DJ	Recife (PE)	11/01/1998
5	Nany People	1,4 mi	nanypeople	Comediante	Machado (MG)	01/07/1965
6	Rita Von Hunty	1,2 mi	rita_von_hunty	Educadora	Ribeirão Preto (SP)	17/10/1990
7	Diego Martins	1,6 mi	di_egomartins	Cantora	Campinas (SP)	07/05/1997
8	Halessia	808 mil	halessia	Maquiadora	Florianópolis (SC)	27/06/1996
9	Ismeiow	785 mil	ismeiow	Maquiadora	São Paulo (SP)	12/04/2002
10	Samira Close	740 mil	samiraclose	Streamer Gamer	Fortaleza (CE)	14/01/1994
11	Lorelay Fox	714 mil	lorelay_fox	Apresentadora	Sorocaba (SP)	22/01/1987
12	Grag Queen	581 mil	gragqueen	Apresentadora	Canela (RS)	29/06/1995
13	Aretuza Lovi	524 mil	aretuzalovi	Cantora	Cristalina (GO)	09/03/1990
14	Lia Clark	520 mil	liaclark	Cantora	Santos (SP)	15/02/1992
15	Bianca DellaFancy	494 mil	biancadellafancy	Maquiadora	São Paulo (SP)	15/12/1990

Fonte: elaborado pelo autor, a partir de dados obtidos através do Instagram e buscas online.

Já tendo selecionado nossa macro comunidade, ao identificarmos os 188 perfis de drag queens brasileiras que produzem conteúdos e os veiculam em seus perfis nas mídias sociais, em especial no Instagram, criamos critérios para selecionarmos os perfis a serem pesquisados. O primeiro critério foi estabelecer que investigaremos as drags mais influentes no locus empírico escolhido, brasileiras (atuantes no Brasil), que se identificassem como uma pessoa LGBTQIAPN+ e com movimentação constante de seu perfil na plataforma selecionada. Desta forma, a partir das 188 drags identificadas inicialmente, fizemos um ranking das 15 drags com o maior número de seguidores no Instagram. Ao assim fazermos, obtivemos o ranking demonstrado na tabela 1.

Como informações complementares, adicionamos o principal campo de atuação, cidade de origem e data de nascimento de cada uma das 15 drag queens mais seguidas no Instagram. A partir desses dados, decidimos garantir uma representatividade mais ampla, por tanto, outros critérios definidos foram garantir variedade de localidades de origem, variedade geracional e variedade de atuações principais. Adicionalmente, escolhemos nos debruçar sobre drag queens que seus perfis fossem principalmente e majoritariamente destinada a sua vivência drag. A partir destes critérios chegamos na formação da comunidade a ser investigada demonstrada na tabela 2 e figura 6.

Tabela 2 – Influenciadoras Drag Queens Brasileiras consideradas para pesquisa

Drag Queen	@	Seguidores (14/07/2024)	Atuação	Origem	Nasc.
Pabllo Vittar	pabllovittar	12,8 mi	Cantora	São Luís (MA)	01/11/1993
Nany People	nanypeople	1,4 mi	Comediante	Machado (MG)	01/07/1965
Rita Von Hunty	rita_von_hunty	1,2 mi	Educadora	Ribeirão Preto (SP)	17/10/1990
Ismeiow	ismeiow	785 mil	Maquiadora	São Paulo (SP)	12/04/2002
Samira Close	samiraclose	740 mil	Streamer Gamer	Fortaleza (CE)	14/01/1994
Grag Queen	gragqueen	581 mil	Apresentadora	Canela (RS)	29/06/1995

Fonte: elaborado pelo autor.

A primeira drag queen selecionada para compor a comunidade investigada foi a Pabllo Vittar, por ser a drag queen brasileira de maior relevância nacional e internacional; por ser a drag queen mais seguida em mídias sociais do mundo e a principal representante das drags cantoras brasileiras. A partir dos conceitos de tipos de influenciadores de Ovrein e colegas (2021), podemos classificar a Pabllo Vittar como uma drag influencer celebridade.

Em seguida, a Nany People foi a segunda a ser escolhida, por ser uma representante das drags comediantes; por compor o grupo geracional da vanguarda do cenário drag, representando os transformistas; por ser uma representante travesti / mulher trans, além de ser uma artista voltada majoritariamente para o teatro e mídias tradicionais (TV). Por esses fatores, podemos classificá-la como uma drag influencer entusiasta mercadológica (Ovrein et. al, 2021).

A terceira drag, trata-se da Rita Von Hunty, que foi selecionada por representar a classe das drag queens educadoras, que desenvolve conteúdos ricos em utilidade; por sua importância social e política, não tão comum e por isso garantindo uma diversidade de atuações. Mediante as suas características, entendemos que ela se classifica como uma drag influente entusiasta.

Figura 6 – Seleção da comunidade de drag queens brasileiras



Pabllo Vittar

Nany People

Rita Von Hunty

Ismeiow

Samira Close

Grag Queen

Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dados netnográficos.

Para representar a atuação das drags maquiadoras, foi escolhida a Ismeiow por ser a única drag do ranking nascida após os anos 2000, garantindo uma diversidade geracional, além de ser uma das drags em grande ascensão midiática nos últimos tempos (confirmando-se ainda mais durante o desenvolver da pesquisa (saltando de 352 mil seguidores no primeiro contato com a drag, em 15 de agosto de 2023, para 785 mil seguidores no registro feito na tabela 4, em 14 de julho de 2024, e atingindo 1.3 milhões de seguidores no último registro de acompanhamento, em 15 de agosto de 2025). Entendemos, por isso, que a Ismeiow vem passando por um estágio de transição progressivo de uma drag entusiasta por maquiagem, para uma drag influencer entusiasta.

A quinta drag selecionada foi a Samira Close por representar uma atuação específica, de streamer gamer, além de garantirmos uma maior diversidade regional. Pela trajetória da Samira, ela também demonstra uma transição de uma drag entusiasta por influência na internet, para uma drag influencer mercadológica. E, por

fim, a sexta drag selecionada foi a Grag Queen, representando a atuação de apresentadora, apesar de também ser cantora. Isso se deve, principalmente, pelo fato dela ser uma representante da ligação da influência globalizante do fenômeno “RuPaul’s Drag Race”, por ser a apresentadora da versão brasileira desta franquia estadunidense de reality show. E por fim, classificamos a Grag como drag influencer celebridade, em proporção menor e mais focal do que a Pabllo.

Tendo, então, realizada a escolha da comunidade, conforme Kozinets (2020), faz-se necessário a definição de uma lente teórica filosófica norteadora para a execução analítica e interpretativa da netnografia. Conforme apresentado no referencial teórico, escolhemos a lente teórica butleriana, uma vez que o campo empírico da pesquisa se localiza no âmbito histórico-cultural queer, além de ser uma lente já amplamente adotada em pesquisas críticas netnográficas.

Uma vez que a etapa de planejamento foi concluída, daremos continuidade ao detalharemos quanto a operacionalização da etapa de preparação. Contudo, reforçamos que a preparação deu-se início ainda durante o planejamento, a partir do momento da definição do locus empírico, além de ser possível retornarmos ao planejamento caso algo precise ser repensado a partir de que novas informações sejam processadas pelo pesquisador e seja identificado a necessidade de algum ajuste no planejamento inicial (Kozinets, 2020).

3.2.2. Entrée Cultural

Uma vez já definido o locus empírico, para realizarmos o processo de preparação é necessário realizarmos o entrée cultural (Kozinets, 2020), processo de familiarização, sensibilidade cultural e credibilidade interpretativa dos pesquisadores ao contexto cultural investigado. A criação dos protocolos de pesquisa é um processo em que são detalhados os procedimentos a serem seguidos na execução dos processos de coleta de dados e análise de dados (Souza-Leão, 2025).

O entrée cultural trata-se da entrada ética e planejada no campo digital, para garantir que o pesquisador compreenda normas, regras e expectativas da comunidade selecionada, como códigos culturais, linguagem, gírias, hashtags e práticas comunicativas (Kozinets, 2020). Para tal, requer-se reflexão ética

(consentimento, privacidade, confidencialidade), coerente com o papel definido para atuação do pesquisador.

Nesta pesquisa, definimos que o pesquisador seria um observador passivo, que, durante a observação não participante, teve o papel de mapear temas, padrões interativos e relevâncias da comunidade. Complementarmente, foram realizados registros reflexivos, nos quais foram produzidas notas sobre impressões, interpretações e posicionamentos. Através deste processo, o pesquisador atinge familiaridade suficiente para interpretar significados com credibilidade.

Embora a netnografia envolva uma imersão profunda nos espaços digitais, é essencial que o pesquisador mantenha um distanciamento reflexivo e ético, evitando confundir sua experiência com a dos membros da comunidade (Kozinets, 2020). Esse equilíbrio entre engajamento e distanciamento assegura a integridade da análise, prevenindo vieses interpretativos.

Nosso entrée cultural deu-se principalmente no período de março a julho de 2024, onde durante o processo de familiarização com a comunidade, realizamos o preenchimento do protocolo do entrée cultural (tabela 1, na subseção 3.2.1), para garantir um processo exaustivamente reflexivo. Acompanhamos, monitoramos e nos debruçamos com profundidade dos perfis das drag queens selecionadas. Dessa forma foi possível atingir uma percepção de volume e diversidade de dados. Neste processo, uma vez definida a participação observante não interativa do pesquisador, entendemos que o volume e variedade de dados netnográficos investigativos e imersivos seriam suficientes para atingir o objetivo investigativo da pesquisa.

Com base na percepção do volume de dados, no protocolo de coleta de dados investigativos e no tempo hábil de desenvolvimento desta pesquisa, definimos que nosso arranjo seria focado nas seis drag queens brasileiras influencers (não incluindo os agentes “seguidorus” e “plataforma” em nosso arranjo de pesquisa). Portanto, com o foco na investigação das drags influencers, a realização da coleta de dados investigativos seria composta por fotos, vídeos, descrições, legendas, volume de curtidas e de comentários. O período da coleta englobaria um ciclo de um ano calendário (referente ao ano de 2024), englobando coleta de postagens fixas retroativas e acompanhamento das postagens futuras, em ciclos semanais, e

mediante a realização das postagens, a partir da aprovação e qualificação pela banca avaliadora da referida pesquisa.

Para a coleta destes dados, foi necessário acesso aos perfis públicos das drags influencers e às suas postagens no feed e reels. Para o arquivamento dos dados, foi utilizado prints e download das fotos e vídeos (através do recurso de captura de imagem do windows, além de uma ferramenta online de download de conteúdos abertos do Instagram, como o “Snapinsta” - <https://snapinsta.to/>). Para arquivamento digital dos dados visuais e audiovisuais, foi utilizado o armazenamento em nuvem do “google drive” vinculado ao email institucional da Universidade Federal de Pernambuco do pesquisador (acessível apenas a mim e a meu orientador). Paralelamente, quanto aos dados textuais, referenciais e quantitativos referente a todos os dados publicados nos perfis das drag queens no Instagram, do período determinado, estes foram organizados em uma planilha composta pelas seguintes informações: data da publicação, título do arquivo, sinalização se o conteúdo foi selecionado para análise ou não, e se foi armazenado digitalmente ou não, o tipo da publicação e material, o registro textual da legenda da postagem, a quantidade de curtidas e comentários em cada publicação, anotação descritiva da percepção do pesquisador, além do tópico e enfoque de correlação inicial.

Os tópicos e enfoques são construídos como guias investigativos. Eles devem ser utilizados para direcionar a decisão de seleção de conteúdos referente a cada agente investigado (influencer, seguidor, plataforma), contudo, os tópicos e enfoques não são imutáveis e rígidos. O pesquisador deve praticar sua reflexibilidade e adaptar caso identifique a possibilidade e interesse. Para nossa pesquisa, delimitamos que para o agente investigado, Drag Queens Brasileiras Influencers, delimitamos os conteúdos coletados tendo em vista os tópicos celebrização, Performances e Política (tabela 3).

Tabela 3 – Protocolo Investigativo: Tópicos e Enfoques

Agente	Tópico	Enfoque
Drag Queens Brasileiras Influencers	Celebrização	Aura
		Propriedade
		Habilidades
	Performances	Montações

Política		Ethos
		Arte
	Empoderamento	
	Ativismo	
	Cenário	

Fonte: elaborado pelo autor baseado no modelo de Souza-Leão (2023).

Para o tópico **Celebrização**, foram designados como enfoque: Aura (aspectos práticos comportamentais correlacionados a autenticidade); Propriedade (aspectos práticos relacionados a domínio de conhecimentos); e Habilidades (aspectos práticos relacionados a capacidades de execução). Para o tópico **Performances**, foram designados como enfoque: Montações (práticas identitárias estéticas e capacidade de produção artística); Ethos (posicionamentos morais contextualizados); e Arte (práticas autorais e visões estéticas). Por fim, para o tópico **Política**, foram designados como enfoque: Empoderamento (práticas de propagação de informações para bem comum); Ativismo (posicionamentos ativos e mobilizadores); e Cultura (práticas, culturalização, e localização contextual).

A seguir, abordaremos quanto a construção do nosso corpus de pesquisa, mediante o trabalho de coleta de dados investigativos e a produção de dados imersivos, este último fruto da realização de uma espécie de diário de campo.

3.2.3. Construção do corpus de pesquisa

Como apontado anteriormente, decidimos que serão utilizados dados netnográficos dos tipos investigativos e imersivos, por entendermos que estes serão suficientes quanti e qualitativamente para o estudo em questão. Com base na definição das 6 drag queens a serem observadas (vide tabela 4 e figura 6) e os tópicos e enfoques definidos (vide tabela 3), procederemos a coleta de dados investigativos e imersivos.

A definição prévia dos tópicos e enfoques é de extrema relevância na delimitação focal de quais dados coletar, uma vez que existe uma multiplicidade muito grande de dados produzidos pelos agentes selecionados. A seguir, detalhamos as etapas da construção do nosso corpus de pesquisa.

3.2.4. Trabalho de coleta de dados investigativo

Para definirmos a coleta de dados investigativos, fez-se necessário a realização de um protocolo inicial que compreendeu, além da definição do arranjo formado pelos sujeitos agênticos (ex. Influenciadores digitais e seguidores) e o lócus da coleta (ex. mídia social da coleta), também detalhar os dados, quanto a sua forma, local de disponibilidade, teor dos dados e forma de arquivamento, além do período e frequência de coleta.

A coleta de dados investigativos das seis drag queens selecionadas foi realizada a partir dos seus perfis no Instagram, plataforma de maior significância no cenário brasileiro (Dourado, 2023; Santos, 2023; Kemp, 2024), definida como locus empírico. A coleta teve seu início em setembro de 2024, após a qualificação do projeto de pesquisa deste trabalho, estendendo-se até as primeiras semanas de janeiro de 2025.

Os dados investigativos foram os primeiros a ter sua coleta iniciada. Esse esforço inicial destinado aos dados investigativos deu-se pelo volume de dados acumulados referentes ao período retroativo ao início da coleta, ou seja, referente às publicações entre janeiro e agosto de 2024 das seis drag queens. Nesse processo houve um ganho progressivo de aprendizado no processo de organização dos dados, durante a coleta retroativa, além de ter sido oportuno na reflexão do pesquisador para identificar oportunidades de aprimoramento na seleção, coleta e organização dos dados, conforme relatamos no processo de preparação.

Tabela 4 – Quantitativo de Postagens Avaliadas x Selecionadas

Drag Queen	Posts 2024 Avaliados	Posts 2024 Selecionados	%
Pabllo Vittar	257	78	30,35%
Rita Von Hunty	183	67	36,61%
Nany People	379	100	26,39%
Ismeiow	102	54	52,94%
Samira Close	133	54	40,60%
Grag Queen	133	60	45,11%

	1187	413	34,79%
--	------	-----	--------

Fonte: elaborado pelo autor.

O processo de registro dos dados, deu-se em ordem cronológica, concomitantemente em todas as drag queens, começando pelas postagens de janeiro de 2024 até as de dezembro de 2024. O registro era feito seguindo um padrão de nomenclatura do arquivo (Nome da Drag_Ano_Mês_Dia_Formato da Mídia), utilizado no armazenamento dos arquivos digitais. No total, foram avaliados 1.187 postagens, referente ao ano de 2024, do nosso arranjo de seis drag queens brasileiras (vide tabela 6). Destas, foram selecionadas 413 postagens do conjunto de drags investigadas, o equivalente a 34,79% do quantitativo total de postagens identificadas durante os registros de coleta.

Praticando a reflexibilidade, foi identificado a importância de um espaço para anotações de observações do pesquisador mediante seu primeiro contato com o conteúdo selecionado. Em decorrência dessa inclusão, foi garantido uma riqueza de informações no momento de realizar a produção de dados imersivos, os quais abordaremos a seguir.

3.2.5. Trabalho de produção de dados imersivos

Assim como nos dados investigativos, a coleta de dados imersivos (que podemos exemplificar como um diário de campo do pesquisador) é composta pela produção de registros regulares quanto a percepções, relações, notas, notícias e tópicos que possam ser considerados relevantes pelo pesquisador. Também deve acompanhar um protocolo de coleta (vide tabela 2, na subseção 3.2.1), com a finalidade de estruturar os dados coletados por percepções específicas, de cada agente investigado.

Nosso arranjo de pesquisa é focado no agente influencers, decidindo não focar nos seguidores e/ou plataformas, devido a inviabilidade de execução em decorrência do prazo institucional hábil para o desenvolvimento da pesquisa. Assim sendo, seguimos o protocolo de coleta de dados imersivos, desenvolvido pelo grupo de pesquisa AKAFans (Souza-Leão, 2025), composto pelos seguintes campos: Reconhecimento (espaço para registro do relato de como se deu o contato do

pesquisador com as produções da semana no arranjo durante o período); Registro (espaço para registro das “notas de campo”, onde o pesquisador deverá anotar tudo que entender que seja pertinente em relação aos tópicos e enfoques de pesquisa presentes nas postagens dos influencers); Reflexão (espaço para registro de todos os insights que tiver sobre a imersão, devendo ter em vista os tópicos e enfoques de pesquisa, mas sem deixar de registrar ideias que não pareçam diretamente relacionadas a eles); e Pesquisa (espaço para registro das conexões entre seus registros, as reflexões e referências teórico-conceituais ocorrerem ao pesquisador). É possível que reflexões e anotações de pesquisa aconteçam em um momento futuro. Se isso acontecer, não esqueça de voltar e registrar. Na etapa de interpretação poderá ser avaliado (Souza-Leão, 2025).

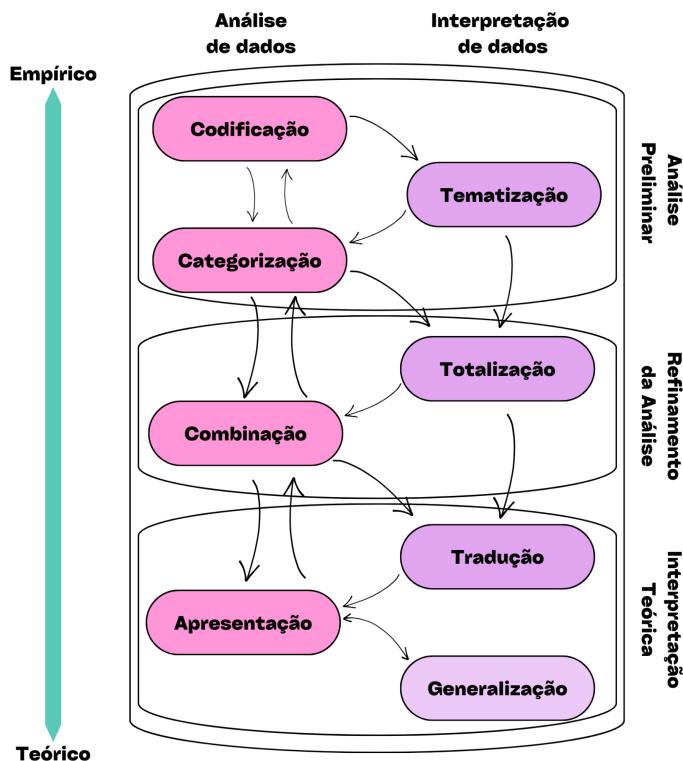
Na pesquisa, a coleta de dados imersivos teve seu início em outubro de 2024, com um mês da coleta investigativa ter sido iniciada. Esse movimento se deu pela preocupação de realizar um trabalho de familiarização e otimização do processo de coleta investigativa e sua organização. Deste processo, decorreu-se o insight da inclusão de uma anotação das observações do pesquisador de cada postagem selecionada. Os relatórios imersivos eram produzidos semanalmente, sendo o primeiro relatório semanal no período compreendido de 30/09 a 06/10/2024, e o último relatório semanal decorrente ao período entre 23/12 a 31/12/2024, totalizando 13 relatórios. Por questões adaptativas, o último relatório semanal é formado por sete dias acrescidos de dois dias a mais, para englobar os últimos dias do ano.

Esse movimento, garantiu uma descrição mais detalhada nos relatórios imersivos, além de contextos para etapas reflexivas analíticas e interpretativas seguintes.

3.2.6. Análise e Interpretação dos dados

Segundo Kozinets (2020), na análise dos dados, o pesquisador trata daquilo que foi coletado englobando processos de codificação, categorização, combinação e apresentação. Enquanto na interpretação dos dados, o pesquisador buscará refletir quanto os sentidos e intenções que emergem dos dados durante a análise, englobando os processos de tematização, totalização, tradução e generalização, sempre atentos aos critérios de qualidade.

Figura 7 – Processo de análise e interpretação de dados Netnográficos



Fonte: elaborado por Souza-Leão (2025).

Entretanto, esse processo analítico-interpretativo não acontece de formas independentes, mas sim de forma concomitante e intercambiada (Souza-Leão, 2025). Para exemplificar o processo analítico-interpretativo intercambiada, apresentamos a seguir a figura 7 que demonstra o eixo transicional empírico / teórico, cada uma das etapas da análise e interpretação dos dados, além dos processos evolutivos analítico-interpretativos.

Mediante a tradição metodológica netnográfica AKAfanica (Souza-Leão, 2025), dá-se início ao processo de Análise Preliminar ao dar início a **Codificação**. A codificação trata-se de uma rotulação da representação de padrões de práticas, ou performances, identificadas no campo empírico. Esse rótulo, refere-se a uma frase que possa sintetizar sua descrição e a subjetividade a qual se refere, podendo ser literal e descritivo ou ainda complexo e simbólico. Para a codificação das práticas, que em nossa pesquisa chamamos de “Performances Drag” (PD), utilizamos como

referência o protocolo de descrições de codificações analíticas (Quadro 3), apresentado por Souza-Leão (2024a).

Quadro 3 – Protocolo de descrição de codificações analíticas

Como descrever as práticas	
Título	O título deve ser a melhor síntese da ação retratada, preferencialmente iniciado por verbo no infinitivo;
Estrutura	Descrição da prática; Descrição (exaustiva) de como ela ocorre – e.g., situações ou conteúdos a que se refere; Descrição (exaustiva) de como é praticada – e.g., aspectos estéticos e de uso das plataformas usados na prática.
Como descrever os códigos	
Título	O título deve ser a melhor síntese do conceito retratado, preferencialmente na forma de substantivo;
Estrutura	Descrição do código; Descrição (exaustiva) de a que se refere.
Como descrever as categorias	
Título	O título deve ser a melhor síntese do conceito retratado, preferencialmente na forma de substantivo ou de locução substantiva;
Estrutura	Descrição da categoria; Descrição (exaustiva) de a que se refere.

Fonte: elaborado pelo autor baseado no modelo de Souza-Leão (2024a, 2025).

Durante o processo de identificação de padrões e codificação, o pesquisador desempenha um esforço interpretativo indispensável, de **Tematização**, no sentido tanto de nomear todas as práticas, quanto de identificar temáticas que as interliguem. Na representação da figura 7 (acima), é demonstrado que o processo não é rígido, ao demonstrar que o fluxo evolutivo e cílico, onde os dados das etapas de análise influenciam e são influenciados pela etapa interpretativa seguinte, além da analítica seguinte, em um processo reflexivo multi-influenciador.

A partir do processo interpretativo da tematização, a codificação das práticas empíricas (PDs), são agrupadas representativamente em **Categorizações**. Essa etapa analítica refere-se ao movimento de correlacionar as práticas empíricas a partir de uma contextualização simbólica, a qual chamamos de “Regime de Intelligibilidade” (RI). Como demonstrado na figura 7, conforme o processo analítico-interpretativo avança, ele tende a sair do campo empírico, traduzindo-se

em conceitos teóricos, como é o caso da relação entre as práticas e os regimes de inteligibilidade, a luz do conceito de inteligibilidade de Judith Butler (2003), aos quais podem ser associados.

Com o término da análise preliminar, passamos para o processo de Refinamento de Análise, Nele, a partir da categorização dos RIs, dá-se início a etapa interpretativa da **Totalização**, referindo-se a habilidade de reflexão em busca de uma única expressão, de dados profundos significativos e possa exemplificar um agrupamento como um todo. O resultado dessa reflexão, decorreria culminantemente a etapa da **Combinação**. Essa etapa analítica consiste em examinar todos os regimes de inteligibilidade, temáticas, performances e identificar possibilidades de combinações categóricas, mediante interpretações teóricas, que chamamos de “Performatividades” (P).

Durante este processo, há o desencadeamento do processo da Interpretação Teórica, onde a etapa de **Tradução** se apresenta como o momento em que as correlações entre os dados e teorias são construídas. Devido ao caráter intercambiável e concomitante das etapas da análise e interpretação dos dados, essa correlação teórica já exerce influência na etapa da combinação categórica. Assim como influência na etapa de **Apresentação**, a qual é exercida no momento da tradução da pesquisa em texto científico (Souza-Leão et. al., 2024), através da materialização dos achados e sua comunicação.

O último passo do processo analítico-interpretativo é a **Generalização**, que se apresenta como uma integração das categorias e sentidos identificados em uma compreensão totalizante, que permita apresentar teorização situada, mas com potencial explicativo para fenômenos semelhantes, sem perder a capacidade de gerar interpretações aplicáveis a discussões teóricas mais amplas, como debates sobre performatividade, consumo e tecnocultura.

As linguagens e narrativas exploradas ao longo da trajetória investigativa netnográfica são balizadoras do que registrado na pesquisa. Neste sentido, conforme a tradição metodológica netnográfica AKAFans, apresentamos os resultados buscando explicitar as materialidades das etapas de análise e interpretação dos dados, representadas na Figura 8, e que representam os resultados da pesquisa:

- As práticas ou **Performances Drag** (PD), que representam a categoria analítica inicial e indivisível das práticas discursivas. Essas performances podem ser relacionáveis ou refletirem uma inteligibilidade que as tornam associáveis entre si;
- Estas associações podem ser codificadas em compreensões e intenções dentre as práticas. Estes códigos tratamos na análise como os **Regimes de Inteligibilidade** (RI) que convergem das performances drag;
- Em uma terceira camada, os regimes de inteligibilidade apontam para a existência de categorias que reúne as diferentes substâncias discursivas. São as **Performatividades** (P), que apontam para práticas que fundamentam determinados saberes e moralidades.

Figura 8 – Processo de codificação da análise e interpretação dos dados



Fonte: Elaborado pelo autor baseado no modelo de Souza-Leão (2024a).

Todas essas etapas do processo criativo, reflexivo e ético, o pesquisador busca atender aos critérios de qualidade da pesquisa, e para tal existem pré-requisitos sugeridos por Kozinets (2020) netnográficas, além de critérios gerais às pesquisas qualitativas, as quais explicaremos abaixo.

3.3. Critérios de Qualidade

Durante todo o processo de pesquisa, seguimos todos os critérios para garantir a validade e a credibilidade desta pesquisa netnográfica. Além de toda a tradição qualitativa e seus critérios de qualidade (Creswell, 2010), segundo Kozinets (2020), a netnografia precisa atender a critérios específicos de etnografias virtuais, tais quais: **Rigor** (clareza nos procedimentos, sistematicidade na coleta e análise de

dados); **Coerência** (alinhamento entre objetivos, referencial teórico, método e análise); **Reflexividade** (consciência crítica do papel do pesquisador e dos efeitos de sua presença no campo); **Ressonância** (capacidade do estudo de gerar reconhecimento, identificação e sentido entre leitores e participantes); **Verossimilhança** (plausibilidade das interpretações com base nos dados); **Inovação** (contribuição teórica, metodológica ou empírica para o campo); e **Práxis** (articulação entre teoria e prática, especialmente no tocante às implicações éticas, sociais e políticas da pesquisa).

O rigor, coerência e reflexividade durante a construção do corpus de pesquisa (Kozinets, 2020), faz parte de critérios que atestam, conjuntamente, a confiabilidade e validade da pesquisa. Como a aplicabilidade da saturação, evidência que indica o momento de encerrar a coleta de dados na construção do corpus de uma pesquisa qualitativa (Paiva Júnior; Leão; Mello, 2011). A reflexividade é também a possibilidade de retorno ao processo investigativo, numa autorreflexão em que o pesquisador evita vieses interpretativos (Creswell, 2010).

A ressonância e verossimilhança foram representadas na forma como os resultados foram descritos, buscando capturar e elucidar as particularidades naturais dos membros e da comunidade investigada. Para tal, garantimos uma descrição clara, rica e detalhada dos resultados, por serem critérios que atestam confiabilidade e validade de um estudo qualitativo (Paiva Júnior; Leão; Mello, 2011). A triangulação dos resultados, entre fontes e pesquisadores (mestrando e orientador), caracteriza um dos cuidados necessários para a garantia da confiabilidade e validade da práxis e inovação. Juntamente a surpresa, um critério que atesta a validade de uma pesquisa, tais quais as contribuições surgirem para a teoria utilizada, para o método aplicado, para o fenômeno estudado e até para o conhecimento da sociedade sobre o tema investigado (Paiva Júnior; Leão; Mello, 2011).

Tais critérios têm sido utilizados em pesquisas da tradição netnografia do coletivo de pesquisa AKAFans, como os estudos sobre fãs da NBA (Souza-Leão; Moura; Carneiro-Leão, 2023), cosplayers (Moura; Souza-Leão, 2025) e comunidades musicais (Cavalcanti; Souza-Leão; Moura, 2021a). Nesses trabalhos, observa-se o compromisso com a documentação rigorosa dos procedimentos

metodológicos, o que fortalece a transparência, a replicabilidade e a legitimidade da pesquisa qualitativa online.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Ao longo desta seção, os resultados são organizados em três subseções, contextualizando os resultados através de recursos que exemplifiquem nossos achados com extratos retirados diretamente dos corpus da pesquisa. Logo, os três tópicos a seguir buscam detalhar cada um dos níveis de resultados obtidos na etapa analítica da netnografia.

Primeiro, apresentamos o mapeamento das “**performances drag**”, onde identificamos, registramos e definimos as práticas midiáticas observadas das drag queens brasileiras influenciadoras. Desta forma, listamos as performances drag (PD01–PD45), correlacionando quais drags de nosso arranjo performaram as práticas identificadas. Para cada performance drag apresentamos sua descrição, as formas como essas performances são produzidas, praticadas, além de narrar exemplificações de práticas de drags que demonstraram a performance em questão.

Em seguida, descrevemos os “**regimes de inteligibilidade**” que funcionam como chaves interpretativas, explicitando os valores, normas e critérios de reconhecimento que tornam as performances drags legíveis. Para isso, resgatamos o conceito de inteligibilidade (Butler, 2003) para basilar nossa codificação das compreensões e intenções performadas percebidas, que apresentam sentidos explícitos e implícitos. Para tal, mapeamos as relações conceituais identificadas entre cada performance drag com os 22 regimes de inteligibilidades (RI01–RI22). Então, para cada regime de inteligibilidade apresentamos sua descrição, evidenciamos as relações com as performances drags que se enquadram na inteligibilidade em questão, além de exemplificar práticas das drags investigadas correlacionadas características.

Por fim, são apresentadas as “**performatividades**”, que resultam de discursos, agências políticas, moralidades, normatizações e subversões de culturalidades evidenciadas pelos Regimes de Inteligibilidades. Para tal, mapeamos as relações entre os regimes de inteligibilidade e as 8 performatividades (P1–P8). Para cada performatividade, explicitamos quais (re)produções de normas, discursos

e práticas regulam e validam os sentidos relacionais, as vivências e as materialidades representativas.

4.1. Performances Drag

A partir do corpus de pesquisa, construído durante os processos de organização e familiarização da etapa de coleta de dados investigativos e produção de diários imersivos, identificamos 45 codificações de práticas, que nomeamos de Performances Drag (PD). De modo a evidenciar do que se tratam as performances drag, detalharemos a seguir cada uma delas a fim de apresentar cada uma das performances drags e a codificação a ela atribuída (Quadro 4) as denominações, e a seguir relatamos suas definições, explanações e exemplificações a partir das performances do nosso arranjo de seis drags representantes da comunidade de pesquisa. Por motivos de facilitação operacional, codificamos as práticas em ordem alfabética.

Quadro 4 – Lista de performances drag identificadas

#	Performances Drag
PD01	Aconselhar com mensagens de empoderamento pessoal
PD02	Apresentar habilidades complementares a sua arte Drag
PD03	Apresentar parcerias com personalidades influentes
PD04	Atuar em conjunto com veículos comunicacionais alternativos
PD05	Atuar em conjunto com grandes veículos comunicacionais
PD06	Combater ideias ideológicas tradicionalistas da extrema direita
PD07	Compartilhar momentos pessoais
PD08	Compartilhar conhecimentos com seu público
PD09	Compartilhar sabedoria de vida
PD10	Demonstrar dedicação em sua atuação produtiva
PD11	Demonstrar influência artística
PD12	Demonstrar influência com fãs
PD13	Demonstrar influência com artistas famosos
PD14	Demonstrar influência em maquiagens
PD15	Demonstrar influência mercadológica com marcas / organizações
PD16	Demonstrar influência na Moda
PD17	Fazer referência a cultura pop
PD18	Fazer referência a cultura pop brasileira
PD19	Fazer referência a cultura pop latina
PD20	Fazer referências sexualizantes
PD21	Fazer show de comédia
PD22	Interagir ativamente com seguidores
PD23	Producir conteúdos críticos à heteronormatividade

PD24	Producir conteúdos humorísticos
PD25	Producir sua própria montação
PD26	Producir padrão estético de beleza
PD27	Producir Trends
PD28	Promover a equipe de profissionais envolvidos na sua produção
PD29	Promover a sua fé
PD30	Promover ação social
PD31	Promover ativismo em prol da naturalidade da pluralidade queer
PD32	Promover diretamente comercialização
PD33	Promover educação a partir de referências Feministas
PD34	Promover educação a partir de referências Queer
PD35	Promover gongação
PD36	Promover pautas sociais Progressistas
PD37	Promover personalidades Queers
PD38	Promover seus conteúdos multiplataforma ou crossplataformas
PD39	Promover sua produção artística
PD40	Reforçar falas estereotipadas conservadoras
PD41	Repostar conteúdos que a representa
PD42	Servir estética conceitual
PD43	Servir estética hiperfeminina
PD44	Servir sensualidade
PD45	Valorizar referências criativas nacionais, regionais e periféricas

Fonte: Elaborado pelo autor

No processo de identificar as 45 PDs, também foi desenvolvida uma síntese de como as práticas performáticas se relacionam com cada drag queen que compõem o arranjo da comunidade do nosso corpus de pesquisa (Tabela 5). Em seguida, iremos descrever cada uma dessas performances drag.

Tabela 5 – Relações entre performances e drag queens

PD	Pabillo Vittar	Nany People	Rita von Hunty	Ismeiow	Samira Close	Grag Queen
PD01		X			X	
PD02	X	X	X	X	X	X
PD03	X	X	X	X	X	X
PD04		X	X		X	X
PD05	X	X	X	X	X	X
PD06			X			X
PD07	X	X	X	X	X	X

PD08		X	X	X		
PD09		X			X	
PD10	X	X		X		
PD11	X	X	X	X	X	X
PD12	X	X	X	X		X
PD13	X	X	X	X	X	X
PD14				X		
PD15	X	X	X	X	X	X
PD16	X			X		
PD17	X	X		X	X	X
PD18	X	X	X		X	X
PD19	X					X
PD20	X	X			X	X
PD21		X	X	X	X	
PD22		X	X		X	
PD23		X	X			X
PD24		X	X	X	X	
PD25	X			X		
PD26	X					X
PD27	X			X	X	X
PD28	X	X	X	X	X	X
PD29		X				X
PD30		X	X	X		
PD31		X	X		X	X
PD32	X	X	X			X
PD33			X			
PD34		X	X		X	
PD35		X	X	X	X	
PD36		X	X			X
PD37	X	X	X	X	X	X
PD38	X	X	X	X	X	X
PD39	X	X	X	X	X	X
PD40		X				
PD41	X	X	X	X	X	X
PD42				X	X	
PD43	X					X
PD44	X					X

PD45	X	X	X		X	X
------	---	---	---	--	---	---

Fonte: Elaborado pelo autor.

Aconselhar com mensagens de empoderamento pessoal

A **PD01** refere-se às práticas de construir discursos motivacionais por meio de mensagens que evocam vivências e questões de empoderamento, superação e resistência frente a adversidades sociais, emocionais e identitárias.

Para evidenciar estas práticas, podemos evocar, por exemplo, momentos de pronunciamentos públicos, como entrevistas, participações em podcasts ou outros programas midiáticos (conteúdos estes que, posteriormente, se tornaram conteúdos veiculados nas redes sociais), além de interações e diálogos com os seguidores. Nessas performances são geralmente articulados discursos de enfrentamento às opressões, especialmente aquelas ligadas a violência de gênero, à exclusão afetiva ou à desvalorização pessoal. Para tal, as drags utilizam linguagens impactantes, com o uso de figuras de linguagem, frases de efeito (às vezes cômicas ou irônicas) e construções morais, com base em vivências das drags influencers.

Dentro de nosso arranjo, duas drags produziram esta performance, a Nany People e a Samira Close. A Nany retrata em suas narrativas, geralmente a partir de uma interação de questionamentos, durante entrevistas e participações em podcasts, suas vivências e lutas enquanto uma travesti que resistiu a diversas situações em que, por ser quem era, foi rejeitada. Entretanto, com perseverança, rede de apoio e inquietações, conseguiu superar, amadurecer e acreditar em si mesma para seguir sua vida sem se pôr para baixo, destacando a importância do esforço contínuo, da autovalorização e da resiliência diante de forças que tentam minar o sucesso e a autoestima.

Já a Samira retrata nas suas narrativas, majoritariamente mediante interação com seus seguidores, e também a partir de interações com outras personalidades durante a produção de conteúdos profissionais midiáticos (como o seu próprio programa de entrevistas, o SuperPoc), suas vivências enquanto uma “bicha nerd afeminada passiva”, que é socialmente menosprezada por tais características, principalmente pela comunidade gay padrão. Por isso, seus aconselhamentos evocam um apoio emocional valorativo de ser quem é, ao mesmo tempo que

empoderativo e resignificativo, transformando estas narrativas de pessoas queer, em uma combinação de aconselhamento, militância afetiva e performance de autoridade simbólica que reinscreve sujeitos queer como dignos de valor, reconhecimento e existência inteligível.

Apresentar habilidades complementares a sua arte Drag

A **PD02** diz respeito à demonstração de competências que enriquecem e expandem a prática artística principal da persona drag, evidenciando sua versatilidade e complexidade enquanto performer / multiartista.

Podemos evidenciar esta prática através da incorporação e demonstração de habilidades adicionais, extras às suas habilidades artísticas centrais (geralmente relacionadas com o motivo de sua influência e sucesso), servindo como um fator potencializador em termos de expressividade, qualidade técnica ou demonstrações midiáticas. Para isso, apontamos as atuações como canto, dança, atuação, maquiagem, design e costura, modelagem (fotográfica e passarela), dublagem, avaliação de performances, comédia e gongação, conteúdos midiáticos ou ainda militância, que contribuem para consolidar a percepção das performances drags como uma referência de artistas multifacetadas legítimas e influentes. Essa versatilidade de habilidades contribui para uma inteligibilidade enquanto sujeitos capazes de produzir múltiplas linguagens artísticas, com excelência, autoria e reconhecimento público

Esta prática foi captada nas performances das seis drags investigadas, cada uma em seu contexto. A Pabllo Vittar tem como sua principal habilidade o canto e a produção musical em estilos que evocam danças, tanto individuais quanto em pares ou coletivas. Dessa forma, ela exibe constantemente o treinamento e desenvolvimento de habilidades como dançarina ao ponto de incorporar no seu repertório artístico, ao mesmo tempo que desenvolve habilidades criativas e gestoras de estilo e moda, explorando a sua estética artística e relações mercadológicas.

Já a Nany People, como uma transformista do teatro cômico, juntamente com sua capacidade de atuação e comédia (em peças teatrais e shows de stand-up), incorpora habilidades de canto em muitas de suas propostas de apresentação,

assim como, por outro lado, desenvolve a habilidade de ser palestrante corporativa mediante sua capacidade motivacional e de empoderamento pessoal.

A Rita Von Hunty, por outro lado, utiliza sua habilidade de atuação de forma colaborativa a sua habilidade principal de educadora, permitindo que incorpore em sua metodologia e performance tons interpretativos cômicos, irônicos e sarcásticos, para realizar críticas mediante temas abordados. Ressaltando que apesar da sua habilidade principal ser a de educadora, mediante sua posição de influência também faz uso de sua habilidade de ativismo ativo, tornando uma habilidade tão importante quanto a sua principal habilidade.

No caso da Ismeiow, sua principal habilidade é a montação, em especial como maquiadora. A maquiagem é o ponto de partida de suas habilidades, sendo o mote de vários conteúdos produzidos por ela comentando qualidades de produtos, apresentando o resultado de alguma maquiagem ou ainda ensinando como fazer certas maquiagens. Contudo, a montação não trata-se apenas de maquiagem, e a Ismeiow apresenta diversas outras habilidades de montação, como personalização de perucas, criação de estilo, costura, além de uma variedade de habilidades artísticas manuais de construção de acessórios de montação.

Já a Samira Close e a Grag Queen, similarmente desenvolvem constantemente uma mesma habilidade, de apresentadora de programas televisivos. A Samira de forma complementar a sua habilidade de streamer gamer, enquanto a Grag Queen paralelamente a sua habilidade de canto.

Apresentar parcerias com personalidades influentes

A **PD03** refere à realização, e consequentemente a divulgação, de colaborações artísticas com outras personalidades reconhecidas, demonstrando vínculos geralmente baseados em afinidades identitárias, estéticas e estratégicas (mercadológicas).

Como evidência, podemos citar ações de reconhecimento mútuo e co-benefício, tanto entre os artistas envolvidos quanto entre suas respectivas audiências. Estas parcerias podem ser expressadas de diversas formas, como

através de produções midiáticas conjuntas, apresentações ao vivo, performances colaborativas, coautoria de conteúdos digitais ou outras formas de intercâmbio artístico, além da construção de redes de valorização e fortalecimento mútuos da presença cultural no campo midiático.

Esta prática também foi reconhecida nas performances das seis drags investigadas, contudo em campos de atuação distintos. A Pabllo Vittar apresenta parcerias majoritariamente musicais; a Nany com alguns cantores, atores e apresentadores; a Rita Von Hunty com personalidades educadoras, escritores e ativistas políticos; a Ismeiow com maquiadores, figurinistas e artistas de materiais não convencionais; a Samira Close, com comediantes, influenciadores e outras drags; e a Grag Queen majoritariamente com outras drags e alguns cantores.

Atuar em conjunto com veículos comunicacionais alternativos

A **PD04** refere-se a colaboração estratégica das drags com mídias independentes ou alternativas, como Canais de Youtube ou Twitch com programações diárias, e algumas vezes em tempo integral, podcasts em plataformas de streaming, por meio do alinhamento de pautas e co-produções de narrativas. Algumas práticas que reverberam e evidenciam são as colaborações em conteúdos sócio-midiáticos em parcerias com perfis de programas de TV, Youtube, podcasts, sendo de maneira pontual ou contínua, ou ainda como porta-voz de pautas convergentes com sua própria trajetória artística ou pessoal.

Identificamos essa performance em 4 drags: Nany People, Rita Von Hunty, Samira Close e Grag Queen. A Nany People, por exemplo, costuma realizar publicações de suas participações em programas de TV, participações em podcasts e canais de Youtube, tanto em parceria com os perfis dos programas, quanto em posts de recordações de trechos de suas participações. No caso das publicações da Rita Von Hunty, pode ser exemplificada pela produção de conteúdos de seu próprio canal no youtube e outros canais, nesses casos, realiza publicação em parceria com os perfis dos programas, marcas e pessoas envolvidas. Eventualmente, em participações em programas educacionais e políticos, veiculados em tvs universitárias, tvs educacionais e até canais pagos de streaming, realizando assim

parceria em seus posts, ou publicação de fotos e vídeos evidenciando a performance no veículo em questão.

Nas publicações da Samira Close, o principal exemplo são os posts em parceria com o Dia Estúdios / DiaTV, produtora de seu programa SuperPoc, Além de parcerias com programas de canais pagos de streaming. Já nas publicações da Grag Queen, as parcerias são evidenciadas nas publicações do serviço de streaming WOW Present Plus, produtora estadunidense da franquia Drag Race, além de parcerias com podcasts e canais de youtube.

Atuar em conjunto com grandes veículos comunicacionais

A **PD05** refere-se à colaboração estratégica com mídias hegemônicas e de grande alcance, geralmente marcada pelo alinhamento a pautas amplamente visibilizadas e pela participação direta em suas produções. Podemos evidenciar esta prática pela produção de conteúdos conjuntamente de grandes veículos, referenciando às produções conjuntas, ou ainda no exercício de representatividade como porta-voz de narrativas alinhadas às agendas midiáticas em evidência.

Essa prática também foi evidenciada nas performances de cinco das seis drags investigadas, através de participações eventual ou contínuo em programas de TV aberta de alta audiência a nível nacional, assim como em conglomerados de conteúdos comunicacionais, como websites de notícias e revistas eletrônicas. De forma similar, as cinco drags demonstraram diferentes exemplos desse alinhamento de narrativas com veículos hegemônicos, como: as postagens da Pabllo Vittar em programas como “Altas Horas” (TV Globo), “TVZ” e “Música Boa Ao Vivo” (Multishow); como as postagens da Nany People em programas como “Calderão do Huck” (TV Globo), “Programa da Hebe” (SBT) ou ainda o podcast “Mesacast BBB” (Globoplay); como as postagens da Rita Von Hunty em programas como “Bem Juntinhos” (Globoplay) e “Drag Me As a Queen” (canal E!); como as postagens da Samira Close repercutindo acontecimentos do “Big Brother Brasil”, participando do programa “Colônia Bahls” (Multishow), além de parceria para promover a série animada “Arcane” (Netflix), baseada no jogo “League of Legends”; e como as postagens da Grag Queen em programas como “Caldeirão com Mion” (TV Globo) e “Caldeirão do Huck” (TV Globo).

Combater ideias ideológicas tradicionalistas da extrema direita

A **PD06** refere-se ao posicionamento crítico e combativo frente a ideologias e projetos políticos associados à extrema-direita e à direita conservadora, especialmente aqueles que promovem a manutenção de privilégios das elites dominantes e a perpetuação de sistemas de opressão heteronormativo, binário, machista, misógino e racista.

Isso pode ser evidenciado a partir das performances de duas drags do arranjo de pesquisa: Rita Von Hunty e Grag Queen. Nas publicações da Rita, ela desenvolve conteúdos educativos, a partir de uma visão pluralista de direitos humanos, promovendo projetos educativos teórico-conceituais e visão crítica sócio-política, além de tecer críticas diretas a discursos, ações e performances políticas que sustentem agendas de extermínio populacional e protecionismo do sistema de exploração e opressão social. Por isso, algumas de suas postagens refere-se a participações em aulas comunitárias, majoritariamente à estudantes universitários e movimentos sociais educacionais, debatendo justiça social, racial, ambiental e de gênero, além da multiculturalidade. Já nas publicações da Grag Queen, podemos evocar práticas de militância contra violência de gênero em crianças, por motivações morais machistas religiosas, como as “curas gay”.

Compartilhar momentos pessoais

A **PD07** refere-se a tornar públicos, através de suas postagens, aspectos íntimos e cotidianos da vida pessoal, promovendo uma narrativa de proximidade e de pessoalidade.

Identificamos essa prática em todas as drags do nosso arranjo. Podemos evidenciar a partir das postagens de situações cotidianas, momentos de descanso, lazer, bastidores com amigos ou equipe, dificuldades pessoais, pensamentos íntimos ou planos futuros, tanto profissionais quanto pessoais, praticados com frequência pela Pabllo Vittar, Nany People, Samira Close, Ismeiow e Grag Queen, e mais pontual pela Rita Von Hunty. Essa performance é majoritariamente adotada através de conteúdos em formato de stories ou como carrosséis de fotos e vídeos, e

geralmente sem uma produção profissional dos conteúdos, gerando uma relação de humanidade e proximidade com o público.

Compartilhar conhecimentos com seu público

A **PD08** refere-se a disseminação de conhecimentos e saberes de forma acessível, crítica e educativa para o seu público, visando à formação, conscientização e empoderamento do público.

Três drags do nosso arranjo foram identificadas como produtoras dessa performance. A Rita Von Hunty, tem como uma drag educadora tem como uma de suas razões performáticas o compartilhamento de conhecimentos. Ela realiza essa colaboração para o conhecimento público através de suas aulas, debates, discussões e clube de leituras. A partir das publicações da Ismeiow, podemos apontar os vídeos instrutivos com orientações técnicas profissionais e experimentais, em suas áreas de habilidades técnicas de montações (como estilizar perucas, como realizar alguns estilos de maquiagens, ou ainda como criar um look do zero). Já a Nany People, promove em suas postagens uma educação emocional e uma reflexão motivacional de auto conhecimento e amor próprio.

Compartilhar sabedoria de vida

A **PD09** refere-se à performance de transmitir saberes baseados em experiências pessoais e trajetórias de vida, com o objetivo de inspirar, fortalecer e orientar o público diante de desafios cotidianos, pessoais, profissionais, emocionais ou estruturais. Foi identificada essa performance pelas drags Nany People e Samira Close.

Então, para evidenciar podemos evocar as postagens da Nany People, por exemplo, que por meio da valorização do amor-próprio, compartilha seu movimento de autoconfiança e resistência a críticas ou influências negativas externas, oriundas de ações preconceituosas na sociedade e no seu rumo profissional, e assim superá-los e prosseguir. Nesse mesmo critério, baseado em vivências próprias, Samira Close aconselha em alguns momentos seus seguidores, durante suas transmissões ao vivo, assim como nesse corte postado no instagram, como lidar com em situações adversas da vida como “um pé na bunda”, uma rejeição amorosa

ou outras rejeições sociais, com mensagens de amor próprio e de aprendizagem, transformando em comentários engraçados.

As performances também podem ser exemplificadas a partir de conteúdos que ambas as drags abordam sobre maneiras de se proteger de intenções maldosas, superar adversidades e manter a autoestima diante a partir de formas que funcionou certo nas vivências delas e de sua rede de relacionamentos.

Demonstrar dedicação em sua atuação produtiva

A **PD10** diz respeito à prática de expor, de forma intencional e estratégica, o esforço, comprometimento e disciplina envolvidos na produção artística, valorizando não apenas o resultado final, mas também os processos que o sustentam.

Como evidência, performances que por meio de relatos ou registros, em texto, imagem ou audiovisual, postam momentos de bastidores do trabalho, como longas jornadas de ensaio, deslocamentos exaustivos, rotinas intensas em horários não convencionais ou obstáculos superados durante o processo criativo e logístico. Também reafirma a relação profissional, a dedicação com sua arte e responsabilidade com seu público, valorizando, assim, não apenas o resultado final, mas também o caminho trilhado para alcançá-lo.

Essa prática é identificada nas performances da Pabllo Vittar, Nany People e Ismeiow. A Pabllo, tanto em suas postagens do feed (photo dumps e vídeos) ou stories, costuma registrar seus treinos para preparação física e rotinas de danças para sua agenda de shows e apresentações, momentos de gravações musicais em estúdios, momentos de negociações e apresentações à indústria musical para promover seus trabalhos, além de relações com equipes de produção. Nas práticas da Nany, existe o registro constante, principalmente via stories, de suas performances de rotinas exaustivas de viagens para cumprimento de agendas de apresentações em várias cidades brasileiras de suas apresentações teatrais. Enquanto as práticas da Ismeiow é constantemente o fruto de grande dedicação a produção de suas montações, desde a costura de maioria de seus looks, criação de maquiagens, além de criações de diversos acessórios e técnicas de construção de artefatos personalizados para demonstração contínua de como se fazer à seus seguidores.

Demonstrar influência artística

A **PD11** refere-se à performance pública da relevância estética, comportamental e cultural da drag performer, expressado tanto por reconhecimentos externos quanto por autoafirmação quanto a relevância em seu campo de atuação.

Essa performance pode ser evidenciada por meio de postagens de registros das demonstrações de valorização social, seja com espetáculos cheios, de sua atuação, pelo reconhecimento da comunidade e de outras personalidades públicas, além de outros agentes do mercado de influência, como plataformas, marcas, produtos e organizações sociais.

Identificamos essa performance nas práticas das seis drags de nosso arranjo investigado. Pode ser exemplificado pela participação da Pabllo Vittar no festival Rock in Rio a convite de diferentes artistas de renome nacional e internacional, ou ainda pela participação ativa como convidada permanente em programas de TV de grande visibilidade e audiência, como o Caldeirão com Mion (programação de vespertina dos sábados do canal aberto mais assistido do Brasil, a TV Globo).

Pode ser exemplificada, ainda, pelas colaborações artísticas entre a Samira Close e outras influencers de diversos nichos e narrativas de diferentes níveis de celebrização (Drenten (2025), muitos do Dia TV, outros entretanto, da pluralidade temática e midiática do momento. Já nas performances da Grag Queen, suas participações em eventos e produções de alto prestígio, assim como a Rita Von Hunty com suas performances em diversos eventos educacionais, além de validação massiva de comunidades que representa. A Ismeiow, por outro lado, performa uma ocupação de posições de protagonismo em atividades de produção de artesanato vestível e transformado em drag, consolidando sua uma autoridade estética, criativa e legitimidade no cenário artístico.

Demonstrar influência com fãs

A **PD12** diz respeito à performance pública do vínculo afetivo e mobilizador entre a drag performer e sua base de seguidores, evidenciando o reconhecimento coletivo e a co-construção de sua legitimidade artística, além de influenciar consumos e simbologias representativas de comunidades e realidades.

Uma forma de evidenciar, tanto quantitativa quanto qualitativamente, é por meio da capacidade de gerar engajamento, reações e práticas de consumo a partir de solicitações direcionadas durante as performances. Dentro do arranjo de pesquisa, apenas a Samira Close não demonstrou essa prática. Entretanto, não é descartada essa possibilidade, uma vez que grande parte de suas produções de conteúdos dá-se durante um longo período contínuo de transmissões ao vivo via plataformas de vídeo (Twitch e Youtube, por exemplo). Esta pesquisa, apesar de ter se debruçado de maneira investigativa e imersiva nos dados, não realizamos a análise de lives em sua totalidade de conteúdo transmitido, mas sim os cortes destacados e veiculados no seu perfil do Instagram. Podemos exemplificar por interações intensas durante shows, viralizações espontâneas ou estimuladas, alto engajamento e altos níveis de audiência de seus conteúdos, e nas práticas de identificação e consumo enquanto figura representativa de determinados grupos sociais, reforçando como figura reconhecida, desejada e reafirmada pela resposta ativa dos fãs.

Todas as demais registraram alguns diversos momentos de performances que assim podem ser interpretadas, como a Pabllo Vittar incentivar seus fãs ao consumo contínuo da música “Alabi”, em colaboração com as artistas Sevdaliza e Yseult, na plataforma Spotify, para que a música atingisse a marca de Top 50 e Top 30 Global na plataforma de streaming musical de maior relevância mercadológica mundial. Ou como a Nany People tem um histórico de postagens de seus shows com teatros lotados. Essa performance aparece nas práticas da Ismeiow, por exemplo, quando ela avalia qualidade, durabilidade e efeito na pele de diversas marcas de maquiagens nacionais e internacionais, sempre trazendo comentários de seguidores para validar ou contra-argumentar. Similarmente à Nany, a Rita Von Hunty performa essa influência pela mobilização de pessoas no âmbito educacional se movimenta para estar presente nas diversas palestras gratuitas dadas em universidades de diversas regiões do Brasil. Quanto a Grag Queen, podemos exemplificar com a movimentação criada por ela, e pelo seu registro e postagem, em fãs que querem a conhecer pessoalmente em shows ou eventos específicos do nicho, como o Realness Festival (São Paulo / Brasil) e o Drag Con LA (Los Angeles / Estados Unidos).

Demonstrar influência com artistas famosos

A **PD13** se refere à performance de evidenciar o reconhecimento que outras personalidades com status de artista famoso, explicitando o movimento de influência que uma drag performer exerce sobre outras figuras públicas, incluindo artistas, influencers e outras celebridades, de diferentes nichos e impacto. Pode ser evidenciado pela publicização de momentos de cunho casual, pessoal ou profissional com outras personalidades, ou ainda pela prática de reconhecimento público através de falas de admiração, apoio, validação profissional e afetiva.

Dentre as drags de nosso arranjo, apenas a Rita Von Hunty não demonstrou essa prática. Dentre as drags que demonstraram a prática dessa performance, temos a Pablo Vittar, que podemos evidenciar o convite recebido pela cantora pop estadunidense Madonna para participar de seu show gratuito e histórico, tanto para a carreira das artistas como também simbolicamente para a pluralidade de gêneros e existências, além de suas interações com a artista fora do palco.

A Nany People, por exemplo, sempre que possível registra e compartilha seus momentos de intimidade e amizade com diversas personalidades do mundo artístico mais tradicional (Rádio e TV). No caso das performances da Ismeiow, ocorrem na construção eventuais de conteúdos em co-produção com outros influencers correlatos a sua atuação, como maquiadores, outras drags e influencers da moda. Para tal, pode ser observada através de colaborações e co-produções artísticas, menções públicas, homenagens e demonstrações de carinho ou respeito por personalidades de relevância pública. Similarmente a Ismeiow, são as performances da Samira Close, em colaboração com outros artistas e influencers. A Grag Queen evidencia essa performance, por exemplo, na demonstração de sua influência com as queens do universo Drag Race.

Demonstrar influência em maquiagens

A **PD14** diz respeito a performance pública de autoridade estética e técnica no campo da maquiagem, onde a drag se estabelece como referência para público, marcas e profissionais da beleza e maquiagem artística.

Apesar de uma das principais características das drags ser a maquiagem, apenas a Ismeiow, dentre as drag queens de nosso arranjo, performa autoridade em maquiagem. E podemos evidenciar a partir, por exemplo, de colaborações com marcas de cosméticos para realizar testes dos produtos da marca e fazer conteúdo sobre, participações em publicidades de marca de maquiagens além de comentários de parcerias e fãs enaltecedo seu estilo estético e servindo de inspiração para outros maquiadores artísticos.

Demonstrar influência mercadológica com marcas e organizações

A PD15 diz respeito à drag fazer parte da articulação de discursos com marcas, atuando como porta-voz de organizações com sua audiência.

Todas as drags do arranjo realizam essa performance. Isso pode ser evidenciado a partir de suas colaborações formais, parcerias institucionais, campanhas publicitárias e ações promocionais que agregam visibilidade e valor simbólico às organizações envolvidas e a sua própria narrativa.

Para exemplificar, podemos evocar a participação da Pabllo Vittar na campanha da vodka Absolut para o mês da diversidade; ou ainda sua participação como diretora criativa de uma coleção da marca de roupas esportivas Addidas. Evocando as performances da Samira Close, podemos evidenciar sua atuação como apresentadora do Prêmio eSports Brasil 2024; ou ainda como porta voz da marca de chocolates KitKat em uma ativação de marca durante o Rock In Rio, além de produção de mídias durante o festival.

A partir das performances da Nany, podemos exemplificar por meio de representação do programa de TV Caldeirão do Mion para produção de conteúdos. Já a partir das performances da Ismeiow, podemos apontar a participação em campanhas de plataformas digitais como Instagram, além de participar de eventos para produtores de conteúdos online junto ao Youtube. campanhas, eventos ou aparições midiáticas, consolidando sua presença como ponte de diálogo entre o mercado e diferentes segmentos sociais e culturais.

A Grag Queen vive uma relação de influência com a marca da franquia de reality shows Drag Race e a produtora midiática World of Wonders (WOW), por ser a ganhadora da primeira temporada do reality show de drags cantoras “Queen of the

Universe", correlacionado ao universo Drag Race e a WOW Presents Plus (a plataforma de streaming da WOW), além de ser o rosto da franquia desde a primeira temporada do Drag Race Brasil. Por fim, podemos exemplificar a performance de Rita Von Hunty, por ter sido escolhida para comandar um projeto de um programa educativo da Emissora Brasileira de Televisão (TV Brasil), vinculado a um projeto do governo de produção de conteúdos audiovisuais educativos e de exaltação da cultura brasileira.

Demonstrar influência na Moda

A **PD16** diz respeito à performance de autoridade estética no campo da moda, como referência de estilo, criatividade e política de consumo. Essa demonstração pode ser evidenciada quando é performada e publicizada o reconhecimento da relevância alcançada.

Dentre as drags investigadas, apenas duas demonstraram esta performance. A Pabllo Vittar posta, por exemplo, sua aparição na capa de na revista de moda e cultura pop estadunidense "Galore". Não apenas evidencia como realiza postagens em conjunto com a revista, tanto em inglês quanto em português. Com isso ela torna-se um vetor de visibilidade e valorização de produções de moda que dialogam com suas expressões identitárias, performativas e políticas, com sua estética de sensualidade e de inspirações no forró e brega nordestino.

Além dela, a Ismeiow também performou influência na moda, entretanto em outra proporção em relação à Pabllo. A Ismeiow foi convidada, junto com o influencer Klébio Dantas, para serem capa de uma edição especial do mês do orgulho da revista paulistana "Portfólio", e assim como a Pabllo, realizou a evidenciação em parceria com o próprio veículo. Além da participação de ambas como convidadas em desfiles de moda, como o São Paulo Fashion Weel e o baile da Vogue.

Fazer referência a cultura pop

A **PD17** refere-se à prática de acionar elementos da cultura pop global como parte da expressão estética, identitária e comunicacional da drag performer. Formas de evidenciar essas referências pode ser através de alusões a filmes, séries,

desenhos animados, videogames, músicas e ícones midiáticos amplamente reconhecidos na cultura pop, especialmente aqueles vinculados ao imaginário globalizado.

Dentre as drags do nosso arranjo, apenas a Rita Von Hunty não demonstrou a prática dessa performance. Para exemplificar através das performances da Samira Close, podemos evocar sua prática de durante suas lives jogando GTA, por exemplo, evoca referências de diversas cantoras para performar virtualmente, dentre elas a Pabllo Vittar e a Lady Gaga. A partir das performances da Pabllo Vittar, por exemplo, podemos evocar suas referências para suas montações de carnaval, onde ela já referenciou a personagem da bruxa das trevas “Elvira”, como também já fez referência a um de seus animes favoritos “Sakura Card Captors”. No caso de Nany People, ela evoca algumas vezes algumas referências de sua juventude, como a apresentação em figurinos em estilo monárquico vitoriano da cantora Madonna, da música “Vogue”, ou ainda suas referências de divas da música e teatro de vedetes francesas. Enquanto isso, a Grag Queen performa suas referências às grandes figuras da música pop mundial. Enquanto as performances da Ismeiow são mais sutis, como seus comentários ao redor da franquia de Drag Race, o reality show mais pop do consumo queer, ou montações inspirados em animes.

Fazer referência a cultura pop brasileira

A **PD18** diz respeito a prática de acionar, ressignificar e popularizar elementos da cultura pop brasileira como forma de expressão artística, afirmação identitária e construção de vínculos afetivos com identidades regionais.

Essas performances podem ser evidenciadas por meio de alusões a músicas, ritmos regionais, novelas, filmes, programas de TV nacionais e personalidades icônicas do imaginário midiático brasileiro. Dentre as drags investigadas, apenas a Ismeiow não realizou essa performance. Dentre as demais, começando pela Pabllo Vittar, podemos evidenciar a partir de performances de influência de grande artista pop das décadas de 80 e 90 brasileira, Xuxa, ou ainda quando faz referência a suas inspirações musicais da adolescência, bandas “pop” no nordeste como Calcinha Preta e Companhia do Calypso.

Ao nos debruçarmos sobre as práticas da Nany People, podemos evidenciar sua performance a partir de referências musicais de seus espetáculos, inspirados em Fafá de Belém, Hebe Camargo, Rogéria e outras artistas da época do rádio. Nas performances da Rita Von Hunty, pudemos identificar essa performance em situações como relatos de seu trabalho como ator na série "De volta aos 15" da Netflix; além de suas eventuais interações com o mundo "regular" de entretenimento de grande parte das drag queens brasileiras, em teatros, boates e outros espetáculos.

Nas performances da Samira Close durante suas transmissões ao vivo, acaba performando algumas músicas de artistas de grande nível de popularidade, como Zezé de Camargo e Luciano e Pabllo Vitar, além de convidar a Wanessa Camargo para seu programa. Enquanto as performances da Grag Queen, envolve suas exposições de músicas pops brasileiras que compõem seu repertório, como Ivete Sangalo e Liniker, e sempre que possível exaltar drags brasileiras históricas.

Fazer referência a cultura pop latina

A **PD19** diz respeito à prática de resgatar elementos pop da cultura pop latina, ressignificar esses elementos estéticos da cultura hispânica como parte da construção da sua estética, simbólica e comunicacional da drag em suas mídias. as referências podem ser evidenciadas por meio da alusão a músicas, novelas, séries, artistas, tendências visuais e das narrativas dramáticas inconfundivelmente latino-americano.

Apenas duas drags de nosso arranjo de pesquisa demonstraram praticar essa performance. A primeira é a Pabllo Vittar, que demonstra aproximação com a cultura hispânica devido sua estratégia de expansão das suas músicas em espanhol e em parceria com artistas pops da latino-américa. Ela também demonstra familiaridade com o consumo de novelas latinas clássicas no mercado brasileiro, como "Ruby" e "Maria do Bairro". A segunda drag foi a Grag Queen, que exemplifica bem performances visuais que evocam universos culturais latinos, tanto na musicalidade de suas canções, como na estética de perucas altas, silhuetas acentuadas e roupas com babados típicas para performance de ritmos latino-americanos.

Fazer referências sexualizantes

A **PD20** refere-se à prática de utilizar linguagens, estéticas e narrativas que afirmam a sexualidade, o prazer e o desejo de maneira aberta, crítica e frequentemente lúdica, desafiando normas morais e sexuais tradicionais. Essa performance pode ser evidenciada por meio de postagens onde as drags criam narrativas ou exercem alguma fala com um duplo sentido, com alusões sexuais.

A Pabllo Vittar performa muito utilizando linguagens sensuais e sexuais, desde suas roupas com mais pele exposta, associada a movimentações de danças e performances sensuais, além de contextos narrativos das músicas que em muitas vezes refletem realidades de vivências sexuais de pessoas LGBTQIAPN+. Também pode ser evidenciada através de depoimentos íntimos, performance muito praticada pela Samira Close, por exemplo, ao relatar experiências sexuais com seus encontros casuais. Além de poder ser evidenciado por performances visuais sensuais, como as entregues pela Grag Queen em boa parte de seus looks de montação, evidenciando silhuetas e movimentos sensuais. A partir de letras de músicas ou performances que abordam práticas sexuais, afetividades plurais e experiências eróticas, como é o caso de parte das músicas tanto da Grag Queen, quanto da Pabllo Vittar. A Nany, por outro lado, utiliza referências de práticas sexuais para locais de uso humorístico, para descrever situações, muitas vezes em tom provocativo, humorado ou educativo, abordando a naturalização do discurso sobre sexo em uma perspectiva plural, não normativa e não restritiva, com espaço para temas como não monogamia, traições, relações pluriamorosas, fetiches e liberdade sexual.

Fazer show de comédia

A **PD21** refere-se à realização de performances cômicas voltadas a um público ao vivo, nas quais o humor é mobilizado como linguagem central para comunicar, criticar e entreter.

Para evidenciar essa performance podemos nomear algumas práticas como apresentações em teatros, boates, clubes, programas de televisão ou eventos

culturais, muitas vezes com interação direta com a plateia, como é o caso da Nany People (em seus shows de teatros, programas de tv e outros eventos) e da Rita Von Hunty (em suas participações em comédias stand-up de gongação, em teatros, além de programas de tv/streaming).

Essa prática também pode ser manifestada utilizando o humor para narrar situações do cotidiano, explorando estereótipos, fazendo críticas sociais e compartilhando experiências pessoais, exatamente como a Samira Close performa em seu programa de entrevistas, como na situação que ela precisou dar uma breve aula de Pajubá para a influencer e empresária da beleza Mari Maria, quando a influencer convidada não entendia algumas palavras básicas dessa linguagem queer, mas em tom de humor. Já a Ismeiow, além de performar comédia em maioria de seus conteúdos produzidos para suas mídias, como Youtube e Instagram, além de eventualmente também participar de shows de stand-up, como o famoso Gongada Drag (espetáculo originário de São Paulo de gongação entre Drag Queens, com a intermediação do produtor, apresentador e comediante Bruno Motta) assim como a Rita Von Hunty e a Nany People.

Interagir ativamente com seguidores

A PD22 diz respeito à prática performativa de engajar-se direta e responsivamente com o público nas mídias digitais, promovendo uma relação de proximidade, diálogo e reconhecimento mútuo. Essa prática pode ser evidenciada muitas vezes pelo fato da drag tornar isso visível através de suas publicações em feed ou story.

A Nany People, por exemplo, costuma reproduzir postagens de fãs que a marcam em stories do instagram, comumente dos espetáculos que são realizados em turnê por diversas cidades brasileiras. Além de reproduzir comentários de fãs que a referenciam em outras plataformas de mídias sociais, eventualmente são trazidas para evidenciar no story do instagram. A Samira Close performa uma interação ativa com seus seguidores. Alguns vídeos que são comumente postados dizem respeito a Samira respondendo seus seguidores ao vivo durante suas transmissões na Twitch, enquanto nos stories ela anunciaava a transmissão e direcionava sua audiência através de um link).

A Rita Von Hunty também demonstrou performar a interação com seus seguidores, entretanto de maneira colaborativa. Ela se põe como professora, disponibiliza todos os conteúdos no Youtube e outras plataformas, e adicionalmente oferece um programa (um clube do livro pago), para financiar a produção dos "conteúdos educacionais críticos" (em formato de vídeo-aula da Rita). Este clube do livro teria adicionalmente acesso a essas seções ao vivo de discussões sobre livros previamente acordados com o educador. A Rita também interage a partir do ato de reportagem de fotos de seguidores que a mencionaram no Instagram após uma participação presencial da drag.

Produzir conteúdos críticos à heteronormatividade

A PD23 diz respeito à criação de conteúdos que desafiam, questionam, satirizam ou desconstroem os valores, estéticas e moralidades associadas à heteronormatividade, especialmente sua expressão hegemônica da masculinidade branca, racista, misógina e com moralidades mono-religiosas e não humanas.

Dentre as drags de nosso arranjo, a evidência latente aponta para performances da Rita Von Hunty. Em vários de seus vídeos culturais, apresenta as perspectivas feministas e queer como uma visão de mundo mais humana, pluricultural e crítica. Dessa forma produz conteúdos temáticos instrucionais e contextualização geopolítica para evidenciar as constantes agressões da sociedade com aqueles que não se enquadram nas normatividades impostas e classificadoras de quem "vale" e quem "não tem alma", e não vale nada.

A Nany People evidenciou essa prática em diversas entrevistas, à programas de podcast, sua experiência de ser uma pessoa que era hegemonicamente na sociedade percebida como "sem valor" por ser uma travesti / trans. Ela relata sobre os atos de ódio que já recebeu, já militando por respeito à todas as mulheres, cis e trans. A outra drag que performou essa prática é a Grag Queen, de quem podemos evidenciar sua participação em uma campanha de denúncia e militância contra os tratamentos moralista-religiosos da "Cura Gay". Nessa campanha, e em algumas entrevistas, a Grag expõe o pensamento agressivo de extermínio e geração de culpa e medo em crianças não consideradas dentro do "padrão" (a binariedade heteronormativa). Geralmente as performances acompanharam falas elucidativas,

comentários provocativos, inclusive utilizando humor ácido, ironia ou pedagogia crítica, em linguagens transgeracionais em prol da reflexão e dúvida.

Produzir conteúdos humorísticos

A **PD24** diz respeito à criação de conteúdos cômicos, que mobiliza de forma intencional o humor como linguagem expressiva e política da arte drag, com foco em situações cotidianas que geram identificação afetiva e social com públicos diversos, especialmente com pessoas queer.

Quatro das seis drags investigadas demonstraram performar conteúdos humorísticos em suas produções midiáticas, ainda assim cada uma com seu estilo de humor. A Samira Close, por exemplo, costuma fazer uso de vários memes, visuais ou bordões, durante suas transmissões e produções de conteúdos diversos. Além de ela se posicionar diretamente em um modus operandi de narrativa cômica, como a própria forma que caracteriza e interpreta seus personagens de jogos, gerando reações de divertimento pelo seu público.

A Nany People, por sua vez, realiza movimentos similares ao da Samira, contudo com referências de outra geração queer. Também aproveita momentos de críticas ao ódio à pluralidade na sociedade, para reverberar algum comentário pertinente engraçado. A Ismeiow em suas performances em vídeo utiliza de muitas falas de tom cômico e irônico, muitas vezes se usando como pauta para críticas estéticas e performáticas de forma cômica. E no caso das performances da Rita Von Hunty, é utilizado por ela, praticamente em todos os seus conteúdos, trechos destinados a ser mais “papo sério” e outros nos quais ela constroi uma narrativa cômica durante sua explicação teórica ou histórica.

Produzir sua própria montação

A **PD25** refere-se a prática de construir de forma autônoma e criativa os processos que compõem a construção da identidade e materialidade da drag. Essa performance pode ser evidenciada a partir da criação e execução da montação, incluindo etapas como maquiagem, costura, utilização de enxaiméis para a construção do corpo, a aquendação (truque de disfarçar a genitália), customização

de figurinos, estilização de perucas e acessórios, concepção visual e narrativa da persona drag.

Para exemplificar, podemos evocar apenas duas das drags investigadas, a Pabllo Vittar e a Ismeiow. A Ismeiow, por exemplo, performa sua montação por meio de tutoriais, registros em vídeo e fotos demonstrando o processo de da produção, tanto técnico quanto criativo. A Pabllo Vittar sempre performa seu próprio processo de maquiagem, mais como uma forma de demonstrar os bastidores de sua preparação para performances ou compromissos. Nany People, Samira Close e Grag Queen performam sua montação através da sua equipe de produção. Já a Rita Von Hunty, não performou seu processo de montação no período de investigação.

Produzir padrão estético de beleza

A **PD26** refere-se à reprodução e super valorização de atributos físicos classificados como “belo” para uma estética comercial hegemônica, fazendo com que a percepção corporal a partir de normas de beleza seja baseada em um padrão “não atingível” pela maioria.

Apenas a Pabllo Vittar e a Grag Queen foram identificadas realizando essa performance. A Pabllo Vittar, sendo uma “sexy queen”, carrega em sua estética um foco em um corpo com silhuetas torneadas e acentuadas. Por isso, utiliza muitos looks curtos, com lascões e decotes, mostrando muita pele e formas. Algumas vezes de forma mais sensual, outras vezes de forma mais sexual. Diferente da Pabllo Vittar, a Grag Queen, apesar de servir sensualidade em drag, nem sempre é sexy mostrando pele, uma vez que em algumas montações utiliza o recurso do “padding”, mas sempre através de seus looks, maquiagem e linguagem corporal. Entretanto, já em postagens que a Grag Queen não está montada, está “de boy”, ele performa sensualidade em torno de sua rotina de processos físicos e estéticos em busca dessa performance estética masculina padrão. E aí podemos evidenciar a partir da exaltação de atributos físicos que supervalorizam os corpos “padrões dominantes”, mas desafiando as “métricas adequadas” de feminilidade e masculinidade.

Produzir Trends

A **PD27** diz respeito à produção e criação de conteúdos midiáticos alinhados a tendências virais nas plataformas digitais, com o objetivo de maximizar engajamento, atualizar-se frente às dinâmicas de circulação midiática e reforçar a interação e relevância junto a comunidades online.

Dentre as drags investigadas, nem a Nany People, nem a Rita Von Hunty performaram. Entretanto podemos evidenciar as práticas da Pabllo Vittar de postagem, seguindo, por exemplo, a tendência das postagens “photo dump” (uma sequência de fotos de acontecimentos, não necessariamente inter relacionados), ou ainda por criar passinhos para trechos de suas músicas registrados num vídeo curto, incentivando que outros ou reproduzam a dança, ou utilize a música em outros “reels” ou “tiktok”.

A Ismeiow e a Grag Queen também podem servir para exemplificar essa performance, a partir de seus posts que seguem padrões de transição de um momento para outro, de desmontado para montada. Outra exemplificação, praticada tanto pela Samira Close quanto pela Ismeiow, é a performance de reações a produtos (desde maquiagem de diferentes marcas, ao lançamento de um vídeo clipe da Lady Gaga).

Promover a equipe de profissionais envolvidos na sua produção

A **PD28** refere-se à valorização pública dos profissionais que colaboram nos diversos aspectos da produção artística, estética e performativa da drag.

A performance mais comum de ser identificada é por meio da marcação do @ do profissional que está assessorando a drag. Muitas vezes a marcação vem acompanhada de uma legenda com “registro técnico”, creditando os profissionais e marcas, também com agradecimentos. Outra exemplificação é, por exemplo, a performance da Ismeiow, como ela muitas vezes produz o conteúdo do “como se faz”, ela tende a demonstrar mais essas parcerias que lhe assessoraram em projetos mais complexos ou não convencionais. A Rita Von Hunty e a Nany People, performam agradecimentos com maiores detalhes e textos. Enquanto Pabllo Vittar, Grag Queen e Samira Close costumam fazer o registro técnico e eventuais comentários direcionados.

Promover a sua fé

A **PD29** diz respeito à manifestação pública de crenças e vivências espirituais, por meio da afirmação da própria religiosidade e do compartilhamento de práticas, símbolos e discursos relacionados às suas práticas de fé.

Apenas os conteúdos da Nany People e a Grag Queen demonstraram performar sua fé. Nany People, por exemplo, evidencia com frequência suas práticas de fé cristã, a partir de relatos pessoais e evocações religiosas, a construção de vínculos com templos e doutrinadores que compartilham de convicções semelhantes, e suas idas à missas. Já a Grag Queen, promove tanto uma campanha contra movimentos religiosos que promovem violências de gênero a partir de discursos como “cura gay”, mas promove uma fé em uma rede de apoio pluralista. Em algumas de suas falas, profere a evocação “axé” de origem cultural religiosa africana, de forma incidental no locus da evocação “amém” de origem cultural euro-cristão.

Promover ação social

A **PD30** refere-se à prática engajada em iniciativas voltadas ao amparo e fortalecimento de pessoas e comunidades em situação de vulnerabilidade social ou em necessidade.

Essa promoção de ações sociais pode ser evidenciada a partir de ações como doações materiais e financeiras, mas também a partir de apoio a campanhas de mobilização de recursos emergenciais, como apoio a eventos de cunho solidário ainda realizando parcerias com projetos sociais.

Três das seis drags demonstraram essa prática. A Nany People pode servir de exemplo a partir de suas práticas associativas a sua imagem a eventos e premiações relacionadas à cultura LGBTQIAPN+, principalmente no eixo sudeste brasileiro (Rio ~ São Paulo - fluxo da produção da televisão aberta brasileira, e Minas Gerais - por ser mineira). A Rita Von Hunty performa de forma mais ativa, participando de eventos que visam discutir problemas sociais locais e globais, ou de direitos humanos a justiça ambiental. A performance da Ismeiow, por exemplo, é evidenciada na situação de atuação ativa em colaborar a levantar fundos com seus seguidores e relações mercadológicas, durante a calamidade pública vivida no Rio

Grande do Sul, movimento este que aconteceu também de maneiras similares com a Nany e a Rita nessa situação de repercussão nacional.

Promover ativismo em prol da naturalidade da pluralidade queer

A **PD31** diz respeito às práticas de articulação de discursos e ações que defendem a legitimidade, visibilidade e reconhecimento da diversidade de identidades, expressões e vivências queer, desafiando normas sociais, culturais e religiosas que impõe padrões hegemônicos.

Essa performance pode ser evidenciada por meio de certas práticas como falas, postagens e conteúdos ativistas que desmistificam preconceitos, celebram a pluralidade, como fez a Nany People ao repostar um trecho de vídeo do final da novela "Terra e Paixão" (TV Globo). O trecho mostra o casamento dos personagens Ramiro e Kelvin (um casal gay vividos pelos atores Amaury Lorenzo e Diego Martins). Em seu (re)post, Nany parabeniza o escritor, diretor e elenco da novela por esse "grande momento na teledramaturgia brasileira", e já deixa recado antecipadamente aos comentários homofóbicos "que o perfil segue as regras, preferências e opiniões da dona".

Outra performance que pode servir para exemplificar essa prática, diz respeito a uma performance que envolve a Grag Queen e a Samira Close, no programa de entrevistas com auditório da Samira, o "SuperPoc" (Dia TV). Na ocasião, na qual a Samira recebe a Grag e várias outras drag queens, houve momentos em que ambas as drags falam sobre o processo de exclusão passado pelas pessoas queer em vários momentos de sua vida, em todos os cenários da vivência. E refletem sobre o processo de desconstrução dos comportamentos podados e normalizados pela sociedade, além da violência às pessoas LGBTQIAPN+.

A Rita Von Hunty performa muito o ativismo em prol da naturalidade queer, como, por exemplo, quando escreve uma resenha sobre um livro da RuPaul, juntamente ao escritor e ativista queer brasileiro Renan Quinalha, apontando para processos de desconstrução da própria sociedade queer e às violências de lógica binária e heteronormativa reproduzidas por pessoas queer, geralmente acompanhada de explanações que ampliam a compreensão sobre as experiências queer e reivindicam inteligibilidade para corpos, afetos e subjetividades dissidentes.

Promover diretamente comercialização

A **PD32** diz respeito à incentivar diretamente a aquisição de produtos, serviços ou experiências aos seguidores, além de práticas de merchandising, campanhas publicitárias ou articulando sua presença artística com estratégias comerciais explícitas.

Uma das formas de evidenciar essa performance é através de práticas explícitas de recomendações de consumo de algo, como a Pabllo Vittar faz ao anunciar as vendas dos ingressos de seus shows ou incentiva seus seguidores a escutarem uma música específica para gerar volume de visualização na plataforma de streaming. Ou ainda quando a Nany People oferece vaga publicitária em uma revista especializada para o turismo gay na cidade de São Paulo, ou ingressos para seus shows.

No caso da Grag Queen, quando não performa incentivos de consumo de suas músicas em plataformas de streaming musical, incentiva o consumo da plataforma Drag Race. Já a Samira Close, constantemente pratica a divulgação de seu programa e dos demais programas associados a Dia TV. A performance de Rita Von Hunty é um pouco peculiar, mas tem a mesma finalidade de rentabilidade, mesmo tratando-se de um clube do livro pago que financia a produção dos conteúdos audiovisuais para Youtube, e demais streamings de audiovisual. A única que não foi identificada performance que se enquadre em uma promoção de comercialização direta, foi a Ismeiow.

Promover educação a partir de referências Feministas

A **PD33** diz respeito à prática de difundir saberes, reflexões e conteúdos fundamentados em perspectivas feministas, com o intuito de educar, estimular e provocar debate e ampliar a consciência crítica sobre gênero, poder e desigualdade.

Essa foi uma prática específica identificada nas performances da Rita Von Hunty. Para isso podemos evidenciar práticas como produção e curadoria de conteúdos educativos a partir de saberes feministas; criação de discursos que articulam empoderamento, interseccionalidade, direito e justiça de gênero para

desvendar o pensamento masculinista opressor majoritário na sociedade, fortalecendo o entendimento do pensamento crítico feminista com seus seguidorus.

Promover educação a partir de referências Queer

A **PD34** refere-se à prática de disseminar conhecimentos, saberes, reflexões e produções intelectuais baseadas em perspectivas plurais e críticas queer, com o intuito de educar, provocar debate e ampliar a compreensão crítica sobre diversidade sexual, de gênero e de identidade.

Assim como na prática anterior, a Rita Von Hunty constantemente evidencia essa performance por meio dos conteúdos explicativos, curadorias culturais e argumentações públicas evocando referências queer culturais e acadêmicas, como filmes, séries, livros e textos de autores pessoas queer. A Nany People também pode exemplificar a partir da sua demonstração de apoio, divulgação e debates sobre referências e vivências queer, fortalecendo a circulação e o reconhecimento dessas perspectivas.

Também identificamos a Samira Close realizando esta performance, de educação a partir de referências queer, durante seu programa SuperPoc. Em entrevistas, como a com a Mari Maria ou com a Grag Queen e outras drags, onde a Samira tanto compartilhou conhecimentos básicos da cultura queer, ensinando a Mari Maria sobre parte do público que a consome, como vivências de resistência enquanto uma pessoa queer em diversas práticas sociais durante toda a vida, e como reverbera no fazer drag. As demais drags, não demonstraram essa performance.

Promover gongação

A **PD35** diz respeito a prática de realizar comentários cômicos, satíricos e teatralizados com o intuito de entreter por meio de ironia crítica, destacando características ou comportamentos supostamente negativos ou duvidosos de forma exagerada e lúdica.

Dentre as drags que foram identificadas realizando esta performance, podemos evidenciar a partir da prática direta da gongação, enquanto um tipo de entretenimento específico, como quando tanto a Nany People, a Rita Von Hunty e a

Ismeiow participaram do show teatral “Gongada Drag”, onde cada convidade tem a chance de ser alvo de alguma gongada e também de gongar. Entretanto, as três juntamente a Samira Close, também praticam gongação em momentos diversos enquanto produzem seus conteúdos, algumas vezes as gongações são auto-infligidas, quando a crítica irônica é sobre sua própria prática, ou ainda destinada a alguém. As gongações misturam verdade, crítica, exagero e deboche, focando em características, comportamentos ou situações “estranhas”, “inadequadas”, “engraçadas”, “sensuais”, “pessoais” ou “profissionais”, sem o intuito de humilhar, mas de criar pertencimento e cumplicidade cômica dentro da cultura queer e drag, sempre respeitando limites para evitar que a gongação se torne ofensiva ou agressiva.

Promover pautas sociais progressistas

A **PD36** refere-se à prática de articular e produzir discursos alinhados a valores sociais progressistas, ou seja, em prol da pluralidade cultural e humana, e do enfrentamento de desigualdades estruturais relacionadas a gênero, sexualidade, raça, classe, meio ambiente e outros marcadores sociais.

Podemos evidenciar essa performance a partir dos conteúdos da Rita Von Hunty, Grag Queen e Nany People através da produção e compartilhamento de mídias promovendo o debate crítico, a denúncia de injustiças sociais, raciais, ambientais, de gênero e a valorização de práticas inclusivas e sustentáveis.

As três drags citadas performam, por exemplo, entrevistas e falas públicas que denunciam e enfrentam discursos e atos que reproduzem violência, ou tentam invalidar a existência de outros corpos. A Rita Von Hunty, em especial, se engajaativamente na construção de pautas argumentativas e de enfrentamento constante, tanto em prol de avanços sociais (como a pauta da redução da jornada de trabalho do trabalhador brasileiro na campanha do “fim da escala 6x1”), ou ainda a denúncia da indústria do agrotóxico que além de prejudicar a saúde da população também polui o ambiente.

Promover personalidades Queers

A **PD37** refere-se à prática de visibilizar, valorizar e colaborar com outras personalidades queer por meio da articulação estética, afetiva e política em produções artísticas e midiáticas realizadas por personalidades queer.

Todas as seis drags demonstraram essa prática. Para evidenciar, podemos apontar ações de promoção de reconhecimento mútuo, como a valorização entre Pabllo Vittar e a Madonna, em um momento de reverência e reconhecimento entre gerações de influenciadoras queer. Também podemos citar parcerias ou indicações artísticas (como fazem todas as drags, ao marcar os diversos profissionais majoritariamente queer envolvidos na produção), ou ainda indicações de profissionais de diversas expressões artísticas dentro do universo queer (como a Rita Von Hunty faz ao indicar filmes, livros, pensamentos e tantos outros trabalhos com narrativas queer). Essas práticas fortalecem coletivamente e ampliam percepções de vivências e expressões queer.

Promover seus conteúdos multiplataforma

A **PD38** refere-se à prática estratégica de divulgar e articular conteúdos em múltiplas plataformas digitais, incentivando a migração de seguidores de uma plataforma para outra, com a intenção da ampliação do alcance e engajamento em diferentes conteúdos ou complementares., adaptando sua performance artística e midiática às especificidades de cada veículo/plataforma.

Todas as seis drags performaram a promoção de conteúdos em outras plataformas. Podemos evidenciar a partir das práticas da Pabllo Vittar e Grag Queen direcionarem seu público para streaming de músicas ou para o youtube, para visualização de videoclipe, ou seja, promove um consumo complementar, geralmente em formatos de mídias, que requer a troca para outra plataforma. Ou como a Rita Von Hunty faz, ao convidar sua audiência pagante para uma plataforma secundária para a realização do pagamento e do encontro virtual. Ou ainda como Samira Close e Ismeiow performam, ao disponibilizar trechos de vídeos maiores, que estão disponíveis na íntegra em outra plataforma, como o youtube.

Promover sua produção artística

A **PD39** diz respeito a prática intencional de demonstrar autoridade e divulgar as próprias produções artísticas, mobilizando estratégias que visam ampliar seu reconhecimento, visibilidade e relevância.

Todas as drags demonstraram praticar a promoção de suas performances artísticas. Podemos evidenciar a partir de comportamentos como a evidenciação da Pabllo Vittar ou Grag Queen ao realizar uma divulgação sistemática de seus lançamentos musicais e apresentações, de diferentes formas, como uma chamada para assistir ao clipe e escutar a música, ou a postagem de um trecho de um show com a música sendo performada. Também pode ser evidenciado pela demonstração das construções de suas produções, etapa por etapa, como faz a Ismeiow. A prática de mostrar os processos de deslocamento, preparações pré-espetáculos, e os elogios por sua arte, como faz a Nany People, também é uma evidência, acompanhados de estímulos à interação, compartilhamento e engajamento.

A Samira Close realiza essa performance, por exemplo, divulga os convidados de seu programa, uma forma que demonstra a demonstração de autoridade no entretenimento queer, similarmente à Rita Von Hunty, contudo em um contexto de indicação de conteúdos educacionais já trabalhados em algum momento no passado.

Reforçar falas estereotipadas conservadoras

A **PD40** diz respeito à reprodução, compartilhamento ou validação de discursos que reiteram normas de gênero conservadoras e esteriotipadas, baseadas na lógica binária, essencialista, heteronormativa e patriarcal.

A única drag que demonstrou essa prática foi a Nany People. Foi evidenciado por meio de postagens e repostagens que justificam os papéis para “mulheres” e “homens”, atribuindo a cada um comportamentos e competências considerados “naturais”, de acordo com uma moral tradicionalista, como quando ela argumenta em uma entrevista sobre o “dom da entrega pertencer a mulher”. Uma outra prática identificada nos conteúdos da Nany, que também se enquadra nessa performance, diz respeito sobre uma repostagem de um vídeo de piada onde argumenta o papel do “homem” ser bem sucedido financeiramente e bancar a figura feminina, tendo uma reviravolta do último homem, “a figura feminina” ser namorado dos três homens

anteriores (da piada) e se aproveitar financeiramente dos três e aproveitar a vida “como stripper” em um clube, replicando apenas a graça da piada.

Repostar conteúdos que a representam

A **PD41** diz respeito à prática de repostar conteúdos produzidos por terceiros que representam ou referenciam diretamente a drag, que gere identificação ou reconhecimento como parte da sua imagem, discurso, estética ou posicionamento identitário.

Isso pode ser evidenciado através da curadoria individual de cada drag no seus atos de repostagem. Nany reposta piadas, marcações de participações em programas e de fãs, além de mensagens motivacionais, de postagens de fãs, páginas especializadas, outras personalidades ou veículos midiáticos que produzem sentidos alinhados à forma como a drag deseja ser reconhecida. A Rita reposta notícias de acontecimentos políticos de caráter progressista e humanista contra os tradicionalistas que pregam violência, ódio e exploração para enriquecimento de poucos. A Samira Close reposta majoritariamente nos stories, geralmente momentos de divertimento postados por amigos que estavam no mesmo local, ou ainda quando ela posta algum meme ativista, como “Sexo só depois do fim da escala 6x1 / Eu resolvi esperar”.

A Grag já reposta mais conteúdos próprios ou situações que exaltam sua carreira, como participações em programas, podcasts, com expressões de agradecimento. A Pabllo performa similar a Grag, mas também apresenta repostagem de outros artistas, além de postagens de danças de fãs. Enquanto a Ismeiow reposta com muita frequência marcações de fãs.

Servir estética conceitual

A **PD42** refere-se à prática de produzir e exibir estéticas não normativas, exageradas e transformativas, marcadas pela transgressão dos padrões considerados convencionais de beleza, gênero e naturalidade, como drag ou não.

Apenas a Ismeiow e a Samira Close foram identificadas performando uma estética conceitual. A Samira Close, por exemplo, não performa uma estética tradicional desde o início, por ser uma drag barbada. E em seguida, por adotar estéticas mais que refletem estilos como cyberpunk e camp, que desestabilizam as normas binárias de gênero ao evocar corporalidades intergênero, agênero, futuristas, clubbers, "estranhas" ou monstruosas.

A Ismeiow, por outro caminho, performa sua conceitualidade na utilização de recursos visuais como maquiagem artística, prostéticos, vestuários inusitados e acessórios simbólicos que compõe uma presença cênica androgina ou distópicas, que transformam o corpo em plataforma de provocação estética, política e subjetiva.

Servir estética hiperfeminina

A **PD43** refere-se à prática de projetar uma estética corporal altamente feminina por meio de artifícios técnicos e estilísticos que compõem uma ilusão transformativa da percepção visual da feminilidade.

Apenas a Pabllo Vittar e a Grag Queen foram identificadas que performam uma estética hiperfeminina. Na performance da Pabllo Vittar, a construção de imagens dela reforçam traços e signos socialmente associados ao feminino, como delicadeza, sensualidade e suavidade através de maquiagem elaborada, figurinos ajustados, acessórios, expressões corporais e poses cuidadosamente ensaiadas.

Similarmente, a Grag também serve uma estética hiperfeminina mostrando menos pele e mais vestuários e acessórios que remetem a uma feminilidade de décadas anteriores, assim como a latinidade.

Servir sensualidade

A **PD44** refere-se a prática de expressar uma sensualidade proposital e podendo ser por linguagens comunicativas provocativas, erotizadas e instigantes.

Esta prática também foi identificada em Pabllo Vittar e Grag Queen. A Pabllo Vittar evidencia essa performance a partir de movimentos, posturas, olhares e gestos que exploram a liberdade do corpo como meio de expressões diversas. Tanto demonstra a partir da performance do seu corpo esguio e angrogeno e linguagens corporais lidas como gay afeminada.

A Grag Queen já utiliza recursos como a exibição do corpo por meio de figurinos curtos, colantes ou calculadamente reveladores, bem como a uma estética visual e valoriza o efeito do movimento e das curvas do corpo.

Valorizar referências criativas nacionais, regionais e periféricas

A **PD45** diz respeito a valorização intencional de expressões culturais, intelectuais, artística e performática geralmente decorrentes de contextos regionais, periféricos e historicamente marginalizados.

Essa performatividade pode ser evidenciada por meio de incorporação estética, simbólica e narrativa de saberes e linguagens regionais, em contraste com referências dominantes nacionais ou globais. Em boa parte das performances da Pabllo Vittar, ela está evocando estética brega nordestina, tanto na construção imagética da vestimenta, quanto na estética musical, melodias e batidas. Ao mesmo tempo que performa uma gay afeminada e uma drag superstar. A Samira Close também performa uma gay afeminada, que tem Lady Gaga como ídola, além de ser uma ávida consumidora de Pop nacional. A Rita Von Hunty já performa através da recomendação de conhecimentos nacionais, filmes nacionais que não chegam às telas comerciais, até os comerciais. Ou ainda quando defende o pensamento decolonial, não negando o pensamento colonizador, mas ajustando o ponto de vista.

A Nany People, por sua vez, performa uma visão nacionalizada da cultura brasileira, a midiática sudestina. Já a Grag Queen performa a diversidade de brasiliidades, dentro de uma fórmula midiática estadunidense. A Ismeiow foi a única que não demonstrou evidências de cultura brasileira localizada.

As 45 PDs, descritas acima, refletem o período de um ano calendário (de janeiro a dezembro) de 2024, com base em 413 postagens selecionadas para análise, dentre 1187 postagens, das seis queens brasileiras influenciadoras do arranjo. Essas postagens selecionadas correspondem à temáticas guiadas pelos tópicos e enfoques definidos no planejamento. Também foi seguido o critério de saturação dos dados, onde postagens de conteúdo semelhante a outros, a nível de significados, ao ponto de haver uma constante repetição, não foi necessário a coleta destas práticas já saturadas.

No processo metodológico, a etapa seguinte o registro das práticas é a geração de códigos, uma etapa em que é concedida uma base conceitual às práticas. Chamamos esses códigos de regimes de inteligibilidade, etapa que iremos abordar a seguir.

4.2. Regimes de Inteligibilidade

Durante o processo de nomeação das práticas, em uma série de 45 performances drags, concomitantemente são realizadas associações que geram conexões, mediante reflexividade, entre conceituações e discursos. Essas relações e similaridades evocam uma normatização de conhecimentos e símbolos, um padrão para ter validade. Dessa forma, esses conjuntos de conhecimentos e significados são o que concede uma base conceitual às práticas. Cada conjunto de significados e validações, podem ser nomeadas, ou seja, codificadas.

Chamamos os códigos, então, de regimes de inteligibilidade (RI), que podem ser entendidos como conjuntos de normas sociais, culturais e discursivas que definem quem ou o que pode ser reconhecido como legítimo em determinados contextos. Esses regimes de inteligibilidade são as normativas que regulam a validade das identidades a nível de reconhecimento social, e também delimitam as condições de existência.

A partir de Butler (2003) chegamos ao entendimento de que “a inteligibilidade é garantida apenas por meio de normas hegemônicas que determinam a aparência do humano” (p. 23), ou seja, evidencia que as regras ou regimes não são neutros, são mecanismos de poder que naturalizam certas identidades, práticas e pensamentos (como as pessoas cis-heteronormativas impositores) e marginalizam ou tornam ininteligíveis, vulgar e pecado outras formas de ser e viver.

Então, a partir das informações evidenciadas, registradas e organizadas das quarenta e cinco performances drag, e através da interpretação reflexiva balizada no conceito de inteligibilidade (Butler, 2003), foram registradas vinte e duas relações que contextualizam os RIs através da observância das práticas.

Tabela 6 – Mapa de Relação RI x PD

	RI 01	RI 02	RI 03	RI 04	RI 05	RI 06	RI 07	RI 08	RI 09	RI 10	RI 11	RI 12	RI 13	RI 14	RI 15	RI 16	RI 17	RI 18	RI 19	RI 20	RI 21	RI 22	
PD01	x				x								x			x			x	x			x
PD02	x	x			x						x		x						x				
PD03								x		x					x		x				x	x	
PD04				x				x		x				x		x					x	x	
PD05						x			x		x			x	x						x	x	
PD06					x				x			x											
PD07																x		x	x				
PD08	x			x	x				x				x										
PD09	x		x	x															x	x			
PD10											x								x		x		x
PD11	x	x						x		x				x	x			x				x	
PD12	x							x		x				x	x					x	x		
PD13									x					x							x		
PD14		x					x														x		
PD15	x			x				x			x	x			x						x		
PD16		x		x	x	x	x			x					x			x			x		
PD17							x							x								x	
PD18	x			x			x								x	x		x					
PD19						x								x	x								
PD20				x	x	x	x								x		x	x				x	
PD21	x	x					x		x												x		
PD22										x									x		x		
PD23	x			x		x		x				x						x				x	
PD24	x	x					x					x						x	x			x	
PD25	x	x								x		x											
PD26				x	x	x									x							x	
PD27	x					x		x		x					x							x	
PD28			x			x			x		x			x			x				x		
PD29																x	x						
PD30			x					x											x	x			
PD31	x							x			x			x	x				x	x			
PD32						x				x													
PD33			x	x				x			x		x	x				x	x				
PD34			x	x				x			x		x	x				x	x				

PD35	x	x						x			x
PD36					x		x	x	x	x	
PD37			x		x	x		x	x	x	
PD38				x							
PD39	x		x		x	x	x		x		
PD40	x		x			x		x			
PD41	x		x	x		x		x	x	x	
PD42	x	x		x	x				x	x	
PD43	x			x	x	x			x		
PD44			x	x	x		x		x	x	x
PD45	x		x		x			x	x	x	x

Fonte: elaborado pelo autor.

Dessa forma, considerando que os RIs refletem as “compreensões possíveis”, ou as legibilidades das performances drag. Denominamos as inteligibilidades conforme protocolo de descrições de codificações analíticas, dessa forma utilizamos substantivos em suas denominações, tendo em vista que estes substantivos são capazes de retratar conceitos e as sínteses e classificando as performances drag. Para evidenciarmos as relações identificadas, entre performances drag (PD) e os regimes de inteligibilidade (RI), criamos a Tabela 6.

Cada regime de inteligibilidade compreende um conjunto de performances drag, que, por sua vez, podem estar associadas a diferentes regimes de inteligibilidade simultaneamente. A seguir (organizado em ordem alfabética), descrevemos cada uma da RIs e explanamos sobre as ligações com as PDs.

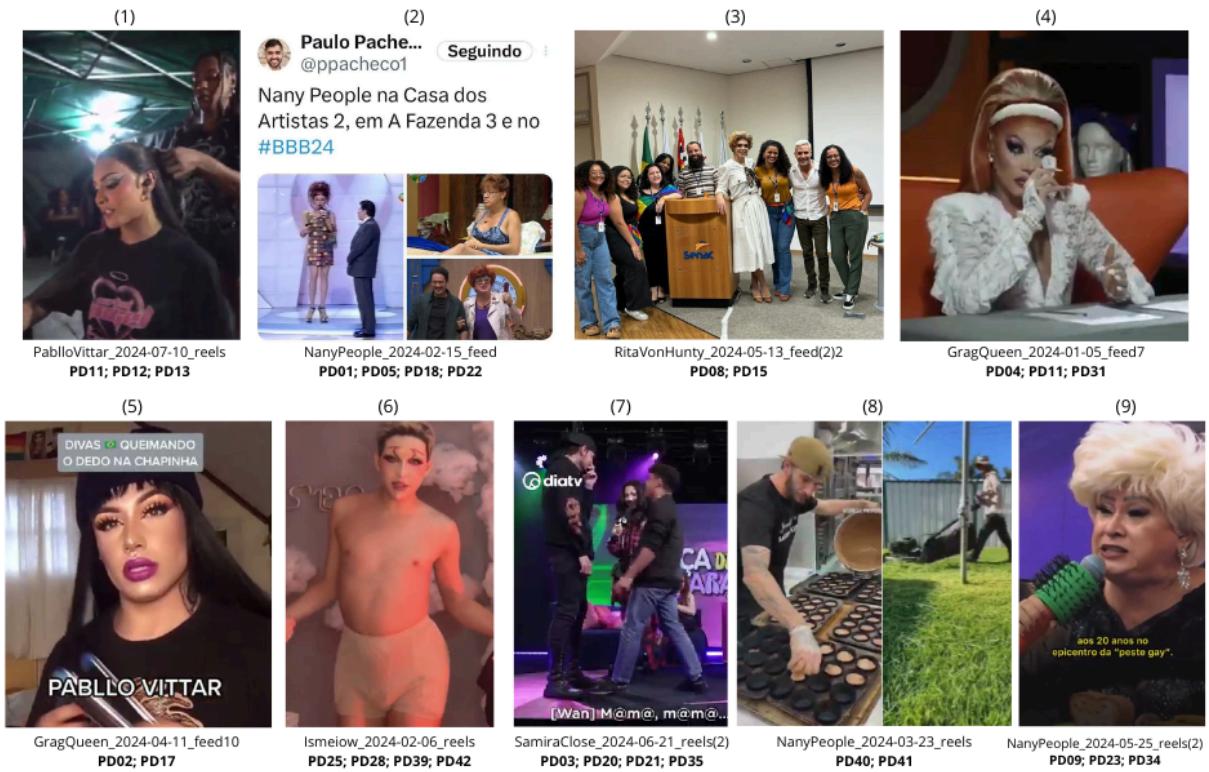
Autenticidade

O RI01 “Autenticidade” diz respeito ao conjunto de conceitos que regem a percepção de coerência da performance de essência genuína, identificável, irreverente, emocional e criativa, além de apropriações e transformações, coerente com os traços identitários que u sujeite reflete na materialização das personas performáticas.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação de autenticidades a partir dos saberes de domínio da artista drag (PD01; PD08; PD11;

PD12; PD21; PD25; PD35), suas práticas identitárias (PD18; PD40; PD41; PD42), narrativas (PD15; PD31) e comportamental (PD02; PD09), ao serem reconhecidas como genuínas, relacionáveis e consistentes com os elementos culturais que as definem.

Figura 9 – Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Autenticidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Esse processo de percepção social opera como uma lente reguladora que classifica e reconhece quais expressões e subjetividades são consideradas legítimas, confiáveis, influentes, válidas, verdadeiras e dignas de prestígio. Nesse contexto, a figura 9 abaixo correlaciona visualmente as mídias das performances identificadas sob o regime de inteligibilidade da autenticidade..

Para exemplificar a Autenticidade, podemos evocar algumas práticas das drag queens que compõem nosso corpus. Na figura 9, a performance (1) diz respeito a trechos de momentos de backstage da produção do videoclipe “Alibi”, uma parceria entre as cantoras Sevdaliza, Yseult e Pabllo Vittar. Acompanhando o conteúdo audiovisual, na legenda a Pabllo comemora que a música estava entre as

mais tocadas do mundo (PD11), em tom comemorativo, e convida seus seguidores para continuar escutando a música no Spotify para subir ainda mais no ranking global da plataforma de streaming (PD12).

Na performance (2), Nany People reposta no feed um print de um tweet de um fã, no qual repercute que ela “fez história” por ser a primeira artista a entrar nas mansões dos “três principais reality shows de confinamento do Brasil” (A Casa dos Artistas - SBT; A Fazenda - Rede Record; e Big Brother Brasil - TV Globo) (PD18). Na legenda, Nany diz que “É devagar que a vida vai dando certo! A gente sonha, luta, batalha e a colheita um dia vem! Amém!!! E assim...vamos fazendo história!” (PD01). Em (3), a performance de Rita Von Hunty, retrata sua interação em compromissos educacionais, como esta aula no Senac ou palestras universitárias registradas no mesmo post (PD08; PD15). Nos registros, também interage com todos que a procura, até reposta fotos que a marcam.

O conteúdo apresentado em (4) remete à performance da Grag Queen, enquanto sua participação como jurada no reality show de influencers “Corrida das Blogueiras” (Dia TV / Diva Depressão) (PD11). A Grag comenta a desenvoltura dos participantes, compartilhando que esperava mais gongaço, mas encontrou comunicações mais plurais e se emocionou com as performances de todos corpos (PD31). Já em (5), a Grag Queen revive performances de outras atuações dela, antes da fama após vencer o “Queen of the Universe”, suas criações de conteúdos para canal de youtube e outras mídias sociais, fazendo imitações, atuações e cover musicais (PD02). Em (6) a Ismeiow performa sua montação para um evento de moda, demonstrando um pouco do look que ela criou, as etapas de sua montação (PD25); além de expressar sua estética peculiar que a diferencia (PD42).

A performance (7) é a Samira Close em seu programa SuperPoc, com a participação da influencer Wanessa Wolf. A cena de um quadro de seu programa envolveu dois garotos da plateia. Durante a interação com os garotos, Samira perguntou se “um faria o outro” (gíria que tem sentido de haver interesse de se relacionarem casualmente), e ambos disseram que sim. Então, com incentivo da plateia e da convidada, aos gritos de “Beija! Beija!”, os garotos se beijaram. A cena gerou a reação cômica de Samira, dizendo para parar tudo, que o programa é dela, e que era para ela e Wanessa “arrumarem boys”, não a plateia (PD21). Quando a

cena está se dissipando, Samira, Wanessa Wolf e a plateia faz gongações com teor sexual com os garotos, como gritos de "Mama! Mama!", além de comentários da apresentadora e convidada como "tá ficando duro", "tá todo babado, bem babona" e "safada" (PD35).

Em (8), a performance da Nany People é apresentada por um repost de um vídeo de um perfil de conteúdos humorísticos (PD41). O vídeo em si exibe cortes de atividades diversas (como homem fazendo bolinhos, cortando grama, tijolos sendo cimentados e outros), mas acompanha uma narração, sem legendas, que conta uma história / piada em formato de parábola. A história relata um encontro de 4 amigos da época do colégio e falam de suas vidas e o sucesso dos filhos. Um dos amigos se afasta, enquanto os demais se gabam do sucesso dos filhos. Os três argumentam que o filho se graduou e enriqueceu ao ponto de presentear um amigo com objetos de grandes valores (como uma ferrari, um jato, e um castelo). Quando o amigo que se afastou retornar, e ter sua vez de falar sobre o filho, diz que seu filho é gay e trabalha como stripper. Seus amigos falam sobre essa "decepção", mas, prontamente, o último amigo contra-argumenta dizendo que o filho está muito bem e que no seu último aniversário ganhou uma ferrari, um jato e um castelo de seus três namorados (PD40). Um discurso com algumas problemáticas como a desvalorização do entretenimento adulto, menosprezo por "afeminados" dependentes do poder dos "masculinos" bem sucedidos.

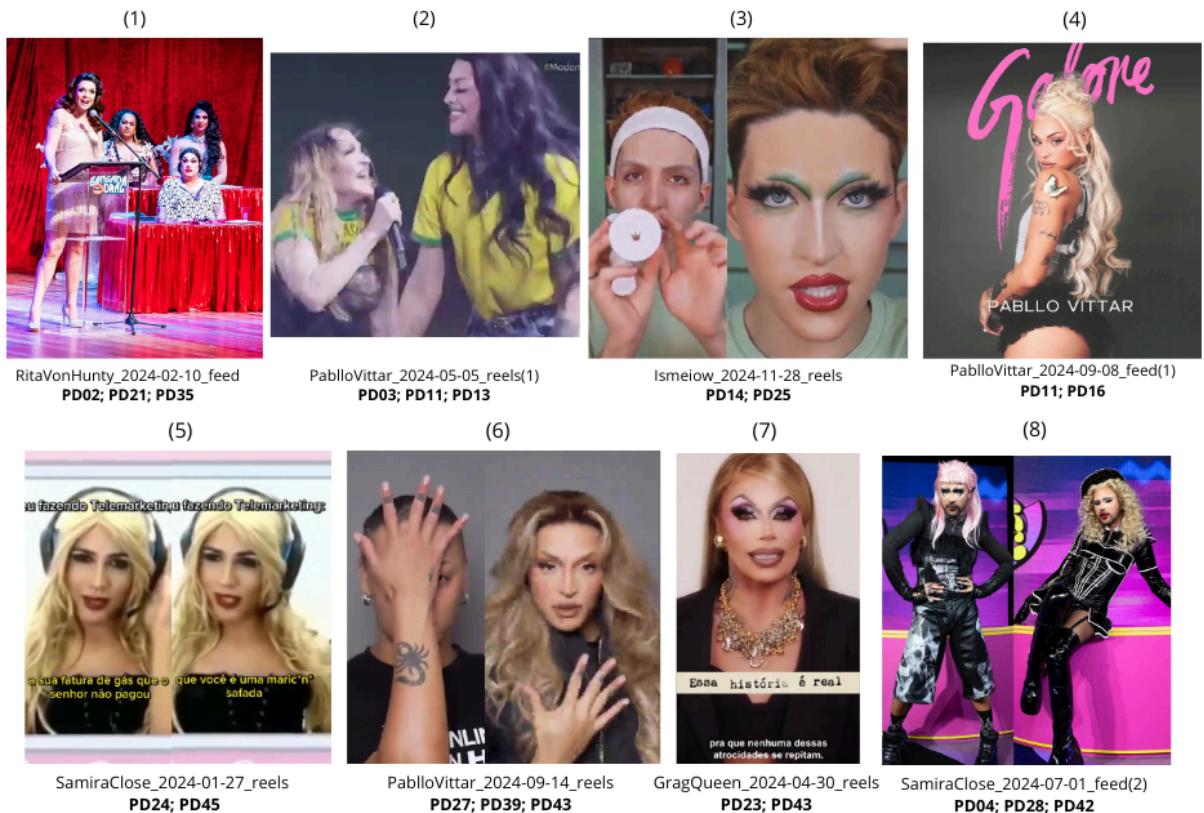
Por fim, em (9), outro conteúdo da Nany People em que ela evidencia uma fala sua no programa Caldeirão com Mion (Tv Globo). Direciona a fala para um dançarino queer, em forma de um depoimento, sobre a época em que ela chegou em São Paulo para tentar a vida como artista, no meio da "peste gay" (referindo-se a pandemia de hiv/aids) (PD09). Ela fala sobre ser sobrevivente, por pessoas trans terem baixa estimativa de vida. Finaliza dando crédito de seu sucesso à pessoas cisgenero que eram a frente do seu tempo e eram aliados da liberdade das pessoas queer.

Competencialidade

O RI02 "Competencialidade" diz respeito ao conjunto de significados que expressam habilidades, talentos, técnicas, competências e recursos criativos que

adicionam valores profissionais, artísticos, significativos e expressivos do fazer drag de cada sujeite investigade.

Figura 10 – Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Competencialidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação de competencialidades através das diversas práticas que configuram habilidades, primárias ou secundárias (PD02), pelas quais as drags constroem suas performances, constitui-se a materialidade simbólica da drag (PD24; PD25; PD27; PD42; PD43), tornando a performance inteligível (PD21; PD35; PD39), operando como critério de reconhecimento público, cultural e político (PD11; PD14; PD16; PD23; PD45). Nesse contexto, a figura abaixo correlaciona visualmente as práticas drags identificadas ao regime de inteligibilidade em questão.

Para exemplificar o RI Competencialidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 10, a primeira performance (1) refere-se a performance da Rita Von Hunty onde registra sua participação no show de comédia em teatro “Gongada Drag”

(PD21; PD35), apresentando habilidades complementares a sua competencialidade principal (PD02), de drag educadora. Na performance (2), da Pabllo Vittar, mostra trecho da transmissão do show da cantora e diva pop estadunidense, Madonna, em Copacabana (Rio de Janeiro). A rainha do pop global convida Pabllo Vittar para fazer uma participação especial no ato da canção "Music", demonstrando a influência artística da maior drag brasileira e global nas mídias sociais (PD11).

Na performance (3) temos a Ismeiow produzindo sua própria montação (PD25), para ir ao São Paulo Fashion Week 2024. Durante o processo de maquiagem, a Ismeiow comenta sobre os produtos que está usando, deixando claro que recebeu todos os produtos usados (de diferentes marcas), para ela testar e demonstrar o uso em suas produções (PD14).

Seguindo para a performance (4), temos outra postagem da Pabllo Vittar onde ela aparece na capa da Galore Magazine, uma revista de moda estadunidense, para a qual fez ensaio fotográfico e concedeu uma entrevista exclusiva. A postagem foi em colaboração com a própria revista, na legenda (em inglês) a revista exalta a influência da Pabllo na moda e na música (PD16), principalmente no momento brilhante de sua carreira ao topo do streaming global com a música "Alibi" e "São Amores".

Em (5) temos um trecho de um vídeo antigo da Samira Close performando uma atendente de telemarketing enquanto joga online com outras pessoas. Durante o jogo ela interage com outros jogadores (chat de voz) "trolando" eles, fazendo vozes engraçadas e interpretando a atendente de telemarketing (PD24). Nesse vídeo ela conversa com um jogador de forma engraçada fingindo estar cobrando uma conta atrasada, além de dizer que vai cortar o abastecimento (PD45) e "ameaçando" o outro jogador caso "não pague a conta" diz que vai "contar pra sua mãe que você é uma maricona safada".

Na performance (6) temos a Pabllo Vittar produz um vídeo tendência, mostrando uma transição (via efeitos de edição) entre ele de boy e ela montada (PD27), com uma estética bem "femme-queen" (drag queen feminina) (PD43). A trilha sonora do vídeo é sua nova música (em parceria com o cantor cearense, Nathan), onde ela (na legenda) promove o lançamento da música para a noite do dia da postagem (PD39). No exemplo (7) temos a performance da Grag Queen em um

vídeo produzido em parceria com um projeto social que denuncia e promove a criminalização das terapias de “cura gay”. Ela fala sobre ter sido vítima dessa violência que parte da (i)moralidade religiosa de pessoas cis-heteronormativos (PD23).

Por fim, temos a performance (8) da Samira Close que dá evidência aos looks que ela utilizou nos episódios do seu programa SuperPoc (Dia TV). Seus looks possuem estilos distintos e mais conceituais, subvertendo a ideia de feminilidade drag, com um look mais cyberpunk e outro adotando um estilo sensual / Joelma / Xuxa (PD42).

Conservadorismo

O RI03 “Conservadorismo” diz respeito a discursos e posicionamentos que carregam valores tradicionais que buscam reafirmar normas sociais, morais e culturais estabelecidas, especificamente nos campos da classificação e papel de gêneros, sexualidade, direitos civis, meio ambiente e justiça social.

Geralmente esses discursos e práticas reiteram hierarquias, papéis sociais fixos e estruturas de poder consolidadas que restringe quais corpos, identidades e performances podem ser reconhecidas como legítimas (PD40). Nesse contexto, falas que misturam experiências pessoais e naturalização de qualidades de gênero (PD09), ou ainda através de conteúdos humorísticos e validações de falas de terceiros (PD24; PD41).

Para exemplificar a relação das performances com o regime de inteligibilidade “Conservadorismo” evocamos algumas performances drag. Na figura 11, trazemos dois exemplos da Nany People. A publicação (1) mostra em uma entrevista a um programa de podcast, onde ela argumenta que a força da categoria “mulher”, através das suas experiências de vida (PD09). No trecho do vídeo em questão, ela publicou em comemoração ao dia internacional da mulher, e escolheu reproduzir esse trecho em que ela fala que o “dom da entrega pertencer a mulher”. Em sua explicação, diz que a “mulher” quando precisa fazer algo faz com gosto e entrega, enquanto o “homem” faz que entrega. Alocando como um papel natural da mulher realizar tarefas, enquanto o homem não realiza (PD40). Atribui essa fala ao ator

Raul Cortez em uma entrevista concedida à ela no passado (o que leva a um contexto das décadas de 80 e 90).

Figura 11 – Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Conservadorismo



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na postagem (2), como apresentamos na Figura 9 (8), essa performance da Nany People é apresentada como um repost de um vídeo humorísticos (PD24; PD41). O vídeo em si exibe cortes de atividades diversas não relacionadas ao audio. O áudio é uma narração de uma piada que utiliza uma narrativa homofóbica para gerar o humor. Na história, 4 amigos se gabam sobre o sucesso dos filhos, onde os 3 primeiros ficaram muito ricos a ponto de presentear “um amigo” com bens de alto valor (uma Ferrari, um jato e um castelo). O quarto amigo diz que o filho é gay e stripper em um clube noturno. Os 3 amigos assumem que o pai está decepcionado, mas o mesmo diz que não. O pai diz estar orgulhoso do filho por ele ser feliz e ter três namorados ricos e que recentemente ele ganhou uma Ferrari, um jato e um castelo. Apesar da “reviravolta” beneficie o gay na piada, ainda assim é insinuado quanto a desvalorização e descriminação de pessoas que trabalhem com entretenimento adulto, além de insinuar que a figura “gay / afeminado” seja subalterno à figura “masculina” bem sucedido (PD40).

Educacionalidade

O regime de inteligibilidade “Educacionalidade” (RI04) diz respeito ao conjunto de significados que abrange a dimensão pedagógica de práticas performativas com o intuito de promover o desenvolvimento cognitivo, social e político dos seus seguidores por meio de linguagens artísticas, culturais, técnicas ou midiáticas.

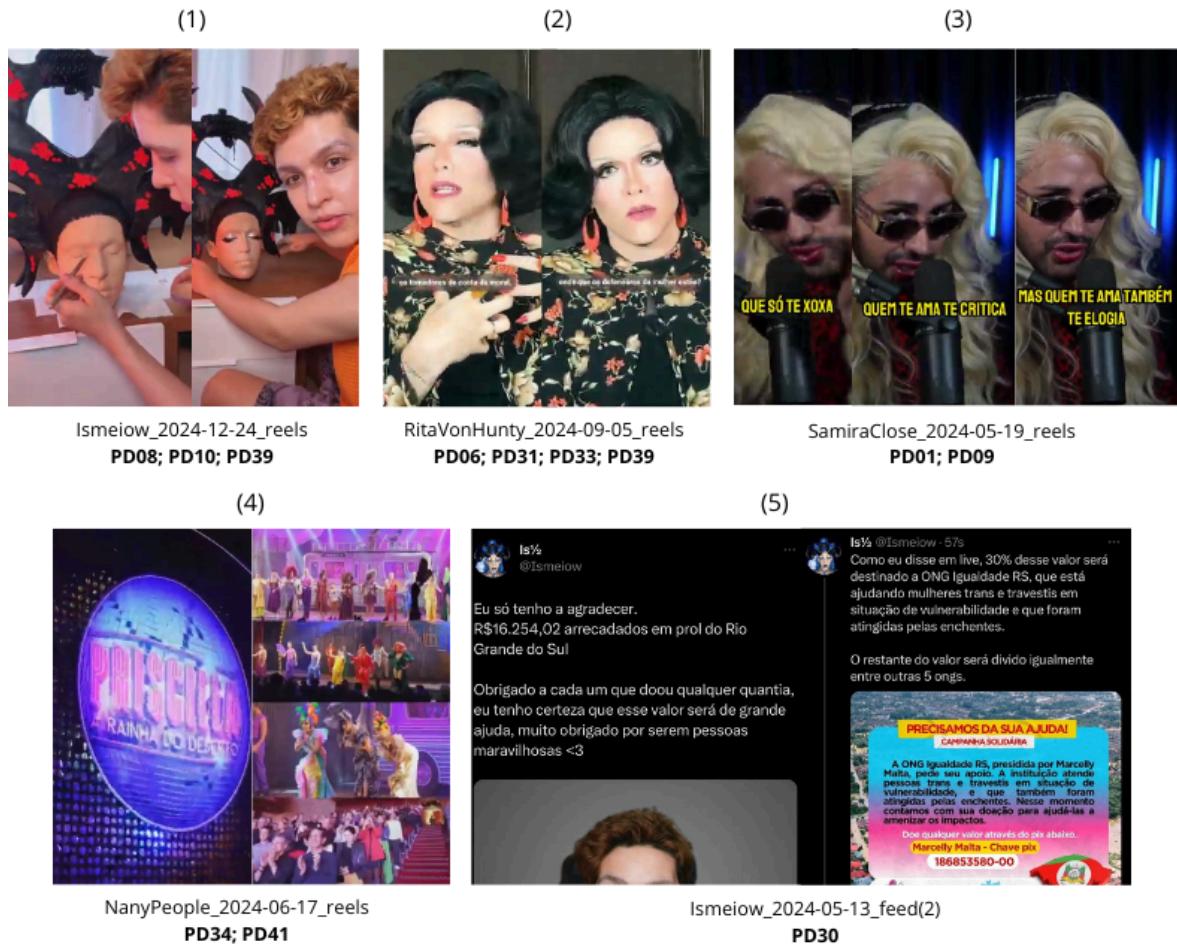
Por isso, são comumente manifestadas a partir de práticas didáticas que intentam compartilhar conhecimentos (PD08; PD41), conscientizar, transformar e dar visibilidade a temas silenciados ou marginalizados (PD30; PD33; PD34), saberes, vivências (PD09), além de técnicas e práticas específicas, geralmente dentro do contexto de atuação de cada drag.

Para exemplificar a relação das performances com o regime de inteligibilidade “Educacionalidade” evocamos algumas performances drag. Na figura 12, na performance (1) a Ismeiow replica sua maquiagem em uma “cabeça de manequim” produzida do zero no formato de seu rosto, através de impressão em 3D para transformar em uma bolsa personalizada. Em conteúdos anteriores a essa postagem, a Ismeiow compartilha todo o processo com seu público, desde o processo de renderização do seu rosto e a impressão 3D, em parceria com um profissional, além de mostrar todo processo de como transformou a impressão em uma bolsa (pintando, criando as estrutura do cabelo/alça (PD08). Neste, especificamente, ela demonstra como maquiar “seu rosto” (de plástico), para deixar a bolsa idêntica ao rosto que ela fará em si mesma para a montagem final.

Na performance (2), Rita Von Hunty aborda, em trecho retirado de novo vídeo do seu canal do Youtube (onde publica seus conteúdos em vídeos de forma completa), quanto aos ataques transfóbicos sofridos pela boxeadora argelina, nas olimpíadas de Paris, ao ser questionada quanto sua identidade de gênero em decorrência de sua aparência, por possuir traços lidos por alguns como masculinos. Rita contra-argumenta as acusações, a partir de uma perspectiva feminista progressista não excludente, explana o fato da atleta ser cisgênero e acusa os agressores, que se põe como “guardiões da moral e defensores das mulheres”, de construir e manipular um pânico moral articulando discursos de ódio em torno da pauta transfóbica (PD33). Ao mesmo tempo que expõe um caso de um atleta (de volei), participante da mesma olimpíada, que foi condenado por estupro à uma

garota menor de idade, e que não teve repercussão ou protestos contra a sua participação nos jogos ou argumentando sobre o “risco às mulheres”.

Figura 12 – Exemplos de Performances Drag relacionados ao RI Educacionalidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

A exemplificação seguinte (3), Samira Close, performa uma fala em que “prega a palavra” da amizade e transmite mensagem à sua audiência para “parar de chamar de amigo aquela pessoa que só te xoxa e te bota pra baixo, porque é o jeito dele, engraçado. PARA!”. Ela enfatiza que “o amigo, ele brinca; o amigo, ele tira de tempo, mas o amigo também diz que te ama, tem o prazer de falar que você é gostosa, que você tá arrasando”. Então aconselha seus seguidores a se afastar de “gente que só te bota pra baixo”, e finaliza afirmando que “quem te ama, te critica, mas também te elogia” (PD09).

Em seguida, o conteúdo (4), temos uma repostagem da Nany People de um vídeo divulgando a peça teatral musical "Priscilla, a Rainha do Deserto", um grande clássico da cultura midiática queer global (PD34; PD41). E, por fim, na performance (5) trazemos o exemplo da campanha de arrecadação de doações financeiras que a Ismeiow fez para ajudar as pessoas atingidas pelo desastre ambiental no Rio Grande do Sul (PD30).

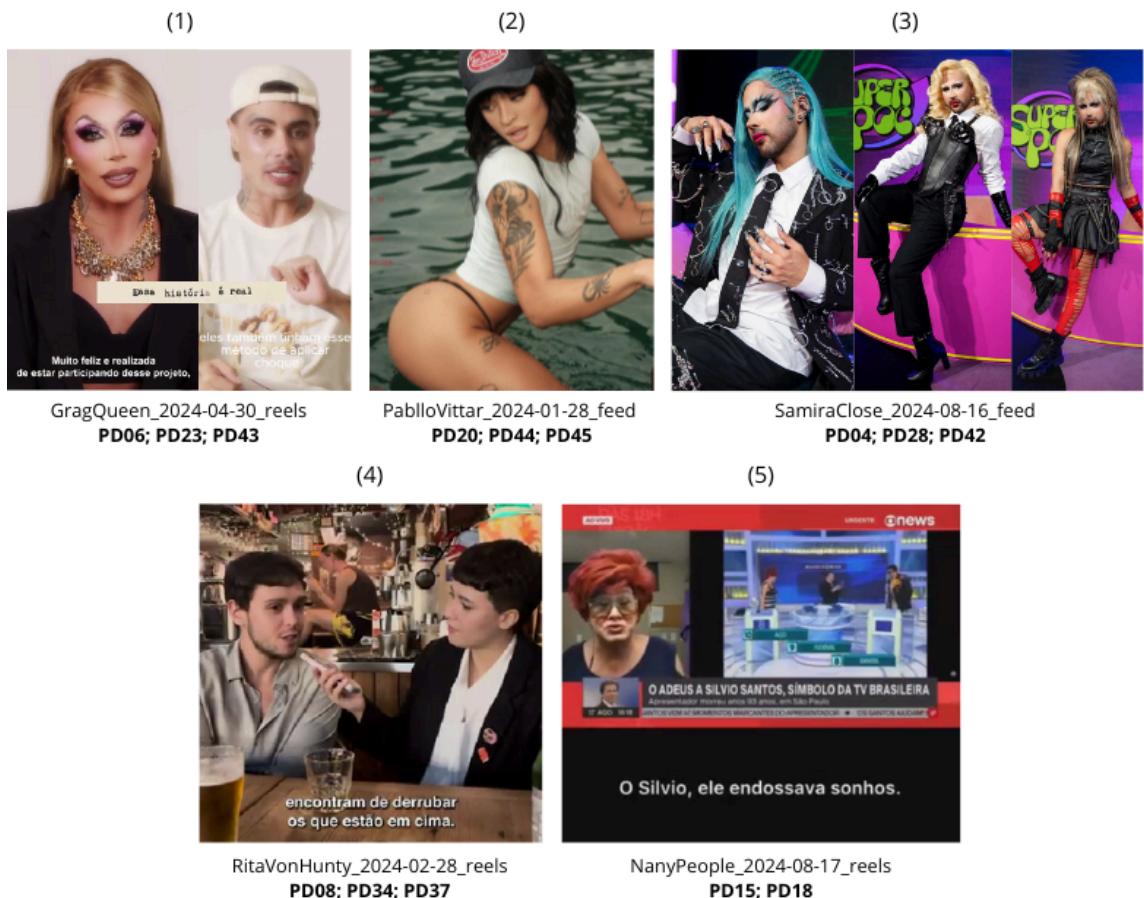
Empoderamento

O RI05 “Empoderamento” diz respeito ao conjunto de conceitos que regem a percepção de fortalecimento individual ou coletivo com a intenção de ampliar a capacidade de ação, conhecimento, reconhecimento e transformação dos sujeitos em seus contextos.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação de empoderamento através das diversas práticas reflexivas e educativas que valorizam saberes e vivências plurais (PD06; PD08; PD23; PD28; PD33; PD34; PD37; PD45), promovendo autonomia e possibilitando a produção de discursos próprios (PD01; PD42; PD44;), fortalecidos e empoderados de si, ampliando as possibilidades de atuação dos sujeitos no campo das práticas possíveis e valorizadas (PD02; PD04; PD15; PD16; PD18; PD20).

Para exemplificar o Empoderamento, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 13, a primeira performance (1) refere-se a um post da Grag Queen em colaboração com o perfil de uma campanha social chamado Fim da Cura (@fimdacura). Como mostramos na figura 9 (7), a Grag Queen participa desse projeto contra as práticas terapêuticas de “Cura Gay” e a favor da aprovação da criminalização dessas práticas de violência e tortura (física e psicológica) de pessoas LGBTQIAPN+. Ela fala sobre ter sido vítima dessa violência que parte da (i)moralidade religiosa de pessoas cis-heteronormativos (PD23). A Grag aparece tanto montada quanto desmontada para relatar sobre ter sido vítima destes procedimentos violentos, como a “choque terapia” que era submetido, além de ser obrigado a repetir falas como “eu não sou gay”, “eu nego a mim mesmo”, “eu posso não ser perfeito mas Deus vai me fazer perfeito” (PD06).

Figura 13 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Empoderamento



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na performance (2), a Pabllo Vittar promove os ensaios fotográficos para o single "Pede pra ficar", uma versão da música "Listen to your heart" (da Roxette) em ritmo de forró, reproduzindo a cultura do forró nordestino (PD45). Neste ensaio sua montação performatiza um momento intimista com muita sensualidade (mostrando sua bunda, calcinha fio dental) (PD20), valorização do corpo e feminilidade que refletem valores de beleza (PD44).

Em (3), temos um post da Samira exaltando suas montações conceituais (PD42), em especial seus looks dos últimos episódios do seu programa SuperPoc (em parceria com o Dia TV) (PD04). Na legenda ela marca os profissionais envolvidos na maquiagem, cabelo, estilo e moda (PD28). Em seguida, o conteúdo (4) trata-se da Rita Von Hunty (desmontado) dando uma entrevista para um ator transmasculino Loro Bardot em um bar durante sua visita a Sydney (Austrália), durante um festival de cinema LGBTQIAPN+ onde filmes brasileiros estavam sendo

exibidos e participando da mostra competitiva, compartilhando seus conhecimentos ao comentar os contextos dos filmes (PD08; PD34; PD37).

Na performance (5) Nany People dá uma entrevista, ao canal jornalístico Globo News, falando sobre o falecimento do apresentador e empresário Silvio Santos (PD18). Nany relata sua relação com o apresentador durante sua atuação com canal de tv aberta SBT, e agora no grupo Globo dá entrevista sobre o apresentador (PD15).

Para complementar as exemplificações de todas as PDs relacionadas ao RI05, podemos apontar na figura 9 (1) a publicação da Nany People uma entrevista a um programa de podcast. Nesse programa, a partir de suas experiências, faz fala para motivar seus seguidores, tentando reforçar a força das “mulheres” (PD01). Já na figura 10 (1), temos a Rita Von Hunty participando do show de teatro “Gongada Drag”, saindo das suas usuais performances e apresentando a habilidades complementares como comediante (PD02). Por fim, na figura 10 (4) a Pabllo Vittar aparece na capa da Galore Magazine, uma revista de moda estadunidense. Na postagem a revista exalta a influência da Pabllo na moda e na música (PD16).

Feminilidades

O RI06 “Feminilidades” diz respeito ao conjunto de significados se refere a expressões corporais, estéticas, comportamentais e simbólicas que constroem e comunicam significados atribuídos e reconhecidos socialmente como femininos.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação de feminilidades por meio do reconhecimento de gestos, linguagens, vestuários (PD16), atitudes, sexualidades e expressões artísticas (PD39) que podem tanto reiterar quanto desestabilizar as normas hegemônicas de gênero (PD26; PD43), reafirmando a norma ou expandindo as possibilidades do que pode ser reconhecido como “feminino” (PD20; PD42; PD44).

Para exemplificar a Feminilidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 14, a primeira performance (1) refere-se a publicações da Pabllo Vittar, nas quais ela promove tanto ensaios fotográficos para o single “Pede pra ficar”, assim como sua montação para participação em um show do cantor Silva. Em ambas as postagens, Pabllo aparece com looks hiper sensuais, tanto com uma produção mais

elaborada e sensual, quanto sensualizando saindo da água com uma calcinha fio (PD20; PD43; PD44).

Figura 14 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Feminilidades



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Seguindo para a performance (2) da Samira Close, ela promove seus looks dos episódios do seu programa SuperPoc (Dia TV) (PD39). Como mencionado na figura 10 (8), seu estilo é bem distintos e conceituais, desvinculando a ideia de “femme queen” apresentando estilos meio “grunge” / “punk” / Joelma + Xuxa (PD42).

Na performance (3), trazemos novamente essa imagem que reflete bem evidentemente a Pabllo Vittar com grande influência na moda, ao participar da capa da Galore Magazine, além de convites para desfiles de moda e eventos de marcas globais (PD16). Nas fotos exibidas no site da revista e nas postagens em colaboração, temos a visão da Pabllo sensualizando e exibindo sua feminilidade em drag (PD26).

Masculinidades

O RI07 “Masculinidades” diz respeito ao conjunto de significados que se refere às práticas corporais, estéticas, simbólicas e comportamentais que evocam construções sociais do masculino, apropriam-se da reprodução, apropriação e reinterpretação, para além das masculinidades normativas opressoras.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação de masculinidades por meio do comportamento e outras linguagens, expressão das sexualidades (PD20; PD44), vestuários (PD16), atitudes e signos que desafiam a rigidez da masculinidade normativa, revelando sua fluidez e multiplicidades identitárias (PD26), ampliando o espectro do que pode ser reconhecido como "masculino" (PD23).

Para exemplificar a Masculinidade, apresentamos algumas práticas das drags na figura 15. A primeira performance (1) refere-se a uma publicação da Grag Queen (desmontado), mostrando seu look da participação no reality show "Corrida de Blogueiras" (Diva Depressão / DiaTV). Na imagem ele usa uma jaqueta estilosa aberta, mostrando parte do peitoral para valorizar seu corpo malhado "em dia", "padrão", inclusive utilizando recursos de maquiagem no abdômen para realçar a musculatura para o espectador (PD26). Usufrui de styling urbano descolado, com um toque de maquiagem, e faz questão de apontar na legenda as marcas e pessoas responsáveis pela produção (PD16).

A segunda performance (2), refere-se a uma foto de um dump⁶ que a Pabllo selecionou postar referente às suas últimas semanas, seus registros pessoais e memórias. Nesta foto, Pabllo, desmontado, aparece só de calcinha, exibindo o corpo "natural", sem intervenções superficiais, sem produção, e aproveitando para postar um "biscoito"⁷ (PD20; PD26). Ao mesmo tempo que demonstra o corpo esbelto e esguio de um gay afeminado, materializando outras possibilidades de masculinidade (PD, ao mesmo tempo que com contornos maiores nas pernas e glúteos, demonstrando o resultado dos stories que posta treinando e ensaiando (PD44).

Para complementar a exemplificação, podemos evocar novamente a performance apresentada na figura 13 (1), onde a Grag Queen, montado e desmontado, como o Gregory, participa da campanha em prol da criminalização das terapias de "cura gay" (PD23).

⁶ Photo Dump refere-se a uma tendência que consiste em publicar, no feed das mídias sociais, sequências de fotos "aleatórias", sem o uso de filtros ou edições elaboradas, geralmente em formato carrossel ou vídeos verticais (Fabro, 2021).

⁷ Biscoitar pode aparecer de forma irônica ou (auto)afirmativa, como a prática de postar fotos que mostre o corpo, podendo também ser sensuais ou apelativas, a fim de receberem engajamento e elogios de seus seguidores. Além disso, também é comum ver a expressão "dar biscoito", que se refere justamente ao ato de elogiar aquele que está "biscoitando" (Souza, 2023).

Figura 15 – Exemplos de Performances Drag classificadas no RI Masculinidades



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Mercantilização

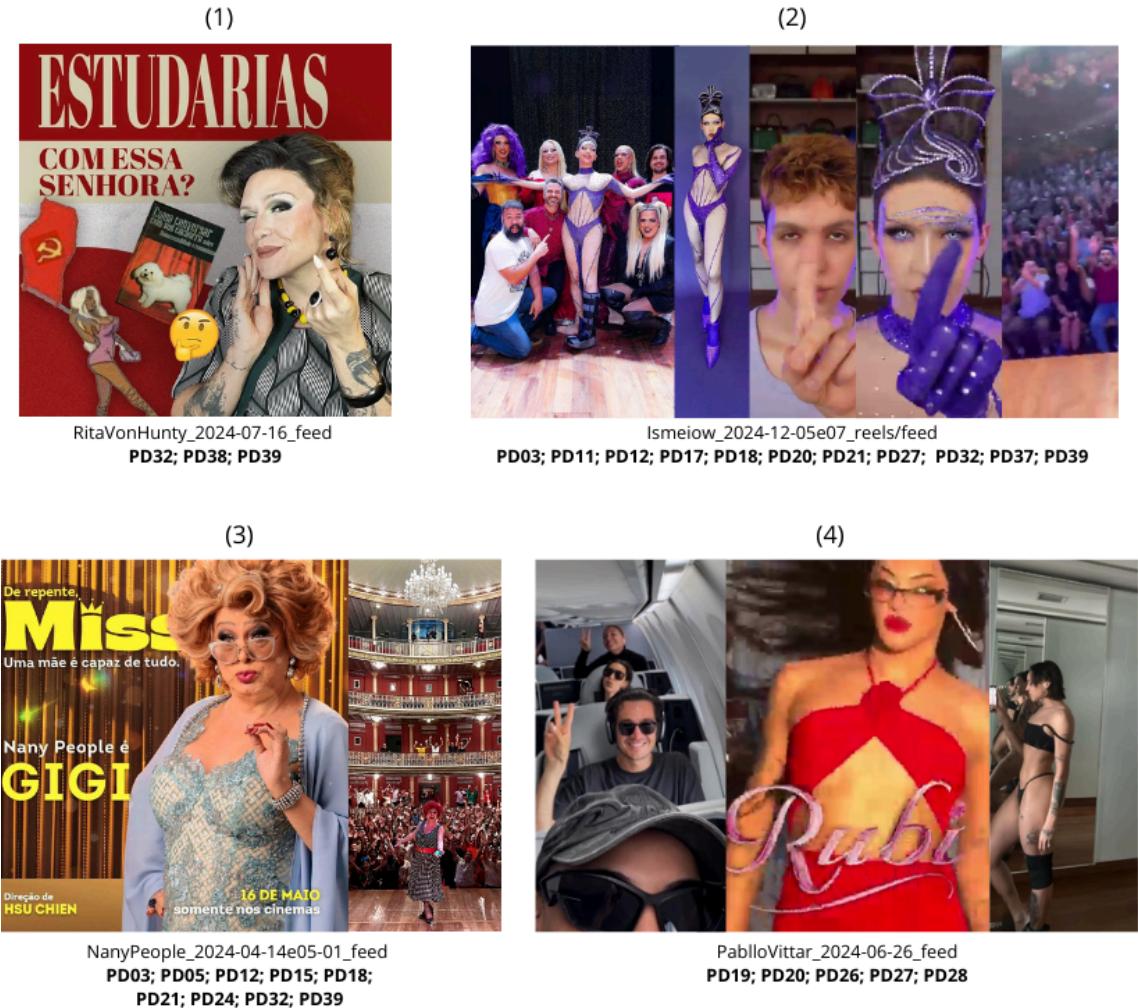
O regime de inteligibilidade RI08 “Mercantilização” diz respeito ao conjunto de significados que se refere às práticas na dimensão comercial das performances artísticas, que mobilizam práticas de consumo e estratégias de monetização, desde o aumento da relevância e visibilidade, valorização simbólica, e “ter sucesso” na carreira.

É manifestada majoritariamente por estímulos, ou comandos, aos seguidores para realizar alguma interação, em determinado período. Pode ser um engajamento em serviços de streaming de mídias (PD04; PD05; PD24; PD27; PD38; PD39) , assim como anúncios de shows ou produtos (convidando seus seguidores a consumirem) (PD11; PD12; PD14; PD21) participação em campanhas publicitárias (PD15; PD16; PD32), a escolha da estética e linguagens (PD17; PD18; PD19; PD20; PD26; , além de parcerias com outros artistas (PD03; PD28; PD37).

Para exemplificar a relação das performances com o RI “Mercantilização” evocamos algumas performances drag. Na figura 16, trazemos na primeira performance (1), a Rita Von Hunty postou uma imagem dela com outros signos, perguntando se sua audiência estudaria com “esta senhora?”. Na legenda, a Rita fala sobre o grupo de estudos sobre gênero como uma lente de análise para pensar sistemas sociais comandado por ela (PD32). Também já disponibiliza o link para

ingressar no grupo de estudos, direcionando para outra plataforma de inscrição e pagamento dentro das faixas de contribuições existentes (PD38). Em paralelo ela divulga os conteúdos em vídeos gratuitos disponibilizados em seu canal do youtube juntamente (PD39).

Figura 16 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Mercantilização



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na performance (2) a Ismeiow publicou uma sequência de conteúdos, da sua participação no Gongada Drag. Um reels com um vídeo “estilo tiktok” (PD27, com edições de cortes gerando efeitos como uma transição (desmontado / montada) finalizando mostrando a plateia lotada do teatro do Gongada Drag que participou (PD12. O outro, com a legenda “uma das melhores noites da sua vida” postou um carrossel com seu fotos valorizando seu look para sua participação no Gongada

Drag (PD39), fotos com o diretor e apresentador Bruno Motta, dos humorista Júnior Chicó e Victor Martyn, e das drags Rodrigo Apresentador, DesiRée Beck, Frimes e Tiffany Bradshaw (PD03; PD11; PD17; PD18; PD20; PD21; PD32; PD37).

As postagens (3), da Nany People promovendo suas produções artísticas. Ela promove o lançamento nos cinemas de todo Brasil o filme “De repente Miss”, com outros estrelas da dramaturgia e comédia nacional (PD03; PD05; PD15; PD24; PD32) . E também promove seus espetáculos teatrais de comédia pelo país, através de fotos de apresentações de sucesso, como essa apresentação no Teatro Santa Isabel (Recife/PE), com a platéia cheia para seu espetáculo “Como Salvar um Casamento” (PD12; PD18; PD21; PD39).

Na performance (4), é composta de um conjunto de fotos e vídeos de um dump da Pabllo Vittar (PD. Nas fotos, momentos pessoais com outros famosos, como a cantora Marina Sena; seu momento de treino sensualizando (PD20; PD26); em voo com equipe da produção (PD28); uma memetização⁸ de um vídeo da Pabllo, gravando algum conteúdo, com um vestido vermelho, com uma trilha em espanhol e um rótulo com a marca da novela mexicana "Rubi" (PD19); o registro da Pabllo ganhando uma bolsa para treino estilosa das mãos do apresentador Luciano Huck, do “Domingão do Huck” (TV Globo).

Para exemplificar as práticas correlacionadas faltantes, podemos resgatar a figura 10, especificamente as performances (3) e (8). Na (3) temos a Ismeiow produzindo sua própria maquiagem para o São Paulo Fashion Week 2024 (PD16), como convidada pela marca Dendero. Durante o processo de maquiagem, a Ismeiow faz comentários sobre os produtos que está usando, deixando claro que os produtos foram presentes das marcas para ela testar, comentar e demonstrar o uso em suas produções (PD14). Enquanto na (8) temos a Samira Close, relembrando os looks e celebrando o sucesso do seu programa SuperPoc, com o Dia Tv (PD04).

Política

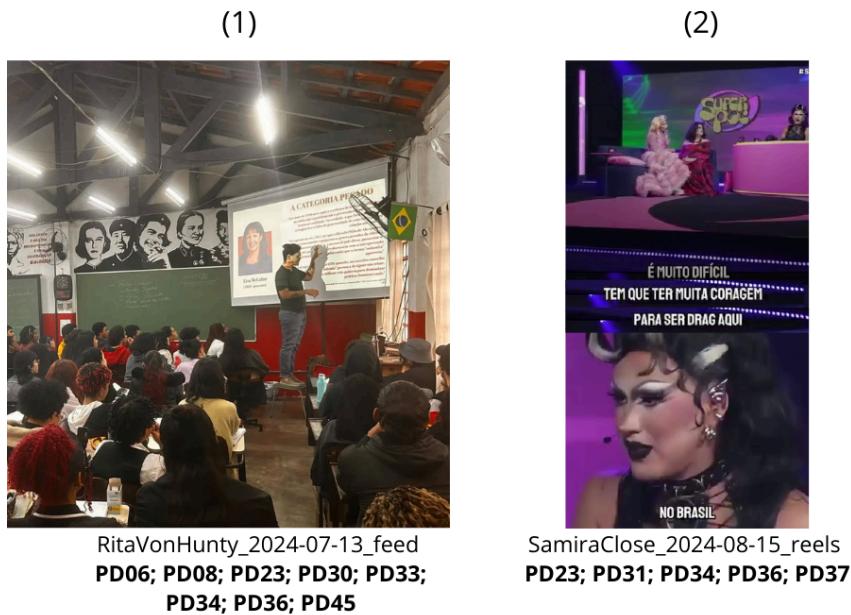
O RI09 “Política” diz respeito ao conjunto de significados que abrange a negociação de ideias, práticas, valores, moralidades e regulações estratégicas a

⁸ Memetização trata-se do processo de criação de memes inspirados nos objetos da cultura pop, e representam uma materialização do processo autoral do texto apropriado, resultando em expressões em contextos adaptados (Batista et. al. 2024).

serem discutidas para o bem comum da sociedade e da vida na terra. Essa negociação ocorre mediante tensionamentos ideológicos, metodológicos e morais em relação a normas sociais, culturais e institucionais.

Essas performances de negociação conceitual e práticas podem ser compreendidas como uma manifestação política através das diversas práticas discursivas, culturais e simbólicas. Para a prática ser reconhecida como legítima, dá-se pela afirmação da existência e atuando como campo de disputa de poder, sobre quem pode ser reconhecido como sujeito legítimo, como humano, como vida digna de proteção, expressão e de consumo.

Figura 17 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Política



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Para exemplificar o RI Política, na figura 17, a publicação (1) da Rita Von Hunty posta sobre uma aula de “filosofia e atualidades sobre gênero, sexualidade e sociedade” que ministrou no “Cursinho Comunitário Pimentas”, em Guarulhos (SP) (PD08; PD23; PD30; PD33; PD34). Uma ação social comunitária, organizada “pela e para comunidade da região” (PD45). Diz sair com “tanta gratidão por todas as trocas, abraços e carinho”, além de “reabastecer as esperanças” e “renovar as forças para a nossa luta” e “construção de poder popular” (PD06; PD36).

A performance (2), refere-se a trecho do episódio do SuperPoc (Dia Tv) especial Drags, quando a Samira Close recebeu a Grag Queen e a Thalia Bombinha, além de várias drags na plateia (PD37). Houve um momento em que a Samira contou sobre sua primeira experiência em Drag, como se apaixonou pela arte drag e como influenciou na percepção das mudanças na sociedade. Ela chama atenção para o “privilégio” que existe para a geração vivendo hoje, por ser possível fazer drag “e viver disso”, mas deixando claro que “é muito difícil e precisa de muita coragem para ser Drag aqui no Brasil” (PD31; PD34; PD37). Além de deixar subentendido quanto ao nível de violência contra pessoas queer ser alto no Brasil (PD23), as drags muitas vezes, para ter uma oportunidade de fazer um espetáculo, precisam se submeter a serem remuneradas com “consumação no bar do espaço (com limite de gastos)”, ou ainda pela “corrida” do Uber ou 99 (PD23).

Para finalizar, podemos evocar o exemplo da figura 11 (2), a qual se refere a quando Nany People repostou uma piada de conteúdo, pelo menos, dúvida em relação a reproduzir piadas com tom homofóbico (PD41).

Popularidade

O regime de inteligibilidade “Popularidade” (RI10) diz respeito ao conjunto de significados que expressam um reconhecimento amplo e coletivo de performances ou sujeitos como dignos de atenção, afeto e celebração pública, revelando sua inserção nas normas sociais que regulam o que é desejável, influente e legitimidade.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação de popularidade por meio de uma visibilidade ampliada, de engajamento social e da sua representação simbólica positiva.

Para exemplificar a Popularidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 18, a primeira performance (1) é da Ismeiow, que reflete a influência que tem sobre seus fãs (PD12). Nessas publicações ela reage às bonecas que recebeu de presente (PD27). As bonecas foram produzidas de maneira artesanal e personalizada por fãs, sendo uma delas uma versão funko® da Ismeiow, e a outra uma réplica idêntica de um dos looks desenhados e produzidos pela Ismeiow (PD11; PD16). A Ismeiow fica impressionada principalmente com a reprodução do cabelo /

peruca por ser um dos cabelos mais complexos que ela já havia produzido e ter ficado idêntico.

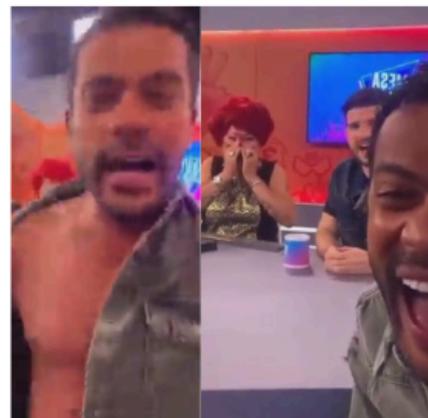
Figura 18 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Popularidade

(1)



Ismeiow_2024-03-11e08-18_reels
PD11; PD12; PD16; PD27

(2)



NanyPeople_2024-04-12_reels
PD03; PD05; PD11; PD15

(3)



GragQueen_2024-01-05_feed(1)
PD03; PD04; PD11

(4)



PablloVittar_2024-12-06_feed
PD03; PD11; PD13; PD44

Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na performance (2), da Nany People aparece em vídeo gravado pelo ator Samuel de Assis antes de ir ao ar no “MesaCast” (Globoplay), programa que debate o reality show Big Brother Brasil (PD05; PD15). O ator Samuel diz que deixou a Nany “sem graça” quando disse que veio com uma camisa de botões de encaixe para poder performar para Nany abrindo a camisa (PD11). Nany aparece performando “uma timidez” ao mesmo tempo que “excitação e calor”. Também

aparecem no vídeo a astróloga Márcia Sensitiva e o influencer Henrique Lopes (Gina Indelicada) (PD03).

Na performance (3), a Grag Queen participa da semifinal da 5ª temporada do reality show “Corrida das Blogueiras” (Dia TV / Diva Depressão) (PD03; PD04). Usa um look com uma estética meio vintage / latina sexy. Com jurada convidada, a Grag avalia cada candidata e ressalta as individualidades de cada ume. Brinca que esperava “gongação” mas acabou tendo momentos emotivos com participantes com “corpos tão diversos que representam o Brasil” (PD11).

O conteúdo apresentado em (4) remete à performance da Pabllo Vittar na gravação do clipe musical da música “Vira Lata” em parceria com o cantor pernambucano João Gomes, demonstrando sua influência com artistas de vários nichos musicais (PD03; PD11; PD13). A gravação do vídeo foi no bairro popular do Ibura, bairro do Recife/PE, e mostra a drag e o cantor interagindo. Pabllo usa um look sensual produzido por uma marca local (PD44).

Profissionalidade

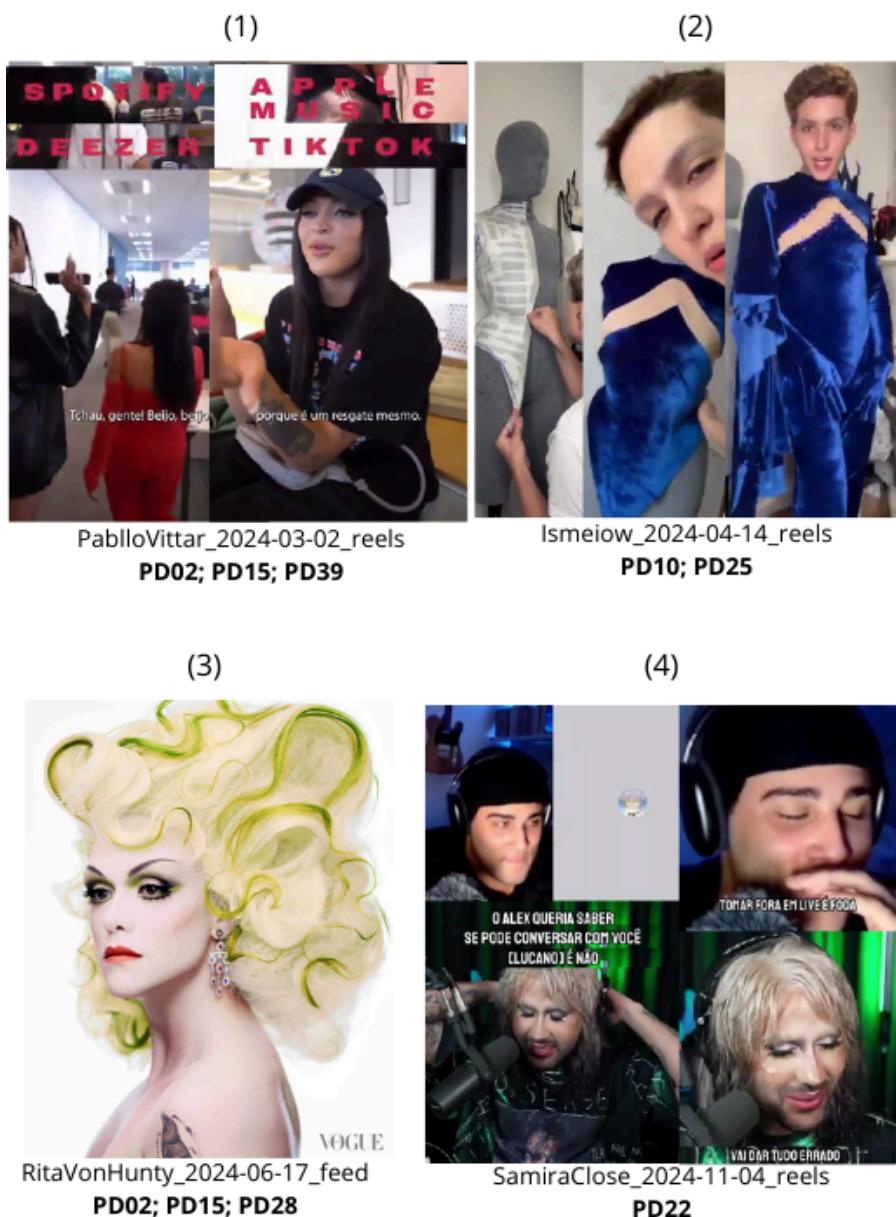
O regime de inteligibilidade “Profissionalidade” (RI11) diz respeito ao conjunto de significados que configuram a legitimação da prática drag como trabalho qualificado, consistente e digno de reconhecimento público, simbólico e mercadológico, operando como critério normativo que classifica certas performances como válidas, respeitáveis e de alto padrão.

As performances podem ser compreendidas como uma manifestação de profissionalidade através da entrega de produções consistentes e refinadas e construção de uma identidade artística sólida (PD02; PD25; PD39); através de relações de apreço, qualidade das performances, e éticas com público, parceiros e organizações (PD10; PD15; PD22; PD28).

Para exemplificar o RI profissionalidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 21, a primeira performance (1) refere-se à uma publicação da Pabllo Vittar em vídeo mostrando os bastidores de dois dias de visitas aos escritórios brasileiros das principais plataformas digitais musicais: Spotify, Deezer, Apple Music e Tiktok (PD15). Essas visitas referem-se a apresentação do seu novo álbum “Batidão Tropical Vol.2” às organizações intermediárias entre suas produções

mediáticas e seu público (PD02). Essas reuniões tiveram a intenção de coletar a percepção da “indústria digital musical” sobre seu novo projeto, além de ser um momento para firmar acordos comerciais. No vídeo aparece momentos em que as equipes das plataformas expressam muita empolgação com o que lhes foi apresentado, demonstrando a influência mercadológica (PD39).

Figura 19 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Profissionalidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Em (2) temos prints de um dos vídeos da Ismeiow compartilhando o processo de criação de sua coleção de looks (PD10). Demonstra grande habilidade em produzir sua própria montação, desde o molde com fita, a demonstração do tecido (e quanto caro ele é), o trabalho de colar as pedrarias até a prova final da peça, mostrando como está ficando (PD25).

Já na performance (3), temos o post Rita Von Hunty, no qual compartilha sua foto (e de outras drag queens) modelando para a revista de moda Vogue Brasil. Rita comemora o feito e comenta sobre ser a primeira vez que colabora como modelo, mas que já colaborou anteriormente como autora de um artigo sobre os intercâmbios entre a arte e a cultura Drag e outras artes ao longo dos últimos 50 anos. Faz questão de marcar todas as pessoas envolvidas para esse projeto (fotógrafo, diretor de arte, stylist, beleza, produção, camareira, nail artist, editor de imagem) (PD28).

A imagem (4), refere-se a Samira Close em trecho de live realizada, onde performa junto com um seguidor uma “linha romântica” (estilo programa de rádio FM) tentando intermediar uma conversa entre um fã e seu “namorado”, mas um dá errado e o fã leva um fora ao vivo, e a Samira diz “se preocupa não, vai dar tudo errado” (PD22).

Progressismo

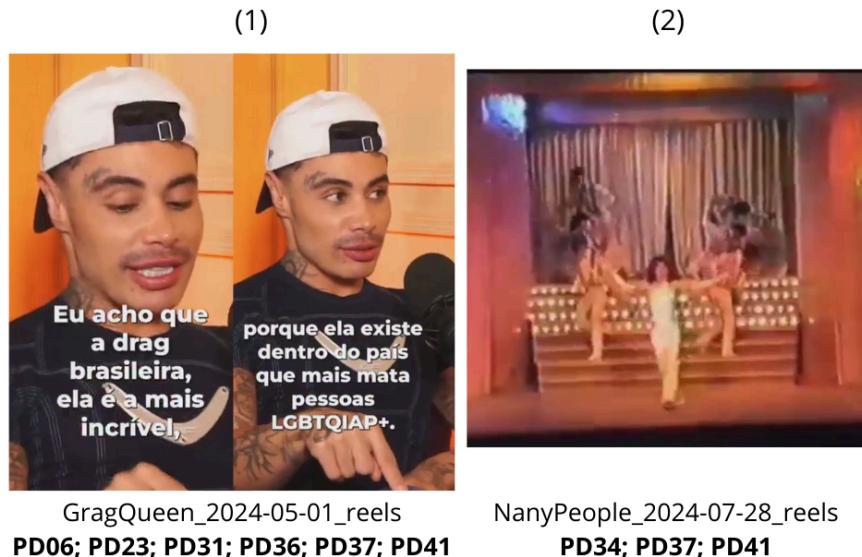
O regime de inteligibilidade “Progressismo” (RI12) diz respeito ao conjunto de significados que configuram posturas político-culturais comprometidas com a promoção da justiça social, da equidade e da inclusão de grupos historicamente marginalizados.

As performances podem ser compreendidas como uma manifestação de discursos e práticas que valorizam a diversidade de identidades, culturas, corpos e crenças; combate a desinformação, a violência, o preconceito e a exclusão (PD06; PD31; PD34). Também pode atuar de forma ativa para o reconhecimento dos direitos para todos os humanos, normalizando a atualização das normativas sociais que definem quem é visto como humano e dignos de vidas “vivíveis” (PD23; PD30; PD33; PD36; PD37; PD41).

Para exemplificar o RI progressismo, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 20, a primeira performance (1) refere-se à uma entrevista concedida pela

Grag Queen à plataforma de notícias "Flow News" (PD41). Ao ser questionada se as Drags Brasileiras são melhores que as demais, Grag inicia enaltecedo o cenário brasileiro, citando nomes que são referência no "fazer drag", como os fenômenos Pabllo Vittar, Silvetty Montylla, Nany People, Elke Maravilha, e agora o reality show Drag Race Brasil (PD34; PD37). Fala que fazer drag não é definido pela maior tecnologia e recursos financeiros, por isso acha que as drags brasileiras são as mais incríveis. Por que a drag brasileira dá um jeito de ir nos comércios populares ou pegar roupas da mãe e fazer acontecer, além de todos os recortes do que é ser uma pessoa queer brasileira: enfrentar possibilidades de ser alvo de violência física, verbal, digital, simplesmente por existir dentro do país que mais mata pessoas LGBTQIAPN+ no mundo (PD06; PD23; PD31; PD36). Então, enfatiza que para ser drag queen no Brasil é preciso muita vontade de ser drag.

Figura 20 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Progressismo



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Em (2), temos a postagem da Nany People da performance da famosa transformista Miss Biá da música "Mon Truc en Plumes", da artista francesa Zizi Jeanmaire (PD41). Com esse vídeo, Nany faz referência (na legenda) à apresentação da cantora estadunidense Lady Gaga na abertura dos Jogos Olímpicos de Paris, que performou a mesma música. Nany diz que Miss Biá

imortalizou a música com esta apresentação em 1996 na Boate Corintho (SP), a qual Nany se refere como a sua Escola de Vida (PD34; PD37).

Para complementar exemplificações das últimas práticas vinculadas ao RI12, a figura 17 (1), refere-se a Rita Von Hunty em uma aula de “filosofia e atualidades sobre gênero, sexualidade e sociedade” ministrada no “Cursinho Comunitário Pimentas”, em Guarulhos (SP), uma ação social comunitária, organizada “pela e para comunidade da região” (PD06; PD23; PD30; PD33; PD34; PD36).

Reconhecibilidade

O regime de inteligibilidade “Reconhecibilidade” (RI13) diz respeito ao conjunto de significados que atribui reconhecimento, valorização ou recompensas à sujeitos, organizações ou ações, por suas habilidades, conhecimentos, esforços, atitudes, conquistas ou contribuições simbólicas.

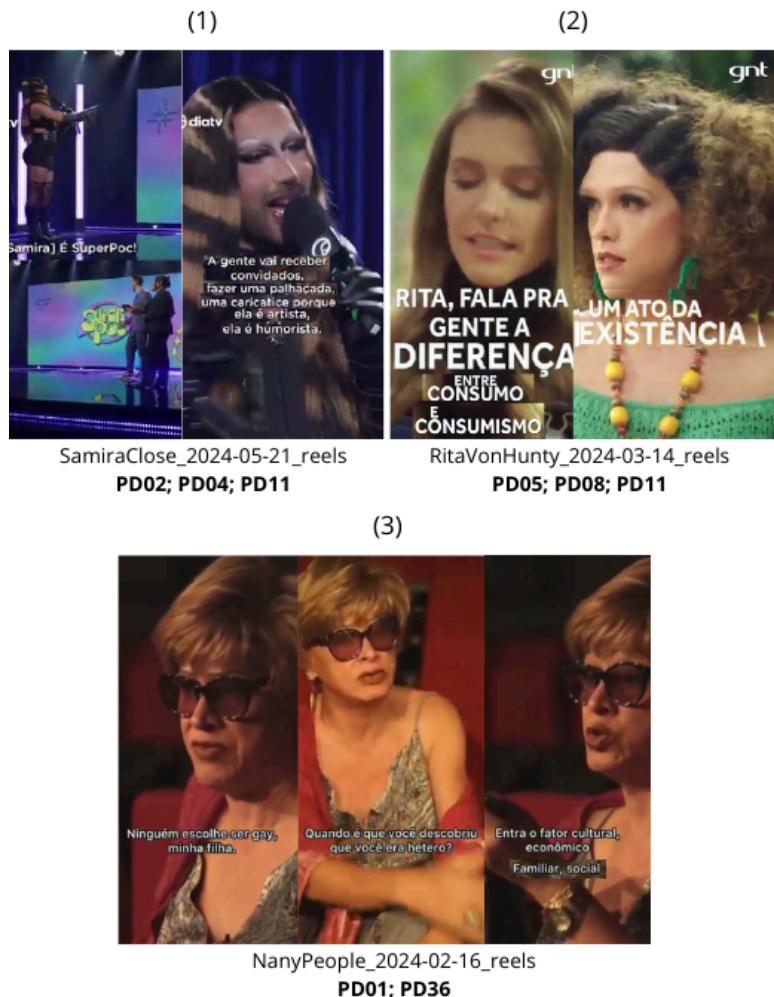
Essas performances podem ser compreendidas pelas manifestações de atribuição de destaque (PD24; PD25; PD36), referencial (social ou simbólico) (PD11; PD12), exemplo (PD08), digno de prestígio, podendo ser reconhecido tanto por validação (social ou institucional) (PD04; PD05), premiações, quanto por reivindicação, autoafirmação de sua trajetória e valor (PD01; PD02).

Para exemplificar a Popularidade, apresentamos algumas práticas das drags na figura 21. A primeira performance (1) refere-se ao vídeo da Samira Close postado em parceria com o perfil do Dia TV, onde ela anuncia seu antigo programa ‘SuperPoc’ repaginado e com auditório ao vivo (PD02), produzido em parceria com o Dia Estúdios, responsável pelo canal de Youtube “Dia TV” que transmite conteúdos profissionais continuamente e diariamente, de conteúdos plurais, majoritariamente queer (PD04). Diz que, agora que ela entra para o portfólio de artistas queer de qualidade do Dia TV, terá convidados famosos especiais, e anuncia Erika Hilton como sua primeira convidada (PD11).

Na performance (2), temos a participação de Rita Von Hunty no programa “Bem Juntinhos”, do casal de artistas Rodrigo Hilbert e Fernanda Lima (PD11), no canal pago GNT (PD05). Fernanda Lima, colocando a Rita Von Hunty em posição de notoriedade, pergunta qual a diferença entre consumo e consumismo. Como professora de ciências sociais e letras, responde com facilidade argumentativa e

facilidade de adequação pedagógica, apontando que consumo é um ato da existência, "vestiu, comeu, dormiu, consumiu!", enquanto consumismo faz parte de uma ideologia, na qual começamos a consumir por status, por aparência, por identidade, para se encaixar" (PD08).

Figura 21 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Reconhecibilidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na terceira performance (3), refere-se a entrevista dada pela Nany People para a TV Folha (no Youtube). No trecho do vídeo, Nany fala sobre "ninguém escolhe ser gay" e que seria "burrice" escolher "comprar briga o tempo todo com todo mundo" para existir (PD36). Faz a famosa pergunta "quando você descobriu que era gay?" (retoricamente), rebate imediatamente com "quando você

descobriu que era hetero?", e complementa que, como não é uma escolha, em algum momento surge a coragem de seguir sua natureza (PD01).

Para complementar exemplificações das últimas práticas vinculadas à reconhecibilidade, na figura 16 (3), temos a Nany People promovendo o filme de comédia (PD24), uma de suas principais características artísticas, além de uma de suas apresentações teatrais de comédia com a platéia lotada (PD12). E, na figura 21 (2), temos a performance da Ismeiow compartilhando o processo de criação de sua coleção de looks e seu processo de produção de suas montações (PD25), demonstrando seu domínio em várias habilidades de montação.

Referenciação

O regime de inteligibilidade “Referenciação” (RI14) diz respeito ao conjunto de signos, referências culturais e midiáticos que estabelecem alinhamentos criativos, valorativos e identitários. As performances podem ser compreendidas como uma manifestação de linguagens, ideias, estilos e inspirações presentes nas produções culturais, de conhecimento, ícones pop, estética, memes e formatos de mídias que são adotados e reproduzidos para correlação identitária, engajamento e reconhecimento, além da possibilidade de incorporar elementos autênticos que diferencie sua produção.

Para exemplificar a Referenciação, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 22, a primeira performance (1) refere-se ao post (e repost) da participação de Nany People na edição brasileira da "Batalha de Lip Sync", no programa "Domingão com Huck" (TV Globo) (PD05; PD41). Nany dubla a música "Vogue" da Madonna (PD33), reproduzindo sua referência da Rainha do Pop Estadunidense em sua apresentação no Video Music Video Awards (VMA) de 1990 (com estética vitoriana) (PD17). Em sua participação no programa, Nany agradece a toda a equipe que a ajudou a produzir essa apresentação (PD28).

Em (2), temos a Grag Queen durante seu primeiro dia no DragCon LA (convenção drag das franquias Drag Race) (PD15), com um look com referências estéticas "latina" (PD19), estilo visual que a Grag adota em algumas de suas montações, para seu pocket show em Los Angeles (PD26). Dentre as fotos, uma em que ela está com a ganhadora da segunda temporada do Queen of the Universe

(reality show de competição de canto exclusivo para drag queens, do universo produtivo midiático da RuPaul, do qual a Grag Queen foi a ganhadora da primeira temporada), a drag queen mexicana Taiga Brava (PD03; PD11). Assim como a Grag Queen, a Taiga Brava também virou apresentadora da franquia Drag Race de seu país (versão México) (PD37).

Na performance (3), Rita promove a resenha que escreveu, em parceria com o colunista Renan Quinalha (para a revista eletrônica QuatroCincoUm) sobre a nova autobiografia de RuPaul Charles: "A casa dos significados ocultos" (PD15; PD17). Na resenha, Rita critica que a autobiografia tem muita coisa "ocultada", como situações contraditórias em relação a comunidade Trans, a investimentos de alto dano ambiental e outro vinculado a distribuição de conteúdo de extrema direita (PD31; PD34). Fala sobre a narrativa higienizante mainstream que é replicado pelo artista e sua produção midiática, mas que também fez história utilizando o sistema em prol da valorização da cultura queer (PD36).

Figura 22 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Referenciação



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Para complementar as correlações das práticas com o RI14 podemos complementar com alguns exemplos passados, como na figura 10 (6), onde a Pablo Vittar produz um conteúdo “tendência” mostrando uma transição (com efeitos de edição) entre ele de boy e ela montada (PD27), ao som da sua nova música (em parceria com o cantor cearense, Nathan), uma versão brasileira em forró de uma

música estrangeira (PD45). Já na figura 9 (8), Nany People faz um repost de um vídeo humorísticos (PD41) de uma piada que utiliza uma narrativa homofóbica para gerar o humor (PD40). De forma complementar, na figura 16 (2), a Ismeiow performa sua participação no Gongada Drag (PD35), utilizando um reels mostrando uma transição visual (PD27), mas também mostrando a plateia lotada do teatro (PD12), além de postar fotos e marcar todo o elenco (PD03; PD11; PD18; PD37). E na figura 14 (3), Pabllo Vittar demonstra influência na moda, ao participar da capa da Galore Magazine, além das suas referências estéticas (PD16).

Regionalidade

O regime de inteligibilidade “Regionalidade” (RI15) diz respeito ao conjunto de significados que é evidenciado a partir da produção cultural, estética e política, que valoriza as expressões artísticas regionais brasileiras, periféricas globais e locais, refletindo e afirmando saberes, práticas e identidades que são historicamente inferiorizadas.

É manifestada por meio de performances visuais, corporais, musicais e narrativas que evocam tradições populares, símbolos regionais e linguagens não-hegemônicas. Essa mistura contrasta com padrões estéticos e culturais dominantes nacionais e internacionais, além de reivindicar que existências e repertórios enraizados em vivências locais também sejam legíveis, celebráveis e dignos de prestígio.

Para exemplificar a Regionalidade, evocamos algumas práticas do nosso arranjo drags. Na figura 23, a primeira performance (1) diz respeito a Nany People em uma ação de divulgação e inauguração da primeira cabine rosa do Teleférico do Parque do Cristo, de sua cidade natal, Poços de Caldas (MG). A cabine foi uma homenagem à Nany pela sua dedicação como Embaixadora do Turismo de Poços de Caldas (PD45).

Na performance (2), podemos ver algumas das performances da Pabllo Vittar para seus shows do período de carnaval, fazendo referência à cantora Paulinha Abelha (ex-vocalista da banda Calcinha Preta), à cantora Mylla Karvalho (ex-vocalista da Banda Quiss e da Companhia do Calypso) e à cantora Joelma (ex-vocalista da Banda Calypso) (PD18). Nas legendas dessas postagens de

carnaval, a Pablo relata como essas cantoras, essas bandas de forró, brega e calypso, são grandes inspirações musicais e estética sexy para ela desde sua infância / adolescência, que a ajudou a compreender que seu desejo era estar nos palcos (PD20; PD45).

Já na performance (3), Grag Queen performa em show de ano novo, com look com influência estética latina (PD19). Durante o show e na legenda de sua postagem demonstra sua religiosidade desejando muito Axé a todos no novo ano (PD29).

Para complementar as correlações das práticas com a regionalidade, podemos evocar participações em programas midiáticos locais (PD04), como na figura 11 (1), em que Nany participa de uma entrevista em um podcast, durante suas viagens.

Figura 23 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Regionalidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Religiosidade

O regime de inteligibilidade “Religiosidade” (RI16) diz respeito ao conjunto de elementos discursivos, simbólicos e ritualísticos ligados a tradições culturais-religiosas, que articulam sentidos de fé, espiritualidade e pertencimento.

Essas performances podem ser compreendidas pela manifestação de ícones, gestos e narrativas religiosas de forma a reforçar, tensionar ou subverter normas

religiosas hegemônicas, tornando visíveis experiências de crença e a inteligibilidade de gênero e sexualidade, promovendo reivindicações, reconciliações ou embates entre identidades e fé.

Figura 24 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Religiosidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Para exemplificar a Religiosidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 24, a primeira performance (1) reforçamos o exemplo da performance da Grag Queen em festa de ano novo expressando sua religiosidade desejando “muito Axé a todos”, transparecendo suas convicções não hegemônica da prática de sua fé (PD29).

Na performance (2), temos a Nany People compartilhando suas atividades pessoais da prática de sua fé (PD07), com sua ida à Paróquia da Igreja Santa Cecília, em SP, inclusive realizando essa postagem em colaboração com o perfil da paróquia. Na publicação vemos Nany na igreja com o Padre Alysson Carvalho e outros fieis e fãs da artista. Na legenda, é registrado pela própria paróquia a presença e devoção de Nany como uma católica muito presente, além de desejar bênçãos à drag (PD29).

A terceira performance (3) também refere-se a Nany People, em trecho de entrevista ao podcast de Aldine Muller e Joana Raspini. No vídeo, Nany é questionada sobre a fé ser uma ferramenta para mudar o mundo. Nany responde

que a fé é uma força para você não se perder de você mesma e que é sobre acreditar em algo com muita certeza (fé), por mais que o mundo esteja contra (PD01; PD29). Para além desses exemplos, a própria Nany, que performa sua religiosidade com frequência, sempre que possível compartilha postagens de cunho religioso em seus stories (PD41).

Representatividade

O regime de inteligibilidade “Representatividade” (RI17) diz respeito ao conjunto de expressões, visibilidade e reconhecimento social de sujeitos, identidades e grupos sociais, cuja presença pública desafia ou expande as possibilidades e limites normativos do que é considerado legítimo, valorizável e digno de atenção.

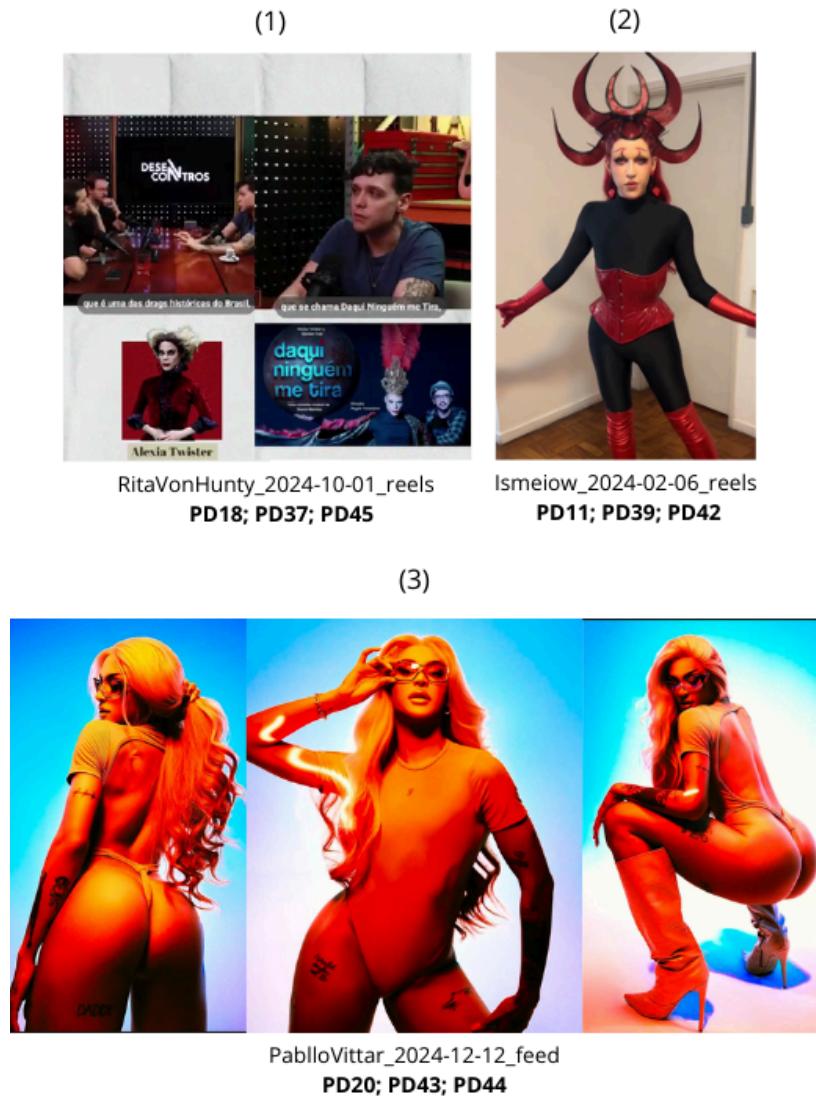
Essas performances são manifestadas por meio de práticas expressivas, corporais, verbais, culturais, artísticas e midiáticas, que produzem reconhecimento coletivo, articulam e promovem inclusão e tornam reconhecíveis modos de existências em âmbitos culturais e políticos.

Para exemplificar a Representatividade, apresentamos algumas práticas das drags na figura 25. A primeira performance (1) refere-se a participação da Rita Von Hunty (desmontada), no podcast “Desencontros”. Ela fala sobre uma peça importante que conta com a drag Alexa Twister (PD37), escrita e dirigida por uma pesquisadora do fenômeno do Teatro de Revista⁹ e das drag queens (PD18). Ela também comenta que essa peça fala da história de um gay, velho e drag queen que herdou muitos materiais das famosas Vedetes, retratando parte da história do fazer drag no eixo sudeste do Brasil (PD45).

Na performance (2), a Ismeiow mostra o processo de montação para a colaboração com o comediante Tiago Santineli (PD11). Ela, além de mostrar o processo de construção de sua montação (PD39), também divulga as peças do look produzidos por outros profissionais que possuem um estilo conceitual que se encaixa com sua visão artística para essa montação (PD42).

⁹ O Teatro de Revista é um gênero teatral popular no Brasil entre o final do século XIX e meados do XX, caracterizado por espetáculos compostos por quadros musicais, cômicos e satíricos, frequentemente com críticas sociais e políticas, humor e forte apelo visual. Esse gênero teatral conta na sua história com a presença de várias personalidades LGBT que atuaram nesse gênero artístico, principalmente travestis, como a famosa Rogéria (Trevisan, 2018; Genestreti, 2018).

Figura 25 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Representatividade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na sequência, a performance (3) refere-se a divulgação da Pabllo Vittar de fotos sensuais, de maiô fio dental, com grande decote nas costas e cores quentes, fortes e saturadas, para promover a sua música com a cantora pernambucana Duda Beat "Ai que Calor" (PD20; PD43; PD44).

Sexualidade

O regime de inteligibilidade “Sexualidade” (RI18) diz respeito ao conjunto de significados oriundos de construções sociais e culturais que regulam desejos,

prazeres, afetos e práticas corporais, atravessando dimensões pessoais, políticas e simbólicas.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação que expressam prazer, satisfação, fantasias, condutas e emoções articulando modos de viver e experienciar o corpo. As práticas podem desafiar ou reafirmar normas de gênero, moralidade, prazer e poder, participando ativamente da constituição do sujeito e do reconhecimento de identidades como válidas, desejáveis e dignas de existência.

Figura 26 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Sexualidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Para exemplificar o RI Sexualidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 26, a primeira performance (1) refere-se a Samira Close em dois momentos. Primeiro, em seu programa SuperPoc, com a participação da influencer Wanessa Wolf e dois garotos da plateia, em que Samira pergunta aos garotos se "um faria o outro" (insinuando se eles teriam interesse de se beijarem). A resposta de ambos foi "sim", fazendo com que a plateia e Wanessa Wolf começassem a gritar em conjunto o coro "Beija! Beija!", e assim os garotos o fizeram. A reação de Samira, de forma cômica, foi reivindicar que no programa dela, quem deveria "arrumar boys" era ela, não a plateia. Mais reações verbalizadas, com linguagens sexualizantes, por Samira, Wanessa e pela plateia como "Mama! Mama!", "tá ficando duro", "tá todo

babado", "bem babona" e "ela é uma safada" (PD20). O segundo momento, refere-se a um trecho de uma transmissão ao vivo da Samira jogando "GTA online", com outros jogadores. Todos os personagens que aparecem em jogo são femininas e estão caracterizadas vestindo roupas sensuais e performam rebolados, ao som da música da Pabllo Vittar "Fazer o P". Falam que é como se fossem elas dançando em uma festa quando essa música toca (PD24).

Na performance (2), a Pabllo Vittar performa sua nova música "Ai que Calor", em parceria com a cantora Duda Beat, realizando uma dança sensual, se esfregando na areia enquanto é filmada (PD07; PD44). Em sua dança sensual, realiza movimentos que referenciam a letra da música que diz "Imagina só eu rebolando, você fica só me olhando / brincando no meu colchão / Hoje eu tô descarada e eu sei que é o que tu gosta / rebolei de frente, agora eu rebolo de costas" (PD20).

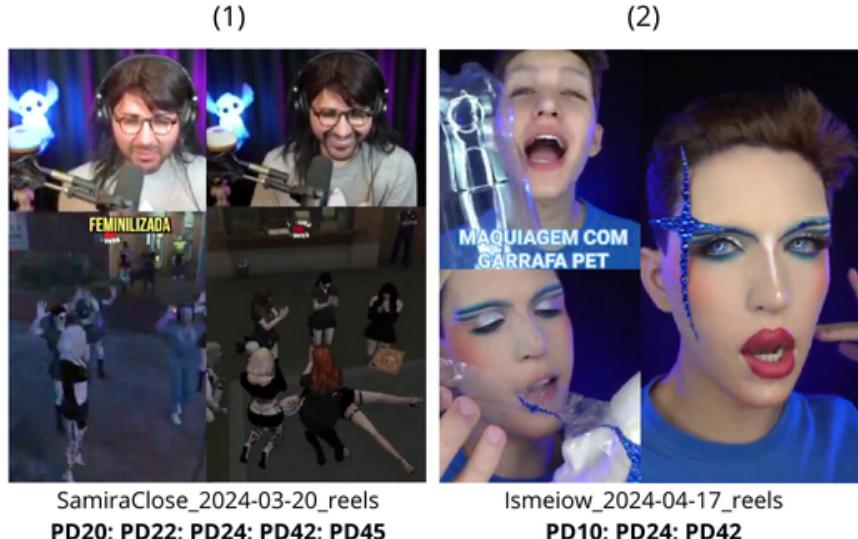
Já em (3), refere-se a publicação da Rita Von Hunty sobre seu novo vídeo (no seu canal do youtube "Tempero Drag"). Na postagem, ela diz que o nome do vídeo pode ser "PL do Estupro" ou "Descendo o C4c3t3 em conservador". Ela utiliza números para substituir as vogais da palavra "cacete" com o intuito de driblar a leitura pelo algoritmo da inteligência artificial do Instagram. A performance como um todo, tratar-se da criação de um conteúdo crítico ao projeto de lei que pretende criminalizar pessoas que gestam caso realize aborto, inclusive em casos permitidos por lei, classificando as pessoas estupradas como homicidas dolosos (quando há a intenção de matar), com penas até superiores àquelas aplicáveis aos estupradores (PD23; PD31). No vídeo, Rita expõe quem são os proponentes deste projeto de lei (PL), as moralidades e capacidades destes de legislarem sobre o assunto, além de abordar posições socialistas e proposições de feministas e queer ativistas (PD33; PD34; PD36).

Singularidade

O regime de inteligibilidade "Singularidade" (RI19) diz respeito ao conjunto de signos que comunicam aspectos únicos, pessoais, íntimos e afetivos, como identidades, gostos, valores, rotinas, experiências e relações.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação que compartilha narrativas simbólicas que constroem as identidades percebidas como singular, fruto da auto expressão e da legitimação social e cultural, que definem o que pode ser lido como verdadeiro.

Figura 27 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Singularidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Para exemplificar a Singularidade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 27, a primeira performance (1) é da Samira Close jogando GTA online, em sua clássica montação simples (só uma peruca) (PD42). Nos cortes, Samira e os demais jogadores interagem com diálogos (por áudio) performáticos interpretando sua personagem do jogo. Elas fazem vozes, atuando de maneira espontânea e criando diálogos, gemidos e exaltando comportamentos afeminados, as vezes sexualizados, enquanto realizam brincadeiras de perseguir uma a outra, de esconder-se, performar músicas da Pabllo ou apenas de representar com o personagem o que é falado durante suas transmissões de jogos ao vivo pela Twitch (PD20; PD22; PD24; PD45). Essa atitude específica de subverter a finalidade do jogo para realizar interações em contextos humorísticos, com amigos e outros jogadores online, é uma das características singulares da identidade da Samira Close.

Na performance (2), temos a Ismeiow mostrando, passo-a-passo, como ela faz uma “maquiagem 3D”. Para essa maquiagem ela ensina a usar garrafa pet e fita

adesiva para criar o prostético (para gerar o efeito tridimensional da maquiagem). Todo o processo utiliza de recursos como a auto-gongação para produzir momentos engraçados, sendo mais leves e divertidos de serem assistidos (PD24). Durante o processo, Ismeiow compartilha que as vezes nem tudo ocorre de maneira planejada, ao mesmo tempo que adapta o seu plano para fazer com que a montação produza o efeito imaginado, uma maquiagem profissional com seu acessório 3D atrelado a estética de sua drag (PD10; PD42).

Para complementar as práticas relacionadas a inteligibilidade de singularidade, olhando para exemplos passados, como na figura 12 (3), Samira Close dá conselho a seus seguidores sobre amizade e pedindo para "parar de chamar de amigo aquela pessoa que só te xoxa e te bota pra baixo, porque é o jeito dele, engraçado. PARA!" (PD01; PD09). Ainda na figura 12, performece (2), temos a Rita Von Hunty abordando quanto aos ataques transfóbicos sofridos pela boxeadora argentina, nas olimpíadas de Paris, que ela Rita aborda de perspectivas feminista e queer (PD31; PD33; PD34). Na figura 12 (5), temos o exemplo da campanha de arrecadação de doações financeiras que a Ismeiow fez para ajudar as pessoas atingidas pelo desastre ambiental no Rio Grande do Sul (PD30). Já na figura 21 (1) temos a publicação da Pabllo Vittar mostrando para além da montação e música, os bastidores de dois dias de visitas aos escritórios brasileiros das principais plataformas digitais musicais (PD02). E na figura 26 (2), a Pabllo Vittar performa sua nova música "Ai que Calor", em parceria com a cantora Duda Beat, realizando uma dança sensual, se esfregando na areia enquanto é filmada (PD07; PD44).

Solidariedade

O regime de inteligibilidade “Solidariedade” (RI20) diz respeito ao conjunto de significados que expressam a intenção de cuidado, apoio e cooperação voltadas para o “outro”, sujeitos ou grupos, em contextos de vulnerabilidade, exclusão ou sem reconhecimento, com a intenção visível de promover o bem-estar coletivo e justiça social.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação por meio de práticas materiais, simbólicas ou afetivas, como intervenções humanitárias emergenciais, doações (PD30), acolhimento, escuta e reconhecimento (PD01;

PD09), em prol ao direito à dignidade de vidas em necessidade ou detimento social (PD28; PD37).

Para exemplificar a Solidariedade, evocamos algumas práticas das drags. Na figura 28, a primeira performance (1) é da Pabllo Vittar, um post em carrossel de suas montações em diversos momentos. No look principal do post, ela marca todos os profissionais envolvidos na sua produção, geralmente pessoas queer, marcas de grande relevância mercadológica (global ou nacional) e marcas e profissionais queer (PD28; PD37).

Figura 28 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Solidariedade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Na performance (2), a Rita Von Hunty marca presença na cozinha do Armazém do Campo (estabelecimento do MST) (PD30). A ida da Rita se deu em decorrência de uma ação social encabeçada pelo MST conscientizando que o consumo de agrotóxicos no Brasil é o maior do mundo (PD09), e para a reivindicação da implementação do Programa Nacional para Redução de Agrotóxicos (Pronara) (PD28). E em (3), Samira Close interage com seguidores a respeito de relações afetivas. Fala sobre querer “ficar com boys” e sobre ter medo de passar vergonha de “chegar” em alguém e ser rejeitada, vergonha de virar chacota para outros (PD01; PD09).

Sucesso

O regime de inteligibilidade “Sucesso” (RI21) diz respeito ao conjunto de significados que expressam reconhecimento social e simbólico do êxito de determinado sujeito, projeto ou ação, dentro de normas culturais que definem o que é valorizado, celebrado e digno de destaque.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação por meio de uma ampliação da visibilidade, engajamento, indicação e recebimento de premiações e validações sociais e institucionais. Tais performances revelam quais expressões são legitimadas ou celebradas publicamente, além de evidenciar os limites e possibilidades de reconhecimento dentro de regimes normativos.

Para exemplificar Sucesso, na figura 29, a publicação (1) refere-se a uma das postagens que a Grag Queen realizou durante sua participação na convenção de Drag Queens em Los Angeles (CA/EUA), o DragCon LA. Nessa foto, a Grag aparece ao lado da RuPaul Charles, drag queen e produtor da convenção e das demais produções correlacionado ao “multiverso” da franquia Drag Race (PD04). A Grag Queen é a vencedora do reality show de drags cantoras Queen of The Universe (PD11), também produzido pela RuPaul, por isso foi a selecionada para comandar a versão brasileira do reality show estadunidense (PD15). Na legenda, afirma sua relação com a RuPaul, se referindo a si e a ela como "eu e a patroa" (PD13).

Em (2), temos a seleção de três imagens postadas pela Pabllo Vittar, que compõem um grupo de postagens referente ao grande sucesso global da música “Alibi”, em parceria com duas cantoras internacionais, Sevdaliza e Yseult (imagem a esquerda em (2)) (PD03). Nesse grupo de posts, ao evidenciar que a música está quase chegando ao Top 50 mundial da plataforma Spotify (PD05), ela incentiva seus fãs a continuarem a escutar (para aumentar o quantitativo de streamings da música). A estratégia de influenciar os fãs resulta na música atingindo o top 50 global, quase chegando ao top 30, e atingindo o top 6 na Coreia do Sul (PD11). A Pabllo agradece as suas “filhas”, como refere-se aos seus fãs, por terem ajudado a ser a primeira Drag Queen no mundo a atingir essa marca (PD12). A Pabllo também compartilha uma imagem que mostra que ela tem cerca de 13,6 milhões de ouvintes mensais no Spotify, juntamente com uma imagem da reportagem que saiu no New York Times

sobre ela e o sucesso de suas músicas em todo o mundo, demonstrando o tamanho da influência que ela gera mercado musical e no entretenimento mundial (PD15).

Figura 29 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Sucesso



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

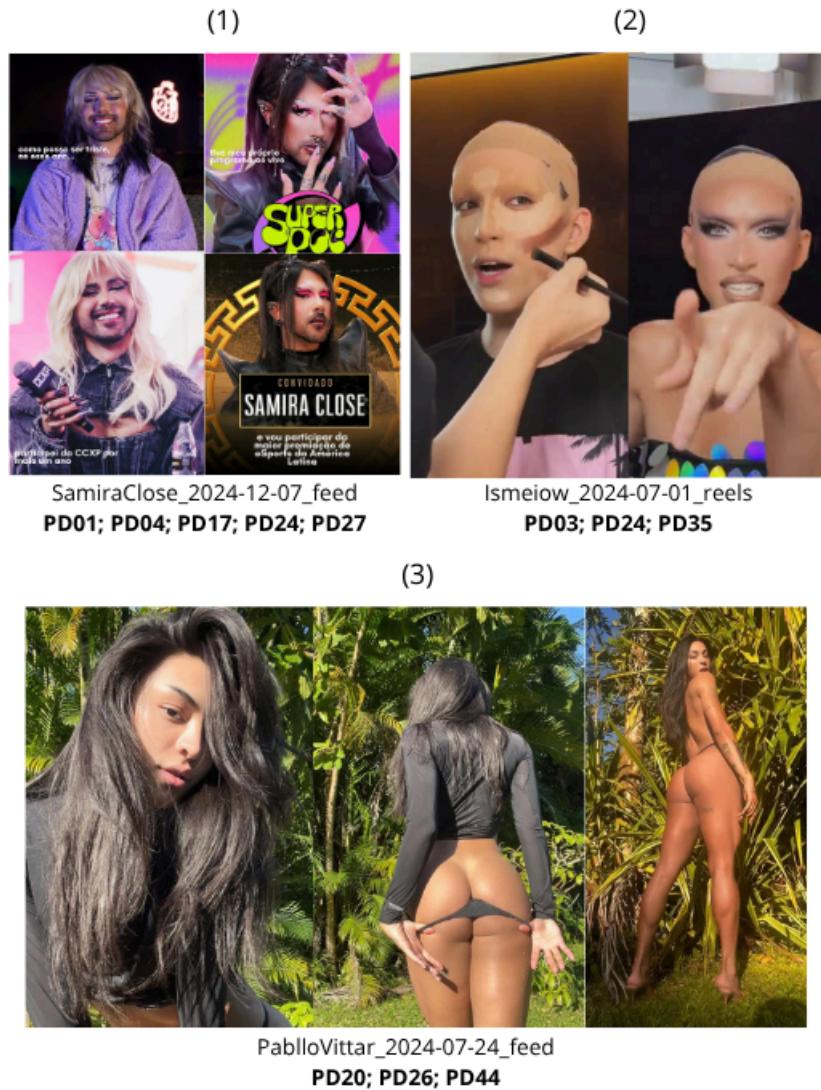
Na performance (3), a Ismeiow, juntamente com o influencer Klébio Dantas, são a capa de uma edição especial do mês do orgulho da revista paulistana "Portfólio" (PD04; PD11). O projeto visa criar conteúdo e imagens de moda e arte por meio da diversidade e “beleza democrática”, mostrando através de grandes personalidades da mídia que “TODOS ESTÃO NA MODA e a ARTE ESTÁ EM TODOS!” (PD16). A Ismeiow foi selecionada pela sua referência em maquiagem e em montações fashionistas conceituais (PD10; PD14).

Por fim, podemos evocar as performances da figura 16 (2) e (3) que referem-se a Nany People divulgando o sucesso de sua turnê do seu show de comédia, e a Ismeiow participando de uma das edições do Gongada Drag. Em ambas as situações, a demonstração dos teatros lotados (PD21).

Viralidade

O regime de inteligibilidade “Viralidade” (RI22) diz respeito ao conjunto de significados que expressam ampla e rápida disseminação de conteúdos em mídias sociais, marcada por altos índices de engajamento, reprodução, compartilhamento e visibilidade pública.

Figura 30 – Exemplos de Performances Drag relacionadas ao RI Viralidade



Fonte: editado com o aplicativo Canva a partir de dado netnográfico.

Essas performances podem ser compreendidas como uma manifestação da necessidade de relevância e ser socialmente reconhecida como participante, atualizado ou a frente de seu tempo, digno de atenção, celebração ou replicação. Essa relevância é reconhecida mediante a valorização de fatores como originalidade, estética, apelo emocional e relevância cultural ou mercadológica. A viralidade acontece não apenas pela ampla circulação, mas também ao ganhar evidência e tensionar normas culturais que regulam o que é visto como legítimo, engraçado, belo ou provocador no espaço público.

Para exemplificar Viralidade, na figura 30, a publicação (1) trata-se de uma postagem da Samira Close que acompanha a trend (tendência) do post "Como posso ser triste se esse ano (...)" (PD27), onde, a cada imagem do carrossel, ela lista suas principais realizações do ano (PD01). Os acontecimentos ressaltados por Samira, dentre suas realizações, foram: "ter seu próprio programa ao vivo" (PD04), "ter ido num festival de música que ama" (referindo-se ao Rock in Rio), sobre "ter assistido a um show da banda Simple Plan de perto", sobre ter ido "fantasiada de Matrix no maior halloween do Brasil" (PD17), sobre ter "participado da Comic Con Experience (CCXP) por mais um ano" e por ter sido convidada a "participar da maior premiação de eSporte da América Latina". Ainda faz piada com o fato de terem comparado o influenciador Carlinhos Maia à ela desmontada (PD24)

Na performance (2), temos a Ismeiow durante uma sessão de maquiagem em parceria com o Makeup Artist Helder Marucci (PD03), promove a prática da gongação consigo mesma, brincando que "antes de ficar bonita a gente fica tão horrorosa", ao referir-se ao processo de maquiagem do maquiador (PD35). Também brinca com o processo de maquiagem ao dizer que "nunca usou tanta maquiagem na vida" para se montar, e que a forma que ele está a maquiando está parecendo com a drag queen camp Trixxie Matell (PD24).

Já na performance (3), a Pabllo Vittar posta um carrossel com imagens de momentos de relaxamento, ao mesmo tempo que na legenda e na música da postagem ela promove a música "Alibi". Nas fotos, com apenas uma peruca, aparentemente sem maquiagem, além de sensualizar e até sexualizar um pouco tirando fotos só de calcinha de costas e até ensaiando baixando a calcinha. Esse tipo de postagem da Pabllo gera alto índice de engajamento com seus fãs, entre curtidas e comentários.

Para complementar a exemplificação, podemos evocar novamente a performance apresentada na figura 13 (1), onde a Grag Queen, montado e desmontado, como o Gregory, participa da campanha em prol da criminalização das terapias de "cura gay" (PD23), que busca a viralidade da conscientização pela causa. Assim como na figura 16 (3), temos a Nany People promovendo o filme de comédia (PD05), uma de suas principais características artísticas, além de uma de suas apresentações teatrais de comédia com a platéia lotada (PD12).

4.3. Performatividades

Nesta subseção, apresentamos as oito performatividades inferidas a partir dos regimes de inteligibilidade (RIs) identificados na análise. Observamos relações singulares através do processo reflexivo teórico-conceitual, onde correlações e insights foram construídos, e sustentam a produção ou legitimação destas performatividades quanto representações de agências políticas e moralidades.

Durante esta etapa analítica e interpretativa, buscamos expressar categorizações dos efeitos socioculturais mais amplos, que resultam de discursos, agências políticas, moralidades, normatizações e subversões de culturalidades. As performatividades estão dispostas como uma categorizações, responsáveis por interpretar teoricamente correlacionando com as produções de normas, discursos e práticas que regulam comportamentos e corpos.

No processo reflexivo para denominarmos as performatividades buscamos utilizar substantivos ou locuções substantivas que representassem, conceitualmente, suas singularidades e características que fundamentam os saberes e moralidades às quais estão associadas. Essas relações estão destacadas na tabela 7, onde apresentamos a quais regimes de inteligibilidade estão relacionadas cada uma dentre as oito performatividades que emergiram a partir da nossa análise.

Tabela 7 – Relações entre Regimes de Inteligibilidades e Performatividades

#	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
RI01			x	x				
RI02	x			x	x	x		x
RI03							x	
RI04		x				x		
RI05	x	x						
RI06				x			x	x
RI07				x			x	x
RI08	x		x		x			
RI09		x				x	x	
RI10				x	x			
RI11	x				x			
RI12		x				x		
RI13	x			x				
RI14			x		x			
RI15			x			x		

RI16				x	x	
RI17		x		x		x
RI18				x	x	
RI19			x	x		x
RI20	x					
RI21	x			x		
RI22			x			

Fonte: elaborado pelo autor.

A seguir apresentamos as performatividades, sua explicação conceitual e o modo como os RIs a evidenciam.

Articulação Laboral

Trata-se da performatividade que constrói a representação da profissionalidade, do fazer uma atividade da qual retire seu sustento, posicionando valorativamente o conjunto de performances e intenções como a materialização do reconhecimento do trabalho produtivo, criativo e relacional. Essa articulação profissional de performatividades drag envolve o desenvolvimento de saberes, relações e intenções que abrangem conhecimento técnico, gestão profissional, entrega profissional e estratégia de recursos para produzir, difundir e comercializar sua autoridade e relevância.

A Articulação Laboral (**P1**) é performatizada por meio de linguagens entendidas como profissionais, relativas ao desenvolvimento de competências e capacidade de produzir, atuar e mercantilizar suas habilidades e práticas produtivas. Ou seja, que performatiza uma intenção de valoração e produção, relacionado ao investimento de esforço intelectual e estratégico de planejamento, de suas práticas sociais, entre agendas promocionais, bastidores com equipe, identidade estética, campanhas e chamadas para lançamentos e espetáculos, interação, menções a métricas e premiações.

Mediante processo analítico-interpretativo de um conjunto de inteligibilidades, intenções e saberes refletiu na capacidade de produzir e demonstrar *Profissionalidade (RI11)*, ou seja, legitimação da prática drag como trabalho artístico qualificado em diferentes atuações profissionalidades, consistente e digno de reconhecimento público, símbolo cultural queer e amplamente consumido como arte,

agência política e entretenimento. Aspectos da profissionalidade podem ser apontados em produções midiáticas de alto investimento, de forma planejada e organizada, em suas diferentes lógicas de atuação profissional / artística majoritária e geridas por metrificações de sucesso, sendo a relevância, credibilidade e autenticidade algumas indispensáveis no contexto da lógica operacional das mídias digitais.

De forma complementar, as *Competencialidades* (RI02) representam os domínios técnicos e artísticos (maquiagem, moda, humor, canto, atuação, educação) narrados como ferramentas de trabalho; como produção e assinatura estética, demonstrações de habilidades, materialidades artísticas e de competências estrategicamente complementares, reforçando âmbitos de promoção de consumo e de autoridade.

A *Mercantilização* (RI08), com suas narrativas artísticas comercializáveis, a utilização de sua influência, autenticidade, relevância como interlocutore do consumo de sua produção autoral ou ainda colaborativa com outras marcas, profissionais e causas.

A articulação laboral também é performatizada mediante a *Reconhecibilidade* (RI13), uma série de percepções que posicionam a marca pessoal como um ativo de valor, em decorrência da notoriedade das suas habilidades, atuação profissional, além de carisma e autenticidade. Quando a notoriedade é vinculada a repercussões positivas e relevância constantes pode ser acompanhado por inteligibilidade de *Sucesso* (RI21), a partir de jogos de visibilidade e da confiança, e que são expressas em menções, alcance, indicadores de performance, aparições em *charts*, prêmios e sinalização de capitalização dessa visibilidade.

Nesse sentido é construído de *Empoderamento* (RI05) laboral, em diferentes atuações. Caracterizando, também, um processo de reestruturação normativas de ocupação de espaços, visibilidade e reconhecimento valorativo social e político. Na formação dessa performatividade, quanto maior a co-ocorrência destes regimes de inteligibilidades, mais robusta a inferência desta performatividade.

Com isso, a Articulação Laboral (P1) mostra que a performance é um trabalho criativo gerido como marca, planejado, preparações, parcerias, métricas e mercantilização transformam a arte em produto e carreira (Thompson; Üstüner,

2015; Nascimento; Campos; Suarez, 2020; Colucci; Pedroni, 2022). Aqui, performatizar laboralidade é performatizar influência digital ao tornar visível o *backstage* profissional (planejamento, preparação, treinos, processos produtivos, agenda, contratos, *dashboards*), as drags performatizam sinais de competência e confiabilidade que produzem legibilidade e autoridade de influência nas mídias sociais, um ato referencial que estabiliza o “ser influenciadora” como trabalho (Senft, 2013; Abidin, 2018).

Engajamento Político

Trata-se da performatividade que constrói a representação do sujeito político em ação, que disputa espaço, normas e agendas sociais, convoca públicos e tensiona fronteiras do aceitável. É performatizada por meio da exposição de posicionamentos, manifestação de valores, incentivo ao desenvolvimento educacional plural, compartilhamento de conhecimentos, chamadas à ação coletiva em prol de uma coletividade.

O Engajamento Político (**P2**) pode ser identificado a partir da junção de inteligibilidades que normatizam posicionamentos ideológicos e éticos, sua agência *Política* (*RI09*), manifestações, discursos, validações e outras formas de ação em coletividade. Mediante a agência política das práticas midiatizadas, além do próprio consumo inspiracional, assim como do consumo produtivo, destacando-se práticas de defesa de direitos e validações e pluralidade, no campo do *Progressismo* (*RI12*), a partir de ativismo político, engajamentos em movimentos, ativismo educativo, convocações para ativismos sociais, atos em respostas a controvérsias públicas.

Na formação do engajamento político, os regimes de inteligibilidade *RI09* e *RI12* demonstram compor uma centralidade. No entanto, outras inteligibilidades se associam e reforçam o caráter mobilizador / atuante. Nesse contexto, podemos identificar o movimento de agência política através da *Educacionalidade* (*RI04*), como uma inteligibilidade que suporta o engajamento político. A produção de conteúdos, performances, de cunhos educativos, com embasamentos conceituais e articulações interseccionais são ancoradas em saberes, experiências e contextos sociais diversos.

O *Empoderamento* (RI05) político foi identificado como um processo de ressignificação, que acompanha as inteligibilidades políticas progressistas através do fortalecimento argumentativo, compartilhamento da validação em sociedade e ferramentalização do conhecimento associado a convocação para uma agência em comunidade.

A *Solidariedade* (RI20) aparece em um processo de suporte, resistência e existência, atos de apoio e suporte constantes em comunidade, incluindo reconhecimento e colaborações, mas também em contextos de resistência enquanto sociedade e empatia com o próximo.

Nesse sentido, o Engajamento Político (P2) revela a drag como sujeito público que educa, convoca, disputa sentidos e mobiliza pautas progressistas, convertendo visibilidade em ação coletiva (Souza-Leão; Ferreira; Moura, 2022; Ramires de Souza; Balieiro, 2021; Carvalho; Oliveira, 2024). Em P2, performatizar influência implica fazer ver e fazer agir através de *lives* ou conteúdos informativos, instruções de atividades e atuações cívicas, além de enquadramentos afetivos que reforçam um repertório que rompe o silêncio e gera efeitos mensuráveis (engajamento, ações, presença), alinhando performatividade de gênero e pedagogias públicas (Butler, 1997; 2003).

Enraizamento Cultural

Trata-se da performatividade que constrói a representação da agência cultural, vinculada a territorialidades, repertórios e comunidades identitárias brasileiras (grupos culturais, regionais ou locais). É performatizada por meio de sotaques, gírias, referências musicais, estéticas locais, imagéticas com signos regionais, além de identidades subculturais.

Dessa forma, o Enraizamento Cultural (P3) é caracterizado pelos atos cotidianos e personalizados, primeiramente identificado na inteligibilidade de *Regionalidade* (RI15), como nos discursos de representação das tradições culturais, rituais, festividades, musicalidades, que reiteram o sujeito como integrante, participante, praticante, além de um propagador valorativo das suas práticas culturais, tradicionais, regionais ou locais.

Também pode ser relacionado a inteligibilidade correlacionado a *Referenciação (RI14)*, que pode referir-se a valores, crenças e características culturais que indexam repertório, contextualidade, inspiracionalidade e citacionalidade referenciativa.

Complementar, a inteligibilidade de *Representatividade (RI17)* envolve processos de afirmação de comunidade / grupo, pertencimento, identidades culturais, de gênero, sexuais, estética, artística e de vivências, reforçando ou subvertendo os limites normativos do que é considerado legítimo, valorizável ou digno de atenção.

A *Autenticidade (RI01)* é complementarmente uma inteligibilidade que legitima o enraizamento cultural, mediante coerência entre as performances e trajetórias reconhecidas como genuínas, consistentes e comprometidos com identidades e culturas específicas.

Também identificamos que o regime de inteligibilidade *Mercantilização (RI08)* pode colaborar com a performatividade em questão, a partir do momento em que é evidenciados artistas e veículos locais, de forma planejada, para garantir a relação valorativa de signos culturais que as representam e podem ser reforçada na sua produção comercializante. Essa performatividade tem os RI14 e RI15 como basílicas, demonstrando uma centralidade, enquanto os RI01, RI08 e RI17 colaboram a modular o tom identitário / mercadológico.

Com isso, a performatividade de Enraizamento Cultural (P3) demonstra que a legibilidade nasce também do território, com sotaques, ritmos, referências regionais e subculturas localizando as performances e reforçando pertencimentos (McCracken, 2003; Castellano; Rios; Ferreira, 2023; Bragança; Ostruca, 2023). Ao referirem a signos locais (linguagens, festividades, sonoridades musicais, estilo e modas culturais locais), as drags performatizam influência direcionada a uma proximidade cultural que aumenta a reconhecibilidade e a adesão, compondo um *ethos* de autoridade pertencente que fabrica engajamentos (Abidin, 2018; Drenten, 2025).

Expressividade Criativa

Trata-se da performatividade que constrói a representação da agência criadora e inventiva, produtora de experimentações de formas, estéticas, expressões e de uma voz autoral de construção de ideias. É performatizada por meio de composições visuais, roteiros, humor, hibridismos de gênero e paralinguagens (edições, filtros, memes, *prints*, *reposts*, dublagens, passinho viral).

Por isso, a Expressividade Criativa (**P4**) diz respeito a instrumentalização da criatividade e formas de linguagens comunicativas, tendo como centralidade três inteligibilidades. A *Singularidade* (RI19), artifícios de originalidade identitária, unicidade, inovabilidade, utilizando uma assinatura própria estético-autoral. A *Autenticidade* (RI01), demonstração de coerência do discurso com suas práticas identitárias, características de espontaneidade, sem encobrir traços comportamentais, autêntico com capacidade de surpreender, inovar e resignificar. E a *Competencialidade* (RI02), correlacionando comprovações de habilidades e qualificações técnicas, autoridade conceitual e prática, além de validações nas relações de consumo.

Entretanto, outras inteligibilidades foram identificadas agindo de forma complementar nas performatividades de expressividade criativa. Como a modelagem estética, a partir de performances estilísticas entre diversas expressões gênero e suas materialidades. As *Feminilidades* (RI06), as materialidades a partir de leituras sociais que são majoritariamente relacionadas a uma ótica hegemônica binária a partir do corpo biológico de uma fêmea e das construções sociais de como um corpo fêmea deve(ria) agir. Assim como as *Masculinidades* (RI07), que, de forma similar, é lido a partir de um corpo biológico de um macho e das construções sociais de como esse corpo deve agir e representar superioridade. Em ambas inteligibilidades, acontecem amplas negociações das possibilidades diversas de feminilidades e masculinidades, construindo uma ressignificação constante dos limites restritivos ou antes lidos como pejorativos por fugir do “padrão” imposto nas inteligibilidades possíveis. Além da *Reconhecibilidade* (RI13), que possui impacto duplo, uma vez que remodela os parâmetros do que é reconhecível como válido, além da valorização coletiva mediante repercussões sócio-midiáticas, como uma assinatura estético-criativa.

Outras duas inteligibilidades foram identificadas, marcando o alcance e a receptividade. Nessa situação, a *Popularidade* (RI10) é identificada quando a forma criativa reverbera dentro de bolhas comunitárias, podendo estourar “sub-bolhas” culturais rumo a uma “mainstreamização” em diferentes níveis de abrangência social. Além da *Viralidade* (RI22), que evidencia a relevância de consumo, quanto a velocidade de adesão e replicação, com motivações diversas, destacando-se a intenção de repercussão para expansão de visibilidade e relevância.

Diante do exposto, a Expressividade Criativa (P4) explicita a autoria estética, o hibridismos, humor, técnicas de montação, linguagens artísticas e suas formas em plataformas (estética, habilidades, memes, cortes, trends) produzem assinaturas reconhecíveis (Baker, 1994; Senelick, 2000; Henn; Machado; Gonzatti, 2017; Batista; Souza-Leão, 2024). Nessa dimensão, performatizar influência é “assinaturizar” a consistência estética e variação criativa alimentam os algorítmicos e a expectativa do público, convertendo estilo em capital de visibilidade (Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023; Colucci; Pedroni, 2022).

Hegemonização Cultural

Trata-se da performatividade que constrói a representação da agência cultural vinculado a referência hegemônica, reproduzindo padrões dominantes, com reforço de visibilidade e de integração a comunidades identitárias globais ou dominantes. É performatizada, por meio de marcas de validação massiva, como aparição nos *charts* musicais, indicações à premiações, participar de produções e comunicações de grande relevância e audiência, além de integrar, reproduzir e influenciar as referências culturais mainstream.

Identificamos a performatividade Hegemonização Cultural (**P5**) a partir da correlação de três inteligibilidades centrais. A *Referenciação* (RI14) é uma inteligibilidade chave por interrelacionar e localizar práticas culturais as referências válidas e reconhecidas dentro da perspectiva cultural de consumo predominante. Também central, a *Popularidade* (RI10) marca a escala de massificação midiática, a visibilidade ampliada, o engajamento social e a representação simbólica positiva. Complementando, o *Sucesso* (RI21) é entrelaçado a partir da validação e replicação dos formatos e discursos dominantes.

Outras regras de inteligibilidades podem compor esta performatividade, classificando legitimidades mercadológicas. A *Mercantilização* (RI08), por alinhamento a expressões de identidade e arte amplamente reconhecíveis, legitimadas e validadas dentro das lógicas de mercado, funcionando como índice de validação estética, social e econômica. A *Profissionalidade* (RI11), através de produções esteticamente consistentes e refinadas, da construção de uma identidade artística sólida e da manutenção de relações éticas com público. A *Competencialidade* (RI02), a partir da leitura de habilidades, talentos, técnicas, competências e recursos criativos, conferindo valor artístico, simbólico e expressivo às performances. Enquanto a *Religiosidade* (RI16), é utilizada, em certos momentos, como parte de uma identidade e práticas hegemônicas sociais, capitalizada simbolicamente.

Com isso, a Hegemonização Cultural (P5) evidencia integrações a cenários e consumos mainstream (premiações, *charts*, parcerias extraordinárias), quando formatos e referências dominantes são apropriados e reemitidos pelas drags (Brennan, 2017; Brennan; Gudelunas, 2017; Pepe, 2023). A apropriação de formatos hegemônicos performatiza uma influência expansiva ao citar culturas *mainstream* para ampliar alcance, ao mesmo tempo em que reinscreve signos de gênero a partir de linguagens drag/queer (Butler, 1990; 1993; Drenten, 2025).

Legitimação de Existências

Trata-se da performatividade que constrói a representação agêntica dos sujeitos e suas autonarrativas e existências, evidenciando o que os caracterizam dignos de validade e reconhecimento social, de si, de outros e de coletividades culturais. É performatizada por meio de declarações de vivências, testemunhos, narrativas de vida, autoconhecimento, além da negociação de normas sociais.

Por isso, a Legitimação de Existências (**P6**) refere-se à valorização, evidenciação e ratificação de uma pluralidade de possibilidades de existências. As inteligibilidades chave desta performatividade inclui a *Representatividade* (RI17), em discursos de inclusão das perspectivas não normativas de todos, todas e todos. A *Singularidade* (RI19) também entra na centralidade, ao posicionar as interseccionalidades identitárias que traçam as proximidades de vivências e

conhecimentos. A *Política* (RI09) também é central por caracterizar a atuação, o posicionamento, as manifestações e negociações, ou seja, a agência político-social. E, completando a centralidade de inteligibilidades, o *Progressismo* (RI12) posiciona ideologicamente a performatividade em regimes normatizadores em prol da pluralidade.

Dentre as inteligibilidades que foram identificadas em relação auxiliar e modeladora, a *Competencialidade* (RI02) aparece como evidencialização e palpabilidade da existência e possível validação mercadológica. A *Educacionalidade* (R04) é identificada de forma ativa como ferramenta pedagógica dialógica de formação e transformação política e validação da diferença. A *Regionalidade* (RI15) influencia a validação de linguagens e aspectos culturais, moldando a narrativa valorativa, revalidando ou subvertendo valores conservadores excludentes. Além da *Sexualidade* (RI18), identificada contextualmente nas narrativas que evidenciam e propagam a veracidade experiencial e vivencial como forma de legitimação de existência para além das restrições normativas defendidas em discursos da binaridade moralista de matriz cristã.

Nesse sentido, a Legitimação de Existências (P6) mostra narrativas de vida e testemunhos que ampliam o círculo do reconhecível, reconstituindo fronteiras do “vivível” (Butler, 2003; Visconti, 2016; Bates; Hobman; Bell, 2019; Fox; Ralston, 2016). Ao produzir relatos de discriminações, cuidados e enfrentamentos, as drags produzem influência ético-afetiva e validam a existência de sujeitos que são postos em posições de ininteligibilidade, e assim agregam valor moral e comunitário à sua autoridade pública (Butler, 2018; 2024).

Reprodução Normativa

Trata-se da performatividade que constrói a representação das agências que reforçam normas hegemônicas, tais quais o binarismo e a heteronormatividade, estabilizando expectativas de gênero/sexualidade e condutas homogeneizantes, geralmente com moralismo de ideologias modernas de bases religiosas cristãs.

Nesse sentido, a Reprodução Normativa (P7), refere-se a discursos moralizantes e enquadramentos normatizantes rígido, elitista, racializado e de superioridade masculina que ditam a naturalidade e a aceitabilidade do que é lido

como digno e verdadeiro. O regime de inteligibilidade *Conservadorismo (RI03)* ocupa a centralidade, podendo assumir muitas vezes formas de humor para reproduzir normativas conservadoras que excluem realidades que não reconhecem como válidas.

Devido a contextualização da pesquisa, esta performatividade envolve as inteligibilidades identitárias e suas validações. As *Feminilidades (RI06)* são tendenciosamente desvalorizadas, ainda mais em casos de total desacordo com normas hegemônicas. Enquanto as *Masculinidades (RI07)* são tendenciosamente valorizadas, desde que não se enquadrem em categorizações que deprecie a norma da virilidade e superioridade da masculinidade padrão, “centro do saber e imagem do divino”.

Duas outras inteligibilidades foram identificadas, estas atuando como fatores amplificadores da normatização de papéis fixos e pré-estabelecidos. A *Política (RI09)*, através de uma agência moralizante, a fim de prescrever performances que classifiquem e restrinjam as possibilidades de validações sociais e institucionais. E a *Religiosidade (RI16)*, que aparece como uma legitimação moral excludente.

A Reprodução Normativa (P7), então, marca os momentos em que se reitera o conservadorismo (papéis fixos, moralismos), evidenciando tensões internas do campo (Brennan, 2017; McIntyre; Riggs, 2017; Castellano; Rios; Ferreirinho, 2023). Mesmo quando há acomodação a convenções (padrões de beleza, roteiros de feminilidade), trata-se de performatizar influência conformada através de atos que maximizam legibilidades de discursos dominantes, mas que também expõem moralidades dos agentes envolvidos (Arriagada; Bishop, 2021; Bonini; Treré, 2024a).

Subversão Corporal

Trata-se da performatividade que constrói a representação da agência que desestabiliza normas corporais, representações identitárias de gênero, relações plurais com a sexualidade, expansão das possibilidades do que é “pensável, mostrável e vivível”. É performatizada pela materialização das construções estéticas identitárias, e/ou montações, que hibridizam marcadores de gênero, do erótico, do desejo e práticas, comportamentos, gestualidades e posturas dissidentes que “desarrumam” as percepções convencionais excludentes.

Dessa forma, a Subversão Corporal (**P8**) refere-se a atos performáticos que desafiam e reformulam constantemente as fronteiras da normatividade dos papéis e práticas que representam práticas culturais e representações estéticas que ultrapassam e desvalidam as normas limitadoras. Três inteligibilidades centrais foram identificadas nesta performatividade. As *Feminilidades* (*RI06*) são ressignificadas e apresentadas em possibilidades diversas dentro de um espectro de possibilidades. Juntamente, as *Masculinidades* (*RI07*) também são expandidas mediante as práticas existentes na sociedade, além de também ser compreendida como possibilidades dentro de um espectro de possibilidades identitárias praticadas. Similarmente, a *Sexualidade* (*RI18*) e as diversas materialidades de sua prática, ou não prática, correlacionalidades com linguagens e práticas corporais individuais ou coletivas.

As demais inteligibilidades identificadas na formação desta performatividade, demonstraram atuar como densificadores dos regimes de inteligibilidade centrais. A *Competencialidade* (*RI02*) técnica e artística é uma das inteligibilidades amplificadoras, através da capacidade e habilidade da construção e subversão estética. A *Singularidade* (*RI19*) surge como uma inteligibilidade amplificadora em sua composição enquanto sujeite e sua representação identitária socialmente (re)produzida. E a *Representatividade* (*RI17*), de forma complementar, contribuindo a reforçar existências plurais, realidades diversas e materializando novos limites do "aceitável" e o "condenável".

Como demonstrado, as performatividades que emergiram não são mutuamente exclusivas. Elas demonstraram ocorrerem de forma simultânea e variando conforme quem é o agente, a contextualização, formatos e abrangência das performances. O encadeamento **PD > RI > P** deve ser percebido como um processo analítico-interpretativo, onde os regimes de inteligibilidade regulam a legibilidade das performatividades, mediante o reconhecimento de práticas sociais, linguagens e ações reiteradas que convergem em padrões reconhecíveis e válidos.

Por fim, a Subversão Corporal (P8) aponta para desarranjos nas convenções de gênero e erotismo, expandindo repertórios de corpo, desejo e aparência (Seregina, 2018; Kotliuk, 2023; Butler, 2018/1990). Aqui, performatizar influência é desobedecer, moldar e transformar signos corporais (como a montação, nudez

estratégica, sensualidades, humor sexual), alterando e alimentando a economia da atenção, além de desafiar normas algorítmicas e culturais sobre o “mostrável” (Butler, 1993; Bonini; Treré, 2024b).

Em conjunto, as performatividades (P1–P8) descrevem modalidades complementares, mesmo que por vezes pontuais contraditórias, pelas quais as drags performatizam, sempre mediadas por regimes de inteligibilidade que regulam a recepção (Silva, 2009; Rodrigues, 2012; Brady; Schirato, 2010). Nesse sentido, podemos afirmar que “drag queens brasileiras performatizam influência digital”, não apenas como efeitos derivados da visibilidade, mas formas organizadas de fazer influência sob condições das práticas midiáticas, autenticidade negociada e plataformação e mediação algorítmica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desta pesquisa nos permitem responder ao nosso problema de pesquisa a respeito de “**como drag queens brasileiras performatizam influência digital nas mídias sociais**”, mostrando que suas atuações se organizam como um ecossistema performático.

Concretamente, as oito performatividades evidenciam que a influência drag digital é um efeito performativo relacional que se produz na intersecção entre trabalho, estética, política, cultura e governança algorítmica. A Articulação Laboral (P1) mostra que influenciar é gerir uma obra contínua (planejar conteúdos, operar métricas, negociar parcerias) convertendo montagem e narrativa em valor circulável. O Engajamento Político (P2) revela a influência como capacidade de mobilizar sentidos e públicos, transformando visibilidade em convocação ética. O Enraizamento Cultural (P3) demonstra que a legibilidade da influência se ancora em territórios, sotaques e repertórios locais que produzem pertencimento. A Expressividade Criativa (P4) indica que a autoridade de influência emerge de assinaturas estético-discursivas (humor, técnicas, formatos) reconhecíveis nas plataformas. A Hegemonização Cultural (P5) evidencia a aptidão de transitar e reemitir códigos mainstream, ampliando alcance e capital simbólico. A Legitimização de Existências (P6) mostra a influência como dispositivo de reconhecimento, alargando o espectro do vivível e do “dizível”. A Reprodução Normativa (P7) explicita

tensões: a mesma influência pode reforçar moralidades e papéis fixos sob certos regimes de visibilidade. Já a Subversão Corporal (P8) exibe a potência de desordenar convenções de gênero e desejo, reinscrevendo fronteiras do corpo. Em conjunto, P1–P8 indicam que “influência” não é um papel externo à drag, mas a própria orquestração de atos citacionais que, ao tornarem-se inteligíveis e mensuráveis nas plataformas, fazem existir uma autoridade cultural queer em disputa.

Esse ecossistema é composto por um repertório de performances drag, que materializam rotinas de criação, veiculação e engajamento; regimes de inteligibilidade, que tornam tais práticas reconhecíveis, legitimadas e passíveis de valoração pública; e performatividades drags, que sintetizam efeitos socioculturais recorrentes (laborais, políticos, culturais, estéticos e normativos). A partir disso, podemos afirmar que a influência digital é, ela mesma, uma performatividade. As drag queens produzem influência ao iterarem atos que se tornam legíveis, avaliáveis e circuláveis por audiências, marcas e algoritmos (Butler, 1990; 1997; 2003; Abidin, 2018; Bonini; Treré, 2024a; 2024b).

As drags, portanto, performatizam ao combinar competências artísticas e de influência (canto, humor, moda, educação, gestão de audiência) (Abidin, 2018; Senft, 2013; Hudders, De Jans; De Veirman, 2020), codificam em linguagens midiáticas (*stories, reels, feed*, legenda, música, texto, emojis, filtros, memes, geolocalização e *trends*) (Arriagada; Siles, 2024; Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023) e negociam normas (de gênero, sexualidade, moralidade e consumo) (Butler, 1990; 1993; Sedgwick, 2007), que enquadram o que pode ser visto como legítimo, belo, engraçado, vendável ou subversivo. Para cada combinação performances e inteligibilidades observada, há a possibilidade de corresponder a uma ou mais performatividades drag, ou seja, uma chance recorrente de produzir influência nas plataformas a partir da linguagens midiáticas drag.

Esse circuito PD > RI > P evidencia que a performatividade online é relacional e citacional (Butler, 1997; Borba, 2014; Kveller; Nardi, 2022), referenciando repertórios pop e locais, aciona convenções de legibilidade e entrega ao público versões estabilizadas, ou tensionadas, de feminilidades, masculinidades e sexualidades (Foucault, 2013; Woodward, 2009). Em síntese, as drags influencers

performatizam por meio de arranjos midiático-culturais estrategicamente orquestrados, onde criatividade, profissionalismo, política e consumo se co-produzem sob a curadoria (e a pressão) das audiências, marcas e algoritmos (Cocker; Cronin, 2017; Delbaere; Michael; Phillips, 2021; Bonini; Treré, 2024a; 2024b; Abidin; Karhawi, 2021). Assim, influência não é um atributo estático, mas um efeito performativo de práticas reiteradas que se tornam inteligíveis e valiosas no ambiente platformizado (Butler, 2003; Kaliyamurthy; Schau; Gilly, 2023).

Como desdobramento analítico-interpretativo, as performatividades respondem à pergunta de pesquisa ao indicar modos estruturados de “fazer drag” nas plataformas de mídias digitais. Esta pesquisa oferece contribuições teóricas, metodológicas, empíricas e práticas. Teoricamente, articula a performatividade butleriana à Consumer Culture Theory, integrando os conceitos de performatividade e regimes de inteligibilidade às dinâmicas de performances drags em mídias sociais, fortalecendo os estudos culturais em Administração e ampliando perspectivas queer no consumo. Em especial, propõe-se a noção de que performatividades drags como categorias analíticas aplicáveis a contextos análogos.

Metodologicamente, avança protocolos netnográficos ao reforçar e detalhar o protocolo da pesquisa netnográfica do AKAFans (Coletivo de pesquisa em fanhood, mídias sociais e política do consumo), sugerindo boas práticas para pesquisas LGBTQIAPN+ digitais (com registro rigoroso, sensibilidade ética e análise reflexiva).

Empiricamente, sistematiza as performatividades de influenciadores, com foco nas drag queens brasileiras, evidenciando linguagens de resistência, agência política, colaborações e disputas com marcas e plataformas, qualificando debates sobre autenticidade, comercialização e mediação algorítmica. Como implicações aplicadas, oferece insumos para organizações, pesquisadores e interessados a desenharem parcerias menos extrativas e mais alinhadas a pautas de justiça social, e para formuladores de políticas públicas, aponta caminhos de promoção da educação plural, diversidade cultural e reconhecibilidade em todas as ambientes sociais da sociedade, inclusive digitais.

As principais limitações residem na focalização na plataforma Instagram, na janela temporal restrita a 2024 e na amostra composta por seis perfis de maior alcance, o que dá uma ampla visão contudo pode sub-representar realidades drags

regionais e locais, mesmo que tenha existido a intenção de atenuar limitações por meio de critérios explícitos de seleção, triangulação interplataformas (outras mídias sociais, diferentes formatos midiáticos e métricas de engajamento) e elaboração de protocolos imersivos, com buscas contextualizantes online.

Como possibilidades de agenda futura de pesquisa, indicamos (a) escolha da atuação drag em outras plataformas (ex. TikTok, YouTube, Twitter/X); (b) combinar netnografia com outras metodologias complementares, como a etnografia, ou ainda entrevistas em profundidade; (c) expandir a amostra para níveis regionais/lokais e recortes interseccionais (raça, classe, territorialidade), como um recorte da atuação de drag queens influenciadoras ativistas; (d) conduzir pesquisas ações com drag queens, inclusive intervenções colaborativas-criativas; e (e) comparar contextos transnacionais, testando efeitos de autenticidade, moralidade e moderação algorítmico sobre engajamento e bem-estar das comunidades.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, C. (2018). **Internet Celebrity: Understanding Fame Online (Society Now)**, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. i-xxii. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-076-520181006>
- ABIDIN, C.; KARHAWI, I. (2021). Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin. **Intercom: Revista Brasileira De Ciências Da Comunicação**, 44(1), 289–301. <https://doi.org/10.1590/1809-58442021114>
- ABOELENIEN, A.; BAUDET, A.; CHOW, A. M. (2023). ‘You need to change how you consume’ ethical influencers, their audiences and their linking strategies. **Journal of Marketing Management**, 39(11–12), 1043–1070.
- ABRAHAM, A. (2023). What power does the word ‘cunt’ still hold?. **ArtReview**. Disponível em: <https://artreview.com/what-power-does-the-word-cunt-still-hold/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

ACADEMIA DE DRAGS. (2014). **Youtube**. 24 jun. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/@academiadedrags> Acessado em: 14 de julho de 2024.

ADAM, B. D. (2002). From Liberation to Transgression and Beyond. Gay, Lesbian and Queer Studies at the turn of the Twenty-first Century. IN: RICHARDSON, D.; SEIDMAN, S. (eds) **Handbook of Lesbian and Gay Studies**. Ed. Sage Publications, London. p.15-26.

ADAM, B. D. (2001). Globalization and the Mobilization of Gay and Lesbian Communities. IN: HAMEL, P.; LUSTINGER-THALER, H.; PIETERSE, J.N.; ROSENEIL, S. (eds) **Globalization and Social Movements**. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9780230554443_8

ADAM, B. D.; DUYVENDAK, J. W.; KROUWEL, A. (2000). The Global Emergence of Gay and Lesbian Politics. **National Imprints of a Worldwide Movement**. Temple University Press.

ADELINO, S. (2020). Lendárias Drag Queens do Brasil. **Draglicious**. Disponível em: <https://draglicious.com.br/2020/07/16/lendarias-drag-queens-do-brasil/>. Acessado em: 14 de julho de 2024.

AGRA, G. (2023). Consuella e a memória LGBTQIA+ do Recife no cinema: um papo com Alexandre Figueirôa. **Revista OGrito**. 14 set. 2023. Disponível em: <https://revistaogrito.com/consuella-e-a-memoria-lgbtqia-do-recife-no-cinema-um-papo-com-alexandre-figueiroa/>. Acesso em: 16 jun. 2025.

AMANAJÁS, I. A. (2014). Drag Queen: Um Percurso pela Arte dos Atores Transformistas. **Revista Belas Artes**, v. 1, p. 1-24. <https://revistas.belasartes.br/revistabelasartes/article/view/306>

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.4, p. 868-882.

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. (2007). Consumer culture theory (and we really mean theoretics): dilemmas and opportunities posed by an academic branding strategy. In: BELK, R. W; SHERRY, J. F. **Consumer culture theory**. Oxford: Elsevier.

ARRIAGADA, A.; BISHOP, S. (2021). Between Commerciality and Authenticity: The Imaginary of Social Media Influencers in the Platform Economy. **Communication, Culture and Critique**, v. 14(4), p. 568–586. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcab050>

ARRIAGADA, A.; SILES, I. (2024). The mutual configuration of affordances and technological frames: Content creators in the Chilean influencer industry. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, 30(1), 572-587. <https://doi.org/10.1177/13548565231157364>

BATES, A.; HOBMAN, T.; BELL, B. T. (2019). Let Me Do What I Please With It. Don't Decide My Identity for Me: LGBTQ+ Youth Experiences of Social Media in Narrative Identity Development. **Journal of Adolescent Research**. <https://doi.org/10.1177/0743558419884700>

BATISTA, M. A. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M., (2024). People Like Us: Pop Divas' Image Deglamourization by Digital Influencers. **BBR. Brazilian Business Review**, 21(4), e20221301. <https://doi.org/10.15728/bbr.2022.1301.en>

BATISTA, M.; SOUZA-LEÃO, A.L.M.; ANDRADE, T.; SILVA, B. (2024). Authorship and memetization a reflection on paratextualization of media products. **Retail Management Review**. doi.org/10.53946/rmrreview.v4i1.37

BAKER, R. (1994). **Drag. A History of Female Impersonation on the Stage**. London: Cassell.

BEER, D.; BURROW, R. (2010). Consumption, prosumption and participatory web cultures: An introduction. **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 1, p. 3-12.

BEIGHTON, C. (2017). Groundhog Day? Nietzsche, Deleuze and the eternal return of prosumption in lifelong learning. **Journal of Consumer Culture**, v. 17, n. 3, p. 695-712.

BELK, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World. **Journal of Consumer Research**, v. 40, n. 3, p. 477-500.

BENTO, B. (2024). **Quais são os novos problemas de gênero, Judith Butler?** Conferência virtual. 12 jun. 2024. Espaço Cult.

BIONDO, F. P.; ALBANESE, B. C. (2017) GLAMAZON, SISSY THAT WALK performances de Drag Queen dicionarizadas. **Cadernos de Estudos Culturais**. v. 8, n. 16

BODE, M. (2010). Showing doing. The art-science debate in a performative perspective. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 9, n. 2, p. 139-155.

BODE, M.; KJELDGAARD, D. (2017). Brand Doings in a Performative Perspective: An Analysis of Conceptual Brand Discourses. In: SHERRY JR, J. F.; FISCHER, E. (Eds.) **Contemporary Consumer Culture Theory** (p. 251-281). Routledge: London.

BOL (2017). “Para além de Pablo Vittar: 23 drag queens nacionais que você precisa conhecer”. **BOL Brasil Online**. Disponível em: <https://www.bol.uol.com.br/listas/2017/07/15/para-alem-de-pablo-vittar-23-drag-queens-nacionais-que-voce-precisa-conhecer.htm>. Acessado em: 14 de julho de 2024.

BONINI, T., TRERÉ, E. (2024a) Living with Algorithms: Power, Agency, Resistance. In BONINI, T., TRERÉ, E. (eds). **Algorithms of Resistance**: The everyday fight against platform power. Cambridge, Massachusetts. The MIT Press. p.13-27.

BONINI, T., TRERÉ, E. (2024b) The Moral Economy of Algorithmic Agency. In BONINI, T., TRERÉ, E. (eds). **Algorithms of Resistance**: The everyday fight against platform power. Cambridge, Massachusetts. The MIT Press. p.29-58

BORBA, R. (2014). A linguagem importa? Sobre performance, performatividade e peregrinações conceituais. **Cadernos Pagu**, (43), 441–474.
<https://doi.org/10.1590/0104-8333201400430441>

BRADY, A.; SCHIRATO, T. (2010). **Understanding Judith Butler**. Understanding Contemporary Culture Series. SAGE Publications Ltd, London.

BRAGANÇA, L.; OSTRUCA, D. (2023). Werq the YouTube: Changing Collective Practices in the Brazilian Drag Scene. In: BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. (eds) **Drag in the Global Digital Public Sphere**. Queer Visibility, Online Discourse and Political Change. Ed. Routledge, New York. p. 126-139.

BRANCHIK, B. J. (2002). Out in the Market: A History of the Gay Market Segment in the United States. **Journal of Macromarketing**, 22(1), 86-97.
<https://doi.org/10.1177/027467022001008>

BRENNAN, N. (2017). Contradictions Between the Subversive and the Mainstream: Drag Cultures and RuPaul's Drag Race. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 29-44.

BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. (2017). **RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse.

BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. (2017). Drag Culture, Global Participation and RuPaul's Drag Race. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 1-11.

BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. (2023). **Drag in the Global Digital Public Sphere. Queer Visibility, Online Discourse and Political Change.** Ed. Routledge, New York.

BUTLER, J. (1990). **Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity.** Ed. Routledge, New York.

BUTLER, J. (1993). **Bodies that matter: On the discursive limits of “sex”.** London: Routledge.

BUTLER, J. (1997). **Excitable speech: a politics of the performative.** Routledge, New York

BUTLER, J. (2003). **Undoing gender.** New York, Ed. Routledge

BUTLER, J. (2018). **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade.** 16ª Ed. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro.

BUTLER, J. (2024). **Quem tem medo do gênero?** Ed. Boi Tempo, São Paulo.

CANAVAN, B. (2021). Post-postmodern consumer authenticity, shantay you stay or sashay away? A netnography of RuPaul's Drag Race fans. **Marketing Theory**, 21(2), 251-276. <https://doi.org/10.1177/1470593120985144>

CARAVANA DAS DRAGS. (2023). **Prime Video.** 13 abr. 2023. Disponível em: <https://www.primevideo.com/-/pt/detail/0STTV3VPYVLU936GSI9ONKV8DH> . Acessado em: 14 de julho de 2024.

CARVALHO, F. (2022). Brasil se destaca como o país celeiro de artistas drag queens cantoras. **CNN Plural.** 13 jan. 2022. Atualizado em 28 fev. 2024. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/brasil-se-destaca-como-o-pais-celeiro-de-artistas-drag-queens-cantoras/> Acessado em: 15 de agosto de 2023.

CARVALHO, H. R.; OLIVEIRA, F. A. G. (2024). A ideologia de gênero como dispositivo bioético político: Políticas antigênero no Brasil, o crescimento da extrema direita e o papel contramajoritário do Supremo Tribunal Federal. (2024). **REBEH - Revista Brasileira De Estudos Da Homocultura**, 7(22). <https://doi.org/10.29327/2410051.7.22-68>

CASE, S.-E. (1985). Classic Drag. The Greek Creation of Female Parts. **Theatre Journal**, 37(3), 317–327. <https://doi.org/10.2307/3206851>

CASTELLANO, M.; MACHADO, H. L. (2017). “Please Come to Brazil!” The Practices of RuPaul’s Drag Race’s Brazilian Fandom. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul’s Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p 167-177.

CASTELLANO, M; RIOS, D; FERREIRINHO, G. (2023). “Boys Wear Blue, Girls Wear Pink”. Drag Queens, Fake News and Gender Controversies in a Conservative Brazil. In: BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **Drag in the Global Digital Public Sphere**. Queer Visibility, Online Discourse and Political Change. Ed. Routledge, New York. p. 36-50.

CAVALCANTI, R. C. T.; SOUZA-LEÃO, A. L. M.; MOURA, B. M. (2021). Hipsters versus posers: ruptura fânica no mundo da música indie. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 1–29, <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG210202>.

CHATZIDAKIS, A.; MACLARAN, P. (2020). Gendering consumer ethics. **International Journal of Consumer Studies**, v. 44, n. 4, p. 316-327.

CHEN, L.; YAN, Y.; SMITH, A.N. (2023). What drives digital engagement with sponsored videos? An investigation of video influencers authenticity management strategies. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 51, 198–221. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00887-2>

CHEN, W.-F.; NELSON, M. R. (2020). Champagne taste, beer budget: The new poor's incongruent capital and consumption. **Journal of Consumer Culture**, 20(1), 23-42. <https://doi.org/10.1177/1469540517729006>

CHEN, Z. T. (2021). Poetic prosumption of animation, comic, game and novel in a post-socialist China: A case of a popular video-sharing social media Bilibili as heterotopia. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 2, p. 257-277.

CHILDERS, C. C.; LEMON, L. L.; HOY, M. G. (2018). #Sponsored #Ad: Agency Perspective on Influencer Marketing Campaigns. **Journal of Current Issues & Research in Advertising**, 40(3), 258–274. <https://doi.org/10.1080/10641734.2018.1521113>

COCKER, H. L.; CRONIN, J. (2017). Charismatic authority and the YouTuber: Unpacking the new cults of personality. **Marketing Theory**, 17(4), 455-472. <https://doi.org/10.1177/1470593117692022>

COLLINS, S. (2010). Digital Fair: Prosumption and the fair use defense. **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 1, p. 37-55.

COLOMBO, F. M. (2021). “10 personalidades drag queen para conhecer a arte transformista”. Dicas de Mulher. Disponível em: <https://www.dicasdemulher.com.br/drag-queen/>. Acessado em: 14 de julho de 2024.

COLUCCI, M.; PEDRONI, M. (2022). Got to be real: An investigation into the co-fabrication of authenticity by fashion companies and digital influencers. **Journal of Consumer Culture**, 22(4), 929-948. <https://doi.org/10.1177/14695405211033665>

COTTER, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. **New Media & Society**, 21(4), 895-913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>

COVA, B.; COVA, V. (2012). On the road to prosumption marketing discourse and the development of consumer competencies. **Consumption Markets & Culture**, 15(2), 149–168.

<https://doi-org.ez16.periodicos.capes.gov.br/10.1080/10253866.2012.654956>

COVA, B.; DALLI, D. (2009). Working consumers the next step in marketing theory **Marketing Theory**, 9(3), 315-339. <https://doi.org/10.1177/1470593109338144>

CRESWELL, J. W. (2010). **Projeto de pesquisa**: Métodos qualitativos, quantitativos e mistos. 3. Ed. Artmed, Porto Alegre.

DAGGETT, C. (2017). “If You Can’t Love Yourself, How in the Hell You Gonna Love Somebody Else?” Drag TV and Self-Love Discourse. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul’s Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 271-285.

DAGGETT, C. (2023). The Exploration of Liminal Identities Through Drag in Online Space. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **Drag in the Global Digital Public Sphere. Queer Visibility, Online Discourse and Political Change**. Ed. Routledge, New York. p. 189-205.

DAS, S.; FARBER, R. (2020). User-generated online queer media and the politics of queer visibility. **Sociology Compass**. <https://doi.org/10.1111/soc4.12824>

DELBAERE, M.; MICHAEL, B.; PHILLIPS, B. J. (2021). Social media influencers: A route to brand engagement for their followers. **Psychology & Marketing**. v. 38(1), p. 101–112. <https://doi.org/10.1002/mar.21419>

DIA TV, (2023). **JOÃO SILVÉRIO TREVISAN fala sobre movimento LGBTQ+**, Grupo Somos, Lampião da Esquina e mais. Youtube. youtube.com/watch?v=YVGTvZFSRgE. Acesso em: 04 de maio de 2024.

DOURADO, B. (2023). Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. **RD Station**. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acessado em: 14 de julho de 2024.

DRAG RACE BRASIL. (2023). **WOW Presents Plus**. 30 ago. 2023. Disponível em: <https://www.wowpresentsplus.com/drag-race-brasil> . Acessado em: 14 de julho de 2024.

DRENTEN, J. (2025). Influencer Marketing: How to Be Successful in the Age of Chronically Online Consumers. In DRENTEN, J. (eds). Influencer Marketing and the Creator Economy. **NIM Marketing Intelligence Review**. v.17, p. 10-17.

DUFFY, B. E. (2025) When the Product is You: The (not so) glamorous life of an influencer. In Drenten, J. Influencer Marketing and the Creator Economy. **NIM Marketing Intelligence Review**. v.17, p. 10-17.

FABRO, C. (2021). O que é Photo Dump no Instagram? Entenda a modinha da rede social. **TechTudo**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2021/11/o-que-e-photo-dump-no-instagram-entenda-a-modinha-da-rede-social.ghtml>>. Acesso em: 20 jul. 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. (2023). “Drag Race Brasil tenta transformar fenômeno global com ‘axé’ e jeitinho brasileiro”. **F5**. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/08/drag-race-brasil-tenta-transformar-fenomeno-global-com-axe-e-jeitinho-brasileiro.shtml>. Acessado em: 14 de julho de 2024.

FOQUINHA. (2022). EVOLUÇÃO DAS DRAG QUEENS NO BRASIL: DE MISS BIÁ A PABLLO VITTAR. **Youtube**. 28 jun. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=t81NdjEVMXA>. Acesso em: 16 jun. 2025.

FOUCAULT, M. (2013). **História da Sexualidade Vol.1**: A vontade de saber. Ed. Paz & Terra.

FOX, J.; RALSTON, R. (2016) Queer identity online: Informal learning and teaching experiences of LGBTQ individuals on social media. **Computers in Human Behavior**. Volume 65, p. 635-642. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.009>

G1 (2017). 'Não tem ninguém antes de mim': conheça Miss Biá, drag pioneira com 57 anos de carreira. **Pop & Arte**. Website. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/nao-tem-ninguem-antes-de-mim-conheca-miss-bia-drag-pioneira-com-57-anos-de-carreira.ghtml>. Acesso em: 2 jun. 2025.

GADELHA, D.; MAIA, Y.; LIMA, R. L. A. (2021). Drag, glamour, filth gênero e monstruosidade em Rupaul's Drag Race e Dragula. **Cadernos Pagu**, (61), e216111. <https://doi.org/10.1590/18094449202100610011>

GAIÃO, B.; SOUZA, I.; SOUZA-LEÃO, A. (2012). Consumer Culture Theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? **RAE-Revista De Administração de Empresas**, v. 52, n. 3, p. 330-344.

GAMBETTI, R. C.; KOZINETS, R. (2022). Agentic netnography. **New Trends in Qualitative Research**, V. 10, e519. <https://doi.org/10.36367/ntqr.10.2022.e519>

GAY BLOG BR. (2016). 'Ball Culture': a batalha de voguing da cena underground LGBT. **Gay Blog BR**, 16 out. 2016. Cultura. Disponível em: <https://gay.blog.br/gay/ball-culture-voguing/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

GENESTRETI, G. (2018). Obra de João Silvério Trevisan sobre a história da homossexualidade no Brasil volta às livrarias. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/09/obra-de-joao-silverio-trevisan-sobre-a-historia-da-homossexualidade-no-brasil-volta-as-livrarias>. Acesso em: 24 jul. 2025.

GLAAD. (2016). Where we are on TV: 2016–2017. Los Angeles: **Gay & Lesbian Alliance Against Defamation**. Disponível em: <https://glaad.org/whereweareontv16>. Acesso em: 5 jun. 2025.

GLAAD. (2023). Where we are on TV: 2023–2024. Los Angeles: **Gay & Lesbian Alliance Against Defamation**. Disponível em: <https://glaad.org/whereweareontv>. Acesso em: 5 jun. 2025.

GLAMOUR. (2020). Pabllo Vittar alcança 10 milhões de seguidores em rede social. 18 nov. 2020. **Glamour Celebidades**. Disponível em: <https://glamour.globo.com/entretenimento/celebidades/noticia/2020/01/pabllo-vittar-alcanca-10-milhoes-de-seguidores-em-rede-social.ghtml>. Acesso em: 21 jun. 2024.

GONG, Z. H.; HOLIDAY, S. (2023). Parasocial Interaction Message Elements and Disclosure Timing in Nano and Microinfluencers' Sponsored Content As Alternative Explanations for Follower Count's Influence on Engagement. **Journal of Interactive Advertising**, 23(4), 374–387. <https://doi.org/10.1080/15252019.2023.2236093>

GREEN, J. N. (1999). **Além do carnaval**: A homossexualidade masculina no Brasil do século XX. São Paulo: Editora UNESP.

GRUPO GAY DA BAHIA. (2025). **Observatório 2024 de mortes violentas de LGBT+ no Brasil**. Salvador: GGB. Disponível em: <https://grupogaydabahia.com.br/mortes-violentas-de-lgbt-no-brasil-2024>. Acesso em: 5 mar. 2025.

GUDELUNAS, D. (2017). Digital Extensions, Experiential Extensions and Hair Extensions: RuPaul's Drag Race and the New Media Environment In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 231-243.

HENN, R.; MACHADO, F. V. K.; GONZATTI, C. (2017). "We're All Born Naked and the Rest Is Drag": The Performativity of Bodies Constructed in Digital Networks. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 287-303.

HINE, C. (2008). Virtual ethnography: Modes, varieties, affordances. **The SAGE handbook of online research methods**, p. 257-270.
<https://doi.org/10.4135/9780857020055.n14>

HUDDERS, L.; DE JANS, S.; DE VEIRMAN, M. (2020). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. **International Journal of Advertising**, 40(3), 327–375.
<https://doi.org/10.1080/02650487.2020>

HUMPHREYS, A.; GRAYSON, K. (2008). The intersecting roles of consumer and producer: A critical perspective on co-production, co-creation and prosumption. **Sociology Compass**, v. 2, n. 3, p. 963-980.

HUND, E. (2023). The Influencer Industry: The Quest for Authenticity on Social Media. Princeton: **Princeton University Press**.
<https://doi.org/10.1515/9780691234076>

HUNGARA, A.; NOBRE, H. (2021). A consumer culture theory perspective of the marketplace: An integrative review and agenda for research. **International Journal of Consumer Studies**. v. 45: 805–823. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12670>

JESUS, J. G. (2018). Feminismos contemporâneos e interseccionalidade 2.0: Uma contextualização a partir do pensamento transfeminista. **REBEH - Revista Brasileira De Estudos Da Homocultura**, 1(1).

KALIYAMURTHY, A. K.; SCHAU, H. J.; GILLY, M. C. (2023). The evolution of online self-presentation: From programmable freeform websites to algorithmized templates that encourage commercially exploitable content. In: LLAMAS, R.; BELK, R. (eds.). **The Routledge handbook of digital consumption**. 2.ed. Routledge: New York, p.75-85.

KARHAWI, I. (2017). Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, São Paulo, v.17, edição comemorativa, p.46-61.

KARHAWI, I. (2021). Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil: visibilidade, autenticidade e motivações. **E-Compós**, 24. <https://doi.org/10.30962/ec.2182>

KAYS, T. M. (2022). Between Queer and Digital: Toward an Understanding of the Rhetoric of Digital Queerdom. In. RHODES, J.; ALEXANDER, J. (2022). The Routledge **Handbook of Queer Rhetoric** (in Communication Studies). Routledge, New York. p. 430-437.

KEMP, S. (2024). Digital 2024: Brazil. **DATAREPORTAL**. 23 fev. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil> Acessado em: 14 de julho de 2024.

KHAMIS, S.; ANG, L.; WELLING, R. (2016). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. **Celebrity Studies**, 8(2), 191–208. <https://doi-org.ez16.periodicos.capes.gov.br10.108019392397.2016.1218292>

KIRBY, V. (2006). **Judith Butler Live Theory**. Continuum, London.

KNOWLES-CARTER, B. (2024). **SPAGHETTI**. Álbum: Cowboy Carter. Parkwood Entertainment, Los Angeles.

KOBILKE, L. (2023). All Those Glamazons We Subscribe to. Mapping a Network of Key Influencers Spreading the Art of Drag on YouTube. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **Drag in the Global Digital Public Sphere. Queer Visibility, Online Discourse and Political Change**. Ed. Routledge, New York. p. 65-88.

KOTLIUK, G. (2023). Gender on Stage: Drag Queens and Performative Femininity. **International Journal of European Studies**, 7(1), 8-14. <https://doi.org/10.11648/i.ijes.20230701.12>

KOTTLER, P. (1986). **The Prosumer Movement. Advances in Consumer Research**, v. 13, p. 510-513.

KOZINETS, R. (2002). Can consumers escape the market? Emancipatory illuminations from Burning Man. **Journal of Consumer Research**, v. 29, n. 1, p. 20-38.

KOZINETS, R. (2010). **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. London: Sage, London.

KOZINETS, R. V. (2015). **Netnography: Redefined**. Sage, London.

KOZINETS, R. V. (2019). Consuming technocultures: An extended JCR curation. **Journal of Consumer Research**, 46(3), p. 620–627. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucz034>

KOZINETS, R. V. (2020). **Netnography: The essential guide to qualitative social media research**. Doing ethnographic research online. Sage, New York.

KOZINETS, R. V.; FERREIRA, D. A.; CHIMENTI, P. (2021). How do platforms empower consumers_ Insights from the affordances and constraints of Reclame Aqui. **Journal of Consumer Research**, v.48, n.3, p.428-455. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab014>

KOZINETS, R. V.; SHERRY, J. F. JR.; STORM, D.; DUHACHE, A.; NUTTAVUTHISIT, K.; DEBERRY-SPENCE, B. (2004). Ludic Agency and Retail Spectacle, **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 3, p. 658-72. <https://doi.org/10.1086/425101>

KVELLER, D. B.; NARDI, H. C.. (2022). Performance, performatividade, perfechatividade: repensando nós conceituais nos estudos queer. **Cadernos Pagu**, (66), e226617. <https://doi.org/10.1590/18094449202200660017>

LA CAGE AUX FOLLES. (1978) In: **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Filme. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/La_Cage_aux_folles_\(filme\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/La_Cage_aux_folles_(filme)). Acesso em: 20 jun. 2024.

LATINOS BRASIL. (2020). **Top 5 Drag Queens Brasileiras que você precisa conhecer**. LGBTQIA+. Disponível em: <https://latinosbrasil.com/top-5-drag-queens-brasileiras-que-voce-precisa-conhecer/> . Acessado em: 15 de agosto de 2023.

LEÃO, A. L. M. S. MELLO, S. C. B. VIEIRA, R. S. G. (2009). O Papel da Teoria no Método de Pesquisa em Administração. **Revista Organizações em Contexto**. n. 5, p. 1-16.

LINN DA QUEBRADA. (2017). **Indústria do Gênero**. Álbum: Pajubá. São Paulo: TravaBizness.

LIMA, S. Q. (2022). Transformistas em Silvio Santos: Ringue de Luta Discursiva entre Visibilidade Identitária e Exposição Midiática. **XI Encontro Estadual de História da ANPUH-BA**. Salvador.

LLOYD, M. (2015). **Butler and Ethics**. Edinburgh University Press. Edinburgh.

LOPES, M. D. A. N. (2021). DRAG QUEENS – A mimetização do feminino sob o olhar de identidades e representações. **COMUNICON 2021**. ESPM. Disponível em: <https://comunicon.espm.edu.br/anais-pos/>

MABELOOP, C. (2018). 13 drag queens brasileiras para seguir no Instagram. **Festival Teen Influenciadores**. Disponível em: <https://festivalteen.com.br/13-drag-queens-brasileiras-para-seguir-no-instagram.html>. Acesso em: 15 de agosto de 2023.

MACK, D. (2023). The C-word is everywhere right now — and not in a bad way. **Rolling Stone**. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/c-word-is-everywhere-lgbt-tucker-carlson-1234735324/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

MANUAL DE DIREITOS LGBTI+ (2024). Editora: **Instituto Brasileiro de Diversidade Sexual - IBDSEX**. Curitiba, PR.

MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. J.; ANAYA-SÁNCHEZ, R.; ESTEBAN-MILLAT, I.; TORREZ-MERUVIA, H.; D'ALESSANDRO, S.; MILES, M. (2020a). Influencer marketing brand control, commercial orientation and post credibility. **Journal of Marketing Management**, 36:17-18, 1805-1831. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1806906>

MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. J.; ANAYA-SÁNCHEZ, R.; FERNÁNDEZ GIORDANO, M.; LOPEZ-LOPEZ, D. (2020b). Behind influencer marketing key marketing decisions and their effects on followers' responses. **Journal of Marketing Management**, 36(7–8), 579–607. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1738525>

MASCARENHAS NETO, R.; ZANOLLI, V. (2019). Black, LGBT and from the Favelas: an Ethnographic Account on Disidentificatory Performances of an Activist Group in Brazil. **Culture Unbound**, 11(1), 124–140.

<https://doi.org/10.3384/cu.2000.1525.2019111124>

MCCRACKEN, G. D. (2003). **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad.

MCINTYRE, J.; RIGGS, D. W. (2017). North American Universalism in RuPaul's Drag Race: Stereotypes, Linguicism, and the Construction of "Puerto Rican Queens". In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 61-75.

MELLO, S. C. B.; SÁ, M. G. (2016). Tecendo uma virtuosa "colcha de retalhos": a constituição e interpretação de um corpus linguístico num estudo sobre reflexividade e articulação empreendedora. In. LEÃO, A. L. M. S.; PAIVA JR., F. G.; MELLO, S. B. C. (eds). **Abordagens qualitativas na pesquisa em Administração**. Recife: Editora UFPE.

MOISO, R.; ARNOULD, E. J.; GENTRY, J. W. (2013). Productive Consumption in the Class-Mediated Construction of Domestic Masculinity: Do-It-Yourself (DIY) Home Improvement in Men's Identity Work. **Journal of Consumer Research**, v. 40, n. 2, p. 298-316.

MOURA, B. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2023). Estética cosplay: a busca de fãs por uma vida bela. **Revista FAMECOS**, 30(1), e43130. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2023.1.43130>

MOURA, B. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2024a). Avatar of the self: Governing meta-body elaborated based on embodiments of consumption. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, 26(1), e20230002. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v26i01.4248>

MOURA, B. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2024b). Governed on their own terms Fans' prosumption of Avengers Endgame media paratext. **RAE - Revista de Administração de Empresas**. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020240204>

MOURA, B. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2025). Juntos na Diferença: Ética Política na Performatividade dos Cosplayers. **E-Compós.** <https://doi.org/10.30962/ecomps.3108>

MOURA, B. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M.; SALGUEIRO, E. M. G.; CROSATO, M. S., ROCHA, A. L. da S. (2024). Women gamers: Gender performativities in female eSports consumption. **Revista de Administração Mackenzie**, 25(4), 1–41

MOURA, B. M.; SOUZA-LEÃO, A. L. M.; SILVA, E. P. D.; SANTOS, G. M. A. D. (2023). Just one screen is not enough: Social TV role to Brazilian fans of Major League Soccer. **Sport, Business and Management: An International Journal**, 13(3), 326-353. <https://doi.org/10.1108/SBM-06-20210068>

NARDI, P. M. (2002) The mainstreaming of Lesbian and Gay Studies? In: RICHARDSON, D.; SEIDMAN, S. **Handbook of Lesbian and Gay Studies**. SAGE Publications, London. p.45-54.

NASCIMENTO, T. C. D.; CAMPOS, R. D.; SUAREZ, M. (2020). Experimenting, partnering and bonding: a framework for the digital influencer-brand endorsement relationship. **Journal of Marketing Management**, 36(11–12), 1009–1030. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1791933>

NASCIMENTO, V. (2016). 12 drags brasileiras que mereciam estar no "Rupaul's Drag Race". **BuzzFeed Queer.** Disponível em: <https://buzzfeed.com.br/post/12-drags-brasileiras-que-mereciam-estar-no-rupaul-s-drag-race> . Acessado em: 15 de agosto de 2023

OBSERVATÓRIO DA QUALIDADE NO AUDIOVISUAL. (2022). **Drag Race: a competência midiática nas produções e engajamento transmídia dos fãs.** Fanfic. 17 mai. 2022. Disponível em: <https://observatoriodoaudiovisual.com.br/blog/drag-race-a-competencia-midiatica-nas-producoes-e-engajamento-transmidia-dos-fas/> Acessado em: 15 de agosto de 2023.

OLIVEIRA, T. Z. G.; GUIMARÃES, L. V. M.; CAIERO, M. L.; GOMES JÚNIOR, A. B. (2018). Identifying as a drag queen and the meaning of work. **Revista de Administração Mackenzie**, 19 (spe).

<https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMD180060>

OLIVEIRA FILHO, A.; MIRANDA, A. P. C.; WAECHTER, H. N. (2021). A jornada da Drag Queen a partir da Mitologia do Herói de Campbell. **Revista De Ensino Em Artes, Moda E Design**, 5(3), 199–217. <https://doi.org/10.5965/25944630532021199>

ORIENTANDO.ORG. (2024). **Orientando: Um espaço de aprendizagem.** Disponível em: <https://orientando.org/o-que-significa-lgbtqiap/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

OUVREIN, G.; PABIAN, S.; GILES, D.; HUDDERS, L.; DE BACKER, C. (2021). The web of influencers. A marketing-audience classification of (potential) social media influencers. **Journal of Marketing Management**, 37(13–14), 1313–1342. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1912142>

PAIVA, F. G. Jr; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. (2011). Validade e Confiabilidade na Pesquisa Qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, p. 190-209.

PAIVA, A. L.; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. C. (2017). Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no Twitter. **Revista De Administração Contemporânea**, 21(5), 627–647

PATROCÍNIO, G. K. F.; SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2024). Para uma epistemologia da cultura de cancelamento. **Comunicação & Sociedade**, 45(3), 5–34. <https://doi.org/10.15603/2176-0985/cs.v45n3p5-34>

PEPE, P. P. (2023). Pabllo Vittar, the New Drag Sensation and Embodiment of Resistance in Digital Media Space. In: BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **Drag in the Global Digital Public Sphere**. Queer Visibility, Online Discourse and Political Change. Ed. Routledge, New York. p. 51-62.

PEREIRA, S. J. N.; AYROSA, E. A. T. (2012). Between two worlds: an ethnographic study of gay consumer culture in Rio de Janeiro. **BAR - Brazilian Administration Review**, 9(2), 211–228. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922012000200006>

PEREIRA, B.; AYROSA, E. A. T.; OJIMA, S. (2006). Consumo entre gays: compreendendo a construção da identidade homossexual através do consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, 4(2), 01–16. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512006000200002>

PESSOA, E.R. A.; SIMILLI, I.G. (2010). As aparências e os gêneros: uma análise das indumentárias das drag queens. In: Presidência da República. Secretaria de Políticas para as mulheres. (Org.). **5º Prêmio Construindo a Igualdade de Gênero**. In: Redações, Artigos Científicos e Projetos Pedagógicos Premiados. 1ed. Brasília: Presidência da República, Secretaria de Políticas para as Mulheres, v.1, p.105-116.

PRICE, L. L.; MOISO, R.; ARNOULD, E. J. (2024). Making contexts matter: selecting research contexts for theoretical insights and substantive importance. In. BELK, R. W; OTNES, C. (eds). **Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing**. Edward Elgar Publishing. p.12-24.

PUSHPARAJ, P.; KUSHWAHA, B. (2024). Social Media Influencer Marketing: A Systematic Literature Review Using TCM and ADO Framework. **International Journal of Consumer Studies**, 48: e13098. <https://doi.org/10.1111/ijcs.13098>

QUEEN STARS BRASIL. (2022). **Max.** 23 mar. 2023. Disponível em: <https://www.max.com/br/pt/shows/queen-stars-brasil/076a50a5-3a4e-4be5-bb49-87c2b5657aed>. Acessado em: 14 de julho de 2024.

RAMIRES DE SOUZA, P. B.; BALIEIRO, F. F. (2021). Linn da Quebrada e os engajamentos performativos com as mídias digitais: uma análise sociológica de uma trajetória artística dissidente de gênero. **Revista Estudos Feministas**, 29(2). <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2021v29n267834>

REIS, K. A. S.; FERREIRA, R. M. C. (2017). Shantay, You Stay: o consumo de RuPaul's Drag Race no Brasil. **Revista Anagrama**, 11(1). <https://doi.org/10.11606/issn.1982-1689.anagrama.2017.135292>

RITZER, G.; JURGENSON, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. **Journal of Consumer Culture**, 10(1), 13-36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>

RITZER, G.; MILES, S. (2018). The changing nature of consumption and the intensification of McDonaldization in the digital age. **Journal of Consumer Culture**, 19(1), 3-20. <https://doi.org/10.1177/1469540518818628>

ROBERT, J. M.; CREMIN, C. (2019). Prosumer culture and the question of fetishism. **Journal of Consumer Culture**, v. 19, n. 2, 213-230.

ROBLEDO, J. (2022). World of Wonder to expand Drag Race franchise in Japan, India and South Korea. **Gay Times**, 14 nov. 2022. Drag. Disponível em: <https://www.gaytimes.com/drag/world-of-wonder-to-expand-drag-race-franchise-in-japan-india-and-south-korea/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

RODRIGUES, C. (2012). **Performance, gênero, linguagem e alteridade**: J. Butler leitora de J. Derrida. *Sexualidad, Salud Y Sociedad*, Rio de Janeiro, v.10, p.140-164. <https://doi.org/10.1590/S1984-64872012000400007>

RUPAUL'S DRAG RACE (2009) In: **DragRaceWiki**. Disponível em: https://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/RuPaul%27s_Drag_Race_Wiki. Acesso em: 20 jun. 2024.

SALIH, S. (2004). **The Judith Butler Reader**. Blackwell Publishing, Oxford.

SALIH, S. (2012). **Judith Butler e a Teoria Queer**. Autêntica Editora, Belo Horizonte.

SALMONS, J. (2017). Using Social Media in Data Collection: Designing Studies with the Qualitative E-Research Framework. In. SLOAN, L.; QUAN-HAASE, A. (eds.). **The Sage handbook of social media research methods**. London: Sage Publications. p. 177-198.

SALMONS, J. (2022). **Doing qualitative research online**. 2.ed. Los Angeles: Sage Publications.

SAMPAIO, A. C.; SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2024). Eu Decido Meu Consumo Reflexão Sobre Papel das Plataformas na Objetivação dos Consumidores. **Revista Interdisciplinar de Marketing**. <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rimar/article/view/70894>

SANTOS, F. (2023). As Redes Sociais mais usadas no Brasil em 2024: tudo o que você precisa saber sobre cada rede social. **Conversion**. Redes Sociais. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/redes-sociais/> . Acessado em: 14 de julho de 2024.

- SCHACHT, S. P.; UNDERWOOD, L. (2009). The Absolutely Fabulous but Flawlessly Customary World of Female Impersonators. In: SCHACHT, S. P.; UNDERWOOD, L. **The Drag Queen Anthology**. Routledge, New York. p. 1-17.
- SCHAU, H. J.; GILLY, M. C. (2003). We are what we post? Self-presentation in personal web space. **Journal of Consumer Research**, v. 30, n. 3, p. 385-404.
- SCOTT, L. (2017). Consumption on the Feminist Agenda. In: Sherry JR, J. F.; Fischer, E. (Eds.) **Contemporary Consumer Culture Theor**. p. 107-129. Rotledge: London.
- SEDGWICK, E. K. (2007). A epistemologia do armário. **Cadernos Pagu**, (28), 19–54. <https://doi.org/10.1590/S0104-83332007000100003>
- SENELICK, L. (2000). The changing room: Sex, drag and theatre. **Routledge**: London.
- SENFT, T.M. (2013). Microcelebrity and the Branded Self. In Hartley, J.; Burgess, J; Bruns, A. **A Companion to New Media Dynamics**. Blackwell Publishing Ltd. p. 346-354. <https://doi.org/10.1002/9781118321607.ch22>
- SEREGINA, A. (2018). Undoing gender through performing the other. **Consumption Markets & Culture**, 22(4), 454–473. <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1512254>
- SILVA, T. T. (2009). A produção social da identidade e da diferença. In: Silva, T. T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. 9. ed. Vozes, Petrópolis. p.73-102.
- SMITH, R. K.; VANDELLEN, M. R.; TON, L. A. N. (2021) Makeup Who You Are-Self-Expression Enhances the Perceived Authenticity and Public Promotion of Beauty Work, **Journal of Consumer Research**, v. 48(1), p. 102–122

SOBREIRA, E. M. C.; SILVA, C. R. M.; LEOCÁDIO, A. L. (2022). Você veste o que você é: identidade e consumo de vestuário no processo de adoção do armário-cápsula. **Revista dObra[s]**, n. 36, p. 300–319. <https://doi.org/10.26563/dobras.i36.1617>

SOLOMON, M. R. (2023). Digital identity The postmodern consumer chameleon. In LLAMAS, R.; BELK, R. (eds.). **The Routledge handbook of digital consumption**. 2.ed. Routledge New York, p.86-97.

SONTAG, S. (2020). **Contra a interpretação**. São Paulo, Companhia das Letras.

SOUZA, G. (2023). **O que é ser biscoiteiro?** Veja significado do termo nas redes sociais. TechTudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/01/o-que-e-ser-biscoiteiro-veja-significado-do-termo-nas-redes-sociais.ghml>. Acesso em: 18 ago. 2025.

SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2023). **Netnografia**. Notas de aula. Disciplina ofertada pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD/UFPE).

SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2024). **Estudos Butlerianos**. Notas de orientação. Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD/UFPE).

SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2024a). **Seminário Social Networks of Influence**. Projeto de pesquisa do AKAFans - Coletivo de pesquisa sobre fanhood, mídias sociais e políticas de consumo. Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD/UFPE).

SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2025). **Netnografia**. Notas de orientação. Projeto de pesquisa do AKAFans - Coletivo de pesquisa sobre fanhood, mídias sociais e políticas de consumo. Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD/UFPE).

SOUZA-LEÃO, A. L. M. (2025a). Digital Activist Influencers: Toward a Conceptual Proposition. **XLIX Encontro da ANPAD - EnANPAD. Marketing - Cultura e Consumo.** <https://doi.org/10.21714/2177-2576EnANPAD2025>

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; COSTA, F. N. (2018). Agenciados pelo desejo: O consumo produtivo dos potterheads. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v.58, n.1.

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; FERREIRA, B. R. T.; MOURA, B. M. (2022). Compromisso com a liberdade: a luta dos fãs pela representatividade das identidades políticas. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, 24 (4), p. 638-654. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v24i4.4202>

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; MOURA, B. M. (2018). Temos que pegar todos! - Discursos identitários sobre o consumo de Pokemon GO no Brasil. **ReMark - Revista Brasileira De Marketing**, 17(6), 895–913. <https://doi.org/10.5585/bmj.v17i6.3830>

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; MOURA, B. M.; CARNEIRO-LEÃO, F. S. (2023). Identidades culturais nas interações virtuais de consumo de fãs brasileiros na NBA. **Gestão & Planejamento-G&P**, 24. <https://dx.doi.org/10.53706/cep.v.24>

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; MOURA, B. M.; CARNEIRO-LEÃO, F. S. (2024), Bouncing between screens- social TV and Brazilian NBA audience. **Revista de Gestão**. 31 (3): p. 275–290. <https://doi.org/10.1108/REGE-12-2021-0206>

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; MOURA, B. M.; CARNEIRO-LEÃO, F. S.; HENRIQUE, V. M. R. (2024). Co-producing virtual consumption extraordinary experiences: a netnography of Brazilian NBA Fans. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. V. 21, N. 1. <https://doi.org/10.4013/base.2024.201.03>

SOUZA-LEÃO, A. L. M.; MOURA, B. M.; NUNES, W. K. S. (2022). Todos em um:

influenciadores digitais como agentes de mercado da cultura pop. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, 24(2), p.247-274. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v24i2.4167>

STEIN, A.; PLUMMER, K. (1994). I can't even think straight: "queer" theory and the missing sexual revolution in sociology, **Sociological Theory**. p.178-187. <https://doi.org/10.2307/201863>

TERRA (2024) "Paramount+ cancela 'Drag Race Brasil' e 'Rio Shore'". Pipoca Moderna. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/paramount-cancela-drag-race-brasil-e-rio-shore.7e12273011b7d34a50b5bb7b97aa9298hi2e1ld.html>. Acessado em: 14 de julho de 2024

THOMPSON, C. J. (2019). The 'big data' myth and the pitfalls of 'thick data' opportunism: on the need for a different ontology of markets and consumption. **Journal of Marketing Management**, v. 35, n. 3-4, p. 207-230.

THOMPSON, C. J.; ÜSTÜNER, T. (2015). Women Skating on the Edge: Marketplace Performances as Ideological Edgework. **Journal of Consumer Research**, v. 42, n. 2, p. 235-265. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucv013>

TOFFLER, A. (1980). **The Third Wave**. London: Pan Books.

TONDATO, M. P. (2021). Consumo, Violência e a constituição de identidades na modernidade tardia. **Lumina**, 15(1), 93–107. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2021.v15.26158>

TREVISAN, J. S. (2018). **Devassos no paraíso**: A homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. 4^a ed. Objetiva, São Paulo.

TSE, T.; TSANG, L. T. (2021). Reconceptualising prosumption beyond the 'cultural turn': Passive fashion prosumption in Korea and China. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 4, p. 703-723.

ULVER, S. (2019). From Mundane to Socially Significant Consumption: An Analysis of How Foodie Identity Work Spurs Market Formation. **Journal of Macromarketing**, 39(1), 53-70. <https://doi.org/10.1177/0276146718817354>

ÜSTÜNER, T.; THOMPSON, C. J. (2012). How Marketplace Performances Produce Interdependent Status Games and Contested Forms of Symbolic Capital. **Journal of Consumer Research**, v. 38, n. 5, p. 796-814.

VAID, U. (1995). Virtual Equality. **The Mainstreaming of Gay and Lesbian Liberation**. New York: Anchor Doubleday

VENCATO, A. P. (2005). Fora do armário, dentro do closet: o camarim como espaço de transformação. **Cadernos Pagu**, (24), p. 227–247. <https://doi.org/10.1590S0104-83332005000100011>

VENCATO, A.P. (2014). Entre “sapos” e “princesas”: sociabilidade e segredo entre praticantes de crossdressing no Brasil. In. MINELLA, L. S.; ASSIS, G. O.; FUNCK, S. B. **Políticas e Fronteiras: Desafios Feministas**. V. II. Editora Copiart, Tubarão. p. 113-127.

VISCONTI, L. M. (2016). A conversational approach to consumer vulnerability: performativity, representations, and storytelling. **Journal of Marketing Management**, v. 32, n. 3-4, p. 371-385.

WEBER, T. B. B.; MAFFEZZOLLI, E. C. F. (2022). Naive, connected, and counselor tween girl identity groups: Consumption practices and social identity constructions within consumer culture. **Journal of Consumer Culture**, 22(3), 781-800. <https://doi.org/10.1177/14695405211016089>

WIKIPÉDIA (2024) “Categoria: Drag queens do Brasil”. Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Categoria:Drag_queens_do_Brasil&oldid=68828542. Acessado em: 14 de julho de 2024.

WOODWARD, K. (2009). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. 9. ed. Vozes, Petrópolis. p.7-72.

YUAN, S.; LOU, C. (2020). How Social Media Influencers Foster Relationships with Followers: The Roles of Source Credibility and Fairness in Parasocial Relationship and Product Interest. **Journal of Interactive Advertising**, 20(2), 133–147. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1769514>

YUDELMAN, J. (2017) The “RuPaulitics” of Subjectification in RuPaul’s Drag Race. In. BRENNAN, N.; GUDELUNAS, D. **RuPaul’s Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture**, Ed. Palgrave Macmillan, Gewerbestrasse. p. 15-28.

ZAJC, M. (2015). Social media, prosumption and dispositives: new mechanisms of the construction of subjectivity. **Journal of Consumer Culture**, v. 15 n. 1, p. 28-47.

ZERVIGON, A. (2002). Drag Shows Drag Queens and Female Impersonators. **Glbtq An Encyclopedia of Gay, Lesbian, Bisexual**.