

**Performatividade de gênero e (des)conexões na rede de comunicação  
do canal *Tempero Drag* no YouTube**

***Gender performativity and (dis)connections in Tempero Drag channel's  
communication network on YouTube***

Telma Sueli Pinto JOHNSON<sup>1</sup>  
Ana Carolina Rezende de SOUZA<sup>2</sup>

**Resumo**

O artigo busca descrever e analisar a relacionalidade e o entorno tecnocomunicativo do canal do YouTube *Tempero Drag*, a partir da perspectiva de performance e performatividade de gênero. Adotou-se a abordagem dos métodos digitais – com a utilização de técnicas experimentais quali-quantitativas de coleta e análise de dados – para explorar e compreender como o *Tempero Drag* se insere no ecossistema midiático do YouTube. O estudo revela tanto forte desproporcionalidade entre canais recomendados pelo *Tempero* e canais que em recíproca o indicam quanto baixa identidade temática com causas da comunidade LGBTQI+.

**Palavras-chave:** Performatividade de gênero. YouTube. *Tempero Drag*. Métodos digitais.

**Abstract**

The article seeks to describe and analyze the relationality and techno-communicative environment of the YouTube channel *Tempero Drag*, from the perspective of performance and gender performativity. The approach of digital methods was adopted – with the use of qualitative and quantitative experimental data collection and analysis techniques – to explore and understand how *Tempero Drag* fits into the YouTube media ecosystem. The study reveals both strong disproportionality between channels recommended by *Tempero* and channels that reciprocally indicate it, as well as low thematic identity with LGBTQI+ community causes.

**Keywords:** Gender performativity. YouTube. *Tempero Drag*. Digital methods.

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação e Sociabilidade Contemporânea (UFMG) e pós-doutora pela Universidade da Beira Interior, Portugal. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UFJF. E-mail: telma.johnson@ufjf.br

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).  
E-mail: srzendecarolina17@gmail.com

## Introdução

O presente artigo trata sobre performance e performatividade de gênero no canal brasileiro *Tempero Drag* no YouTube e mapeia suas especificidades relacionais como expressão de fenômenos comunicacionais contemporâneos em plataformas de mídias sociais. O canal, apresentado pela drag queen Rita von Hunty, iniciou suas operações em 2015, ensinando receitas veganas, mas desde 2018 voltou-se ao público LGBTQI+, alcançando em 20 de janeiro de 2021 um total de 696 mil usuários registrados.

Na esteira deste trabalho está a compreensão de gênero como uma construção social, fluida, temporal, e a performance drag como prática artística que opera nas fronteiras entre o público e o privado, movida pela intencionalidade de criação de um espaço político de questionamento sobre a ordem estabelecida (BUTLER, 1990, 2002; PRECIADO, 2004). O termo performance, originário do latim, associa a palavra “formare”, que significa dar forma, e o prefixo “per”, no sentido de desenvolver uma tarefa. Assim, performar um gênero implica representar características de um gênero.

Como argumenta Butler (1990), afora as condições biológicas que diferem os sexos, todo o resto é cultural e individualmente arquitetado, tratando-se de nada além de uma performance. As restrições e expectativas em relação ao sujeito baseadas apenas no órgão genital são criadas para manter uma ordem econômica, espacial, reprodutora, familiar. Santos (2012) observa que a dicotomia homem-mulher é definida em cada sociedade e cultura via construção e reprodução de signos, tais como vestimentas, posturas, divisão de trabalhos e papéis sociais.

Para Santos (2012, p. 6), a performatividade do sujeito se concretiza por meio de “subjetividades individuais, levando em consideração os contextos culturais onde são formados e as formas de aceitação ou recusa aos quais se sujeitam”. Embora as definições de papéis de gêneros se diferenciem em cada cultura, o autor discute que todas as suas formas de expressão são categorias excludentes de outras formas de existência.

Como ambiente performático e político de resignificação de relações entre gênero, corpo, sexo, o *Tempero Drag* foi investigado empiricamente em dois momentos distintos. Entre 17 de março e 14 de abril de 2020, o canal foi estudado de forma exploratória, por meio da análise de vídeos. Os resultados nortearam o desenho de uma segunda fase de pesquisa, realizada no período de 20 de janeiro a 28 de fevereiro de 2021,

que teve o propósito de mapear o *Temporo* para compreender sua relacionalidade e o entorno tecnocomunicativo com outros canais do YouTube como potenciais espaços de ativismo relacionados às temáticas LGBTQI+.

O artigo se divide em três partes. Na primeira, apresentamos uma breve revisão bibliográfica das noções conceituais de drag queen e enquadramentos midiáticos. Na segunda, tratamos da etapa exploratória, seus resultados, e questões levantadas para o aprofundamento do objeto empírico. Por fim, na terceira seção, a partir da estratégia metodológica baseada na abordagem dos métodos digitais, apresentamos os achados extraídos dos mapeamentos e análises do *Temporo* no ecossistema midiático do YouTube.

### **Drags na mídia**

A noção conceitual de drag queen como uma figura teatral que desconstrói normas de gênero, ao utilizar elementos socialmente identificados como pertencentes ao sexo oposto para representar categorias sexuais (O'BRIEN, 2008), vem desde a Grécia Clássica quando homens personificavam a imagem feminina em diferentes aspectos (AMANAJÁS, 2015). Baker (1995) especula que o termo teria sido criado por Shakespeare, com notas de rodapé referentes a personagens interpretados por homens, ao utilizar as iniciais em língua inglesa “drag” – *dressed as a girl* (vestido como garota).

Com movimentos políticos e mudanças sociohistóricas globais, novos conceitos foram emergindo, dentre os quais o de orientação sexual. Fonseca (2018) examina que as drag queens começaram a conquistar espaços midiáticos pontuais na década de 1990, com *status* de entretenimento para o público, e a noção de drag e seus personagens vêm fluindo, como é o caso de drag king, representação de uma figura masculina. Mulheres cisgênero e trans, homens cisgênero e trans, pessoas não binárias e aquelas que se identificam com qualquer orientação sexual estão se performando como drags.

Apesar das drags não serem necessariamente membros da comunidade LGBTQI+, normalmente têm imagens associadas com suas causas. Leal e Carvalho (2012), em estudo comparativo sobre a cobertura jornalística entre veículos nacionais e regionais brasileiros, identificaram um ambiente midiático genericamente favorável à temática em termos quantitativos, apesar das pautas superficiais. Santos (2015) percebeu que transexuais e travestis são retratadas pela mídia com tom de jocosidade, negação da identidade feminina e associação a crimes e prostituição. Sant'Ana (2010, apud

SANTOS, 2015), em estudo comparativo sobre programas de televisão, também se refere à tendência de discursos sexuais hegemônicos contra travestis.

No ecossistema midiático contemporâneo, antigas questões de gênero e representações ganham novos contornos no debate público. Barreira e Maia (2020, p. 4) argumentam que as plataformas digitais “têm se constituído um espaço privilegiado de visibilidade de demandas e reivindicações de minorias e favorecido o fortalecimento de identidades sociais de seus membros”. As autoras destacam, especificamente, o YouTube “como um espaço privilegiado de ciberativismo LGBTQIA+, em virtude da visibilidade que alcança, da diversidade de temas que reúne e das abordagens de comunicação que se utiliza para pautar as reivindicações de grupos minoritários” (BARREIRA; MAIA, 2020, p. 9).

Rogers (2019) analisa que o YouTube, enquanto rede social, desestabiliza a indústria audiovisual por possibilitar que pessoas comuns, amadoras – os *youtubers* produzam e disponibilizem audiovisuais de amplo acesso, assumindo o protagonismo de suas histórias enquanto, ao mesmo tempo, abrem caminhos para novas possibilidades de interações comunicacionais. É neste contexto que se deve analisar o *Tempero Drag*, apresentado pela drag queen Rita von Hunty, interpretada pelo *youtuber* paulista Guilherme Terreri Lima Pereira, formado em Artes Cênicas, pela Unirio, e em Letras, pela Universidade de São Paulo (USP) – objeto que seção que segue.

### ***Tempero Drag*, explorações iniciais e novos questionamentos**

A pesquisa exploratória foi realizada entre 17 de março e 14 de abril de 2020 com a seleção de um *corpus* de cinco vídeos, que correspondem às publicações semanais do *Tempero* no período. O propósito, nesta fase, foi apreender elementos técnicos característicos das publicações do canal, temáticas de cobertura, enquadramentos performativos, bem como questões gerais relativas à participação do público.

Como demonstramos na Tabela 1, os vídeos têm, em média, 17min55, a média de visualizações é de 215.299, de *likes* 34.700, *dislikes* 134 e a média de comentários é 1.232. A descrição do canal é apresentada como: “Meu nome é Rita von Hunty. Além de drag queen, também sou esposa, mãe de dezesseis crianças e dona de lar. Lavo, passo, cozinheiro... eu disse COzinheiro, seu pervertidinho. Venha comigo provar o *Tempero Drag*!”.

Na equipe, além do ator Guilherme Terreri, 10 pessoas estão envolvidas em processos de direção, roteiro, fotografia, produção, edição, produção e pós-produção.

Tabela 1 - Análise de vídeos no *Tempero Drag* – março/abril, 2020

Data	Temática	Duração	Visualizações	Likes	Dislikes	Comentários
17/03	Papel de gênero	00:16:27	307.395	51 mil	192	1.356
24/03	Diferença entre mulher e drag	00:17:09	320.261	49 mil	169	1.677
31/03	Arte depois do coronavírus	00:16:51	339.558	56 mil	251	2.412
07/04	História da antropóloga Margareth Mead	00:26:02	84.283	12 mil	47	534
14/04	Pedido de apoio financeiro a um projeto social	00:11:15	24.999	5,5 mil	12	180

Fonte: as Autoras.

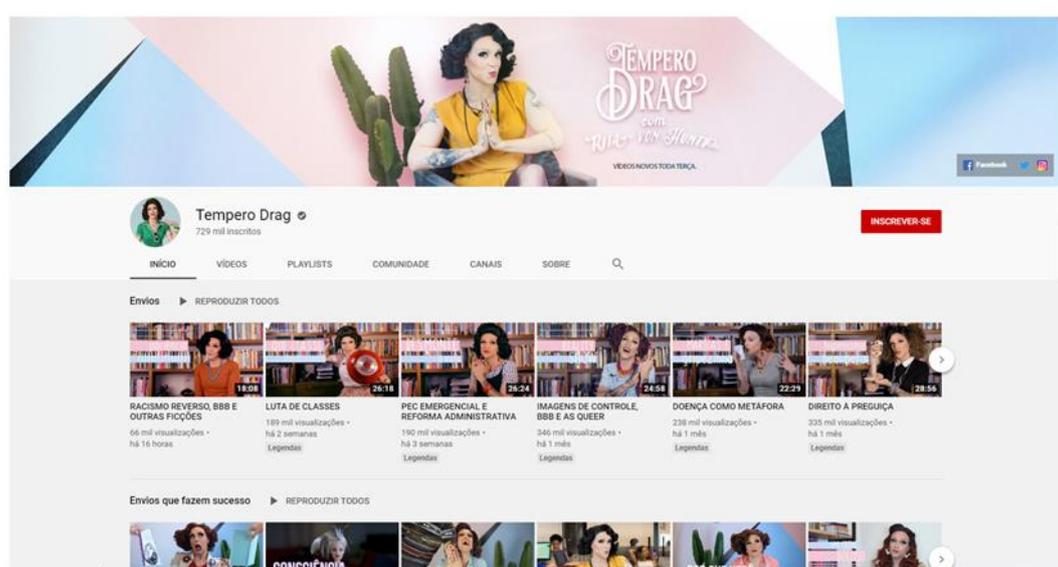
O enquadramento dos vídeos é, em sua maioria, em plano médio, utilizando o *close-up* em alguns casos. O cenário do estúdio é uma cadeira cinza, utilizada por Rita, em frente a uma parede rosa e azul com uma faixa diagonal preta. As cores se repetem na identidade visual do canal. As vinhetas de abertura e encerramento são em tom azul, escritas (títulos dos vídeos e do canal, créditos etc.) em preto. Na vinheta de encerramento, a cor rosa aparece em um espaço logo preenchido com outro vídeo do canal.

A capa do canal (Figura 1) e a escrita nas *tumbnails* (miniaturas das “capas” dos vídeos) também repetem as cores rosa e azul. É importante ressaltar que este período de observação da pesquisa coincidiu com o anúncio da pandemia do novo coronavírus pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e, por isso, a gravação dos vídeos mudou de cenário para a residência do ator Guilherme Terreri, sem as cores características. Em relação ao figurino de Rita, seguiu-se o estilo *vintage*, peruca média ou curta, em tons escuros.

O canal é um colunismo (GOMES; PICCINI, 2020; RYSTROM, 1993) educativo, explicativo, que faz uso de tom professoral, embora leve e criativo, linguagem informal

e voz afetuosa para criar identificação com o público. Os vídeos recorrem a efeitos especiais, como palavras-chave, definições conceituais e iconografias, com constantes referências bibliográficas aos filósofos Theodor Adorno, Simone de Beauvoir, Karl Marx. As temáticas buscam combinar embasamento teórico-conceitual de campos interdisciplinares em contextos situacionais específicos, demonstrando trabalho de pesquisa e não apenas opinião.

Figura 1 – Captura de tela da capa do canal *Tempero Drag*



Fonte: <https://www.youtube.com/c/TemperDrag/featured>

No vídeo “Papel de gênero” (Tabela 1), Rita questiona, por exemplo, os papéis de homens e mulheres atribuídos pela sociedade, aborda violência de gênero, ocupações atribuídas historicamente a cada gênero e casamento infantil. Já no vídeo “Arte depois do coronavírus?” (Tabela 1), primeiro gravado em isolamento social, a personagem leva o espectador a pensar que tipo de arte poderá e deverá ser realizada após a tragédia da pandemia, recorrendo a um texto de Adorno se haveria poesia após as barbáries da Segunda Guerra Mundial.

Esse conjunto prévio de informações sobre o canal nos levou a refletir até que ponto o *Tempero*, ao utilizar a performance drag como prática artística com a intencionalidade de criação de um espaço político questionador da ordem hegemônica (WILLIAMS, 2021) sobre questões de gênero (BUTLER, 1990, 2002; PRECIADO,

2004), consegue se inserir no ecossistema midiático do YouTube para além dos usuários registrados no canal, como veremos na seção seguinte.

### ***Tempero*, relações e forças de conexões em rede**

Nesta segunda etapa da pesquisa, realizada entre 20 de janeiro e 28 de fevereiro de 2021, nosso objetivo foi compreender como o *Tempero* se insere no ecossistema midiático do YouTube, por meio do mapeamento da relacionalidade e entorno tecnocomunicativo do canal com outras redes de canais disponibilizados na plataforma. Em 20 de janeiro de 2021, o *Tempero* registrava 197 vídeos, 696 mil inscritos e 28.236.892 visualizações, contados desde o seu lançamento em 2015.

Para finalidades de operacionalização, desdobramos a questão central em duas perguntas derivadas: 1) Quais canais do YouTube emergem como relacionados com o canal *Tempero Drag*? Aqui levamos em consideração as configurações técnicas da plataforma quanto ao carrossel de “canais em destaque” listados no *Tempero*, isto é, recomendados pelo próprio canal, e os “canais inscritos” no *Tempero*, isto é, canais que o indicam em reciprocidade; 2) Quais são as proximidades e distinções temáticas entre o canal *Tempero Drag* e canais relacionados? Nesta questão, nosso intuito foi direcionar a análise para as propostas e conteúdos dos canais.

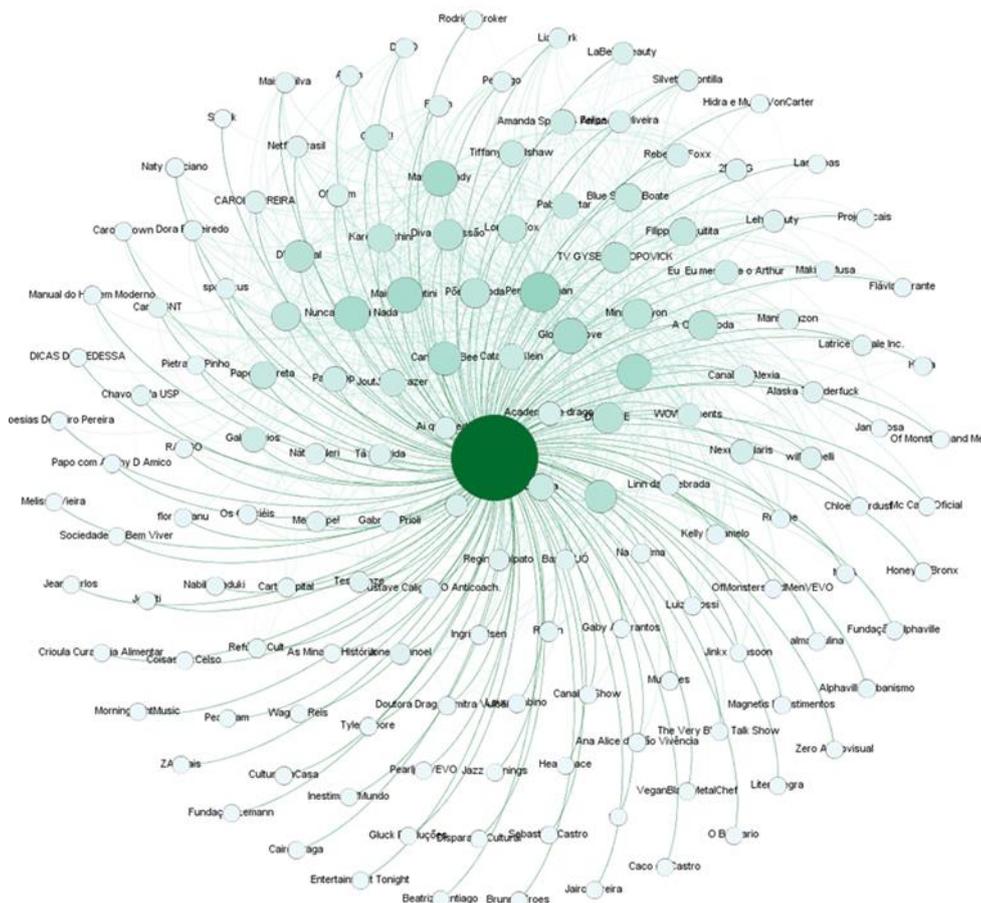
A estratégia metodológica adotada baseou-se na abordagem dos métodos digitais, que conjuga lógica interpretativa-quantificativa associada ao processo reflexivo. Omena (2019, p. 6) observa que, para além de instrumentos de coleta ou processamento de dados online, métodos digitais oferecem possibilidades de “observar, considerar, redirecionar os mecanismos inerentes às plataformas web e os seus *nativos* digitais para investigação social”. Nessa linha, seguimos inicialmente técnicas experimentais de desconstrução (ROGERS, 2019) do canal *Tempero*, utilizando a plataforma de extração e análise de dados *YouTube Data Tools* (YTDT).

Nos resultados do rastreamento, a rede *Tempero* surge como uma estrutura social composta de 149 nós (atores) e 893 arestas (ligações entre os atores). Com base no tamanho da rede, avançamos para identificar quais canais (pessoas, grupos, organizações) emergem relacionados com o *Tempero*. Importamos dados brutos da YTDT para o software Gephi e aplicamos estatísticas de graus, fluxos direcionais e relações de conexões. As métricas indicaram grau médio de 5. 993 arestas nos 149 nós do *Tempero*

e um diâmetro de rede 3, o que significa atores interligados em diferentes níveis de proximidade (1, 2, 3) com o núcleo da rede, sendo que atores com relações mais distantes do canal estão no nível 3.

Nesta estrutura, como apresentamos numa visão geral na Figura 2, percebe-se que o maior número de conexões está no centro da rede, em um emaranhado de arestas que se ligam em várias direções e, no seu entorno, existe um conjunto de nós que participam da rede, de alguma forma, mas sem conexões com o núcleo. Na análise de distribuição dos graus (forças) dos nós, o *Tempero* é o que tem mais peso na estrutura da rede. Entretanto, embora o grau do *Tempero* seja de 180 da totalidade de 893 conexões registradas (20,15% das relações), notamos uma forte desproporcionalidade entre os níveis de recomendações do canal (saídas) e inscrições (entradas) no canal. Entre as 180 arestas, apenas 32 canais constituem o número de inscritos na rede, bem distante do número de recomendações do *Tempero* que soma 148 canais.

Figura 2 – Grafo geral sobre a rede social *Tempero Drag* no YouTube



Fonte: as Autoras.

Essa desproporção relacional foi evidenciada de duas formas. Primeiro, pelas estatísticas baseadas no princípio da centralidade do diâmetro da rede, que mencionamos como níveis 1, 2 e 3 – relativos às frequências de aparição de um nó ou caminhos mais curtos e mais longos entre os atores. A outra forma emergiu das estatísticas de grau e fluxos entre os nós. Na distribuição dos diferentes graus da rede, há canais que são referenciados pelo *Tempero*, mas o vínculo é unilateral (20,81% do total). Há canais (12,08%) que receberam recomendações de dois canais, entre eles o *Tempero*, de três canais (8,05%), incluindo o *Tempero*, de quatro canais (6,04%), e assim sucessivamente, mas não registram relações recíprocas.

Os vínculos bidirecionais com o *Tempero* (21,62%) demonstram, até certo ponto, relação com o maior grau de participação dos canais nesta rede. Na Tabela 2, mostramos os primeiros 15 canais que registraram os graus mais elevados de conexões, suas distribuições de entrada e de saída (soma dos graus de recomendação e de inscrição), e tipos de relações com o *Tempero*. Os 15 canais juntos respondem por 618 das 893 arestas da rede (69,20% do total), mas dois canais não mantêm vínculos mútuos com o *Tempero*.

Tabela 2 – Fluxos dos 15 canais com maior número de arestas na rede *Tempero Drag*

Nome do Canal	Grau	Grau de entrada	Grau de saída	Inscrito no <i>Tempero</i>	Tipo de vínculo
Penelopy Jean	58	32	42	Sim	Bidirecional
Maicon Santino	48	14	34	Sim	Bidirecional
Mandy Candy	48	20	28	Sim	Bidirecional
Seelky	47	02	45	Sim	Bidirecional
Nunca te Pedi Nada	47	21	26	Sim	Bidirecional
Glória Groove	46	21	29	Sim	Bidirecional
Canal das Bee	43	15	28	Sim	Bidirecional
Jorge	39	01	38	Sim	Bidirecional
Dr Oficial	36	12	24	Sim	Bidirecional
Drag-se	36	13	23	Sim	Bidirecional
Diva Depressão	36	25	11	Não	Unidirecional
Mina de Lyon	34	05	29	Sim	Bidirecional
TV Gysella	34	07	27	Não	Unidirecional
(TD)A coisa Toda	33	08	25	Sim	Bidirecional
Põe Na Roda	33	21	12	Sim	Bidirecional

Fonte: as Autoras.

Para o processo de análise dos dados qualitativos, para responder à pergunta derivada 2 da pesquisa quanto às afinidades temáticas, selecionamos um novo *corpus* constituído pelos 15 canais mais populares na rede *Tempero* (Tabela 3), desta vez utilizando duas categorias: 1) número de usuários registrados, e 2) número de visualizações de audiovisuais. Todos os 15 canais superavam o *Tempero* em número de inscritos em 20 de janeiro de 2021, com mais de 2 milhões de usuários. Com este estrato, o exame foi realizado, caso a caso, de acordo com as descrições oficiais e audiovisuais dos próprios canais no YouTube.

Tabela 3 - Os 15 canais com maiores números de usuários registrados e visualizações na rede *Tempero Drag*

Nome do canal	Número de inscritos	Número de visualizações	Data de lançamento
Netflix Brasil	8.130.000	8.130.000	09/07/2014
Pablo Vittar	7.170.000	16.341.889	26/09/2013
Maisa Silva	5.800.000	1.944.728	29/07/2014
Me poupe!	5.790.000	3.581.899	19/02/2015
Entertainment Tonight	3.850.000	33.766.401	30/08/2016
IZA	3.840.000	9.640.049	07/07/2014
Ingrid Nilsen	3.550.000	3.904.965	24/10/2009
Diva Depressão	2.960.000	5.622.255	04/09/2013
Karen Bachin	2.610.000	3.732.760	17/07/2006
JoutJout Prazer	2.440.000	3.043.476	12/05/2014
Manual do Homem Moderno	2.360.000	2.737.374	22/09/2012
Dicas da Dedessa	2.230.000	1.104.684	02/06/2011
Mulheres	2.190.000	2.644.693	27/08/2010
O Boticário	2.150.000	13.597.598	26/05/2006
Nunca te pedi nada	2.110.000	2.275.470	08/07/2015

Fonte: as Autoras.

Observamos, inicialmente, que dois dos 15 canais não são brasileiros. Um deles, *Entertainment Tonight*, é um braço digital do canal da TV norte-americana, dedicada a entretenimento pop e “fococas” sobre celebridades, sem relações com questões de gênero e a comunidade LGBTQI+. Outro canal é o *Ingrid Nilsen*, também dos Estados Unidos, apresentado por uma mulher de 30 anos, lésbica, tratando sobre a comunidade LGBTQI+, com exemplos de como se assumir no dia a dia com a namorada, mas, principalmente, sobre maquiagem e cuidados com a pele.

Entre os canais brasileiros, identificamos o canal da cantora drag queen Pablo Vittar com relações temáticas diretas, inclusive vínculos de reciprocidade (Tabela 2), com o *Tempero* – tanto pelo elo da arte com audiovisuais e coreografias como pela causa

LGBTQI+. Da mesma forma, o *Nunca te pedi nada* mantém vínculos recíprocos com o *Tempero* (Tabela 2). É apresentado por Maíra Medeiros, que se identifica como uma mulher pansexual e, embora foque em vídeos de “fofocas” de celebridades ou vlogs, também trata sobre empoderamento feminino, diversidade e direitos da comunidade LGBTQI+.

Além dessas três aproximações, as identidades se distanciam entre os canais. No *Diva Depressão*, a interseção se daria apenas pelo fato de os apresentadores serem um casal gay, mas é dirigido para um público interessado em “fofocas” de celebridades, roupas que os famosos usam, *reality shows*, sem relações de reciprocidade com o *Tempero*. O canal, *JoutJout Prazer*, criado e apresentado por Júlia Tolezano, aborda a temática da política em geral e relacionamentos, amorosos ou não. O tom professoral e aspectos do infotimento também podem ser encontrados no *Tempero*, mas a apresentadora Júlia é uma mulher cisgênero heterossexual que se utiliza do recurso do nome artístico de JoutJout para a produção de formatos vlogs nas redes sociais.

Os canais *Netflix Brasil*, *Maisa Silva*, *IZA*, e *Dicas da Dedessa* não apresentaram evidências de relações com a temática do *Tempero*. Os quatro canais brasileiros incorporam noções de entretenimento, cada um à sua maneira. *Maisa Silva* posta, entre outras coisas, vlogs, entrevistas com famosos e vídeos se maquiando. Já a cantora *IZA* posta vídeos relacionados à música. O canal da plataforma de *streaming Netflix Brasil* contém *trailers*, análises de filmes e séries, entrevistas com atores. Os conteúdos mais presentes no canal *Dicas da Dedessa* são maquiagem, cuidados com cabelo e pele e emagrecimento.

O tema da marca *O Boticário* são cosméticos, embora o canal também conte com vídeos sobre temas como racismo, sustentabilidade, amor-próprio. Outro canal relacionado primordialmente à maquiagem é o de *Karen Bachini*, que faz vlogs, convida famosos para maquiar, fala sobre seu cabelo colorido etc., sem relação com temáticas do *Tempero*. Já o *Me poupe!* é um canal de educação financeira que, embora tenha alguma similaridade com o *Tempero* em termos educacionais, para os propósitos desta pesquisa não se configura como identificação temática.

Já em relação às temáticas do canal *Manual do Homem Moderno*, não encontramos relações com as do *Tempero*, por tratarem de assuntos relacionados ao universo masculino como moda, cortes de cabelo, sexo, focados no público masculino. O canal *Mulheres*, versão digital da TV Gazeta de São Paulo, se autodescreve como

programa feminino, com “receitas infalíveis, fofocas, curiosidades e muita diversão para o seu dia a dia”.

O *corpus* qualitativo dos 15 canais apontou que todos os canais estão relacionados com o entretenimento, de diferentes formas – fator importante nas produções do *Tempero*, mas apenas quatro deles são comandados por pessoas LGBTQI+, *Diva Depressão*, *Ingrid Nilsen*, *Nunca te pedi nada* e *Pablllo Vittar*, sem necessariamente poderem ser enquadrados como arte engajada ou espaços de ciberativismo.

### Considerações finais

Uma característica importante verificada no *corpus* analisado da rede *Tempero Drag* são seus fluxos comunicacionais fortemente assimétricos com outros canais no ecossistema midiático do YouTube. Embora utilize a performance drag com a intencionalidade de ocupar um espaço político questionador da ordem hegemônica sobre questões de gênero, o canal recebe tanto baixo retorno de reciprocidade em suas recomendações de outros canais como apresenta um entorno com temáticas pouco relacionadas à comunidade LGBTQI+.

O estudo, ao demonstrar que o *Tempero Drag* recomenda canais de portes variados, nacionais e internacionais, mas com pouca mobilização, nos leva a refletir se o resultado não seria reflexo da ambiência digital do YouTube e de preconceitos sociohistóricos que se projetam do binômio arte drag-LBGTQI+ originários do mundo off-line. Por outro lado, a desproporcionalidade entre níveis de recomendação do canal, de inscrições recíprocas e aderências temáticas nos leva a pensar se o próprio mecanismo de referenciamento de canais pelo *Tempero* não poderia estar, em seu cerne, na ausência própria de estratégia para alcançar públicos sensíveis à arte engajada com agendas liberais e progressistas no debate público.

Essa combinação de fatores, obviamente dentre outros possíveis, possivelmente possam explicar relações tão unidirecionais da rede *Tempero* – e, em alguns casos, até excêntricas. Um exemplo é o canal *Diva Depressão*, que aparece tanto entre os 15 canais com maiores números de visualizações e usuários registrados como entre os 15 com maior número de conexões na rede. Este é um dos dois canais entre os 15 com o maior número de conexões sem relações mútuas com o *Tempero*. Outro canal dessa lista é o *TV Gysella*,

vencedor da primeira temporada do *reality* Academia de Drags, temporada na qual Rita também participou.

Os achados da pesquisa descortinam formas de representação digital, relações de poder e como redes menores, como o *Tempero Drag*, funcionam dentro de plataformas complexas, com suas próprias especificidades, possibilidades e limitações. Este trabalho busca contribuir com reflexões para o campo comunicacional, num mundo intensamente atravessado por redes sociais digitais, pela via da experimentação de novas possibilidades metodológicas sobre interações comunicacionais em ambientes emergentes.

## Referências

AMANAJÁS, I. Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas. **Revista Belas Artes**, São Paulo, v. 6, n. 16, p. 1-23, 2015.

BAKER, R. **Drag: The History of Female Impersonation in the Performing Arts**. New York: New York University Press, 1995.

BARREIRA, M. M. L.; MAIA, L. M. Ciberativismo LGBTQIA+ no Youtube: Pautas, Estratégias e Motivações para Ação. **Revista de Psicologia da IMED**, Passo Fundo, v. 12, n. 2, p. 38-57, 2020.

BUTLER, J. **Gender Trouble**. New York: Routledge, 1990.

BUTLER, J. **Undoing Gender**. New York: Routledge, 2002.

CALMON, P.; MALINI, F. **As redes emergentes do Wikileaks: o estudo de estatísticas aplicadas ao Gephi**. 2013. Disponível em: <<http://www.labic.net/cartografia/as-redes-emergentes-do-wikileaks-o-estudo-de-estatisticas-aplicadas-ao-gephi-ok/>> . Acesso em 24 fev. 2021.

FONSECA, L. B. Shanté You Stay: a ocupação dos territórios midiáticos pela cultura drag. **Revista Aquila**, Rio de Janeiro, 18 ed., p. 1-8, 2018.

GOMES, J. F.; PICCININ, F. Transformações no Ecosistema Midiático e uma possível resignificação do colunismo: uma análise da narrativa da jornalista Eliane Brum no El País. In: CONGRESSO IBERO-AMERICANO SOBRE ECOLOGIA DOS MEIOS – MULHER E GÊNERO NO ECOSSISTEMA MIDIÁTICO, 2, 2020, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Memórias, 2020. Disponível em: <[https://e69a6260-d7a8-480a-8fcd-9838fbca0712.filesusr.com/ugd/48cefa\\_a02c6dc274684fe0bda06d0fb5e02c7d.pdf](https://e69a6260-d7a8-480a-8fcd-9838fbca0712.filesusr.com/ugd/48cefa_a02c6dc274684fe0bda06d0fb5e02c7d.pdf)>. Acesso em: 17 fev. 2021.

LEAL, B. S.; CARVALHO, C. A. A grande mídia brasileira e identidades LGBT: um retrato em 2008. **Diálogos de la Comunicación (En línea)**, Medellín v. 84, p. 1-24, 2012.

- O'BRIEN, J. **Encyclopedia of gender and society**. Los Angeles: Sage, 2008.
- OMENA, J. J. O que são métodos digitais? In: OMENA, J. J. (Ed.). **Métodos Digitais: teoria-prática-crítica**. Lisboa: ICNOVA, 2019, p. 5-15.
- PRECIADO, B. Género y performance. **Revista Zehar**, Barcelona, v. 54, p. 1-14, 2004.
- ROGERS, R. **Doing digital methods**. Los Angeles: Sage, 2019.
- RYSTROM, K. **The why, who and how of the editorial page**. 2.ed. State College: Strata Publishing Company, 1993.
- SANTOS, J. F. dos. Meu nome é “Híbrida”: Corpo, gênero e sexualidade na experiência drag queen. **Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad**, Córdoba, v. 4, n. 9, 2012.
- SANTOS, J. F. dos. Travestimentas e transexualidades no entretenimento televisivo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, Intercom, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/3rGW0G0>>. Acesso em: 10 fev. 2021.
- WILLIAMS, R. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boi Tempo, 2007.