

Movimento drag e mídia: uma análise da construção de Rita Von Hunty no YouTube¹

Samuel FONTAINHA do Nascimento²;
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Christina Ferraz MUSSE³
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Resumo:

As plataformas digitais se tornaram grandes ferramentas de comunicação capazes de potencializar discursos e vozes que antes não eram ouvidas, em especial quando se trata de debates ligados aos movimentos sociais, tais como movimento negro, feminista e LGBTQIA+. O presente trabalho tem por objetivo analisar o conteúdo produzido no canal do YouTube *Tempero Drag*, e, assim, propor uma reflexão sobre a atividade comunicacional feita pela professora Rita Von Hunty, e contribuir para os debates a respeito do uso da internet como instrumento de comunicação, a fim de reproduzir as questões trazidas pelos agentes dos movimentos sociais, e, neste caso, também da ampla divulgação dos estudos acadêmicos na sociedade.

Palavras-chave:

Drag Queen; Audiovisual; Ferramentas de Comunicação; Youtube; Plataformas Digitais

Introdução:

A primeira motivação que nos move nesta pesquisa é o fato de existirem poucos estudos discursivos sobre as existências queer e os controles da mídia brasileira em geral sobre a identidade Drag Queen/Queer nas exibições dos programas e telenovelas. Historicamente o alcance massivo dos conteúdos produzidos na TV foi capaz de conferir significados ou excluir significados dos mais diversos discursos. Mychaell Dantas de Farias, em sua pesquisa de conclusão de curso, comenta: “O que não é

¹ Trabalho apresentado na IJ04 - Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior - no 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Recém formado em bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Pesquisador no campo da comunicação, movimentos sociais e educomunicação. samuel.fontainha@estudante.ufjf.br

³ Professora titular da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, líder do grupo de pesquisa Comunicação Cidade e Memória (Comcime)

mostrado não existe e a TV com sua superabundância de visibilidade confere existência, vasculha os acontecimentos, atribuindo existência a tudo o que alcança” (FARIAS, 2021, p.17).

A mídia televisiva tratou do debate queer de maneira esporádica e em momentos bem específicos no desenrolar da história. Os personagens que compunham as produções audiovisuais sempre apareciam de maneira simplória ou camuflada, evitando críticas por parte da sociedade conservadora, ou tinham passagens em programas específicos, em épocas determinadas.

A relação histórica entre TV e as Drag Queens é vista de forma bastante ambígua dentro da própria comunidade, tanto por agentes da comunidade acadêmica quanto por agentes civis. Os conteúdos apresentados agregou valor ao movimento e por outro lado trouxe estigmas sobre o mesmo. Joseylson Fagner dos SANTOS, 2015, comenta que:

“Ao projetar a imagem das artistas drag queens nos meios de comunicação de massa, o tratamento às vezes atribuído pode ocultar diferenças e reproduzir ambiguidades ou estigmas direcionados a pessoas que se identificam com determinada classe social ou profissional”. (Joseylson, Fagner. 2015.)

Ou seja, se por um lado os mesmos programas que levaram às artistas para televisão, como Nany People, Silvetty Montilla, Kaká Di Polly e RuPaul Andre Charles, ajudaram a ganhar notoriedade e fama, com seus trabalhos reconhecidos dentro da comunidade LGBTQIA+. Por outro lado, o espaço simplório dado exclusivamente, em boa parte da história, para essas artistas em momentos marcados, transformando-as em “únicas representantes” da arte drag, minimizou conhecimentos mais amplos por parte da sociedade sobre a comunidade.

Quando as diferenças entre as múltiplas identidades ou categorias são tratadas como iguais ou acabam sendo esquecidas; a título de exemplo Drag Queens/Drag Kings, Homossexuais/Bissexuais, Travestis/Trangenêros, aumentam os estereótipos e de certa forma justifica o preconceito pela falta de conhecimento.

É válido e importante destacar que o cenário tem mudado nas últimas décadas, mais recentemente, dos anos 2000 em diante, com um mercado mais inclusivo, programas como “Rupaul drag” e a produção de novelas que tratam da temática de forma mais abrangente, além de filmes e séries voltados especificamente para comunidade LGBTQIA+, permitiram que a população em geral conhecesse melhor a arte Drag e respeitasse esse grupo. “Durante anos, pude observar a mudança positiva no comportamento dela em relação ao preconceito que carregava e os termos pejorativos que usava quando presenciava nas novelas personagens LGBTQIA+” (Farias. 2021, p.11).

Dos anos 2010 em diante a cena Drag ganhou mais destaque ainda no audiovisual através da música. Cantoras como Gloria Groove, Pablio Vittar, Lia Clark e Aretuza Love se destacam pelas produções de videoclipes bem elaborados, ganhando notoriedade no cenário musical, e principalmente, ocupando um outro espaço nos programas de auditório.

Tecnologias da comunicação:

O segundo aspecto relevante para este trabalho é as evoluções tecnológicas que vieram com o auge da era digital provocaram grandes mudanças no campo da Comunicação. De maneira mais objetiva, nesta pesquisa, vamos abordar as mudanças provocadas na televisão, uma vez que estas modificações levaram ao que entendemos hoje como comunicação audiovisual e igualmente ao sucesso das plataformas digitais e seus criadores de conteúdo.

Hoje, falamos em comunicação audiovisual e não somente em televisão, devido ao período de convergência⁴ e transmidialidade⁵ que o próprio meio (TV) vêm passando

⁴ Valemo-nos dos conceitos presentes no dossiê "Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo", escrito por Geane Alzamora, para definir a transmidialidade, que entende transmídia como uma teoria que varia do entretenimento ao jornalismo. E diz que hoje uma narrativa ou produto se inicia em um meio e continua em outros, aproveitando o melhor de cada meio para se expandir. Se trata da mudança e extensão dos veículos analógicos para as múltiplas plataformas.

⁵ Ainda usando o dossiê, "Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo", o conceito de convergência midiática, nesta pesquisa, é compreendido como um processo muito maior, que engloba as narrativas transmidiáticas. É a junção de linguagens em um único meio,

nos últimos anos. Tais mudanças trouxeram inúmeras alternativas para este meio de comunicação, transformando todo mercado e as pesquisas nesta área.

Até o início dos anos 2010, era comum perguntar o número de TVs que se tinha em casa, pois isto servia até para entender a realidade socioeconômica da população devido ao seu alcance massivo. Hoje, através destes fenômenos, os grandes veículos de comunicação e seus agentes se adaptam ao cenário das novas tecnologias que mudaram a realidade, com o intuito de manter seu alcance com o público, e aumentar seu alcance.

A expansão da internet levou ao auge das plataformas digitais, das redes sociais, do streaming e inverteu a lógica, fazendo as grandes empresas de comunicação criarem estratégias para sair dos moldes consolidados pela televisão, e expandir suas produções aos diversos formatos. Isto, é claro, mudou a forma de “fazer TV”. Atualmente, por exemplo, os conteúdos elaborados para um jornal ou programa, precisam e devem ser transmitidos por e para múltiplas telas como televisores, celulares, tablets, computadores e laptops.

“A velocidade de compartilhamento das informações, que transformaram a antiga distância entre os fatos e as notícias em um fluxo contínuo, ininterrupto e instantâneo provocaram uma radical mudança nos modelos de enunciação”. (MUSSE, 2016, p.1).

Se, antes, víamos a plataforma YouTube tentar reproduzir os modelos de sucesso da TV aberta, como forma de se consolidar no Brasil, agora, o grupo Globo, considerado um dos maiores conglomerados de mídia do Brasil, a título de exemplo, desde meados de 2018, vem deixando de se dedicar nos antigos formatos da televisão, e anunciando investimentos bilionários em conteúdos cada vez mais segmentados e, principalmente, no streaming, os quais são características das plataformas digitais, assim, vem buscando alternativas para manter sua hegemonia em um mercado cada vez mais competitivo.

como, por exemplo a internet, e, ao mesmo tempo, o tipo de convergência pode variar de cultura para cultura a depender das ferramentas de comunicação de cada país.

“Como resultado de uma estratégia de transformação digital, iniciada em 2018, através do programa Uma Só Globo, essa estratégia associou a TV Globo, Globosat, Som Livre, Globo.com, DGCorp e a Globoplay em uma única empresa com o nome Globo”. (AMARAL, 2021, p.4).

Em contrapartida, como aponta Júnia Lima, em seu trabalho "Conteúdos segmentados da TV para o YouTube: a migração entre plataformas e os diálogos entre assunto e linguagem audiovisual", tais mudanças favorecem mais a figura pública do que as empresas. Os agentes destes grandes veículos (Atores, jornalistas, apresentadores, produtores, etc...) passam a depender mais do alcance que a sua imagem pode gerar nas redes, do que exclusivamente das oportunidades nos veículos de comunicação tradicionais.

“A antes ‘atriz da Globo’, por exemplo, agora pode se afirmar como marca própria e ter seu canal de vídeos individual, com possibilidade de conexão e diálogo direto com seus fãs, ou deveríamos considerar essa palavra antiquada e substituí-la por seguidores” (LIMA, 2019, p.2).

Existe também uma dualidade. Se em uma ponta, profissionais consolidados se tornam famosos nas plataformas digitais e nas redes devido às atividades realizadas nestas grandes instituições, por outro lado, pessoas, interessadas em trabalhar com produções audiovisuais, têm agora a possibilidade de ingressar e fazer sucesso no meio sem precisar passar pelas dificuldades de conseguir espaço dentro das grandes e poucas emissoras de rádio e TV no início de carreira.

“O processo todo torna-se mais acessível e amplia as oportunidades de emprego dos profissionais (e, também, dos não profissionais). No entanto, já é possível perceber que, muitas vezes, existe a meta de seguir a outra direção do caminho e, por meio do sucesso no YouTube, chegar à televisão, até mesmo como forma de legitimação de seu trabalho” (LIMA, 2019, p.3).

Esta nova realidade do mercado de trabalho, aliada ao uso da internet, como local de fala para agentes da sociedade civil e dos movimentos sociais, permitiu que personalidades, como Rita Von Hunty, ganharam fama e notoriedade. Permitiu também novas linguagens e jeitos de se comunicar com o público.

É necessário dizer que, neste estudo, entendemos a comunicação audiovisual como

toda a produção e distribuição de materiais que fazem uso de componentes visuais (imagens, signos, desenhos e gráficos), e, ao mesmo tempo, sonoros (voz, música e ruído), que transmitem informação, conhecimento e entretenimento; ou seja, todo conteúdo em 32 formato de vídeo, como por exemplo: filmes, séries, lives, animações 3D, telejornais, programas de TV etc...

É importante ressaltar que até 2021, o compartilhamento de vídeo correspondia a 82% do tráfego da internet no mundo, e 70% do público que consumiu os conteúdos da plataforma YouTube foi por indicação dos algoritmos; 91% das pessoas que já eram usuárias desses sites, antes da pandemia da Covid-19, destacam que, por causa do período pandêmico, seu tempo de consumo nas redes aumentou, e deve continuar aumentando, mesmo com o fim do isolamento social.

Os números apresentados no tópico anterior são exemplos da tendência da audiovisualização da cultura. O conceito é tratado amplamente por Sonia Montañó, em seu trabalho, "A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube", publicado na revista acadêmica "Famecos: mídia, cultura e tecnologia".

Neste estudo, a autora explica como o sistema de funcionamento das plataformas de compartilhamento de vídeos, que oferece múltiplas possibilidades do que fazer com aquele conteúdo, já está tão inserido no cotidiano da população, que estas dinâmicas configuram a identidade do sujeito nas redes, mantendo os usuários sempre conectados, o que não acontecia anteriormente com a televisão, por exemplo.

“Se pensarmos, então, essa grande interface cultural da comunicação contemporânea, podemos ver espaços múltiplos onde o usuário aparece de formas. Cabe aqui pensarmos melhor nessa presença particularmente no que diz respeito ao usuário na interface das plataformas de vídeo. Elas nos interessam, e particularmente o YouTube, por entendermos que há nesses um modo de enunciação do usuário especialmente complexo, que mostra uma tendência de nossa contemporaneidade, que chamamos de audiovisualização da cultura” (MONTAÑO, 2015, p.3).

Em outras palavras, hoje, o indivíduo conectado nas redes pode, a partir de um único vídeo, a título de exemplo, escolher assistir a outros vídeos semelhantes para adquirir mais conhecimento sobre o tema ali tratado, compartilhar com amigos, familiares e

pessoas próximas, em outras redes, para que também tomem conhecimento sobre um fato importante; ou, ainda, salvar, transmitir para outra tela, para que se possa assistir de maneira mais confortável ou ver um conteúdo de entretenimento sem precisar estar on-line.

Deste modo, ao levar em conta tais questões apresentadas, buscamos refletir sobre o trabalho feito por Rita Von Hunty em seu canal no YouTube. Visto que a professora e influenciadora digital propõe debates acerca dos estudos culturais, e das pesquisas acadêmicas a respeito da realidade dos movimentos sociais no Brasil.

Análise de conteúdo

O objetivo deste trabalho é analisar os vídeos do canal *Tempero Drag* e entender como a persona Rita Von Hunty ensina e produz reflexões didáticas e simples sobre estudos teóricos do meio acadêmico. Para tal, nos valem da metodologia da Análise de Conteúdo.

A Análise de Conteúdo (para esta pesquisa utilizaremos a terminologia AC) é um instrumento que faz com que seja possível que o pesquisador investigue qualquer conteúdo resultante da Comunicação, analisando-se a escrita, o som e/ou a imagem. É possível, também, realizar descrições objetivas, sistemáticas e qualitativas acerca de um determinado assunto, tendo como principal objetivo analisar e interpretar a Comunicação Humana a partir de uma determinada manifestação (um documento, um filme, uma música etc).

“A Análise de Conteúdo (AC) surgiu no início do século XX nos Estados Unidos para analisar o material jornalístico, ocorrendo um impulso entre 1940 e 1950, quando os cientistas começaram a se interessar pelos símbolos políticos, tendo este fato contribuído para seu desenvolvimento; entre 1950 e 1960 a AC estendeu-se para várias áreas. Portanto, esta técnica "existe há mais de meio século em diversos setores das ciências humanas", sendo anterior à Análise de Discurso” (CAREGNATO, 2007).

Esta metodologia é compreendida como um conjunto de ações que visam novas descobertas e pesquisas no campo da Comunicação e em outras áreas das Ciências Sociais. A investigação é definida como um procedimento racional e sistemático, cujo

objetivo é proporcionar respostas aos problemas que são propostos (GIL, 2007 apud SOUZA; SANTOS, 2020, p. 3).

O estudo acontece dentro de um sistema com várias etapas, as quais vão desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados. Em se tratando de pesquisa qualitativa, é preciso reconhecer que têm-se inúmeras possibilidades de se estudar os fatos que abrangem as subjetividades do ser humano e suas complexas relações sociais, estabelecidas em sociedade. Nessa perspectiva, a abordagem qualitativa opõe-se a um modelo padrão de pesquisa, já que cada campo do conhecimento tem sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria (GOLDEMBERG, 1997 apud SOUZA; SANTOS, 2020, p. 4).

Os estudos voltados à AC devem ir para além da descrição do conteúdo, é necessário deduzir sentidos acerca dessa manifestação que você se propôs a analisar. Nesse sentido, as condições de produção, circulação e recepção acerca desse material analisado precisam estar presentes no texto. É algo que caminha para além da descrição de um fenômeno, uma vez que você precisará interpretá-lo e inferir sentidos nessa interpretação. Trata-se de um processo no qual você, enquanto pesquisador e analista, terá como missão atribuir significado ao documento que você se propôs a analisar.

“Fazendo uma leitura dessas características, os autores relacionam a pesquisa qualitativa ao ambiente do pesquisador, cujos dados são descritivos, sendo obtidos de diferentes formas, como entrevista, fotografias, vídeos, notas de campo, dentre outros” (SOUZA; SANTOS, 2020, p. 5).

Tempero Drag

Para conseguir os resultados que se deseja alcançar neste trabalho, optou-se pelo uso da metodologia da Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011). O processo é dividido em três fases, as quais são: Pré-análise, Exploração do Material, Tratamento dos Resultados, Inferência e Interpretação (BARDIN, 2011, p.125).

Nosso critério de escolha levou em consideração a necessidade de fazer uma amostragem, devido à grande quantidade de conteúdo, para, assim, criarmos amostras, seguindo o recorte que nos interessa (Teorias da Comunicação e a mídia), para

melhores reflexões sobre o nosso campo de estudo.

Deste modo, selecionamos seis vídeos relacionados a esta temática, os quais são: “Eleição e Idiotas: Tempo e atenção”, “O rei está grávido: Gênero poder e narrativa” “Paciência: Racismo reverso, BBB e outras ficções”, “Reality Show: Imagens de controle, BBB e as Queer”, “Veja antes de votar: Estereótipo” e “Racismo e a guerra às drogas.”

O primeiro vídeo analisado recebe o título de “Racismo e a guerra às drogas”, a produção foi publicada em 17 de dezembro de 2019, e tem mais de 625 mil visualizações. É possível já, desde este primeiro trabalho, perceber pontos recorrentes em todas as produções. No início de todo vídeo, Rita Von Hunty faz algum tipo de piada ou trocadilho crítico com um tema que será abordado ao longo do audiovisual. Observação que nos trouxe a primeira categoria, *Humor Ácido*. Podemos identificá-lo como um subgênero do humor, que é utilizado para gerar desconforto, reflexões e causar impacto. Para isto, o humor ácido se vale de tabus e temas sérios que normalmente são mais difíceis de serem tratados, e se distancia do humor contemporâneo, que é entendido de modo diferente, como entretenimento e “sem grandes intenções” (GRUDA, 2010).

O segundo vídeo analisado é intitulado “Veja antes de votar: Estereótipo”, o conteúdo tem duração de pouco mais de 19 minutos, foi publicado em 12 de Novembro de 2020, e possui mais de 317 mil visualizações. Esta produção audiovisual discorre sobre o que é o estereótipo a partir das Teorias da Comunicação, o significado da palavra e outras implicações deste tema em nossa cultura. Para isto, Rita menciona uma série de obras produzidas por pesquisadores conhecidos, e outros não tão conhecidos no ambiente acadêmico, mas que, por sua vez, possuem uma outra relação com a sociedade, outros modos de ver o mundo, mais ligados à contemporaneidade.

Percebemos, por exemplo, após várias citações na primeira metade do vídeo, aos 09:07 minutos, a menção ao livro *O Quarto Poder* (2015) do escritor e jornalista, Paulo Henrique Amorim, um trabalho bem mais recente em comparação com o livro *Opinião Pública*, do também jornalista, Walter Lippman, publicado em 1922, mencionado no

mesmo vídeo.

O terceiro vídeo dessa análise, "Reality Show: Imagens de controle, BBB e as Queer", publicado em 4 de fevereiro de 2021, com quase 25 minutos de duração e mais de 495 mil visualizações, reforça as duas primeiras categorias citadas anteriormente. O vídeo começa trazendo o *Humor Ácido*, um take onde Rita Von Hunty está lendo o livro chamado *Porque Marx está Certo* e pede a sua assistente para fazer um lista de compras, em que ela diz: “15 milhões em leite condensado, 2 milhões em chiclete, 22 ou 32 (você escolhe, é tudo caixa dois) milhões em pizza e refrigerante, pega também umas latas de ervilha para gente enfiar no c* da imprensa”, e encerra o take.

Para produzir reflexões sobre tudo que estava acontecendo, ela recorre à obra, *Imagens de Controle*, de Patricia Hill Collins, conceito advindo do pensamento feminista negro. A partir deste trabalho, durante o vídeo, a persona começa a criar vários ganchos para mencionar também nomes de diversas pesquisadoras trans e negras, em função do Dia Nacional da Visibilidade Trans, 29 de janeiro, data que ela faz questão também de mencionar no vídeo.

O quarto vídeo escolhido para esta pesquisa, *Racismo Reverso, BBB e Outras Ficções*, foi publicado em 4 de março de 2021, e conta com 544 mil visualizações. Esta produção diz especialmente sobre os efeitos especiais muito bem produzidos, inseridos de maneira sutil em determinados recortes, por exemplo, durante uma citação a respeito de uma lei de 1968, uma montagem cômica sobre o “passado da persona”, e um no momento em que ela diz: “Agora, volta comigo para o presente” e sua imagem aparece em um embrulho de presente.

Além disso, percebemos a composição de gráficos, imagens de pesquisadores, livros, capas de filmes, séries, ou vídeos, animações (GIFs).⁶ Todos esses recursos ajudam no entendimento das explicações dos conceitos teóricos que Rita Von Hunty usa, e se

⁶ GIF: Graphics Interchange Format, em tradução livre, intercâmbio de dados, é um formato de imagem lançado em 1987 lançado pela CompuServe. O objetivo inicial era disponibilizar com cores em substituição do formato RLE que era apenas preto e branco. Após várias atualizações chegou ao formato popularmente conhecido hoje, gif “animado”, são várias imagens do formato gif compactadas em um único arquivo que gera movimento rápidos na imagem. É um recurso muito utilizado na internet também para gerar humor.

tornaram uma ferramenta para um ensino didático.

O quinto vídeo desta análise, "Gênero, Poder e Narrativa". Este trabalho foi publicado em 8 de abril de 2022, com duração de quase 27 minutos, e mais de 234 mil visualizações. Nesta produção observamos como a coloquialidade e a pessoalidade são fundamentais para tais propostas de debate. O objetivo do conteúdo é justamente procurar caminhos didáticos para explicar da melhor maneira possível o livro, *Mão Esquerda da Escuridão*, e discorrer a respeito do uso da narrativa de gênero para prestigiar homens brancos, héteros, cisgêneros e ricos ao longo da história.

O sexto vídeo analisado se chama "Eleição e idiotas: Tempo e Atenção", publicado em 7 de janeiro de 2022, a produção audiovisual conta com pouco mais de 613 mil visualizações. Este vídeo diz sobre noticiabilidade, em todas as produções existem destaques para matérias de notícias. Uma vez que os critérios de noticiabilidade, de acordo com as teorias do jornalismo, são capazes de identificar através do valor notícia que determinado acontecimento, ou fatos ocorridos em um período merecem receber destaque. Questão que pode variar dependendo de cada época, cultura, cotidiano, público que consome aquele veículo de comunicação etc.

Conclusão

A persona Rita Von Hunty, ao utilizar do humor (sempre crítico) e da coloquialidade em suas falas, se torna uma figura carismática. O recorrente uso das temáticas sociais, em pauta na agenda pública, faz sua imagem também ser vista como de uma pessoa que conhece melhor a realidade social que a maior parte da população vive.

A estética de seus vídeos que exploram os novos formatos da internet, com inúmeros recursos de grafismos e outros efeitos especiais, além de sua linguagem corporal bastante expressiva, geram maior pessoalidade e interatividade com o seu público.

É possível perceber que todos esses elementos que categorizamos são de conhecimento do *Tempero Drag*, e usados propositalmente para gerar curiosidade e interesse. Além do uso de outros recursos, como algoritmos e a metodologia do corpo

infiltrado, que não são pertinentes neste estudo, mas compõem o trabalho da Rita.

Sendo assim, Rita Von Hunty, ao investir em recursos alternativos próprios das novas dinâmicas de produção, faz com que seu público tenha uma compreensão muito melhor do conteúdo ensinado por ela.

Uma Drag Queen, falando de assuntos tão pertinentes e de maneira tão bem elaborada, ressignifica os locais de fala na mídia, que, historicamente, apresentou o corpo *Queer* ao público como exagerado, cômico, voltado ao entretenimento, ou ainda importante somente nas datas de efemérides para a comunidade LGBTQIA+.

Rita Von Hunty se destaca por também conseguir quebrar os padrões de linguagem acadêmica, considerados responsáveis por isolar o meio acadêmico das outras esferas da sociedade. E também falar abertamente sobre política para um grande público em um período de polaridade entre as opiniões, que gera ódio entre as pessoas.

A Drag Queen que ensina Ciências Políticas e Sociologia na internet, como é popularmente conhecida, se tornou uma divulgadora científica famosa internacionalmente. Ao criar sua identidade sobre todos os pontos aqui elencados, a fim de disseminar de maneira comprometida o conhecimento, Rita cumpre o papel que todo pesquisador(a) (e divulgador(a) da ciência) deveria cumprir, o papel de ser simples.

É fundamental saber a diferença entre ser simples e simplório. Todo(a) professor(a) ou palestrante de qualquer campo do conhecimento, precisa transmitir seu conteúdo com recursos simples, de maneira que o conteúdo seja palatável e digerível para que as pessoas tenham fruição desta área do conhecimento.

E isto não significa diminuir o aporte teórico ou a bagagem cultural, durante a formação, mas, sim, encontrar caminhos para torná-la mais acessível a todos os públicos, priorizando que tenham um olhar crítico sobre a realidade à sua volta.

Referências:

Alzamora, Geane. Tárzia, Lorena. **Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo.** Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/401> Visualizado em: 19 Jun. 2023

Baliscei, João Paulo. **Não se nasce azul ou rosa, torna-se : cultura visual, gênero e infâncias.** Devires. Salvador, 2021.

Bardin, Laurence. **Análise de Conteúdo.** p.125 p.128 p.131 Edições 70. São Paulo, 2011.

Bragança, Lucas. **Fragmentos da babadeira história drag brasileira.** P.529 Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/35812/9.pdf?sequence=2&isAllowed=y> Visualizado em: 14 Fev. 2023

Bueno, Guilherme. Oliveira, Thierry. **Drag Queen: História e Perspectiva de quem vive a arte.** Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/#!/noticia/2051/drag-queen-historia-e-perspectiva-de-quem-vive-a-arte> Visualizado em: 14 Fev. 2023

Coacci, Thiago. **Encontrando o transfeminismo brasileiro: um mapeamento preliminar de uma corrente em ascensão.** P. 136 Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283498905_Encontrando_o_transfeminismo_brasileiro_um_mapeamento_preliminar_de_uma_corrente_em_ascensao Visualizado em: 15 Fev. 2023

Conceito de. **Conceito de pedagogia crítica.** Disponível em: <https://conceito.de/pedagogia-critica> Visualizado em: 19 Jun. 2023.

Conceito. de. **Conceito de Meme.** Disponível em: <https://conceito.de/meme> Visualizado em: 19 Jun 2023.

Daniel, Barbara. **A Figura de Rita Von Hunty, da comunicação virtual à práxis da pedagogia crítica.** Disponível em: <https://www.prp.unicamp.br/inscricaocongresso/resumos/2021P19088A36543O2843.pdf> Visualizado em: 19 Jun. 2023.

Draglicious. **Lendárias Drag Queens Do Brasil.** Disponível em: <https://draglicious.com.br/2020/07/16/lendarias-drag-queens-do-brasil/> Visualizado em: 15 Fev. 2023.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação.** PUC Rio. Rio de Janeiro, 2016.

Hunty, Rita Von. **Tempero Drag. Guerra às drogas.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-JS27esNdKE> Visualizado em: 19 Jun. 2023.

Hunty, Rita von. Tempero Drag. **Gênero, Poder e narrativa.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SyRhrAlZwZU> Visualizado em: 19 Jun. 2023.

Hunty, Rita Von. Tempero Drag. **Reality Show: Imagens de controle, BBB e as Queer.** Disponível em: <https://youtu.be/OZO3XNIakN0> Visualizado em: 20 Jun 2023.

Hunty, Rita Von. Tempero Drag. **Paciência: Racismo reverso, BBB e outras ficções.** Disponível em: <https://youtu.be/TWAJEeIx8VY> Visualizado em: 20 Jun 2023.

Hunty, Rita Von. Tempero Drag. **Estereótipo.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XeVqSnJC5Pg> 2023.

Hunty, Rita Von. Tempero Drag. **Eleições e Tempo e Atenção: Eleição e idiotas.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pLoSHiuW0tM> Visualizado em: 19 Jun. 2023.