



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE GOIÁS – UNIGOIÁS
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

KENNEDY ANDERSON SOUZA SANTOS

**A COMUNICAÇÃO ASSERTIVA DE RUPAUL'S DRAG RACE: UM
PROGRAMA SÓCIO POLÍTICO CULTURAL LGBTQIAPN+**

GOIÂNIA
2024

KENNEDY ANDERSON SOUZA SANTOS

**A COMUNICAÇÃO ASSERTIVA DE RUPAUL'S DRAG RACE: UM
PROGRAMA SÓCIO POLÍTICO CULTURAL LGBTQIAPN+**

Estudo de caso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Goiás – UniGoiás, como requisito para conclusão do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Giovanna Adriana Tavares Gomes

GOIÂNIA
2024

RESUMO

Rupaul's Drag Race é um programa norte-americano que iniciou seu caminho em 2009. Com RuPaul Charles em seu comando, o reality show une entretenimento, drama, visibilidade LGBTQIAPN+, representatividade drag e luta de classes. Aliado a isso, este trabalho buscou investigar o crescimento do programa a partir das estratégias de comunicação empregadas e sua relevância sociopolítica e cultural. Para isso, o presente estudo contou com pesquisas bibliográficas importantes para a construção da metodologia, referencial teórico e embasamento dos estudos. A partir disso, foi estruturado uma linha do tempo com o engajamento e ranqueamento das temporadas do programa, além da construção dos pontos de vista retirados do site IMDB acerca das opiniões dos telespectadores e, por fim, uma pesquisa composta pelo autor a fim de entender o público brasileiro e conseguir enxergar o crescimento desse através das estratégias de comunicações utilizadas pelo projeto. Com isso, verificou-se que as técnicas aumentaram o engajamento de forma crescente ano após ano, e, mesmo que os índices de ranqueamento fossem menores, o número de participantes continuava a crescer. Desse modo, a partir desses resultados pode-se concluir que o crescimento foi eminente, visto que as estratégias sociopolíticas culturais, a representatividade e a forma e abordagem da linguagem do programa trazidos nas respostas e comentários do público, fizeram com que o *reality* se apoiasse e aproximasse mais ainda as participantes do espectador. Por fim, pôde-se apontar que, mesmo com as melhorias necessárias, o público continua sendo fiel e a espera por novas temporadas é iminente. Entretanto o estudo de tais avanços e de outras franquias como base irão ser pautadas em estudos futuros, a fim de melhorar o ponto de vista dos entrevistados.

Palavras-chave: Rupaul's Drag Race, LGBTQIAPN+, comunicação, estratégias, reality show, sociopolítica.

1 INTRODUÇÃO

O estudo de caso é uma metodologia que permite ao pesquisador investigar um fenômeno em profundidade a partir de sua conjuntura. Este método é amplamente utilizado em diversas áreas do conhecimento e pode ser descritivo ou exploratório. Na modalidade descritiva, o objetivo é descrever um fenômeno em detalhes. Já na sua aplicação exploratória, o intuito é explorar um objeto de estudo para gerar hipóteses e teorias.

O estudo de caso em questão, de natureza exploratória, aborda a influência das técnicas de comunicação na tomada de decisões relacionadas ao crescimento do programa *RuPaul's Drag Race* e o impacto que a sua exibição exerce sobre os telespectadores. Embora o uso crescente dessas estratégias seja evidente no setor da comunicação, ainda há pouco entendimento sobre como esses métodos afetam o comportamento dos consumidores de maneira diferenciada. Dada a influência dominante da comunicação, que busca avanços tecnológicos e socioculturais, observa-se que o desenvolvimento tecnológico também tem alterado significativamente o comportamento das massas. Atualmente, adolescentes tendem a se desconectar da realidade por meio das mídias sociais, enquanto as técnicas de marketing e comunicação precisam evoluir na mesma proporção. A questão central que orienta este estudo é: "Como as estratégias de comunicação contribuíram para a expansão midiática do programa *RuPaul's Drag Race*?"

O programa *RuPaul's Drag Race*, objeto de estudo, é um reality show de entretenimento drag norte-americano que aborda questões de classe e etnia, sendo um dos precursores da resistência queer no mundo. Apesar do preconceito ainda evidente em diversas partes do globo, o crescimento do programa é notável e digno de estudo. A comunicação adotada pelo show permitiu que ele transcendesse barreiras geográficas e culturais, atingindo números impressionantes de audiência e conquistando prêmios, mesmo sendo originalmente voltado para uma parcela específica da população – a comunidade LGBTQIAPN+. O programa, transmitido apenas em inglês e centrado em temáticas tidas como tabus, conseguiu um alcance global expressivo. Além disso, *RuPaul's Drag Race* possui uma relevância emocional significativa para muitos dos seus espectadores, ao abordar questões como assédio, racismo e, principalmente, homofobia, problemas vivenciados pela comunidade

queer. Por isso, sua exibição e popularidade geram uma ressignificação para quem se vê representado nas narrativas do reality.

A delimitação do tema está centrada na análise das estratégias de comunicação adotadas pelo programa e na importância emocional que ele desempenha para seus telespectadores. A escolha do tema justifica-se pela importância de compreender como essas estratégias ajudaram no crescimento do programa, a partir do nicho em que ele está inserido. *RuPaul's Drag Race*, ao ser um produto de entretenimento, desperta nos consumidores um desejo constante por novidades e novas temporadas, gerando uma expectativa contínua.

Para aprofundar a pesquisa, foram selecionadas as seguintes obras e autores: Internet, redes sociais e a construção do debate das minorias, de Henrique Lopes (2020); Serving 'Reality' Television 'Realness': Reading RuPaul's Drag Race and its Construction of Reality, de Jonathan Ward (2020); e Comunicação e mediações culturais, de Jesus Martín-Barbero e Claudia Barcelos (2000). Essas obras abordam temas como estratégias de comunicação, evolução tecnológica e a construção militante de minorias no âmbito da mídia, sendo fundamentais para contextualizar e embasar a pesquisa.

O objetivo geral desta pesquisa foi investigar o crescimento de *RuPaul's Drag Race* a partir das estratégias de comunicação empregadas e sua relevância sociopolítica e cultural. Os objetivos específicos incluíram: medir o impacto das estratégias de comunicação ao longo dos anos desde a criação do programa; realizar uma pesquisa qualitativa sobre os efeitos do programa em seus telespectadores; e avaliar os resultados dessas análises, observando a popularização do show ao longo do tempo.

A pesquisa foi realizada por meio de revisão bibliográfica, complementada por um questionário com perguntas abertas e fechadas, distribuído via Google Forms, com apreciadores do programa. A escolha dessa metodologia visou garantir embasamento técnico e científico para o estudo, utilizando técnicas já consolidadas na comunidade acadêmica. Ao final, serão apresentados os resultados da pesquisa, os principais desafios identificados e uma análise crítica do pesquisador. As considerações finais oferecerão uma síntese das descobertas e as implicações do estudo.

2 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

Durante a construção da pesquisa bibliográfica, o embasamento científico foi pensado alinhando-se ao tema, de modo a retratar a comunicação desde sua formação e suas estratégias, até chegar em sua delimitação e entendimento sobre o processo do programa escolhido para este estudo de caso.

2.1 Comunicação

Em entrevista a Cláudia Barcelos, Jesús Martin-Barbero, 2000, discorreu sobre todo o processo de comunicação atual e sua aproximação da realidade. Em suas conclusões foi possível observar como a comunicação evoluiu ao longo dos anos, podendo alcançar lugares até então desconhecidos no momento da entrevista.

É notório como o crescimento dos meios de comunicação foi crucial para o paralelismo existente no mundo tecnológico, uma vez que, os meios e métodos de produção cresciam exponencialmente, os meios iam no mesmo parâmetro. Ao entender mais sobre a visão da cultura e como a comunicação está intrínseca ao ser humano, é evidente o modo como a televisão e suas estratégias conseguiram permear os costumes, crenças, sonhos e o cotidiano do globo, independentemente da região (BARCELOS, 2000).

Entretanto, é necessário de entendimento, que a comunicação, mesmo que participante de uma grande massa, influencia de diferentes maneiras, inúmeras populações, visto que, um tema pode ser interpretado de diversas formas. Desse modo, é importante que as estratégias de comunicação estejam associadas ao processo de condução da comunicação. E, mesmo que de maneiras diferentes de interpretação, os meios seguem padrões de construções, a fim de tentar transpor a mensagem da mesma forma, focando em seu público alvo e persona (BARCELOS, 2000; FARIAS, 2021).

Além disso, com o avanço da tecnologia, os meios de comunicação seguiram caminhos similares, de modo que as redes sociais, a internet e as mídias digitais tornaram-se instrumentos essenciais para o compartilhamento de informações. Desde a introdução das televisões nas residências, os avanços tecnológicos começaram a alinhar-se aos meios de produção, e atualmente permeiam os ambientes digitais. Nesse contexto, conceitos como marca, definidos por Keller

(2013) como um "sinal que distingue produtos ou serviços", tornou-se ainda mais relevantes, especialmente em um cenário onde a comunicação se tornou multidimensional e interativa. A construção da marca passa a ser um fator determinante na forma como as estratégias de comunicação se moldam, uma vez que uma marca forte é capaz de influenciar percepções e comportamentos do público. Com esse crescimento, questões como streaming e assinatura tornaram-se recorrentes, alterando a forma de pensar das estratégias de comunicação, que devem ser direcionadas ao público-alvo do processo comunicativo (SOUZA, 2022).

Desse modo, a seguir serão abordadas as estratégias de comunicação e seu crescimento, à medida que a comunicação começou a se digitalizar e a adentrar espaços até então inalcançáveis, abrindo portas para produtos e formas de contato com o conhecimento.

2.2 Estratégias de Comunicação

De acordo com Perez (2012), estratégia e comunicação são expressões da vida, e por conta disso, existe a dificuldade em descrevê-las. É inegável que muitas dimensões da experiência humana são moldadas pelo esforço e pela estratégia; para compreender o futuro, a comunicação é indispensável, constituindo-se, assim, em um campo de intersecção entre ambas.

Compreender o objetivo do orador em uma comunicação é essencial para que suas propostas tenham sucesso, adaptando os argumentos ao raciocínio do público. Entender o poder da argumentação é crucial para induzir a audiência a aceitar o que está sendo dito (SOUZA, 2000). Estratégias de comunicação, analisadas por Brittos (2002), mostram como a apresentação e o entretenimento sustentam a audiência em reality shows, destacando fatores como audiência, desgaste da novidade, Ibope e perda de público. Esses elementos, ligados a análises qualitativas e quantitativas, determinam o sucesso ou fracasso de um programa, sendo a atratividade o ponto central para o público audiovisual. Nesse contexto, as taxas de audiência são essenciais para decidir sobre a reestruturação ou cancelamento de um programa.

De modo geral, existem vários fatores que levam o programa a ser um fracasso ou um sucesso, os quais estão intrinsicamente ligados às consultas tanto qualitativas quanto quantitativas, de modo que, a atratividade deva ser o produto

principal para o público audiovisual. Analisando esse parâmetro, estas taxas são necessárias para entender se um programa pode ser reestruturado ou cancelado de vez em uma grade (BRITTOS, 2002).

Para Rocha (2009), os *reality shows* devem possuir estratégias de comunicação que entendam todo o contexto do estilo escolhido, primeiramente, ser algo que toque o telespectador final e o represente, fazendo com que o protagonista consiga transparecer seus problemas. Além disso, deve haver a diminuição de gastos, como figurinos, o aumento dos patrocínios, publicidades e propagandas que choquem e façam com que o público e persona alvo do *reality* se interesse e, assim como trazido anteriormente, principalmente, o *ibope* ao decorrer do tempo de existência do programa em vigência.

Nesse sentido, para que um programa esteja sempre em seu auge, o orador e detentor de seus direitos deve estar unido aos processos e estratégias de comunicação, monitorando, analisando e adaptando suas peças de modo a transmitir aquilo que se conecta para com o ouvinte. Um exemplo que pode ser trazido e que será abordado no próximo capítulo é o *reality show RuPaul's Drag Race*, o qual, mesmo sendo de um nicho específico, conta com 24 estatuetas do *Emmy Awards*.

2.3 RuPaul's Drag Race e a comunicação de minorias

Com o avanço da tecnologia e das ferramentas de comunicação, os meios de comunicação tornaram-se políticos, de modo a conseguir carregar e trazer consigo o poder de transformar, mudar e carregar a força de uma oratória. Quando comparado aos meios arcaicos, onde apenas o homem branco tinha o direito de ler e escrever, a comunicação permeava a argumentação e a persuasão do universo correspondente, no mundo atual, a militância e o argumento de um mundo politizado começou a ser carregado pelo poder do livre arbítrio e do debate de opiniões (LOPES, 2020).

A globalização, através das redes sociais e da televisão, propiciou um espaço para debates sobre minorias e a defesa de segmentos populacionais historicamente marginalizados. Temas como racismo, homofobia e machismo, antes relegados ao silêncio, tornaram-se crimes reconhecidos e são amplamente repudiados nos meios de comunicação, permitindo que a politização alcance aqueles que necessitam de uma argumentação mais robusta (LOPES, 2020).

RuPaul's Drag Race, um reality show norte-americano criado em 2009, é um exemplo emblemático da ampliação do espaço para a população marginalizada. O programa apresenta cerca de 12 participantes, predominantemente do grupo LGBTQIAPN+, que exibem suas artes drag para uma banca de jurados, composta por figuras como Michelle Visage e Ross Mathews, sob a apresentação de RuPaul Charles. Ao longo da competição, os concorrentes enfrentam desafios que vão da costura a performances artísticas, mesclando humor e ativismo, ao mesmo tempo em que revelam as lutas diárias de uma parcela da população (WARD, 2020).

Os episódios do programa refletem a importância das lutas sociais e a força da coletividade, discutindo como os indivíduos devem enfrentar os desafios cotidianos que afetam a comunidade LGBTQIAPN+, oferecendo um espaço para conversas profundas que promovem a argumentação e a oratória voltadas ao público, que muitas vezes se vê refletido nas experiências dos participantes (GOLDMARK, 2015).

Portanto, é evidente que *RuPaul's Drag Race* não apenas aborda a luta pela aceitação das minorias, mas também provoca reflexões sobre questões raciais e de gênero, unindo forças de solidariedade em uma escala global. Embora o programa se dirija a um público específico, suas estratégias de comunicação demonstram a eficácia de alcançar audiências mais amplas, incluindo aqueles que, à primeira vista, não se identificam com o tema, ressaltando a relevância do entretenimento como um meio de mobilização social e mudança de consciência.

3 MÉTODO

A pesquisa qualitativa se distingue por seu foco no desenvolvimento de conceitos a partir de ideias, fatos e opiniões, bem como na compreensão indutiva e interpretativa dos dados relacionados ao problema de pesquisa. Ela busca interpretar características sociais por meio dos significados que as pessoas atribuem às suas experiências e ao mundo ao seu redor. Segundo Pope e Mays (2005), uma pesquisa qualitativa envolve uma tentativa de compreender essas interações e comportamentos em termos de como são percebidos pelos envolvidos:

A pesquisa qualitativa (...) está relacionada aos significados que as pessoas atribuem às suas experiências do mundo social e como as pessoas compreendem esse mundo. Tenta, portanto, interpretar as características sociais (interações, comportamentos, etc.) em termos de sentidos que as pessoas lhes dão em função disso, é comumente referido como pesquisa interpretativa (POPE; MAYS, 2005, p.13).

Essa abordagem confere à pesquisa qualitativa uma flexibilidade que vai além de considerações previsíveis ou mensuráveis, permitindo uma análise mais profunda de características específicas. Em muitos casos, dados quantitativos também podem ser analisados por essa perspectiva qualitativa, unindo as abordagens para uma melhor compreensão do problema de pesquisa.

De acordo com Lüdke e André (2014), uma pesquisa qualitativa também se preocupa com o contexto em que os dados são coletados e com a experiência dos participantes. Para Bogdan e Biklen (1982), essa abordagem enfatiza a entrega de dados descritivos por meio de um contato direto com a situação científica, priorizando o processo ao invés do produto final e buscando retratar a perspectiva dos envolvidos:

A pesquisa qualitativa ou naturalística, segundo Bogdan e Biklen (1982), envolve a obtenção de dados descritivos, obtida no contato direto do pesquisador com a situação científica, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes (LÜDKE; ANDRÉ, 2014, p.14).

Dentro desse contexto, a pesquisa bibliográfica é uma modalidade de pesquisa qualitativa, pois envolve a análise e interpretação de conceitos, teorias e ideias extraídas de materiais já publicados, como livros, artigos científicos e outras fontes documentais. Tal metodologia busca sistematizar o conhecimento já existente sobre o tema estudado, permitindo que o pesquisador construa novas interpretações e compreensões a partir de uma base de dados previamente acumulada.

Assim, uma pesquisa bibliográfica vai além de uma simples coleta de informações; ela é um processo interpretativo, no qual o pesquisador analisa criticamente o conteúdo existente para desenvolver *insights* e argumentações pertinentes ao seu objeto de estudo.

Esta pesquisa utiliza o método bibliográfico, definido como um conjunto de procedimentos planejados para buscar soluções diretamente relacionadas ao objeto de estudo. Segundo Lima e Miotto (2007), enquanto a revisão de literatura é uma etapa preliminar e necessária, a pesquisa bibliográfica é uma sistematização organizada que visa responder às questões da pesquisa de forma direcionada.

Minayo (1994) complementa que a pesquisa é um processo contínuo, exigindo do pesquisador uma postura de busca teórica crítica e histórica. Essa abordagem pressupõe a compreensão de que a realidade social possui múltiplas camadas, sendo acessada por aproximações sucessivas.

A metodologia desta pesquisa foi desenvolvida em várias etapas, iniciando-se com a elaboração do projeto de pesquisa, onde foram definidos o tema e o problema central, além de estruturar-se um plano detalhado para abordar as questões levantadas. Este estudo direcionou-se para um programa que destaca causas da comunidade LGBTQIAPN+, com o objetivo de explorar a relevância da representatividade midiática. Com isso, estabeleceu-se o propósito de investigar as técnicas televisivas que contribuíram para o sucesso do programa "RuPaul's Drag Race", buscando entender como as estratégias de comunicação adotadas impulsionaram seu crescimento e sua importância sociopolítica e cultural.

Em seguida, passou-se à investigação das soluções, por meio de um levantamento e análise do material bibliográfico pertinente. Este processo considerou tanto a relevância das fontes quanto a profundidade das informações obtidas, conforme destacado por Lima e Miotto (2007). A seleção incluiu autores como Goldmark (2015) e Ward (2020), que discutiram a representatividade do programa, bem como especialistas em comunicação televisiva, tais como Brittos (2002) e Barcelos (2000), que forneceram insights sobre as técnicas de produção e a influência das redes sociais na expansão midiática. Além disso, um questionário foi aplicado aos telespectadores, complementando os dados com percepções diretas sobre o impacto do programa no público-alvo.

A análise explicativa das informações obtidas foi realizada através de uma abordagem crítica, visando conectar os aspectos técnicos das estratégias de comunicação com o impacto social do programa. Este exame detalhado permitiu a identificação de como as estratégias televisivas contribuíram para a inclusão de minorias em espaços midiáticos, anteriormente restritos. A fase de análise consolidou os principais dados e opiniões dos autores estudados, compondo uma narrativa coerente sobre o papel da comunicação na consolidação de "RuPaul's Drag Race" como um fenômeno cultural e mediático.

Por fim, a síntese dos achados foi realizada integrando a problemática de pesquisa com as soluções investigativas, oferecendo respostas fundamentadas sobre o crescimento do programa e sua importância cultural e política. O processo metodológico seguido não apenas atingiu os objetivos iniciais da pesquisa, como também forneceu uma base sólida para futuras investigações na área de comunicação. Essa abordagem, centrada na revisão crítica de literatura e coleta de dados sistemática, gerou contribuições relevantes que podem orientar outras

produções mediáticas voltadas para a inclusão e visibilidade de minorias em diferentes contextos globais.

4 ANÁLISE DE DADOS

Para a criação e análise dos dados, o presente trabalho aborda três pontos de vista que aderem e instruem a ideia principal do texto, a qual permeia o entendimento da importância da comunicação dentro do programa *Rupaul's Drag Race*, com o intuito de trazer para a discussão e comprovar o crescimento dado o seu poder de estratégia.

No primeiro momento, será apresentada uma linha do tempo, na qual será possível entender os números e índices disponíveis pelo site IMDB (domínio que faz uso de ranqueamento pelos telespectadores) de todas as temporadas dadas pelos telespectadores do programa mundialmente. Esta fase tem como intuito demonstrar a classificação das temporadas ao decorrer dos anos com enfoque na pesquisa qualitativa, não apenas visando o seu crescimento em espectadores.

Em segundo lugar, será trazido a discussão quatro comentários também encontrados no IMDB a respeito do programa, de forma a entender a importância do programa e como caracterizar seu crescimento a partir de seus telespectadores. Por fim, será colocada em pauta a pesquisa realizada pelo autor do estudo, de modo a trazer os dados importantes do público brasileiro também a pesquisa, enfatizando a relevância do programa no quesito comunicacional.

4.1 Linha do Tempo

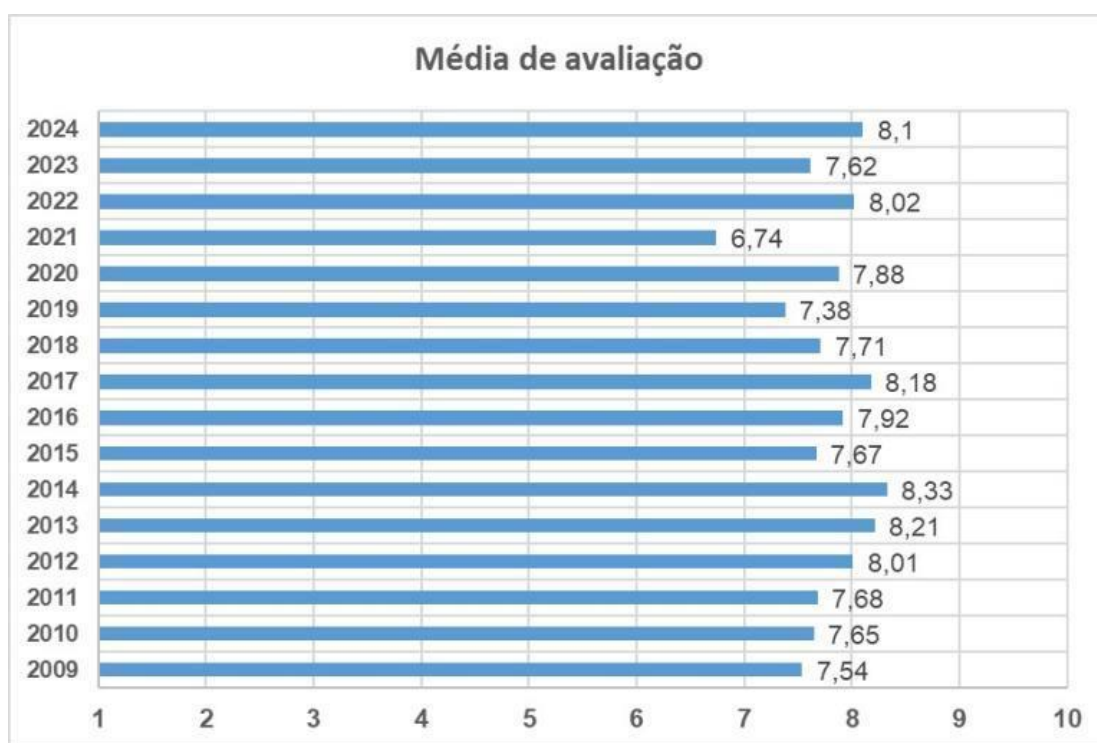
Para a criação do gráfico de avaliações e da linha do tempo, o estudo teve como principal enfoque as notas dos participantes no site IMDB, o qual tem a intenção de colocar em discussão as notas dos telespectadores acerca do programa a qual está sendo avaliado. Nesse sentido, ao analisar o gráfico, ele tem por razão demonstrar a real designação e importância do *reality* por temporada para a comunidade, levando em consideração não apenas o número de participantes, mas o impacto ao analisar estes números.

Ao analisar o gráfico de avaliações abaixo, é possível identificar que a temporada com maior pontuação é a sexta com uma média de 8,33, de um total de

10, a qual foi lançada em 2014 e contou com 6020 avaliações. Já a pior avaliada está a temporada 13 com 6,74 pontos e 11024 avaliações, lançada em 2021.

Todavia, ao analisar mais a fundo os dados, é possível observar que as últimas temporadas tiveram o maior número de telespectadores votantes, desse modo, fica amostra que o programa, mesmo com menores notas, possui um público mais forte nas temporadas mais novas. Com isso, é possível comprovar que seu crescimento é evidente e a participação do público acompanha de modo concomitante.

Imagem 1: Gráfico de avaliações Rupaul's Drag Race por temporada.



Fonte: Construído pelo autor.

Desse modo, é notório que as estratégias de comunicação do programa conseguiram fazer com que ele esteja ainda em vigor, já que até o presente ano, 2024, o *reality* faz sucesso e conta com quase 10 mil avaliações gerais pela comunidade, mesmo tendo acabado há seis meses.

Imagem 2: Linha do tempo de Rupaul's Drag Race X IMDB.



Fonte: Adaptado de IMDB 2024

Sendo assim, isso é de interesse e complementa o problema de pesquisa, a fim de revelar que o engajamento do público do programa cresce ao decorrer dos anos, ao entender que as temporadas mais recentes, como analisado na linha do tempo apresentada, possui mais que o dobro de análises que as temporadas antigas, mesmo que estas possuam notas maiores.

Paralelamente e comparando tais números, foi possível identificar que os primeiros posts, tanto no instagram quanto no youtube do *reality* show começaram a ser feitos em 2012. Entretanto, as postagens a respeito das temporadas, utilizando as estratégias de comunicação foram realmente iniciadas na temporada 5, em 2013, o que acaba indo de encontro com o crescimento dos indicadores e votantes encontradas no comparativo do gráfico.

Não obstante, foi constatado também que as propagandas apelativas das temporadas começaram a partir deste momento, de modo a trazer suspense dos participantes, resumos das provas, vídeos e cortes do que os espectadores poderiam esperar, indo de encontro com o que o programa quer passar. Impulsionando, ainda mais, as estratégias existentes e que serão abordadas tanto no questionário quanto nos comentários do público.

4.2 Comentários dos telespectadores

Para o segundo momento, o presente trabalho contou com a retirada de quatro avaliações feitas por fãs do show também no site IMDB. Esta seção tem o intuito de trazer diferentes pontos de vista sobre o programa em diferentes anos a fim de contemplar a opinião do público fora do Brasil.

Conforme descrito na citação de um fã, a seguir, datada de julho de 2024, ele compartilha sua perspectiva sobre o crescimento do programa. Como fã fervoroso da vibração artística do show, ele reconhece seus altos e baixos, destacando que, para quem busca um programa que represente a cultura pop gay, a estética drag, com drama e reviravoltas, este é o programa ideal. O autor também observa que, embora muitos fãs prefiram as temporadas antigas, isso reflete uma época em que a TV era vista de forma mais "descartável" (no melhor sentido), enquanto o sucesso das novas temporadas evidencia a capacidade do reality de se manter relevante.

Este programa expõe o ingrediente fundamental para qualquer reality show de sucesso: o aspecto performativo (também conhecido como "queerness").

Como um fã eterno e enfeitiçado pelo clima multartístico deste programa, reconheço seus altos e baixos. Se você gosta de uma competição de reality show de longa duração, com uma mistura de drama fabricado, cultura pop gay, estética drag, reviravoltas infinitas e vários desafios que testam suas habilidades como um artista completo, aproveite a jornada e seja bem-vindo ao que é ser uma drag queen (de uma maneira mais idealizada). Mais focado no glamour, este show é melhor quando se trata de te encantar com o universo drag. Afinal, é um reality show de Hollywood, então não espere ser totalmente educado por ele.

Alguns dizem que o auge de Drag Race foi nas primeiras seis temporadas, mas, honestamente, não eram todos os reality shows melhores naquela época? Quando a TV era mais "trash" (no melhor sentido), implacável e parecia um mundo desligado das consequências reais? É apenas a evolução natural da consciência da humanidade, e elogios a Drag Race por continuar reinventando seu formato para manter a relevância e a empolgação. Às vezes, funciona e, às vezes, não, mas pelo menos eles estão tentando. (IMDB, 2024, tradução nossa).

Concomitantemente aos comentários que evidenciam o programa, como o anterior, em outros é possível ter críticas construtivas. Neste próximo excerto que, possui nota 7 o autor discorre que o show é incrível e, mesmo que você não goste de drag, você vai amar o show, além disso, a persona traz que começou a assistir por amigos e acabou amando, e que, mesmo que você não seja fã de drag, ele recomenda.

Mesmo que você não goste de drag, vai adorar o programa.

Este show é incrível. Ele reúne glamour, figurinos impressionantes, pessoas talentosas, humor e muito drama e provocações.

Comecei a assistir porque um amigo me recomendou e, no começo, fiquei hesitante. Eu não era necessariamente fã de drag, mas assisti mesmo assim, e posso dizer que foi uma decisão muito acertada.

Me apaixonei pelo drag, mas o programa é muito mais do que isso. As pessoas têm personalidades incríveis, é muito divertido e continua surpreendendo.

Mesmo que você não seja fã de drag, recomendo este show. (IMDB, 2024, tradução nossa).

Os dois últimos comentários foram feitos por espectadoras fora do universo LGBTQIAPN+, mas que apreciaram profundamente o programa e o recomendam. Em uma das citações, uma espectadora afirma que é um dos melhores reality shows que já viu; para quem gosta de moda, maquiagem e cultura pop, o programa é interessante desde o início, mas vai além disso, abordando temas como vida, paternidade, amizade e amor. Ela comenta que o show a faz sentir-se "fabulosa", mencionando que é casada e mãe de três filhos.

Show fantástico em tantos níveis

Este é um grande show. Um dos melhores reality shows que já vi. Aqueles que têm interesse em moda, maquiagem e cultura pop vão achar interessante de imediato, mas, além do óbvio, você encontrará um programa que faz você pensar sobre a vida, sobre parentalidade, sobre amizade e sobre o amor. É realmente maravilhoso ver essas pessoas incrivelmente talentosas que passaram por tempos difíceis, mas que ainda conseguem encontrar alegria e beleza na vida.

Dizem que o Drag é a arte da ilusão. E a ilusão não é um tema fantástico? Filmes como "O Labirinto do Fauno" e "Você Vai Conhecer o Homem dos Seus Sonhos" me fazem pensar assim. Para mim, esse tipo de arte pode ser apreciado em muitos níveis, e assistir a esse show me faz sentir que eu também poderia ser ou me sentir fabuloso.

(Sou casado, com três filhos, só para constar!) (IMDB, 2024, tradução nossa).

De forma semelhante, a outra citação, de uma mulher heterossexual de 66 anos, descreve seu amor pelo programa, apesar de normalmente detestar reality shows. Ela observa que o show vai além de moda e feminilidade, explorando também temas como família, cultura, autorrealização, positividade corporal e amor. Embora mencione não reconhecer alguns jurados por conta de sua idade e não apreciar certos conflitos entre participantes, ela destaca o quanto o programa e seu anfitrião, RuPaul Charles, são cativantes e envolventes.

Mulher hétero de 66 anos, casada e raramente assiste TV ADORA esse programa!

Primeiro, deixe-me esclarecer: eu DETESTO reality shows na maior parte do tempo. Acho que eles são humilhantes para os participantes despreparados e degradantes para nossa sociedade. (Vide nosso terrível 45º presidente!) Mas tenho uma curiosidade externa sobre moda, então gostei das primeiras temporadas de Project Runway. Assisti uma temporada de America's Next Top Model e fiquei chocada com a falta de inteligência das modelos e o quanto o programa era sem graça. Depois disso, foi o suficiente para mim—praticamente nem assisto programas de entrevista noturnos. Mesmo assim,

fiquei impressionada com Ru Paul em algumas de suas primeiras aparições na TV, então decidi dar uma olhada em Drag Race. Caramba, fiquei viciada rapidamente! Comecei desde a primeira temporada e agora estou na sétima. A menos que perca totalmente o rumo, pretendo assistir até o final.

O que faz o show é o próprio Ru Paul: ele é muito inteligente, criativo, culto, incrivelmente engraçado, de coração generoso, autocrítico, espiritual (já vi algumas de suas palestras) — e, o que é refrescante, humilde, considerando sua beleza inegável, glamour, senso de moda e sua ascensão meteórica à fama. Curiosamente, para mim, que normalmente detesto trocadilhos, gosto muito do jeito que ele brinca com as palavras, pois ele os lança com muita rapidez e timing impecável, usando uma gama ampla de referências. Seu diálogo com os outros jurados (todas pessoas doces, com a notável exceção da estranhamente amarga, inconsistente e desagradável Michelle Visage) também destaca seu humor afiado. E quando ele ouve atentamente uma queen especialmente desarticulada ou ingênua na sala de trabalho, ele tem uma expressão de “huh” que acaba com elas de uma forma brutalmente honesta, sem ser maldoso. Mesmo quando perde a paciência (raramente), é sempre de forma controlada e justificada.

Por quem Ru Paul é como pessoa e pelo tom que ele define de maneira consistente, esse programa é sobre muito mais do que drag queens ou pessoas LGBTQ+. Claro, é sobre competição, performance, moda e (exagero de) feminilidade, mas também é sobre família, amizade, cultura, autoaceitação, positividade corporal e amor.

Acho que a única coisa que me incomoda um pouco no programa é que, na maioria das vezes, nunca ouvi falar dos jurados celebridades. Mas, afinal, sou uma pessoa de 66 anos que quase não assiste TV, então isso não diminui minha avaliação nem em uma estrela. Ah, e há algumas provocações entre as queens que o espectador tem que tolerar — mas suponho que isso conte como “humor sarcástico” hoje em dia: afinal, são todas adultas. (IMDB, 2024, tradução nossa).

Desse modo, ao analisar os quatro comentários anteriores, as opiniões dos telespectadores vão de encontro ao trazidos nas seções anteriores, em que, independentemente das opiniões sobre o envelhecimento do programa, o seu engajamento e sucesso encontram com as estratégias de comunicação, visto que, o intuito do programa ultrapassa apenas entretenimento. Para essa comprovação, todos os quatro comentários exemplificam o enfoque do programa, os temas e a cultura evidenciada durante os episódios, independentemente dos anos que foram feitos.

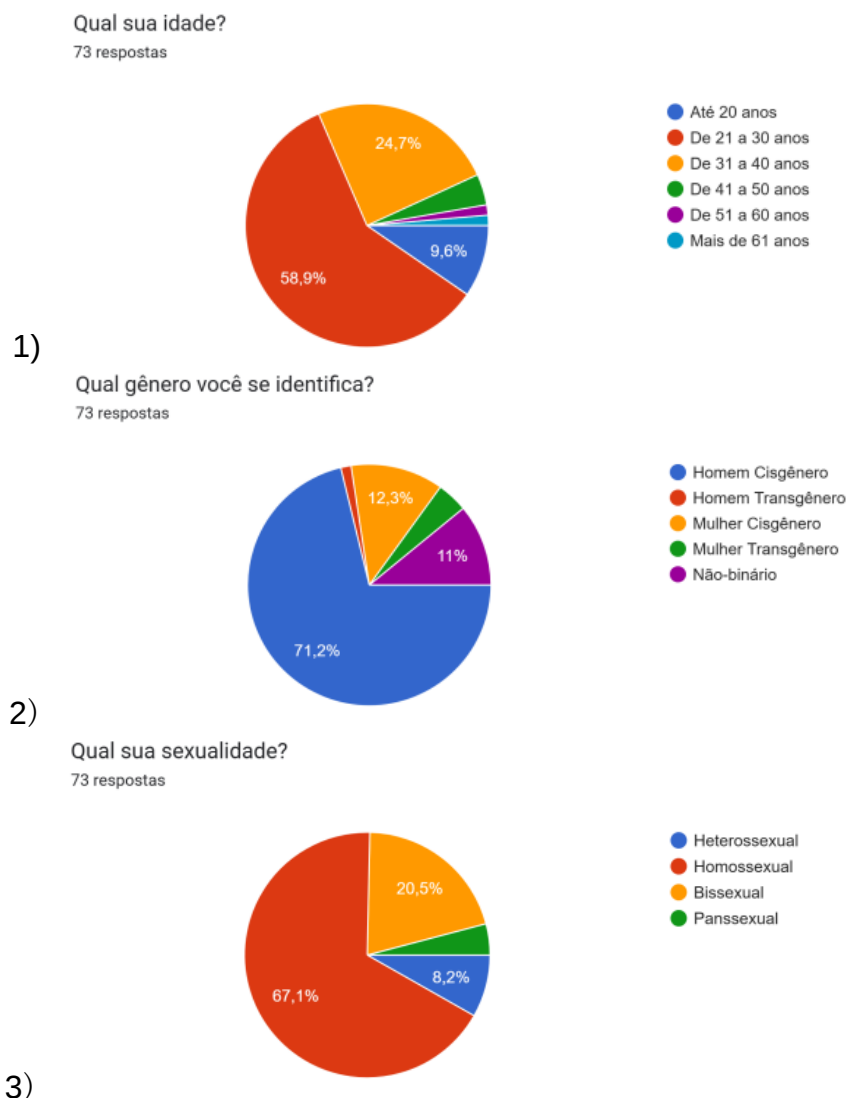
4.2 Pesquisa com o público brasileiro

Para finalizar a análise de dados, foi construído um questionário com 15 perguntas divididas em três seções: dados demográficos, conhecimento sobre o programa e entendimento da comunicação do programa.

Nos dados demográficos (imagem 2), participaram 73 respondentes. A maioria, 58,9%, tem entre 21 e 30 anos, seguida por 24,7% entre 31 e 40 anos, e os demais distribuídos em faixas etárias menores. Quanto ao gênero, 71,2% são

homens cisgêneros, 12,3% mulheres cisgênero, 11% não binários, 4,1% mulheres transgênero e 1,4% homens transgênero. Em relação à orientação sexual, 67,1% são homossexuais, 20,5% bissexuais, 8,2% heterossexuais e 4,1% panssexuais.

Imagem 3: Gráficos demográficos da pesquisa. 1) Idade; 2) Gênero, e; 3) Sexualidade.



Fonte: Retirado dos resultados do formulário

Partindo para a análise dos dados de conhecimento, os dados mostraram que, dos 73 respondentes, 34 conheceram o programa pelas redes sociais, 9 pela televisão, 14 por plataformas de streaming, 15 por amigos ou familiares, e 1 pesquisando temas LGBTQIAPN+. Atualmente, 60,3% acompanham o programa pelas redes sociais de fãs-clubes, 31,5% pelas redes oficiais do programa e 8,2% por sites ou streaming. A maioria começou a assistir em 2015 e 2018, e 60% já

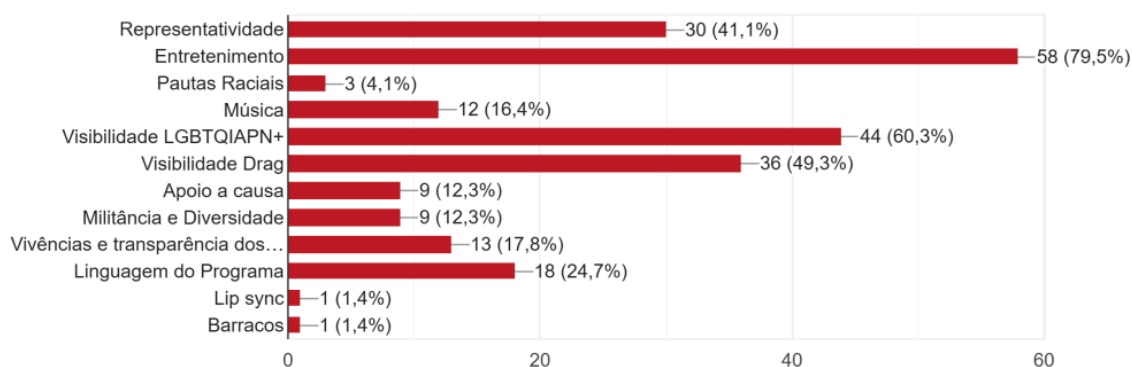
assistiram todas as 16 temporadas, com mais de 90% tendo visto mais de 10 temporadas.

Dos 73, 65 ainda acompanham o programa, enquanto 8 pararam. Os que continuam mencionam pautas LGBTQIAPN+, arte drag, entretenimento e linguagem do programa. Já os que deixaram de assistir apontam queda na qualidade, favoritismo e repetição de temas como fatores desmotivadores. Assim, percebe-se que aspectos como repetição de desafios e temas podem ser atrativos para alguns e desmotivadores para outros, dividindo a audiência.

Finalmente, ao explorar as razões para assistirem RuPaul's Drag Race, 63% destacaram as pautas, 30,1% a inclusão, 49,3% a representatividade, 34,2% a importância social, 46,6% a linguagem, 20,5% a cinematografia, 58,9% a estética, e 8,4% mencionaram curiosidades, indicações, arte drag e drama.

Na última seção do questionário, o autor buscou entender a importância da comunicação e das estratégias do programa. Como mostra a figura 9, os pontos fortes destacados pelos respondentes foram: entretenimento (79,5%), visibilidade LGBTQIAPN+ (60,3%), representatividade (41,1%), vivências e transparência dos participantes (17,8%), linguagem do programa (24,7%), pautas raciais (4,1%), música (16,4%), apoio à causa e diversidade (12,3%), e, com 2,8%, dublagens e desavenças.

Imagem 4: Pontos fortes do programa



Fonte: Retirado dos resultados do formulário

Continuando esta última seção, o questionário trouxe em pauta a importância do programa para o público LGBTQIAPN+, para o pioneirismo responsável pelo crescimento dessas pautas mundialmente e para a comunicação e posicionamento sociopolítico cultural. Como analisado nos gráficos disponíveis na imagem 10, é notório que 100% dos votos tem uma análise de neutra à muito positiva,

sendo que mais de 80% descrevem o programa como importante ou muito importante para ambos os pontos.

O autor questionou o que os entrevistados sentem falta no programa, com a maioria mencionando a necessidade de abordar temas como xenofobia e a importância de outros países. Também foram citados temas como drag kings, transição de gênero, originalidade, novas abordagens em desafios, religião e histórias de mulheres cisgêneras ou homoafetivas, que até o momento receberam pouca atenção.

A análise dos comentários no IMDB confirma os resultados obtidos, indicando que o público está dividido quanto à relevância e continuidade do programa. No entanto, o público aprecia a forma como a comunicação e a linguagem são trabalhadas pelos participantes, aspecto que contribuiu para a longevidade do programa, ativo há mais de 15 anos.

As estratégias de transparência, linguagem, cinematografia, conexão com o público e temas sociopolíticos, especialmente após 2012, impulsionaram o engajamento e o crescimento do programa, atraindo espectadores além do público-alvo e reforçando sua importância cultural e sociopolítica, como evidenciam os comentários e respostas analisados.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo investigar o crescimento do programa *Rupaul's Drag Race* a partir do uso das estratégias de comunicação empregadas, e sua importância sociopolítica cultural. Desse modo, os resultados das pesquisas indicam que seu crescimento é notório, visto que o engajamento e a utilização das técnicas comunicacionais impulsionaram o aumento de novos espectadores.

Além disso, tais descobertas tornam-se relevantes, pois sugerem que a necessidade de programas terem preocupações tanto com postagens em redes sociais, mas principalmente o pertencimento junto ao público e conhecer o nicho em que se encontra, aumente consideravelmente as indicações, o engajamento e o seu *ibope*. Desse modo, como retratado nas pesquisas, pode-se concluir que sua importância sociopolítica e cultural, as pautas e as necessidades trazidas pelo programa como métodos de estratégias, as postagens em redes sociais e o sentimento de pertencimento e transparência do *reality* para com o público, fazem

com que seu sucesso continue ainda hoje nas telas e streamings de todo o mundo, independentemente de seu nicho LGBTQIAPN+.

Apesar de tais resultados também indicarem melhorias remanescentes, como as trazidas no questionário avaliado pelo público brasileiro, isto indica necessidades para trabalhos futuros, onde, seria ideal trazer estudos voltadas para outras franquias, além de apenas a estadunidense, buscando novos conteúdos e horizontes. Nesse sentido, ao aliar entretenimento e estratégias comunicacionais, programas conseguem chegar ao seu auge, mesmo com críticas e baixas em *rankings*, visto que dados como o engajamento e as estratégias são tão importantes quanto a melhoria contínua do produto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARCELOS, CLÁUDIA. **COMUNICAÇÃO E MEDICAÇÕES CULTURAIS**. 2000.

BODGAN, R.; BIKLEN, S.K. **Qualitative research for education**. Boston: Allyn and Bacon, Inc., 1982.

BRITTOS, VALÉRIO. **As estratégias televisivas em tempos de *reality-shows***. São Leopoldo, 2002.

FARIAS, PEDRO. **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS: Uma análise do Globoplay no Instagram**. Porto Alegre, 2021.

GOLDMARK, MATTHEW. **NATIONAL DRAG**. The Language of Inclusion in Rupaul's Drag Race. Carolina do Norte, 2015.

LIMA, Telma. MIOTO, Regina. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Santa Catarina, 2007.

LOPES, HENRIQUE. **Internet, redes sociais e a construção do debate das minorias**. Curitiba, 2020.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. 2ª edição. Rio de Janeiro: E.P.U., 2014.

MINAYO, M. C. Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social. In: __. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 09-30.

PEREZ, RAFAEL. **El estado del arte en la Comunicación Estratégica**. Madrid, 2012.

POPE, Catherine; MAYS, Nicholas. **Pesquisa qualitativa na atenção à saúde**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

ROCHA, Debora. **Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão**. Brasília, 2009.

RuPaul's Drag Race (TV Series 2009–) - User reviews - IMDb. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt1353056/reviews/>>. Acesso em: 27 out. 2024.

RuPaul's Drag Race (TV Series 2009–) - Episode list - IMDb. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt1353056/episodes/?ref_=tt_eps_sm>. Acesso em: 27 out. 2024.

SOUSA, DE AMÉRICO. **Estratégias para uma comunicação influente**. Corvilhã, 2000.

SOUZA, RAFAEL. **O FUTURO JÁ COMEÇOU?: televisão, streaming e o conjunto de estratégias da Globo em busca de uma nova plataforma de público com o Globoplay**. Recife, 2022.

WARD, JONATHAN. **Serving 'Reality' Television 'Realness'**: Reading RuPaul's Drag Race and its Construction of Reality. Norwich, 2020.

APÊNDICE A

Rupaul's Drag Race: um questionário comunicacional.

Questão 1: Qual sua idade?

- ☐ A. Até 20 anos
- ☐ B. De 21 a 30 anos
- ☐ C. De 31 a 40 anos
- ☐ D. De 41 a 50 anos
- ☐ E. De 51 a 60 anos
- ☐ F. Mais de 61 anos

Questão 2: Qual gênero você se identifica?

- ☐ A. Homem Cisgênero
- ☐ B. Homem Transgênero
- ☐ C. Mulher Cisgênero
- ☐ D. Mulher Transgênero
- ☐ E. Não-binário

Questão 3: Qual sua sexualidade?

- ☐ A. Heterossexual
- ☐ B. Homossexual
- ☐ C. Bissexual
- ☐ D. Panssexual
- ☐ F. Outros: _____

Questão 4: Por qual meio de comunicação você conheceu o programa?

- ☐ A. Redes Sociais (Exemplo: Youtube, Instagram, Facebook, Telegram e X)
- ☐ B. Televisão
- ☐ C. Plataformas de streaming (Exemplo: Netflix, Amazon, Paramount+, etc)
- ☐ D. Outros: _____

Questão 5: Em que ano você começou a assistir o programa?

- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020

- 2021
- 2022
- 2023
- 2024

Questão 6: Justique a resposta da pergunta acima

Exemplo: Sim - Porque o programa me trouxe discussões e reflexões sociais importantes e entretenimento de qualidade excepcional com foco no publico LGBTQIAPN+; Não - Porque o programa se tornou cansativo e deixou de apresentar conteudos relevantes e de interesse LGBTQIAPN+;

Questão 7: Por onde você mais acompanha as notícias e novidades sobre o programa?

- ☐ A. Redes Sociais oficiais (Exemplo: Instagram, Facebook, Youtube e X)
- ☐ B. Redes Sociais de fã clube (Exemplo: Tela Queer, ShantayFicaGay, DragRace.Central, Untuck3d, Tinar, etc)
- ☐ C. Sites de notícias (Exemplo: Capricho, CinePop, iG Queer, O Globo, Omelete, etc)
- ☐ D. Não assisto mais o programa.
- ☐ F. Outros: _____

Questão 8: Quantas temporadas de Rupaul's Drag Race USA você assistiu?

- ☐ A. De 1 a 3 temporadas
- ☐ B. De 4 a 6 temporadas
- ☐ C. De 7 a 9 temporadas
- ☐ D. De 10 a 13 temporadas
- ☐ E. De 14 a 15 temporadas
- ☐ F. Todas as 16 temporadas

Questão 9: O que te levou a assistir Rupaul's Drag Race?

Observação: Assinale até 3 alternativas.

- ☐ Pautas LGBTQIAPN+
- ☐ Inclusão
- ☐ Representatividade
- ☐ Importância social
- ☐ Linguagem do programa
- ☐ Cinematografia (Qualidade visual)
- ☐ Estética do programa (Cenários, figurinos, iluminação, musicas)
- ☐ Outros: _____

Questão 9: Assinale os itens que mais representam os pontos fortes da comunicação do programa para você:

Observação: Assinale até 3 alternativas.

- ☐ Representatividade
- ☐ Entretenimento
- ☐ Pautas Raciais
- ☐ Música
- ☐ Visibilidade LGBTQIAPN+
- ☐ Visibilidade Drag
- ☐ Apoio a causa
- ☐ Militância e Diversidade
- ☐ Vivências e transparência dos participantes
- ☐ Linguagem do Programa
- ☐ Outros: _____

Questão 10: Considera importante o programa para o público LGTQIAPN+ que o assiste?

1 – Sem importância 2 3 4 5 – Muito Importante

Questão 11: Considera importante e relevante o pioneirismo do programa para o crescimento das pautas LGBTQIAPN+?

1 – Sem importância 2 3 4 5 – Muito Importante

Questão 12: Considera importante as pautas sociopolítico culturais apresentadas nos episódios?

1 – Sem importância 2 3 4 5 – Muito Importante

Questão 13: Que tipos de comunicação, temas, pautas e/ou afins você sente falta no programa?
