

---

## Apropriações do canal “Para Tudo” de Lorelay Fox por espectadores de Chapecó/SC<sup>1</sup>

Igor Augusto BATISTELLO<sup>2</sup>  
Suéllen Roberta Bourscheid KOCH<sup>3</sup>  
Dafne Reis Pedroso da SILVA<sup>4</sup>

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, SC

### RESUMO

O seguinte artigo tem como base de pesquisa a recepção do canal “Para Tudo” na cidade de Chapecó/SC, com objetivo de traçar o perfil desses espectadores, bem como suas relações, percepções e opiniões sobre o conteúdo veiculado. Pesquisa desenvolvida com base nos seguintes conceitos: Drag Queens, Consumo, Recepção, Convergência e Cidadania. Na coletas de dados há aplicação de um questionário de cunho quantitativo e a realização de um grupo focal, de resultados qualitativos. Obteve-se 34 respostas, com maioria do público sendo jovem e mulher, e a grande fatia pertence à comunidade LGBT. Além disso, observou-se uma relação de proximidade, admiração e identificação entre os espectadores e a drag queen, e de que o canal colabora para um processo de aprendizado e cidadania comunicativa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Drag Queen; Recepção; Espectador; YouTube; Chapecó/SC.

### 1 Introdução

O consumo midiático, principalmente audiovisual, vem crescendo na internet, especialmente em canais no YouTube. Em meio a essa plataforma midiática, existe o canal “Para Tudo” da *drag queen* brasileira Lorelay Fox, interpretada pelo publicitário Danilo Dabague, no qual aborda, além do universo *drag*, assuntos de reflexões sobre de gênero, minorias, etc. O canal surgiu em março de 2015 e conta com mais de 360 mil inscritos. Além do YouTube, Lorelay está presente no Facebook com 34 mil likes,

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

<sup>2</sup>Acadêmico do 7º período de Publicidade e Propaganda da Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó. e-mail: igoraugusto@unochapeco.edu.br.

<sup>3</sup>Acadêmica do 7º período de Publicidade e Propaganda da Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó. e-mail: suellen.roberta@unochapeco.edu.br.

<sup>4</sup>Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2013), com Doutorado Sanduiche no Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel - Sorbonne Nouvelle - Paris III e docente da ACSA/Unochapecó. e-mail: dafnepedroso@unochapeco.edu.br.

---

no Instagram com 184 mil seguidores e no Twitter com 45 mil seguidores, todas essas mídias com vínculo ao canal.

Após uma visita à cidade de Chapecó/SC, em 22 de setembro de 2017, onde a Youtuber realizou uma palestra na semana acadêmica dos cursos de comunicação e design da Unochapecó, com o tema “Criatividade, influenciadores e marcas” e performou na festa do evento, percebeu-se a existência de um público significativo e engajado na cidade. A partir dessa constatação, construiu-se a problemática dessa pesquisa, com o objetivo geral de estudar a recepção do conteúdo do canal “Para Tudo”, de Lorelay Fox, por espectadores de Chapecó/SC. Como objetivos específicos tem-se: traçar o perfil dos espectadores, sua relação com o canal/Youtuber, além de buscar percepções e opiniões sobre o conteúdo veiculado no canal.

A justificativa científica se dá por suas distinções a pesquisas anteriores. Na questão de pesquisas realizadas na Unochapecó, com relação à temática *drag queen*, encontramos duas pesquisas de Roberta Santin Ribeiro “Drag Queens e design de personagem: uma análise entre as finalistas da sexta temporada de Rupaul’s Drag Race” (2015) e “Mapeamento de processos de montagem das Drag Queens brasileiras” (2016). E, após busca no Google Acadêmico com as seguintes palavras chave: *drag queens*, recepção, espectador e YouTube, encontramos cerca de 93 resultados, dos quais destacamos como referência “Drag Queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas” de Igor Amanajás (2014) e “Telas de glitter: o poder das drag queens na cultura da mídia” de Livia Pereira (2017), que se aproximam por tratar do tema *drag queen*, traçando um percurso pela história de suas lutas ou aparições nas mídias. Nossa investigação se diferencia pelo fato de que tratamos do fenômeno pelo viés do espectador local, com foco principal no canal “Para Tudo”, de Lorelay Fox.

## **2 Contextualização**

As *drag queens* não são um fenômeno recente. Ao longo dos anos, podemos ver aparições claras e fortes dessas personagens artísticas no mundo todo, e toda

---

contribuição que deram em favor, principalmente ao público LGBT<sup>5</sup>, “(...) uma vez que ser artista é, em si, um ato político e social, mesmo que não intencional, a *drag queen* despontou com um dos maiores símbolos da luta pelos direitos gays.” (AMANAJÁS, 2014, p. 18). Conforme Amanajás (2014, p. 22), “A drag queen se torna uma figura pioneira e confrontativa, rompendo barreiras e desafiando o senso comum.” Podemos, assim, perceber que o indivíduo *drag queen* de certa maneira “foge” dos padrões que nos são impostos pela sociedade. Entretanto, nota-se mudanças marcantes na contramão dessa perspectiva.

As *drag queens* brasileiras vêm tomando grande espaço nas mídias, seja através de suas performances, contas em mídias sociais, ou como cantoras, como é o caso de Lia Clark, Gloria Groove e Pablllo Vittar, por exemplo. Artistas estas que agora aparecem não somente pelo fato de se montarem, de serem *drag queens*, mas também pelo seu talento musical e performático, como a própria Lorelay nos fala no vídeo “Opinião sobre PABLLO VITTAR<sup>6</sup>” em seu canal: “(...) estar em um lugar, sendo *drag*, sem que o principal motivo de você estar lá seja você ser *drag*. Ou melhor, Pablllo estava na televisão, não porque ele era uma *drag*, mas porque ele é um cantor.” (FOX, 2017). O grande sucesso que essas artistas vêm alcançando contribui para que a causa seja mais vista e que temas ligados principalmente ao público LGBT e minorias sejam discutidos em programas de grande audiência, onde anos atrás eram vetados.

Podemos citar outras famosas *drag queens* brasileiras, como Marcia Pantera, Vera Verão, Nany People, Isabelita dos Patins (natural da Argentina) e Silvetty Montilla, como alguns dos grandes sucessos artísticos e televisivos do país. Esta última, por exemplo, é apresentadora do *reality show* “Academia de Drags<sup>7</sup>” veiculado

---

<sup>5</sup> LGBT (ou LGBTTT) “é a sigla de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros, que consistem em diferentes tipos de orientações sexuais. também é utilizada como nome de um movimento que luta pelos direitos dos homossexuais e, principalmente, contra a homofobia.” Disponível em: <<https://www.significados.com.br/lgbt/>>. Acesso em: 14 nov. de 2017. “Atualmente, a sigla LGBT é utilizada pelo movimento social brasileiro e por entidades governamentais, como conselhos e secretarias, nos três âmbitos da federação.” Disponível em: <<http://ggemis.blogspot.com.br/2014/08/lgbt-lgbti-lgbtq-ou-o-que.html>>. Acesso em: 15 nov. 2017

<sup>6</sup> PARA TUDO. Opinião sobre PABLLO VITTAR - Lorelay Fox. **YouTube**, 4 ago. de 2017. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=AzE\\_D5YPP7M](https://www.youtube.com/watch?v=AzE_D5YPP7M)>. Acesso em: 12 out. de 2017.

<sup>7</sup> Na descrição “Em busca da Drag Queen mais completa com muito babado e diversão!” Disponível em: <[https://www.youtube.com/user/academiadedrags/about?disable\\_polymer=1](https://www.youtube.com/user/academiadedrags/about?disable_polymer=1)>. Acesso em: 12 out de 2017.

---

no YouTube e inspirado no *reality show* americano *RuPaul's Drag Race*. O *reality show* americano surgiu em meados de 2009 e “foi o primeiro programa criado para mostrar o universo *drag queen*” (RIBEIRO 2015, p. 2).

Tem-se como base deste estudo a plataforma do YouTube com forte caráter de disseminação de informações. Ao realizar uma pesquisa superficial na plataforma, encontramos pelo menos seis canais em alta onde o assunto é sobre ou a apresentação do canal é feita por uma *drag queen*: “Rebecca Foxx” (58 mil inscritos); “Penelopy Jean” (58 mil inscritos); “Drag-se” (52 mil inscritos); “Tempero Drag” (23 mil inscritos); “Academia de Drags” (59 mil inscritos) e o canal objeto do estudo, o “Para Tudo”, de Lorelay Fox (360 mil inscritos), que desponta como primeiro colocado na pesquisa e com maior número de inscritos entre os demais canais citados.

## 2.1 “Meu nome é Lorelay Fox e é nessa que eu vou”

Nesse sentido, o canal Para Tudo, como objeto de referência, não é somente para traçar um perfil de espectador, mas para entender a força e toda repercussão que estão tendo os assuntos tratados por Lorelay, que performa seu personagem, mas quando necessário “se desmonta” e fala então como Danilo. Sendo que, em entrevista para o canal Meio & Mensagem<sup>8</sup>, Lorelay diz que o grande diferencial do seu canal é tratar de assuntos delicados e polêmicos do nosso dia a dia, principalmente da comunidade LGBT, de maneira clara e bem humorada, esclarecendo dúvidas e muitas vezes nos fazendo refletir sobre assuntos que já tínhamos por encerrado em nosso entendimento e, acima de tudo, como a própria declara na mesma entrevista, dá voz àqueles que não têm: “E eu acho que é isso que eu venho fazendo e tentando representar todo mundo que não consegue levantar a voz. Acho que esse é o grande diferencial dos canais de minoria no YouTube.” (MEIO&MENSAGEM, 2017).

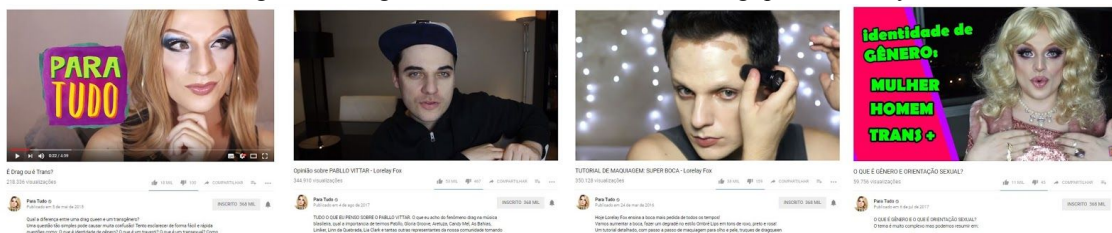
O primeiro vídeo foi um tutorial de maquiagem *drag queen*. Lorelay continuou, sim, tratando de assuntos como a estética e montagem de uma *drag*, mas também percebeu em seu canal uma grande força para tratar de outros assuntos.

---

<sup>8</sup> Vídeo "Marcas têm medo de se assumir", onde a “Youtuber e drag queen Lorelay Fox fala sobre diversidade, relação de marcas com LGBTs e seu processo criativo como produtora de conteúdo.” conforme descrição do vídeo, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xHI9PM7IAEI>>. Acesso em: 12 out de 2017.

Para Jenkins, “O Youtube emergiu como um site fundamental para produção e distribuição da mídia alternativa”. Além disso, “ter um site compartilhado significa que essas produções obtêm uma visibilidade muito maior do que teriam se fossem distribuídas por portais separados e isolados”. Lorelay se enquadra no pensamento de Jenkins quando produz um conteúdo formulado, carregado de informações e conhecimento, de modo a contribuir com a visibilidade desses assuntos, fazendo com que o canal ganhe força, pois “(...) o YouTube representa o encontro entre uma série de comunidades alternativas diversas, cada uma delas produzindo mídia independente há algum tempo, mas agora reunidas por esse portal compartilhado”. (JENKINS, 2009, p. 348).

Figura 4: Imagens do canal “Para Tudo” da drag queen Lorelay Fox



Fonte: *prints* dos vídeos de Lorelay elaborado pelos autores (2017).

### 3 Consumo, Convergência, Recepção e Cidadania

Para Canclini (2006, p. 60), “o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Tornando aqui o conteúdo do canal “Para Tudo” um produto midiático, podemos relacionar aos processos socioculturais em que os espectadores dele fazem apropriações e usos. Sendo assim, os espectadores não só “consomem”, mas também se apropriam do produto ofertado pelo canal, como Canclini (2006, p. 70) nos fala: “(...) o consumo é visto não como mera posse individual de objetos isolados, mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas, que servem para enviar e receber mensagens.” Esses consumidores podem se identificar e se integrar a um canal consumindo e reproduzindo os assuntos nele tratados.

---

A produção desse tipo de conteúdo parece demonstrar que há uma demanda por parte de um público que busca representação e identificação. Conforme Jenkins (2009, p. 30), “O consumo tornou-se um processo coletivo”. Uma das características para diferenciação de audiência é a forma discursiva. Logo, para estudar a recepção dos espectadores, aborda-se esse elemento nas mensagens repassadas. “Devemos reconhecer que a forma discursiva da mensagem tem uma posição privilegiada na troca comunicativa (do ponto de vista da circulação).” (HALL, 2003, p. 388). Sendo assim, a distribuição do conteúdo do canal torna a circulação mais fluída pelo fato de tratar de assuntos que atendam a demanda desses consumidores e, ainda, pela forma discursiva que Lorelay se utiliza para com essa audiência, um discurso claro e bem humorado.

A mensagem a ser emitida deve fazer sentido e ter algum significado para o receptor. “Antes que essa mensagem possa ter um ‘efeito’ (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma ‘necessidade’ ou tenha um ‘uso’ deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada” (HALL, 2003, p. 390). As milhares de pessoas que acompanham o canal compartilham os conteúdos e constituem uma comunidade a partir desse canal. Com essa participação dos consumidores, ocorre uma integração social naquele meio, convergindo interesses, conteúdos e discursos a partir de um mesmo ponto. Como defende Jenkins, “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”. (JENKINS, 2009, p. 30).

Soma-se a isso a percepção de Jenkins sobre as comunidades que se formam em torno de determinados assuntos. “Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa, e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades.” (JENKINS, 2009, p. 30). As ideias trazidas e defendidas por Hall e Jenkins atualizam o ultrapassado fluxo de comunicação emissor-mensagem-receptor.

---

Bonin e Saggin (2016) utilizam o conceito de recepção com intuito de atualizá-lo, dando ênfase à cidadania comunicativa como resultado, onde esses mesmos receptores passam a possuir um papel cada vez mais participativo na sociedade através dos atuais processos de produção comunicativa. “(...) Inauguram-se novas formas de participação, compartilhamento e geração de produtos culturais digitalizados que levam a uma redefinição do lugar dos sujeitos, tradicionalmente denominados de *receptores*, nos processos midiáticos”. (Bonin e Saggin, 2016, p.2)

Podemos trazer aqui o canal “Para Tudo” como meio transformador e inspirador para esses sujeitos, onde Lorelay traz à tona debates e assuntos que essas pessoas vivenciam no seu dia a dia e lutam para que tenham visibilidade em meio à sociedade. “As redes digitais de comunicação, a partir de suas utilizações estratégicas colaboram para a emergência, nos sujeitos engajados nos movimentos sociais e na sociedade como um todo, de novas culturas cívicas e de cidadania (...)” (BONIN; SAGGIN, 2016, p. 7). Fazendo a ‘utilização estratégica’ da plataforma Youtube para disseminar e dar visibilidade às minorias.

Se percebe a importância de canais como o de Lorelay, que despertam reflexões e inspiram esses indivíduos para um exercício ativo de cidadania, utilizando desses meios comunicacionais como fonte de conhecimento e entendimento para busca de seus direitos como cidadãos.

#### **4 Metodologia**

Faz-se uso de duas tipologias de pesquisa, uma quantitativa e outra qualitativa. Para a quantitativa, uso de questionário estruturado, sendo esta “[...] uma técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.” (GIL, 1999, p. 128). A plataforma usada para aplicação do questionário foi a *Google Forms*, encaminhada aos inscritos da palestra<sup>9</sup> e disponibilizada para os confirmados e

---

<sup>9</sup> Palestra: Criatividade, influenciadores e marcas - Lorelay Fox, realizada no encerramento da Vértice: Semana Acadêmica Integrada dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Audiovisual, Design e Design de Moda da Unochapecó, ocorrida em 22/09/2017, com 210 inscritos.



---

interessados no evento da Lorelay<sup>10</sup> em Chapecó, totalizando 12 questões para resposta, aplicadas entre 17 e 24 de outubro de 2017, sendo optativas, de múltipla escolha e abertas; obteve-se 46 respondentes, entretanto nem todos residiam em Chapecó/SC ou acompanhavam o canal, logo essas respostas foram desconsideradas, ficando 34 respondentes relevantes à pesquisa, apresentados melhor nos resultados.

Com isso, buscou-se traçar o perfil dos espectadores chapecoenses do canal “Para Tudo”. Para resultados mais aprofundados, foi organizado um grupo focal contendo cinco espectadores. Conforme Duarte e Barros (2005, p. 181), o grupo focal é “(...) um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular.”. Ainda de acordo com Duarte e Barros (2005, p. 182), “o grupo focal tem grande potencial para complementar pesquisas quantitativas e pode ser usado antes ou depois delas”. Na referida pesquisa, é aplicado posterior aos resultados quantitativos, já que é dali que parte o grupo. Com grupo montado, foi desenvolvido um roteiro para o encontro, com dez questões a serem discutidas referentes ao consumo midiático, da relação que eles têm com o canal e percepções dos vídeos e conteúdos. Trabalhando com ambos os métodos, busca-se saber quem são os espectadores, logo, os consumidores do canal, assim como estudar suas percepções perante o conteúdo, considerando o processo de recepção.

## 5 Resultados e Discussão

Obtivemos 46 respondentes no questionário, em que 40 (87%) residiam em Chapecó/SC e 37 (80,4%) acompanham o canal. Com isso, apenas 34 respostas se encaixam na demanda da pesquisa. Além dessas informações, obtivemos dados<sup>11</sup> de identidade de gênero, escolaridade, quais temas mais interessam nos vídeos, dentre outros apresentados a seguir.

---

<sup>10</sup> Ocorrido posterior a palestra, no mesmo dia, o evento Vértice - A Festa contou com DJs e performance da *Drag Queen*. No Facebook obteve 174 confirmados e 220 interessados.

<sup>11</sup> Resultado bruto do questionário disponível em:

<<https://drive.google.com/a/unochapeco.edu.br/file/d/1iAsSKYffzq11NY3UNXk8jUt5RNQVMNkx/view?usp=sharing>>.



Quadro 01: Idade e Escolaridade dos respondentes

Idade		Escolaridade	
De 19 a 24 anos	76,5%	Superior Incompleto	67,6%
De 25 a 30 anos	11,8%	Superior Completo	11,8%
De 31 a 35 anos	5,9%	Pós graduado	11,8%
De 41 a 45 anos	2,9%	Ensino M. Completo	8,8%
Menor de 18 anos	2,9%		

Fonte: elaborado pelos autores (2017)

Quadro 02: Identidade de Gênero e Orientação Sexual dos respondentes

Identidade de Gênero – N° de respondentes			Dados em %		Orientação Sexual	
Mulher Cis	21	61,8%	Homossexual	32,4%		
Homem Cis	10	29,4%	Bissexual	32,4%		
Homem Trans.	1	2,9%	Heterossexual	32,4%		
Não - binário	1	2,9%	Pansexual	2,9%		
Agênero	1	2,9%				

Fonte: elaborado pelos autores (2017)

Com os resultados, pode-se perceber que a maioria dos respondentes e espectadores do canal Para Tudo em Chapecó/SC são mulheres cisgêneros, com idade entre 19 e 24 anos e que cursam Ensino Superior, sendo 67,6% dos respondentes pertencentes à comunidade LGBT e 32,4% heterossexuais, conforme Quadro 02. Quando questionados sobre os temas que mais interessam nos vídeos, temos os de *Reflexões* com 91,3% de preferência, 52,2% *Sobre a vida de Lorelay*, *Participações e Transformações* com 34,8%, *Maquiagem* com 23,9% e 6,6% *Outros*. Outro ponto que podemos destacar com os resultados é o fato de que 44,1% dos respondentes pertencem à área da comunicação e *design*, sendo estudantes (20,5%), professores e auxiliares/técnicos administrativos (8,8%) .

## 5.1 Grupo focal

Abaixo, é apresentado um breve perfil dos participantes do grupo focal<sup>12</sup>. Por se tratar de uma pesquisa local e para resguardar a identidade dos participantes, eles estão indicados pela letra ‘P’, de participante, seguido da numeração de um a cinco. O grupo constitui-se por duas mulheres (P1; P2) e três homens (P3; P4; P5), com idades entre 23 e 31 anos, espectadores assumidos e que estiveram na palestra ou na festa e

<sup>12</sup> Por se tratar de um pesquisa local, tem-se como responsabilidade e objetivo de resguardar a identidade dos participantes do grupo, por isso é traçado um perfil geral dos mesmos visando o anonimato.

---

todos já tiveram contato pessoalmente com a *drag queen*. O encontro do grupo focal foi realizado no dia 01 de novembro de 2017, nas dependências da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó, na presença dos autores e dos espectadores.

### 5.1 A relação dos espectadores com Lorelay e seu canal

Entre os entrevistados, a maioria relata que seu primeiro contato com os vídeos de Lorelay foi quando o segundo vídeo do canal - “É Drag ou é Trans?” - viralizou no Facebook. Conforme Jenkins (2009), a distribuição do conteúdo está fortemente atrelada à participação que esses consumidores têm em meio às diversas mídias. Os entrevistados relataram se inscrever no canal, além de segui-la em outras redes sociais, acompanhando sua vida, seus trabalhos e vídeos.

Os assuntos abordados por Lorelay são pertinentes aos participantes não somente por tratar de questões LGBT, mas por causar uma identificação com o que ela repassa, por fazer pensar e até mesmo quebrar preconceitos que tinham, como cita P5: “(...) *eu vejo por mim que eu deixei pra trás muitos preconceitos por causa disso (...)*”; por ajudar a superar dificuldades: “*as reflexões que ela fazia eram condizentes com as minhas e aquilo foi me ajudando, e foi ajudando a levantar e ficar cada vez melhor, sabe...(...)*” (P2); e, acima de tudo, por tratar de assuntos polêmicos e delicados com muito humor e clareza.

E ainda, que essa mensagem, para ser decodificada, deve possuir significação e relevância tanto para o emissor como para o receptor, de modo que esse espectador possa entender: “ (...) *acho que ela me ensina muito e me ajuda a desconstruir as pessoas ao meu redor assim, ela me dá conhecimento e argumentos de coisas que eu já pensava, mas não sabia como externar (...)*” (P1). Jenkins (2009) considera as *comunidades virtuais* capazes de agregar sua inteligência se combiná-las entre si por debates e desenvolvimento coletivo. Além disso, há uma forte admiração dos respondentes à figura de Lorelay, e até certa proximidade com sua personagem. Exemplo disso foi quando a própria, de acordo com um dos entrevistados, o chamou no Facebook, via mensagem privada. Lorelay desperta um forte sentimento em seus

---

espectadores que, segundo Pereira (2017), faz com que engrandeça essa sensação de pertencimento e apego ao canal, onde o espectador se identifica com o conteúdo e também com a personagem Lorelay Fox.

### **5.1.2 Percepções e opiniões do conteúdo veiculado no canal**

Os participantes enfatizaram o fato de que os assuntos tratados por ela são importantes não só para eles como para as pessoas com quem convivem, e que de certo modo chegam a ser didáticos, ajudando a desconstruir ideias e trabalhando sempre os assuntos que geralmente parecem difíceis de entender ou modificar no pensamento dessas pessoas. Como conceitua Amanajás (2014), Lorelay exerce a responsabilidade que possui como *drag queen* e artista para com a comunidade pela qual se faz voz, produz e dissemina informações.

Também afirmaram que repassam os vídeos para amigos, conhecidos, familiares e que percebem mudanças dessas pessoas em relação aos assuntos que são tratados, que, mesmo que de maneira lenta, as pessoas acabam se abrindo e vendo com outros olhos assuntos que anteriormente viam como algo errado ou impossível de aceitar: “*Meu pai foi/é ainda homofóbico, mas ele tá tentando, aos pouquinhos a gente vai desconstruindo ele (...)*” (P2). Em concordância com Canclini (2006), quando esse consumo reverte-se em uma significativa atuação social.

### **5.1.3 Sobre o público do canal, e mulheres como maior público respondente**

Em relação ao público do canal, sobre quem os respondentes consideravam ser público da Lorelay, também de maneira unânime respondem que, apesar de Danilo ser gay, pertencer à comunidade LGBT e da maioria dos assuntos serem relacionados à comunidade, o canal não é voltado somente ao público LGBT, mas sim para todos: “*esse canal não é pra LGBT, é pro universo, pra todo mundo.*” (P5). Comentam que assistir a esses vídeos e se abrir pra isso seria uma maneira de tornar o mundo um lugar melhor, em relação à convivência com os outros, como nos diz P2 sobre os assuntos tratados no canal: “*eu não acho que seja (fechado), que fique quadrado*

---

*dentro das quatro paredes, não, é pra todo mundo, na verdade eu acho que seria mandatário todo mundo ter que assistir a Lorelay pro mundo melhorar”.*

Veio à discussão assuntos relacionados ao fato de que, por tratar de minorias, de diversidade e de questões da sociedade em geral, o canal acabava por representar também as mulheres: *“Eu acho assim, que por ela falar de diversidade tá muito próximo do feminismo, da aceitação.”* (P1). O uso dessa mídia colabora para essas minorias, aumentando significativamente a atuação dessas pessoas em movimentos sociais e também na sua busca pela cidadania. (BONIN E SAGGIN, 2016)

Pelo fato de motivar e ajudar as pessoas com seus vídeos foram questões que os participantes destacaram: *“porque essa minha amiga, ela tem vários problemas que ela conseguiu superar vendo os vídeos”* (P4). E, dentro de tudo isso, a questão do divertimento e de ter um momento em que desligam da rotina, seja vendo os tutoriais de maquiagem, entrevistas ou até mesmo assuntos mais complexos.

#### **5.1.4 Drag queens em Chapecó**

Sobre a presença de Lorelay em palestra em uma universidade ou de outras *drag queens*, como Pablló Vittar, em Chapecó/SC, os respondentes não conseguiram conter a euforia em poder participar de eventos como esses, relatando suas experiências com as *drags* e destacando Lorelay e toda atenção e carinho que deu para cada fã que conversou com ela, além de que não imaginavam tão cedo acontecer em Chapecó, por verem a cidade ainda muito conservadora. Os participantes comentam que se surpreenderam quando essas presenças foram anunciadas e que essas apresentações foram muito importantes, até para desconstruir um pouco a população e pelo fato de estarem se tornando realidade onde menos esperavam: *“É, eu acho que aqui é uma região bem conservadora né, então ter presença de drags, performance de drags aqui é maravilhoso!”* (P1).

Presenças assim, segundo eles, contribuem muito com a comunidade LGBT chapecoense: as pessoas passam a olhar com outros olhos e buscam entender o que está acontecendo. A presença de *drag queens* numa cidade caracterizada como *bem conservadora* (P1) e uma *Youtuber drag* na mídia proporcionam reflexões que

---

contribuem para autonomia à cultura e ao direito de expressão e informação (BONIN E SAGGIN, 2016).

### 5.1.5 Sobre percepção de publicidade e marcas - vídeo “Marcas exploram ou apoiam?”

No assunto relacionado à publicidade de marcas que apoiam a comunidade LGBT e se isso contribui de alguma maneira para com a comunidade, enfatizando aqui o vídeo “Marcas exploram ou apoiam”<sup>13</sup>, de Lorelay, eles relatam que, a partir da discussão que Lorelay trouxe sobre a publicidade dessas marcas, também em outros vídeos, fez com que olhassem diferente para esses assuntos, passassem a prestar mais atenção e se questionar se realmente as marcas o faziam por apoiar a causa ou somente por visar o lucro: *“Oportunismo, posicionamento e propósito, tá, realmente tem um propósito em trabalhar isso, em conversar com esse público? Ou é só pra vender mais...”* (P3). A partir desses vídeos, onde Lorelay pede apoio dessas marcas, puderam perceber a movimentação das marcas trabalhando questões como as da causa LGBT: *“com essa coisa da Lorelay falar, eu me dei conta de que é muito importante isso que ela tá cobrando nesse momento, vamos lá, e achei super legal da parte dela e vi que algumas marcas começaram...”* (P2).

Porém, respondem que, mesmo que a causa talvez possa não ser a principal motivação dessas marcas trabalharem o público LGBT, de certa forma acabam dando visibilidade, “plantando uma sementinha” na mente das pessoas para que percebam que não há nada de errado em ser quem você é: *“(...) mesmo que vai ter muito comentário babaca, mas gera uma discussão né... Infelizmente a maioria ainda não concorda, acha um absurdo, mas acho que tá na hora das marcas se posicionarem...”* (P1). Isso se sustenta em Bonin e Saggin (2016), quando dizem que, principalmente com as novas mídias, esses consumidores se sentem incluídos e participativos numa comunidade.

---

<sup>13</sup> Vídeo onde Lorelay reflete sobre como essas marcas estão representando as minorias e ajudando a quebrar estereótipos na sociedade e se são bem intencionadas ou estão apenas interessadas em lucrar em cima das nossas pautas, conforme a descrição do vídeo disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=WFNHoV\\_LZOo](https://www.youtube.com/watch?v=WFNHoV_LZOo)>. Acesso em: 12 out de 2017.

---

## 6 Conclusões

A partir dos resultados e das análises, percebe-se que a maior parte dos espectadores do canal “Para Tudo” em Chapecó/SC são jovens e que estão no meio acadêmico, ou já passaram por ele, sendo a maioria mulher e, se somados os dados das orientações sexuais, a maior fatia é da comunidade LGBT. Além disso, percebeu-se que a relação desses espectadores com o canal/*youtuber* vai além entretenimento e se torna uma relação de confiança, de inspiração e admiração com a personagem, com o universo envolto em torno do ser *drag queen*, que parece causar um encantamento. Os resultados apontam os vídeos de reflexões como de maior interesse. As percepções e opiniões perante os conteúdos são de que o canal contribui para um aprendizado e inspiração à mudança, já que muitos relataram desconstrução a partir dos vídeos, assim como de desconstrução de pessoas conhecidas do meio social.

Considerando os resultados, destaca-se a influência desses artistas com as lutas das minorias e que, de fato, colaboram para aprendizado e desenvolvimento da sociedade. Também a importância de canais que abordam assuntos significativos para incentivar a desconstrução, reflexão e, principalmente, a participação desses cidadãos em meio à sociedade, atuando como agentes de transformação e exercendo sua cidadania. Contrariando também a ideia generalista de que espectadores são alienados e incapazes de escolher quando, como e o que consumir em meio a tantas informações disponíveis.

Abrem-se aqui novos caminhos para futuras pesquisas dentro dessa temática, enfatizando talvez a própria *youtuber* e sua performance *drag*, a construção dessa personagem e sua estratégia discursiva, o modo de emitir sua mensagem alcançando públicos além da própria comunidade LGBT (que inicialmente acreditávamos ser seu público), como as pesquisas nos mostram. Levando em consideração que quando montada trata de assuntos delicados, com serenidade e até de maneira moderada e não tão direta como quando se apresenta desmontada, falando então como Danilo, abordando esses assuntos sem rodeios e de forma intensa, fazendo com que seus vídeos sejam aceitos e até que ponto essa construção de personagem interfere na relação dos espectadores com o canal.

---

## REFERÊNCIAS

- AMANAJÁS, Igor. Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas. **Revista Belas Artes**, São Paulo, v. 16, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/16/drag-queen-um-percurso-historico-pela-artedos-atores-transformistas.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2017.
- BONIN, Jiani; SAGGIN, Livia. Reflexões teóricas para pensar as relações entre mídias, identidades culturais, movimentos sociais e cidadania. **Revista Lumina**, Juiz de fora/mg, v. 10, n. 1, abr. 2016. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/493>>. Acesso em: 04 nov. de 2017
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, c2005. 380 p.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006. 227 p.p.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 206 p.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 387 – 403.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.
- PEREIRA, Livia. **Telas de glitter: O poder das drag queens na cultura da mídia**. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2017, Fortaleza/CE. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0140-1.pdf>>. Acesso em: 16 out. de 2017.
- MEIO&MENSAGEM. "Marcas têm medo de se assumir", diz Lorelay Fox. **YouTube**, 10 fev. de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xHI9PM7IAEI>>. Acesso em: 12 out. de 2017.
- PARA TUDO. O QUE É GÊNERO E ORIENTAÇÃO SEXUAL?. **YouTube**, 6 jul. de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-FKnbxODW7I>>. Acesso em: 18 out. de 2017.
- \_\_\_\_\_. Opinião sobre PABLO VITTAR - Lorelay Fox. **YouTube**, 4 ago. de 2017. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=AzE\\_D5YPP7M](https://www.youtube.com/watch?v=AzE_D5YPP7M)>. Acesso em: 12 out. de 2017.
- \_\_\_\_\_. FILMES FAVORITOS COM DRAGS com Carol Moreira. **YouTube**, 11 out. de 2017. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=KbpZ\\_Nfd6LE&t=3s](https://www.youtube.com/watch?v=KbpZ_Nfd6LE&t=3s)>. Acesso em: 18 out. de 2017.