

A CORPORALIDADE DRAG DE RUPAUL

NA CONSTRUÇÃO DE UM

TREINAMENTO MIDIÁTICO

João Almeida



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

JOÃO PEDRO SANTOS ALMEIDA

**A CORPORALIDADE *DRAG* DE RUPAUL NA CONSTRUÇÃO DE UM
TREINAMENTO MUDIÁTICO**

São Borja

2024

João Pedro Santos Almeida

**A CORPORALIDADE *DRAG* DE RUPAUL NA CONSTRUÇÃO DE UM
TREINAMENTO MIDIÁTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
aprovação no Curso de Relações
Públicas da Universidade Federal do
Pampa, campus São Borja–RS.

Orientador(a):

Prof. Dr. Paulo Júnior Melo da Luz

São Borja

2024

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

A447c Almeida, João Pedro Santos

A corporalidade drag de RuPaul na construção de um
treinamento midiático / João Pedro Santos Almeida.
65 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS, 2024.
"Orientação: Paulo Júnior Melo da Luz".

1. Corporalidade . 2. Treinamento Midiático. 3. Assessoria
. 4. Construção de Imagem . 5. Arte drag . I. Título.

JOÃO PEDRO SANTOS ALMEIDA

**A CORPORALIDADE DRAG DE RUPAUL NA CONSTRUÇÃO DE UM TREINAMENTO
MIDIÁTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para aprovação no Curso de Relações
Públicas da Universidade Federal do
Pampa, campus São Borja-RS.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 4 de dezembro de 2024.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Paulo Júnior Melo da Luz
Orientador
(UNIPAMPA)

Profa. Dra. Paula Daniele Pavan
(UNIPAMPA)

Profa. Dra. Marcela Guimarães e Silva
(UNIPAMPA)



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA , PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/12/2024, às 22:06, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULO JUNIOR MELO DA LUZ, PROFESSOR MAGISTERIO SUPERIOR - SUBSTITUTO**, em 05/12/2024, às 09:56, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULA DANIELE PAVAN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 05/12/2024, às 14:39, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1617356** e o código CRC **D9511463**.

AGRADECIMENTOS

Meu Deus, essa é a única página deste trabalho que eu não preciso defender uma teoria e posso simplesmente agradecer? Ao final de uma linda jornada, uma grande aventura, como receber um Oscar e fazer aquele lindo discurso. Depois de muito trabalho, finalmente os agradecimentos e os aplausos. Esse é o meu momento, então, primeiro eu agradeço a mim por fazer o que tinha que ser feito e arrasar fazendo. Eu mereço todo o sucesso que prevejo no meu futuro e já agradeço de antemão.

Minha jornada na Unipampa foi uma longa e distante aventura, longe de casa e da família, em um estado novo, em uma faculdade nova, tudo novo. De repente, novos amigos, novos sonhos, novos planos. Ficar fora de “casa” não foi fácil, então quero agradecer a todos que me esperaram voltar: minha amiga Eduarda Teixeira, que me deu abrigo; e ao meu grupo de briguentas que celebrou todos os meus *comebacks*.

Aqui, em São Borja, eu fiz amigos que eu não sei como um dia vivi sem. Os momentos que eu compartilhei aqui com todos é um sonho que eu gostaria que durasse para sempre. Em especial, agradeço Heloiza Ferraz, Jessika Lima e Maurin Bonatto que me deram um novo significado de família, à Mariana Tavares que chegou para o *gran finale* e estará comigo sempre, e à minha grande amiga Juliana Rosa, uma amizade que me completou de formas que eu nem sabia que faltavam, que se jogou nas minhas fantasias e me ajudou a domar meus dragões.

Não sei se um dia conquisto o mundo, mas dessa cidade eu conquistei tudo que eu poderia sonhar. Tudo isso graças à Unipampa, que fez eu me sentir em casa mesmo estando longe da minha, e a todos os professores, que tiveram que me aguentar por esses quatro anos. Não foi fácil, mas a gente conseguiu! Em especial ao Professor Júnior, que me orientou nesse trabalho. Sem ele, esta pesquisa não passaria de uma ideia.

Me sinto na obrigação de agradecer ao meu modelo de inspiração, RuPaul, ao programa *Drag Race* e à arte *drag*, que colorem meu ser de sonhos e me ensinam que meu poder vem de dentro. Chegando ao fim deste longo discurso, os aplausos vão acabando, o público vai sentando, até as câmeras já desligaram e minha família ainda está lá me aplaudindo de pé. São minha base, me fizeram quem eu sou hoje, tudo de mais maravilhoso que habita em mim. Obrigado, Pai, por toda

coragem e apoio que você me deu nesse processo. Obrigado, Mãe, por absolutamente tudo que você fez da sua vida, que me fez ser o homem que eu sou hoje, é um orgulho ser comparado a você. Minha irmã, Clara, sua dedicação, sua força e sua paixão me ensinam todos os dias. Minha Vó Celeste, que me emprestou toda sua criatividade e meu Avô Batista, que hoje me aplaude do céu orgulhoso de todas as palavras chiques que eu usei nesse trabalho. Essa gratidão é para todos vocês que estiveram, estão e vão estar comigo, todos vocês são minhas grandes inspirações. Nossas vidas são históricas e nossas conquistas serão celebradas.

Obrigado ao Universo! Se eu cheguei até aqui, eu devo estar fazendo alguma coisa certo. Continuarei sendo fiel a mim e aos meus sonhos, acreditando em mim e me amando, porque *“como eu vou poder amar alguém se não me amar”*, né? Acho que é isso, até os próximos aplausos e muito obrigado!

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo geral entender a construção da corporalidade de RuPaul no *reality show RuPaul's Drag Race*, apoiada na arte *drag*, para desenvolver uma proposta de treinamento midiático a partir da metodologia CUNT. Para isso, estabeleceram-se como objetivos específicos: 1) Contextualizar RuPaul, a 16ª temporada do *reality show RuPaul's Drag Race* e a presença da arte *drag*; 2) Refletir sobre a corporalidade como elemento da construção da arte *drag* na construção de imagem em Relações Públicas; e 3) Elaborar possibilidades de treinamento midiático a partir da análise de corporalidade e arte *drag* presente em *RuPaul's Drag Race* através do CUNT. A fim de desenvolver os objetivos, foram abordadas as perspectivas teóricas de: corporalidade; arte *drag*; e treinamento midiático. Metodologicamente, a pesquisa se caracteriza por qualitativa, utilizando uma metodologia própria adaptada dos critérios estabelecidos para avaliar a arte *drag*: o CUNT, combinação de carisma, singularidade, audácia e talento presente nas corporalidades das personalidades analisadas: RuPaul, Pabllo Vittar, Gloria Groove, Blogueirinha e Chapell Roan. As análises do CUNT nas corporalidades *drags* serviram para a elaboração de uma proposta de treinamento midiático em Relações Públicas.

Palavras-chave: corporalidade, drag, CUNT, construção de imagem, treinamento midiático.

ABSTRACT

The main goal of this research was to understand the construction of RuPaul's corporeality in the reality show RuPaul's Drag Race, supported by drag art, in order to develop a media training proposal based on the CUNT methodology. To achieve it, the following specific objectives were created: 1) To contextualize RuPaul, the 16th season of the reality show RuPaul's Drag Race and the presence of drag art; 2) To think on corporeality as an element of the construction of drag art in the image construction in Public Relations; and 3) To develop possibilities for media training based on the analysis of corporality and drag art present in RuPaul's Drag Race through CUNT. In order to develop the objectives, the theoretical perspectives brought were: corporality; drag art; and media training. Methodologically, the research is characterized by being qualitative, using its own methodology adapted from the criteria established to evaluate drag art: the CUNT, a combination of charisma, uniqueness, audacity and talent, present in the corporalities of the personalities analyzed: RuPaul, Pabullo Vittar, Gloria Groove, Blogueirinha and Chapell Roan. The analyses of the CUNT in the corporealities of drag artists served to develop a proposal for media training in Public Relations.

Key-Words: corporeality, drag, CUNT, image construction, media training.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - RuPaul	13
Figura 2 - A fama de RuPaul	18
Figura 3 - A dualidade de RuPaul	25
Figura 4 e Figura 5 - Pabllo Vittar e Gloria Groove	26
Figura 6 - A evolução de RuPaul	28
Figura 7 - Entrevista com Jimmy Fallon	29
Figura 8 - RuPaul recebendo o prêmio Emmy	29
Figura 9 - Temporada 16	30
Figura 10 - RuPaul Charles	31
Figura 11 - Werkroom	33
Figura 12 - A apresentadora	34
Figura 13 - Se você não pode se amar, como vai poder amar outra pessoa?	35
Figura 14 - Pabllo Vittar e Blogueirinha	51
Figura 15 - Chappell Roan	52

SUMÁRIO

1 “NASCEMOS NUS E O RESTO É DRAG”: INTRODUÇÃO, JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DA PESQUISA.....	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1 Corporalidades: a explosão de sentidos do corpo na drag.....	19
2.2 Treinamento midiático: uma forma de educação para as mídias.....	20
2.3 A arte drag.....	24
2.4 RuPaul: a dona de tudo!.....	27
3 METODOLOGIA.....	31
3.1 Carisma (Charisma).....	37
3.2 Singularidade (Uniqueness).....	41
3.3 Audácia (Nerve).....	43
3.4 Talento (Talent).....	45
4 CUNT NO TREINAMENTO MIDIÁTICO: UMA ANÁLISE POSSÍVEL.....	49
4.1 Identificação do CUNT em drags midiáticas.....	49
4.2 Uma proposta de Treinamento Midiático a partir do CUNT.....	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS.....	60
APÊNDICE 1.....	62

1 “NASCEMOS NUS E O RESTO É DRAG”: INTRODUÇÃO, JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DA PESQUISA

A relação entre a mídia e a sociedade é multifacetada, moldando e sendo moldada pelos valores, comportamentos e identidades de uma comunidade. Com os avanços da modernização da comunicação humana, a mídia tem sido mobilizadora na disseminação de informações, na formação de opiniões e na influência sobre as atitudes coletivas (Silverstone, 2002).

Em meu trabalho de conclusão de curso, analiso um caso específico que materializa a moldagem dos atores que compõem a rede midiática. Em geral, isso ocorre no mundo do entretenimento, esportivo, digital ou político, pois sempre haverá atores. Esses atores performam corpos em explosão, geradores de sentidos que se comunicam e disseminam mensagens em suas corporalidades (Rosário; Aguiar, 2014), criando conexões com as pessoas que consomem seu conteúdo, ou seja, nós, os telespectadores.

Estamos inseridos em um processo cultural que ocorre na nossa mente e, a partir do momento em que há conexão entre as mensagens que correm pelas mídias e o cotidiano, criamos um elo entre a nossa realidade e o que pode ser considerado fictício (Jenkins, 2006). Entender as formas pelas quais nos inspiramos por diferentes corporalidades e como elas auxiliam na construção de imagem e manutenção de uma carreira midiática nos interessa enquanto profissionais de Relações Públicas.

Desta forma, a assessoria e a manutenção de imagem dos atores expostos nas mídias é crucial em um mundo onde a visibilidade e a reputação podem ter um impacto significativo nas carreiras e nas oportunidades profissionais. Seja ator, músico, político, empresário ou qualquer outra figura pública, a maneira como são percebidos pelo público pode influenciar diretamente em seu sucesso e suas interações com a sociedade.

Um dos elementos que constroem um bom assessoramento é o treinamento midiático (Braga; Tuzzo, 2012), preparação e educação do assessorado para lidar com as multifaces da mídia contemporânea. Com isso, minha pesquisa tem como foco a corporalidade da apresentadora RuPaul através da construção de sua imagem e estratégias de relacionamento com seus públicos no *reality show RuPaul's Drag Race*, e o que podemos extrair de sua corporalidade para construir

um treinamento midiático que converse com as necessidades da mídia que vemos hoje em dia.

Segundo Braga e Tuzzo (2012), é papel do profissional de Relações Públicas trabalhar a imagem profissional de seu assessorado, através de estratégias que reflitam os interesses e valores dele para que, assim, se construa sua figura e se mantenha relevante no mercado.

O caso que usaremos como referência empírica da pesquisa é o de RuPaul Andres Charles, nascido em 17 de novembro de 1960 no estado da Califórnia, nos Estados Unidos, conhecido por sua personalidade *drag* na indústria do entretenimento desde 1980. Além de *drag queen*¹, ele é apresentador, ator, cantor, compositor, produtor, modelo e autor.

RuPaul tem cinco livros publicados, uma discografia que conta com 20 álbuns musicais e participações em diversos programas de TV, seriados e filmes. Entretanto, seu trabalho é mais reconhecido por apresentar o *reality show* competitivo *RuPaul's Drag Race* e outros *spin-offs*². Conquistando por 5 anos consecutivos o Emmy Awards na categoria “Melhor Apresentador de Reality Show ou Programa de Competição”, ele foi o primeiro apresentador a conquistar 8 prêmios consecutivos na mesma categoria na história da premiação.

Sua capacidade de criar conexões entre os públicos LGBTQIAPN+³ a catapultou para o status de entidade midiática, mantendo assim sua postura de “Mãe da *Drag*”. “Através do *Drag Race*, RuPaul deu voz a inúmeros artistas *drags*, amplificando suas vozes e oferecendo uma plataforma *mainstream* para a comunidade LGBTQIAPN+”⁴.

¹ *Drag queen* é uma forma de expressão artística na qual pessoas, geralmente homens, se vestem e se apresentam de maneira extravagante e exagerada, muitas vezes exibindo características femininas de forma dramática. Essas performances podem incluir música, dança, comédia ou até mesmo apresentações de moda, uma celebração da diversidade e da liberdade de expressão.

² Programas que derivam dessa série considerada a principal ou matriz. RuPaul conta com 14 séries derivadas de *Drag Race*.

³ Entendemos que a sigla que inclui membros da comunidade segue em constante transformação, variando em alguns casos e coletivos. Optamos por usar a sigla LGBTQIAPN+ por ser a última debatida em fóruns e contemplar Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis, Queers, Intersexuais, Assexuais, Pansexuais, Não-Binários e mais diversidades.

⁴ “*From Supermodel to Global Icon: The Evolution of RuPaul*” (De supermodelo para ícone global: A evolução de Rupaul). Disponível em: <<https://life-redefined.co/redefiners/redefiner-ru-paul#:~:text=A%20Pioneer%20for%20LGBTQ%2B%20Rights,platform%20for%20the%20LGBTQ%2B%20community>>.

Figura 1 - RuPaul

fonte: *Pinterest* "RuPaul" (2019)

O programa de televisão estadunidense *RuPaul's Drag Race* foi criado por RuPaul Charles, e consiste em uma competição de *Drag Queens* pelo título de "Next *Drag Superstar*" (Próxima Drag Superestrela). Lançado em 2009, é apresentado pela própria RuPaul desde a primeira temporada até a mais recente, em 2024 (16ª temporada). O programa conta com uma bancada de jurados fixos para ajudá-la a julgar e aconselhar as participantes por desafios e desfiles de moda ao longo de todas as temporadas. A competição se dá por uma série de desafios de costura, atuação, dança, canto, humor, performance, entre outros. Em cada episódio, as competidoras devem enfrentar um desafio e seguido por um desfile temático e, ao fim, uma *Drag* é eliminada, levando à grande vencedora da temporada no último episódio.

O programa, atualmente, é transmitido pela *MTV* dos Estados Unidos, mas é possível assisti-lo em alguns serviços de *streaming*, como *Netflix*, *Pluto TV* e *Paramount Plus*. Seu sucesso se deve, principalmente, por pessoas da comunidade LGBTQIAPN+ e aliadas, abrindo portas para a arte *Drag*. Hoje, o *reality* conta com 16 temporadas, contabilizando 272 *Drag Queens* que já passaram pelo programa e 16 que foram coroadas.

Até esse ponto, RuPaul criou uma cultura que inspira os concorrentes a um alto desempenho por mais do que apenas uma chance de ganhar a coroa e o dinheiro do prêmio. RuPaul lidera com amor. Ele demonstra através de palavras e ações que realmente se preocupa e investe em cada concorrente. Eles se sentem vistos. (Graham, 2023, p. 01)

RuPaul é um dos principais responsáveis por disseminar a arte *Drag* que, por definição, é caracterizada por uma pessoa que se veste de mulher, usando roupas extravagantes e maquiagem carregada, para entretenimento ou trabalho. É uma arte cultuada pela comunidade *queer* há décadas. A palavra *Drag*, porém, tem significado muito maior e foi aderida à arte pelo mundo moderno.

A arte *Drag* surgiu nos teatros da Grécia antiga, e se estendeu até o Japão, onde os papéis femininos eram interpretados por homens, já que, na época, mulheres eram proibidas de se apresentar em teatros⁵. O termo em inglês “*to drag*” se traduz em português para “arrastar”, referenciando aos longos vestidos que os artistas usam que se arrastam pelo palco. Mais tarde, adicionou-se o termo “*Queen*” (rainha em português). No século XX, com o aperfeiçoamento da arte, ela não se prende mais à ideia de pessoas que se vestem de mulher. Nos dias atuais, a arte *Drag* está presente nas mídias globais, com nomes que a representam no Brasil, como as cantoras Pablló Vittar e Gloria Groove.

No cenário da interpretação, com o passar do tempo, as mulheres começaram a tomar espaço nos palcos, deixando a arte *Drag* para papéis cômicos e sátiras, como vemos, por exemplo, a personagem Dona Hermínia, interpretada por Paulo Gustavo na trilogia de filmes *Minha Mãe é Uma Peça*⁶. Nos anos 60, com eventos históricos que percorrem a evolução da humanidade, a arte *drag* se desvalorizou, sendo jogada à margem da indústria midiática (Burigo, 2016).

As artistas, a partir de então, se apresentavam em clubes e baladas, que eram identificadas em áreas periféricas das cidades, mas, neste cenário, a arte *drag*

⁵ G1. **Drag queens**: a história da arte por trás de homens vestidos de mulher. Disponível: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/drag-queens-a-historia-da-arte-por-tras-de-homens-vestidos-de-mulher.ghtml>. Acesso em: 18 nov. 2024.

⁶ Anthony é uma Drag Queen que decide levar seu show para a estrada e convida as *drag queens* Adam e Bernadette para acompanhá-lo. No seu ônibus todo colorido, chamado Priscilla, os três viajam pelo deserto australiano fazendo apresentações para plateias entusiasmadas. Disponível no Prime Video: <https://www.primevideo.com/-/pt/detail/Priscilla-a-Rainha-do-Deserto/0PI01RY1B51AU45ZA12EBDIG8V>

apenas cresceu, tornando-se símbolo para a luta dos direitos LGBTQIAPN+. Como reflete Joanna Burigo (2016)⁷:

Drag expõe que o feminino – e, portanto, gênero – é um conjunto de códigos culturais. A paródia do feminino que constitui a performance da *drag queen* exprime a falta de qualquer verdade inerente sobre gênero, e acentua o quão rígidas são suas normas.

Podemos pensar, então, que gêneros são mais do que códigos culturais e elementos de identidade dos indivíduos na sociedade, ainda mais quando se trata da arte *drag*, que manifesta da forma mais expressiva possível os traços do que se é “feminino” e “masculino”, questionando as margens dessas definições. Sendo uma arte que provoca mudança interior e exterior, na qual o artista tem completa liberdade para explorar a dinamicidade do que entendemos por gênero. Em outras palavras, *drag* nos possibilita transitar entre o que se entende por “masculino” e “feminino” à medida em que o artista aproxima a sua arte de sua identidade.

Seguindo os avanços da cultura pop nos anos 90, a arte *drag* volta aos holofotes com o filme estadunidense “Priscilla, a Rainha do Deserto”. Disseminada a cultura *drag* no cinema, o caminho estava aberto para que RuPaul construísse seu império, tendo apoio e interesse da comunidade *queer*⁸, que abraçava e celebrava os artistas e a plataforma criada por RuPaul Charles. Tal participação ativa se estende até os dias de hoje, sendo um nicho em constante crescimento na indústria cultural.

Nesse contexto da arte *drag*, RuPaul se conecta com seus públicos através do *reality show* performando uma possibilidade de inspiração para um treinamento midiático. A partir dos critérios estabelecidos para identificar uma *drag* superestrela (carisma, singularidade, audácia e talento), pensamos em como um(a) assessorado(a) pode utilizar desses elementos para construir sua imagem e reputação.

Esta pesquisa busca, então, identificar e analisar as estratégias necessárias para construção de uma imagem midiática a partir da corporalidade *drag* de RuPaul,

⁷ Carta Capital.com. **Uma reflexão sobre RuPaul's Drag Race**. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/uma-reflexao-sobre-rupaul2019s-drag-race/>. Acesso em: 18 nov. 2025.

⁸ Aquele cuja identidade de gênero ou orientação sexual não corresponde às ideias estabelecidas sobre sexualidade e gênero, especialmente às normas heterossexuais. Definições de Oxford Languages. Disponível em : <https://11nk.dev/H8hyl>, acesso em 19 de novembro de 2024.

uma imagem forte e positiva nas mídias contemporâneas, considerando que esta é uma das funções do profissional de Relações Públicas, segundo Braga e Tuzzo (2012).

Quando a ação transcende às organizações, os RPs atuam para manter a imagem sobre o nome de seu assessorado, bem como a construção e manutenção de sua reputação. Esta não é uma área nova da comunicação e a sociedade já aprendeu a conviver com assessores de celebridades da área artística. Entretanto, esta pesquisa tem interesse em analisar a construção da imagem da apresentadora RuPaul e como a artista utilizou da sua corporalidade⁹ para delinear esta imagem, considerando o elemento inovador para a área de Relações Públicas¹⁰.

A reflexão sobre a construção de uma imagem sólida pode ser identificada há séculos, desde 1513, quando Nicolau Maquiavel (1532) escreveu o livro O Príncipe. Na visão maquiavélica, o temor pode levar o príncipe mais longe do que o amor, e a manutenção da palavra é garantia para sua boa aparência, já que, para ele, não importa se não possui boas características, mas é essencial “aparentar” tê-las.

Esse cuidado com a imagem perpassa a evolução da nossa sociedade, tomando impulso na Revolução Industrial e nos avanços da comunicação e da mídia, como vemos com Ivy Lee e seu assessoramento no grupo Rockefeller, por exemplo. Através de uma linguagem de acordo com seu público e outras estratégias, dispensando os seguranças de Rockefeller e levando-o até áreas de vulnerabilidade, a equipe de Ivy Lee (2019)¹¹ foi capaz de mudar a imagem do empresário, criando uma percepção pública empática.

Nos dias de hoje, a importância de uma imagem concisa e positiva é o que impulsiona carreiras e proporciona oportunidades de crescimento na indústria. Com uma imagem bem assessorada, se tem controle sobre a opinião do público e a reputação do artista, colaborando inclusive na gestão de crises, muito presentes na cultura midiática dessa geração pela “cultura do cancelamento”, provocada pelo efeito manada e a enorme convergência e distribuição de informações. Segundo

⁹ A perspectiva teórica que estuda os elementos comunicacionais da ordem do corpo, um efeito engendrado que se realiza na dimensão das linguagens, uma vez que elas são afetadas e afetam na relação “corpo-sujeito”, segundo Martins e Aguiar (2014).

¹⁰ Não foi encontrado, no google ou outro veículo de estudo, nenhum material que conecta os estudos de corporalidade aos de treinamento midiático e assessoria de comunicação para a execução desta pesquisa.

¹¹ <https://turma99.marketing/ivy-lee-o-pai-das-relacoes-publicas/>

pesquisa da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)¹², a cultura do cancelamento é a “prática de organizar um boicote virtual de pessoas percebidas como desviantes. Ela pode levar a pessoa julgada ao esquecimento social”.

A imagem pessoal ou de uma empresa reflete diretamente em sua identidade e deve espelhar seus valores e convicções. Por esse motivo, foi escolhido como objeto de análise a artista RuPaul para esta pesquisa, com uma carreira consolidada, um público de mais de 5,1 milhões de seguidores nas redes sociais¹³ e uma plataforma que a permite constituir sua imagem, o *reality show RuPaul 's Drag Race*.

Para entender como é construída a imagem e a reputação do apresentador, analisaremos sua corporalidade em uma perspectiva teórica que estuda os elementos comunicacionais da ordem do corpo, segundo Rosário e Aguiar (2014). Nossa questão central é buscar entender como é construída a corporalidade de RuPaul no *reality show RuPaul's Drag Race* e como, a partir dessa corporalidade, se estabelece o posicionamento midiático da artista que inspira um treinamento para as mídias.

Assim, nesta pesquisa, buscamos aproximar o que é visto no programa com a teoria de Relações Públicas, compreendendo as corporalidades *drag*, para que assim possamos refletir a respeito dos métodos utilizados por RuPaul para construir sua imagem na indústria cultural. Buscamos entender técnicas essenciais das estratégias de comunicação com os públicos, como por exemplo: manutenção e construção de reputação e imagem do assessorado.

É fundamental para a área de Relações Públicas uma atualização a respeito da assessoria de imagem de acordo com as novas tecnologias e mídias sociais que emergem. Considerando esse contexto, esta pesquisa se **justifica** pelo potencial criativo e inovador na área de comunicação de um treinamento midiático a partir de corporalidades drags. Ademais, no curso de Relações Públicas da Unipampa, não há registros de pesquisas que tenham abordado essa perspectiva, o que também se torna uma contribuição pessoal do autor deste trabalho, engajado com a arte *drag* e com a exploração das temáticas de entretenimento impactando a realidade da vida e

¹² Disponível em:

<https://www.ufsm.br/midias/experimental/meio-mundo/2024/03/12/a-cultura-do-cancelamento-nas-redes>

¹³ De acordo com informações coletadas na plataforma Instagram e X em junho de 2024.

contribuindo com a pluralidade de pensamentos para a construção de uma imagem a partir da metodologia CUNT¹⁴, que será explicada no capítulo metodológico.

Figura 2 - A fama de RuPaul



fonte: Pinterest "RuPaul" (2018)

Considerando os elementos apresentados, definimos como objetivo geral desta pesquisa: entender a construção da **corporalidade** de RuPaul no *reality show RuPaul's Drag Race*, apoiada na **arte drag**, para desenvolver uma proposta de **treinamento midiático** a partir da metodologia **CUNT**.

Como **objetivos específicos**, consideramos importante: 1) Contextualizar RuPaul, a 16ª temporada do *reality show RuPaul's Drag Race* e a presença da arte *drag*; 2) Refletir sobre a corporalidade como elemento da construção da arte *drag* na construção de imagem em Relações Públicas; e 3) Elaborar, através do CUNT, possibilidades de treinamento midiático relacionando a corporalidade e arte *drag* de RuPaul's Drag Race a outras drags midiáticas;

¹⁴ CUNT: Charisma (Carisma), Uniqueness (Singularidade), Nerve (Audácia) e Talent (Talento). São os elementos necessários para coroar uma *drag queen* de acordo com os critérios utilizados por RuPaul e o júri em *Drag Race*. Neste trabalho, utilizamos para estabelecer a metodologia do treinamento midiático.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As perspectivas teóricas desta pesquisa articulam os conceitos de corporalidades, arte *drag* e treinamento midiático com o objeto empírico de referência do trabalho, a 16ª temporada do *reality show RuPaul's Drag Race*.

2.1 Corporalidades: a explosão de sentidos do corpo na *drag*

Refletimos o conceito de corporalidades junto com Nísia Martins do Rosário e Lisiane Aguiar (2014), articulando as noções de comunicação da atualidade. Quando analisada a corporalidade sob a perspectiva do entretenimento, conseguimos fazer relação com RuPaul e as estratégias de comunicação para treinamento midiático que surgem dela. Entendemos que os corpos são essencialmente geradores de sentidos e têm intenso potencial para produzir semioses ilimitadas, considerando semiose como o processo de criação dos significados, que procura dar sentido às ideias, se aproximando ao máximo da realidade. Sendo assim, corporalidade é a vertente teórica que coloca o corpo como elemento central da comunicação. Para as autoras, este efeito ocorre na articulação dual do corpo, ao agir como mediador entre a mente e o mundo, no que chamam de pluralização. Em outras palavras, o que está na alma se torna físico.

Dessa forma, a corporalidade é um ferramenta engendrada, que é criada e idealizada, um efeito de conexões que funcionam como engrenagens que movem uma máquina. Com potencial ilimitado de comunicação, as corporalidades são capazes de afetar e serem afetadas na relação direta com o sujeito a quem são apresentadas, a quem a mensagem é direcionada. Por sua vez, eles podem rejeitar a complexidade que este elemento pode trazer se comparada com a semiótica da cultura, problematizando a falta de sentido e a falta de uma linguagem natural destes corpos em explosão. Essa questão é argumentada por Nísia Martins do Rosário (2015), que defende a ruptura de sentidos causados pela corporalidade em corpos expostos pela mídia, que reconfiguram novos sentidos ao romper com os sentidos antes conectados.

Aproximando este estudo para a análise das aparições de RuPaul na estrutura comum de um episódio do *reality show RuPaul's Drag Race*, ele já inicia rompendo com sentidos criados pela semiótica da cultura hegemônica ao se tratar

de um homem negro, abertamente gay e performando a arte *drag* que questiona os limites de gênero e expressão. Sua explosão ocorre quando a figura completa de *drag* é apresentada no palco principal, quando os sentidos antes quebrados criam uma cadeia de novos sentidos para a imagem de RuPaul, quando a psique da “mãe das *drags*” é personificada no corpo da apresentadora, apresentando para seu público a corporalidade *drag* e todas as engrenagens que a formam.

2.2 Treinamento midiático: uma forma de educação para as mídias

A respeito da assessoria de imagem e comunicação, que envolve também a corporalidade, Braga e Tuzzo (2012) argumentam a importância do profissional de Relações Públicas para a construção de reputação e para encontrar uma imagem positiva na mídia. Dentro da vasta extensão das estratégias de relacionamento com público, a assessoria se destaca por trabalhar diretamente o relacionamento entre a organização (ou a figura de RuPaul, como é o caso desta pesquisa) e seu público. Essa é uma ação que transcende a dimensão operacional da publicidade e alcança a dimensão estratégica, como defendem os autores.

A ação de analisar logicamente a sistematização de conhecimento na área da comunicação e no âmbito das relações humanas consiste na utilização de instrumentos adequados na criação da imagem e seu monitoramento (Viveiros, 2007). Assim, é possível alavancar o assessorado a um conceito elevado junto à opinião pública e, principalmente, expandir seu público-alvo cada vez mais, já que eles são os agentes fiéis e indispensáveis ao seu crescimento e ao seu sucesso.

A busca pelo treinamento midiático é indispensável para a exposição das corporalidades nas (multi)mídias da nova geração. Há a necessidade de que o sujeito se eduque sobre a mídia em que se insere, entendendo como ela o afeta e como ele a afeta. Afinal, “não se trata de fazer do [sujeito] político um robô programado, mas sim um conhecedor dos recursos pessoais que pode utilizar para alcançar a vitória” (Nogueira, 2008, p 50).

Observando nesse sentido, a educação midiática é uma proposta desenvolvida por diversos pesquisadores a respeito da necessidade de implementação das práticas de conscientização ao lidar com a mídia atualmente. Na perspectiva de trabalho de Joan Ferrés e Alejandro Piscitelli (2015), a educação midiática acontece quando ocorre a produção de próprias mensagens (expressão) e

interação com as mensagens alheias (análise). Dessa forma, eles propõem critérios de orientação para a educação nos âmbitos da expressão e da análise, sendo os critérios: interação; tecnologia (contato multimídia); linguagem; ideologia e valores; produção e difusão; e estética. Esses critérios permitem observar os efeitos que produzem e como conversam com eles.

Articulada a essa perspectiva das corporalidades e do treinamento midiático, a cultura participativa é parte do contexto atual, já que nela o corpo exposto na mídia dialoga com seu público. O sujeito deve desenvolver sua competência midiática interagindo e reagindo, de forma crítica, com as mensagens produzidas por outros e expondo suas próprias mensagens. Segundo Ferrés e Piscitelli (2015, p. 8), “a participação do interlocutor diante dos processos de seleção, interpretação, aceitação ou rejeição, crítica, transmissão, etc.” é que se chama de cultura participativa, funcionando como um diálogo. Ainda de acordo com eles, a educação midiática aliada à cultura participativa acaba “combinando o espírito crítico e estético com a capacidade de expressão e o desenvolvimento da autonomia pessoal com o compromisso social e cultural” (p. 1).

Para que a educação midiática seja eficaz quando inserida na cultura participativa, é necessário que se alcance a competência midiática, quando o assessorado tem completo controle sobre como ele se comunica. A disseminação de informação da tecnologia contemporânea requer cada vez mais educação e competência daqueles que se inserem e se expõem nas plataformas multimídias. Os estudos e práticas que levam o sujeito a atingir uma maior competência midiática trabalham a capacidade crítica sobre o próprio senso crítico. A formação midiática é um trabalho de conscientização, já que isso apenas funciona no consciente do sujeito. Como seres racionalizadores, os humanos são subconscientemente movidos pela emoção ao invés da razão, o que é o principal empecilho da educação midiática. Entretanto, a competência midiática pode ser dominada se houver uma gestão adequada em ambos os âmbitos de expressão e análise. Dessa forma, se insere o sujeito na cultura participativa de forma consciente e qualificada. Ferrés e Piscitelli (2015, p. 6) pensam como se deve desenvolver a educação midiática:

de maneira ativa, participativa, lúdica. Mais focada na reflexão sobre o que envolve a experiência da interação com as telas do que em discursos ou reflexões semióticas. Serve como um exemplo de afirmação supostamente abstrata, um correspondente para a dimensão da

tecnologia: capacidade de manipular imagens e sons a partir da consciência de como representações da realidade são construídas.

Os estudos sobre a educação midiática, assim como a competência midiática e a cultura participativa, podem ser peças chaves para a prática do treinamento de mídia (ou treinamento midiático). Construindo uma forte identidade e estética, com claros posicionamentos e valores, se pode inserir o assessorado na cultura midiática com uma corporalidade consciente para desenvolver uma reputação positiva. O treinamento prepara a pessoa que vai se expressar nas mídias de forma racional e consciente, analisando possíveis respostas e reações emocionais nas interações com as mídias.

A comunicação eficiente é crucial para o êxito de pessoas e instituições. Ao lidar com as mídias, é essencial um preparo para comunicar mensagens compreensíveis e consistentes. Nesse ponto, o treinamento de mídia (*media training*) se torna importante. Este é um procedimento organizado que busca habilitar os profissionais a enfrentarem de maneira eficaz os desafios da mídia. Quando treinados para as mídias, os assessorados adquirem competências para se expressarem de modo assertivo e confiante em contextos como entrevistas, discursos públicos, interações com jornalistas e apresentações. O *media training* é fundamental na preparação de indivíduos e organizações para lidarem com as mídias de forma eficaz¹⁵. O treinamento midiático se alinha às reflexões de corporalidades, uma vez que a compreensão dos corpos em relação à comunicação permite treinar as pessoas para a inter-relação com as mídias.

Em sua prática, o treinamento se desenvolve com atividades de preparo vocal e dicção, estudo do texto a ser desenvolvido, técnicas de expressão corporal, análise de cenários e preparação para entrevistas. As técnicas do treinamento midiático são usadas pelo profissional de comunicação, principalmente Relações Públicas e Jornalistas, com foco em trazer objetividade e polidez para a mensagem a ser transmitida. Essa é uma prática ligada à Assessoria de Imprensa/Imagem, na qual o objetivo do profissional é transformar a figura ou organização em notícia ou

¹⁵ O Grupo Approach é uma organização que atua na área de comunicação há mais de 25 anos, construindo marcas e tornando-as relevantes no mercado. Top 3 Agência de Comunicação Nacional Mega Brasil 2023. Prêmio Aberje 2022 em gerenciamento de crises e Comunicação Multi Públicos são alguns dos prêmios conquistados pelo grupo em 2023. Disponível em: <https://www.approach.com.br/blog/media-training/#:~:text=O%20media%20training%20desempenha%20um,confian%C3%A7a%20as%20diversas%20situa%C3%A7%C3%B5es%20midi%C3%A1ticas.>

saber portar-se para alcançar tal objetivo e, acima de tudo, manter uma imagem coerente e respeitada.

Dessa forma, o *media training* não se restringe apenas a líderes e representantes de empresas. Ele também é aplicável a profissionais independentes, artistas, políticos e qualquer pessoa que necessite comunicar-se com o público e deseje aprimorar suas habilidades verbais e não verbais. Segundo Ferrés e Piscitelli (2015, p. 4):

Não se pensa em uma competência que garanta a eficácia profissional, mas que potencialize a excelência pessoal. A competência midiática deverá contribuir para o desenvolvimento da autonomia pessoal de cidadãos e cidadãs, bem como o seu compromisso social e cultural.

Ao profissional de Relações Públicas é encarregada a função de tornar uma figura célebre, cuja celebração daria conta de mantê-lo em alta no mercado e junto aos diversos públicos de interesse (Braga; Tuzzo, 2011). Portanto, sem ter uma fórmula exata, o treinamento midiático pode ser utilizado de diversas formas. Toda estratégia de comunicação pode ser adaptada para diversas situações e de acordo com o perfil de cada profissional, sem que haja uma receita pronta de sucesso. De acordo com Franciele Marchi (2012), o treinamento midiático é uma ferramenta que, quando bem executada, pode acelerar o processo de aceitação de uma figura e manter sua imagem frente aos veículos de comunicação.

Visto que a comunicação contemporânea é veloz e inconstante, com atores e conexões mudando a todo tempo, a necessidade de preparo para manter-se positivamente na mídia é crucial. As marcas de corporalidades de profissionais são determinantes para o destaque e sobrevivência no meio midiático. (Braga; Tuzzo, 2012). Em nossa realidade digital, as mídias representam e controlam a visão dos públicos perante os corpos em exposição. Quando analisamos figuras dentro do mundo do entretenimento, que são expostas para a imprensa e o grande público, o treinamento midiático não deve ser valorizado apenas em momentos de crise, para “apagar o fogo”, ele deve ser aplicado logo no início da carreira, aos novos artistas e figuras públicas em suas primeiras aparições nas mídias. Se possível, é relevante manter a prática do treinamento frequente, variando os exercícios com os cenários e diferentes momentos da carreira da figura assessorada.

Em síntese, o treinamento midiático é um investimento importante para a construção, destaque ou salvação da imagem. Ele é composto por uma corporalidade em exposição, que irá disseminar uma mensagem construída pelo assessor para os públicos do assessorado, com clareza e polidez, buscando trazer longevidade à carreira, contratos, reputação e renome.

Nesse sentido, tem recebido destaque e apreciação dos públicos aqueles corpos que carregam - em suas aparições na mídia - o carisma de uma forma única, com ousadia e autenticidade, que refletem o talento do artista. Essa é uma característica que vemos em RuPaul ao longo de sua carreira. De formas técnicas, o uso dos traços marcantes da personalidade dessa artista confere humanidade à imagem. Assim, um assessor de imagem pode explorar essa característica com seu assessorado, trabalhando sua confiança e expressão corporal.

Resumidamente, na conjuntura atual de Relações Públicas, é crucial desenvolver treinamentos que fujam do formato engessado e que procurem a impressão de personalidade no âmbito profissional. Como defende Nogueira (2008, p. 50), “não se trata de fazer do político um robô programado, mas sim um conhecedor dos recursos pessoais que pode utilizar para alcançar a vitória”. Por isso, pensamos que a arte *drag*, aliada às corporalidades que explodem padrões convencionais de gênero, é uma potente inspiração para construir um treinamento midiático de Relações Públicas.

2.3 A arte *drag*

A arte *drag* é uma forma de expressão artística que envolve performances teatrais, musicais e visuais em que artistas, conhecidos como *drag queens*, ou *drag kings*¹⁶, exploram e celebram a expressão de gênero de maneira extravagante e exagerada. No contexto atual e mundial, a arte *drag* tem experimentado um aumento significativo de visibilidade e popularidade, em parte devido à sua representação nas mídias hegemônicas e em plataformas de mídias sociais, além do programa *RuPaul's Drag Race*.

As performances *drag* frequentemente envolvem elementos de moda, maquiagem e encenação dramática, e podem abordar diversos temas, desde sátira

¹⁶ *Drag King* é uma expressão artística usada quando os participantes personificam masculinidades. O termo significa "vestido como um Rei" ao ser traduzido para o português.

política e crítica social até a celebração da diversidade e individualidade. *Drag queens* e *drag kings* criam personas únicas, com nomes artísticos e trejeitos que incorporam diferentes estilos, personalidades e narrativas. Segundo Joanna Burigo (2016)¹⁷:

Drag expõe que o feminino – e, portanto, gênero – é um conjunto de códigos culturais. A paródia do feminino que constitui a performance da drag queen exprime a falta de qualquer verdade inerente sobre gênero, e acentua o quão rígidas são suas normas.

A arte *drag* revelou-se, ao longo da história, uma oportunidade de desequilibrar e interrogar as normas de gênero e sexualidade impostas culturalmente, por meio de um processo de autonomia na construção do corpo, não visando uma troca de gênero, mas sim afirmação e subversão.

Figura 3 - A dualidade de RuPaul



fonte: *Pinterest* “RuPaul” (2016)

Além de entretenimento, a arte *drag* também tem sido uma plataforma importante para a comunidade LGBTQIAPN+ expressar sua identidade e lutar por direitos iguais. *Drag queens*, em particular, desempenharam um papel significativo como líderes e ativistas dentro da comunidade *queer*, utilizando sua visibilidade para levantar questões importantes e promover a inclusão e aceitação. *Drag* é política, faz questionar e provocar.

¹⁷ BURIGO, Joana. Carta Capital. **Uma reflexão sobre RuPaul's Drag Race**. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/uma-reflexao-sobre-rupaul2019s-drag-race/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

No contexto mundial, a arte *drag* é praticada e apreciada em uma variedade de cenários, desde clubes noturnos e bares LGBTQIAPN+ até festivais de arte, desfiles de orgulho e programas de televisão. A popularidade da arte *drag* continua a crescer à medida em que mais pessoas reconhecem seu poder de desafiar normas de gênero, promover a diversidade e criar espaços de celebração e comunidade para pessoas de todas as identidades de gênero e orientações sexuais. Como defende Burigo (2016), muito deste reconhecimento é graças ao sucesso de *Drag Race*, o programa que abriu portas para mais de 200 artistas, levantando suas carreiras e impulsionando seus sonhos para a realidade.

Não podemos esquecer, porém, da arte *drag* no Brasil, com nomes como Pablllo Vittar e Gloria Groove, as *drag queens* que participam do cenário musical brasileiro, ambas no topo da lista¹⁸ de *drag queens* mais seguidas e mais bem sucedidas do mundo. O império criado por RuPaul chegou em solos brasileiros no dia 30 de agosto de 2023, quando estreou *Drag Race Brasil*, apresentado pela *drag queen* brasileira Grag Queen, que substituiu RuPaul na apresentação da versão brasileira do programa.

Figura 4 - Pablllo Vittar



fonte: Pinterest "Batidão Tropical" (2021)

Figura 5 - Gloria Groove



fonte: Pinterest "Serenata GG" (2024)

¹⁸ Dado coletado pela revista Marie Claire em 2019:
<https://revistamarieclaire.globo.com/Celebridades/noticia/2022/04/gloria-groove-e-segunda-drag-queen-mais-seguida-do-mundo.html>

Regina Martins (2019), no artigo “*RuPaul’s Drag Race: Performance e Tipificação*”, reflete que

A arte drag mostrou-se, ao longo da história, uma oportunidade de desestabilizar e questionar as lógicas de gênero e de sexualidade impostos culturalmente, a partir de um processo de agência na fabricação do corpo, não para uma troca de gênero, mas, sim, pela aproximação, afirmação e subversão. Analisar um evento cultural como é *RuPaul’s Drag Race* que, creio eu, deixara sua marca na cultura *drag*, assim como o cenário dos Balls ou o movimento Club Kid, nos permite ver em ação como certas práticas regulatórias agem, mas também a potência de descontinuação da subversão. (MARTINS, 2019, p. 132).

Assim, é possível considerar que a arte *drag* provoca transformação e quebra de barreiras do que entendemos por gênero, uma força artística de expressão e cultura *queer* que RuPaul leva ao debate hegemônico através do *reality show* que criou e no qual inúmeras corporalidades *drags* são treinadas para dialogar nas mídias através de estratégias de Relações Públicas.

2.4 RuPaul: a dona de tudo!

Além de criadora, produtora e apresentadora do programa, RuPaul Charles exerce, sobretudo, a função de celebridade. Nas mídias atuais, ela está presente em vídeos virais nas redes sociais, entrevistas e sua presença em eventos sociais é constante. A partir de sua performance *drag*, ela soube aproveitar da fama construída desde os anos 1980, com o filme *underground*¹⁹ “*RuPaul Is: Starbooty!*”, e um álbum com o mesmo nome. Também participou do clipe musical de *Love Shack* da banda norte-americana The B-52’s, no qual fez sua primeira aparição ao grande público. Naquele momento, foi decretado o nascimento de uma estrela.

¹⁹ Movimento ou grupo que atua fora do comum social refletindo pontos de vista heterodoxos, vanguardísticos ou radicais. Abaixo da superfície.

Figura 6 - A evolução de RuPaul



fonte: Pinterest “RuPaul Jovem” (1984)



fonte: Pinterest “RuPaul promo 12” (2020)

Sendo considerada a *drag queen* mais bem sucedida comercialmente nos Estados Unidos, segundo a revista Life²⁰, sua presença se estende para além de apresentadora do programa. Em novembro de 2023, durante o programa *The Tonight Show* apresentado por Jimmy Fallon, RuPaul reviu sua carreira em um momento de entrevista²¹. No vídeo, o apresentador começa elogiando a revista “*Vanity Fair*”, em que RuPaul estreia sendo a primeira *drag queen* a posar na capa, quando Ru o interrompi dizendo “*Uma Drag Queen?*”. A expressão de confusão e medo se estampa no rosto de Jimmy, quando a artista prossegue dizendo “*Eu sou a Rainha das Drag*”, levando todos na plateia e até mesmo o apresentador a caírem na gargalhada. O vídeo atingiu mais de 7 milhões de compartilhamentos no X (*Twitter*) na mesma semana.

²⁰ Inc.com, na matéria “*Why RuPaul Is the Leader We All Need in 2024*” (Por que a RuPaul é o líder que todos precisam em 2024)

<https://www.inc.com/cathy-graham/why-rupaul-is-leader-we-all-need-in-2024.html#:~:text=But%20up%20to%20that%20point,They%20feel%20seen.>

²¹ Disponível no *YouTube*: https://youtu.be/MD_PHTR_DkA?si=IHSkXpFbQIh1SxZv

Figura 7 - Entrevista com Jimmy Fallon



fonte: Google images "entrevista RuPaul The Tonight Show" (2023)

Figura 8 - RuPaul recebendo o prêmio Emmy



fonte: Google imagens "RuPaul Emmy" (2023)

Outro grande momento na carreira de RuPaul, que também aconteceu em 2023, foi durante a premiação anual do *Emmy*. RuPaul subiu ao palco para receber o 5º prêmio que conquistou consecutivamente pelo programa *RuPaul's Drag Race* e, em seu discurso, a apresentadora disse: "Conhecimento é poder e, se alguém tenta restringir seu acesso ao poder, esse alguém quer te assustar. Escute a uma *drag queen!*". Essa fala fazia alusão ao cenário político que afligia os Estados

Unidos, em que uma onda de conservadorismo tentava a todos os custos tornar a arte *drag* um crime. Ela usou este momento em sua carreira para levantar as atenções a uma temática social relevante, usando a plataforma para enviar uma mensagem necessária de forma profissional.

À personalidade RuPaul são dados os créditos por criar a maior plataforma de exposição para a Cultura LGBTQIAPN+ e a arte *drag* na comunicação de massa. A competição comandada e centralizada em torno da imagem célebre de RuPaul recebe elogios da crítica e a devoção dos fãs a cada ano, que comentam em suas mídias sociais sobre o programa e suas participantes favoritas, compram seus produtos personalizados e os ingressos de suas performances. Muitos ainda têm o privilégio de conhecer as participantes na *Dragcon*, um evento que acontece nos Estados Unidos anualmente, formatado como uma convenção do mundo *drag* que reúne participantes e fãs de todo o mundo. Todo o ano esse ciclo se inicia novamente quando uma nova temporada do programa é lançada. A mais recente da franquia estadunidense foi lançada no dia 5 de janeiro de 2024 e teve seu fim no dia 20 de abril do mesmo ano. Esta foi a 16ª edição do programa, uma temporada regular com 16 episódios e 14 participantes. É a partir dessa última temporada que analisamos as corporalidades *drags* para inspirar o treinamento midiático de Relações Públicas, a partir de uma metodologia própria oriunda do CUNT, que explicamos no próximo capítulo.

Figura 9 - Temporada 16



fonte: *Pinterest* "Drag Race temporada 16" (2024)

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da metodologia deste trabalho, vamos adentrar na 16ª temporada do programa e focar nos momentos em que a corporalidade de RuPaul transmite uma mensagem engendradora, pensando como essa mensagem é aplicada através da construção televisiva de cada episódio e das interações de RuPaul com as participantes do *reality show*. Pensamos como a apresentadora busca legitimar sua imagem perante as participantes e seu público, a partir de um diálogo com Martins (2019).

Para que entendamos a dinâmica do *reality show*, fazemos aqui uma breve explicação. Todo episódio de uma temporada regular mantém uma mesma narrativa: inicia-se uma nova semana com um novo desafio proposto por RuPaul, que faz sua primeira aparição presencial logo nos primeiros 10 minutos de episódio. No entanto, diferente da imagem que temos da *drag*, ele aparece completamente desmontado (sem roupas e maquiagens do universo feminino). Usando ternos que o vestem perfeitamente e com um tom tranquilo e acolhedor, ele constrói um vínculo de igualdade com as *drags*.

Figura 10 - RuPaul Charles



fonte: Pinterest "RuPaul desmontada" (2023)

Contudo, sua presença já se faz vista bem antes de sua aparição para as participantes, já que o *werkroom*²² é repleto de fotografias de RuPaul e mensagens simbólicas que remetem à apresentadora, conferindo o grau de autoridade dela sobre as participantes. “E que a melhor *Drag Queen* vença!” são palavras proferidas pela própria RuPaul em todos os episódios, servindo de incentivo para as participantes, mas também como um bordão que a apresentadora utiliza ao longo de toda temporada.

Quando iniciam o trabalho, recebendo o desafio da semana, as *drags* se agilizam para cumprir a tarefa e impressionar os jurados fixos e os convidados da semana. A 16ª temporada teve a presença de artistas como: Becky G, Law Roach, Sarah Michelle Gellar e o duo Icona Pop. O objetivo principal dos desafios é impressionar a própria RuPaul.

Na segunda parte do episódio, vemos o contato da apresentadora com as participantes, quando Ru retorna para a sala de trabalho para averiguar como anda o trabalho das *drags*, colocando-se na posição de orientadora e fonte de inspiração, já que sua atenção é o principal alvo de interesse das artistas dentro da competição. Neste momento de acolhimento e atenção da apresentadora, ela consegue reafirmar a imagem materna sobre seus públicos, elemento muito presente em suas falas, e na fala de participantes que a reconhecem como “Mãe”. Em suas ações, quando Ru demonstra preocupação, carinho e admiração pelas participantes, a quem ela considera como “filhas”, as chama de “minhas garotas”, reforçando a conexão Mãe-Filha com as artistas, e dessa forma, com seus públicos.

²² Sala de Trabalho, oficina onde as participantes organizam seus pertences e se preparam para os desafios. Ambiente onde se passa grande parte dos episódios.

Figura 11 - Werkroom

fonte: Pinterest "Drag Race Werk room" (2020)

Após o desafio cumprido, chegamos à terceira etapa do episódio, quando RuPaul, desta vez completamente montada, desfila sobre o palco principal com um vestido que acentua sua corpo modelado por corpete e enchimentos, maquiagem suave e polida e uma peruca que completa a imagem *drag* da apresentadora. A chegada triunfal celebra a figura de RuPaul, dando vida à imagem onipresente que vemos ao longo de todo o episódio, colocando-se como o modelo absoluto (Martins, 2019), fato que concretiza a imagem de superioridade e imposição da apresentadora, agora que ela entra em posição de julgar as participantes.

Na sequência, as participantes são julgadas por seu desempenho no desafio e no desfile da semana. RuPaul e os demais jurados do episódio, então, criticam a performance das *drags* e deliberam sobre quem deve ser a vencedora da semana e quais merecem ir para a eliminação, sendo todas as decisões finais tomadas por RuPaul, que serve de mediadora para as discussões entre os jurados.

Figura 12 - A apresentadora



fonte: Pinterest “RuPaul Drag Race” (2020)

Decisão tomada, a apresentadora diz “Silêncio! Tragam de volta minhas garotas”, assim como citado anteriormente. Esta e outras frases de efeito são elementos constantes em todo o episódio de uma temporada regular, um efeito que, por sua constância, torna-se marca registrada de RuPaul e do *reality*, um elemento que aproxima ainda mais os fãs do programa. As participantes que aguardavam nos bastidores retornam para o palco principal, quando orgulhosamente RuPaul revela a vencedora do desafio da semana. Parabenizando-a por sua vitória com “*Condragulations*”, termo em inglês que alude a “*congratulations*”, palavra da língua inglesa que significa “Parabéns” mas com o termo *Drag* inserido em seu meio, criando uma palavra única que reflete com o contexto e se atribui à identidade criada.

Até mesmo quando duas *drags* são indicadas para a eliminação, em que ambas devem dublar uma canção escolhida pela produção do programa e quem melhor se destacar na performance garante seu lugar na competição, Ru diz “*I’m sorry, my dear*” que pode ser traduzido para “me perdoe, minha querida”, trazendo

novamente o zelo com que RuPaul age com as participantes até mesmo nos momentos de eliminação do programa.

Ao fim de todo episódio, ao término da batalha, Ru declara a vencedora da dublagem com outro de seus famosos bordões “*Shantay you stay*”, algo que pode ser traduzido para “Você fica!”, e “*Sashay away*” que indica para a perdedora que sua hora de ir embora da competição chegou. Assim, mais uma artista é eliminada e as demais competidoras prosseguem com garra para chegar até a coroa, aplicando as críticas dos jurados e tentando ao máximo impressionar RuPaul, que finaliza o episódio com a emblemática pergunta: “Se você não pode se amar, como vai poder amar outra pessoa?”, frase icônica que marca o fim de todos os episódios.

Figura 13 - Se você não pode se amar, como vai poder amar outra pessoa?



fonte: Pinterest “If you can't love yourself RuPaul” (2010)

Vemos algo muito presente durante todas as análises e hipóteses criadas sobre o comportamento de RuPaul e como ela estabelece esse relacionamento com seu público. Elas vão além de um simples treinamento e assessoramento, um preparo profissional que a coloca em um patamar além de apresentadora do programa. Seu nome está no título e suas fotos por todas as paredes. Muito se imagina do que sua persona deva alcançar com as expectativas criadas pelo telespectador ao longo de todo o episódio.

Esta construção de imagem vem da dimensão das linguagens, enquanto segue a evolução da presença da *drag queen*. Sua figura desmontada e acessível

do início do programa dialoga com a figura polida e “inalcançável” vista na terceira parte dos episódios, incluindo a autenticidade em momentos de interação. A singularidade e a leveza com que RuPaul, como apresentadora, consegue seguir o roteiro planejado pelos roteiristas e assessores do programa, mas dando seu toque de personalidade e competência faz com que seu trabalho seja único e característico em si. Em outras palavras, e aproximando com o conceito de corporalidade, refletido por Rosário e Aguiar (2014), RuPaul é o mediador para a mente e o mundo, quando os elementos da mente/alma da apresentadora vêm à tona e transmitem uma mensagem poderosa de “Mãe das Drags” através do corpo em exposição.

A partir da corporalidade *drag* construída por RuPaul no reality show podemos analisar alguns elementos de sua construção de imagem que destacam a competência da apresentadora, um processo de anos de educação midiática que ele adquiriu ao longo de sua carreira. Dentro do programa, RuPaul utiliza a palavra da língua inglesa “*cunt*”, que em seu significado “original” indica uma forma pejorativa de se referir ao órgão genital feminino. A palavra é comumente usada em xingamentos e ofensas para alguém vulgar. RuPaul ignora a conotação ofensiva da palavra e traz para ela um novo significado, usando como um adjetivo positivo que qualifica alguém “que arrasa”. Hoje, o termo foi ressignificado e é muito popular entre a nova geração.

RuPaul utiliza o critério (ou metodologia) CUNT para determinar a grande vencedora de uma temporada. Para Ru, o termo é uma sigla que significa: *Charisma, Uniqueness, Nerve e Talent*. Traduzimos neste trabalho para: Carisma, Singularidade, Audácia e Talento.

As características do CUNT são aquelas que a própria RuPaul utiliza dentro e fora do programa, estando presentes a diversas personalidades *queer* que vemos no mundo midiático. São figuras carismáticas e confiantes, que não temem a exposição de seus posicionamentos e valores, e que conquistam o espaço hegemônico com suas histórias e talento, como a arte *drag* vem fazendo há décadas.

Se aplicarmos o conceito CUNT como uma metodologia para entendermos a prática de treinamento midiático, teremos figuras que conseguem navegar pelas interações com confiança e autenticidade. Elas se afastam do conceito básico do que um treinamento midiático deve ser e se aproximam de um estudo de educação

mediática e corporalidade, que traz ao assessorado liberdade de expressão e maior controle sobre suas ações e reações. Como vimos até aqui, RuPaul aplica ao longo dos episódios analisados uma corporalidade adequada ao CUNT, que é recheada por humanização e personalidade sem fugir do papel profissional de apresentadora do programa. Por isso, propomos neste trabalho o uso do CUNT como metodologia para analisar a educação midiática de corporalidades *drags* para sugerir um treinamento midiático de Relações Públicas. A seguir, são apresentados os elementos do CUNT e como são materializados em RuPaul, nosso objeto empírico de referência para a pesquisa.

3.1 Carisma (Charisma)

Um dos elementos mais naturais que RuPaul utiliza dentro do programa é o seu carisma. Pela definição do Dicionário²³ carisma é um “conjunto de habilidades e/ou poder de encantar, de seduzir, que faz com que um indivíduo desperte de imediato a aprovação e a simpatia das massas”. Partindo desse significado, uma pessoa carismática seria aquela que possui a habilidade de criar conexões emocionais, interpretar e perceber emoções alheias. Com essas características, ela saberia reagir e agir conforme uma conexão é formada, possuindo o dom de provocar admiração, cativar e atrair seguidores. Segundo Bach (2011), a respeito dos estudos de Max Weber²⁴, o arquétipo do líder carismático²⁵ se destaca por sua visão, entusiasmo, mas também por ser volátil e instável.

Por isso, se justifica a importância do estudo do carisma em figuras presentes da mídia, estudando a habilidade de estabelecer conexões com o público e amparar figuras que naturalmente se enquadram no arquétipo de líderes carismáticos, devido ao perfil volátil desta característica. Bach (2011, p. 53) diz que o ser carismático “conferiu ao irracional, extracotidiano e singular, ou seja, ao ‘outro lado’ da normalidade e racionalidade do mundo da vivência, um status conceitual e um sólido fundamento teórico próprio”²⁶. Entende-se o carisma como uma habilidade que vai

²³ Definições de Oxford Languages. Disponível em <https://acesse.one/45hHe>, acesso em 11 de novembro de 2024.

²⁴ Maximilian Karl Emil Weber foi um intelectual, jurista e economista alemão considerado um dos fundadores da Sociologia.

²⁵ Um dos três tipos de dominação para a aceitação do poder, proposto por Weber. São eles: a legal, a tradicional e a carismática.

²⁶ Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sant/a/rsdj7sjHP5RsM9ngFYTvrcr/#>. Tradução de Markus A. Hediger, 2011.

além de um fenômeno que alguns poucos indivíduos possuem, e se torna um próprio modelo de explicação e poder a ser dominado, já que práticas podem fazer com que uma figura crie conexões com mais facilidade.

Weber vê uma ligação entre o conceito do carisma e um problema de explicação específico, que pode ser elucidado através da seguinte pergunta: Como se desenvolve algo novo na história? O que origina revoluções que transformam o mundo? E o que causa um novo início e uma mudança de direção no decorrer da história da sociedade? O carisma, portanto, precisa ser compreendido não só como um modelo tipológico, mas também e principalmente como modelo de explicação. (Bach, 2011, p. 53)

Ele conclui que a figura carismática é “considerada extraordinária e tratada como dotada de poderes ou qualidades sobrenaturais, sobre-humanas ou, ao menos, especificamente excepcionais”. Max Weber (2011)²⁷ não considerou o conceito aplicado na multimídia e política da modernidade, mas estudos mais recentes apontam que o carisma é um fenômeno que pode ser positivo e negativo para figuras que entendem como dominá-lo. John Potts²⁸ (2017), inspirado por pensamentos weberianos e do biógrafo de políticos David Barnett (2017), concorda com a visão de que o carisma é uma qualidade rara e inata que separa certos indivíduos e atrai outros para ele, citando figuras que se encaixam no arquétipo de líderes carismáticos como: Barack Obama, Mussolini e o boxeador Muhammad Ali²⁹. Porém, ele argumenta que seja uma ideia enigmática e que não pode ser simplesmente dominada. Barnett (POTTS, 2017, apud BARNETT et al, 2017) reflete que o carisma é a ideia mais perigosa que uma democracia pode encontrar, afinal, de acordo com ele, “o líder carismático pode causar emoção, até mesmo cativar, mas o sucesso desse líder pode não deixar um partido político, ou uma democracia, em um estado saudável”. Sendo assim, o carisma precisa ser entendido e trabalhado, já que o líder carismático inspira seguidores com uma retórica elevada.

²⁷ Max Weber morreu em 1920, aos 56 anos.

²⁸ John Potts é professor de mídia na Universidade de Macquarie, na Austrália. Ele tem interesse pelas áreas de cultura e tecnologia, mídia digital, história da imprensa, artes contemporâneas e história intelectual.

²⁹ Barack Obama é um político norte-americano, foi o 44º presidente dos Estados Unidos entre 2009 a 2017. Mussolini foi um político italiano que liderou o Partido Nacional Fascista e é creditado como sendo uma das figuras-chave na criação do fascismo. Muhammad Ali-Haj, nascido Cassius Marcellus Clay Jr., foi um desportista pugilista estadunidense. Essas figuras são consideradas carismáticas devido às suas facilidades em criar conexões com seus públicos, sendo capazes de longo alcance e transformações.

John Potts (2017) brevemente ainda pensa sobre o carisma em figuras da multimídia, na matéria “Carisma é um dom tão misterioso quanto perigoso” para o site Nexo.com³⁰:

Na cultura de celebridades, o carisma é considerado como um sinal de autenticidade rara enquanto grande parte da indústria do entretenimento se dedica à fabricação da fama artificial, como no caso de “*Idols*” e “*The Voice*” [programas de *reality show* dos EUA]. Carisma não pode ser criado pela realidade da televisão.

A partir do refletido neste trabalho, é possível discordar destas afirmações, de que o carisma não pode ser criado pela realidade da televisão, já que podemos identificar os elementos que constituem uma figura carismática dentro da corporalidade de RuPaul no programa televisivo. Ru consegue transmitir seu carisma através das interações com as participantes, ao afirmar sua figura acolhedora, trazendo humanidade para sua identidade, distanciando-se da visão da falsidade dos programas televisivos. Ademais, nos momentos de interação com os jurados e convidados do programa, ela mantém uma figura de autoridade, mas proporciona diálogos leves e divertidos, fazendo piadas e reflexões sobre suas vivências. Um elemento que consagra o carisma de RuPaul, dentro e fora do programa, é sua risada³¹ que torna a figura mais acessível e alegre.

Dentro do treinamento midiático, podemos educar o assessorado a sentir-se o mais confortável possível frente a câmeras ou plateias, indicando como ele pode reagir na interação com outros: sorrindo, gargalhando, mostrando o melhor de seu humor para transmitir uma mensagem positiva e que desperte a admiração do público.

Exemplo 1

Episódio 4 Temporada 16

De: 59:19 Até: 01:00:14

[Carisma1.mp4](#)

Exemplo 2

Episódio 11 Temporada 16

³⁰ Disponível em:

<https://www.nexojornal.com.br/externo/2017/01/06/carisma-e-um-dom-tao-misterioso-quanto-perigoso> acessado em 19 de novembro de 2024.

³¹ Compilado de momentos onde o carisma de RuPaul se destaca por sua risada:

<https://youtu.be/wjB3Qf3mXuY?si=6PqsT4jUZS-iLKtN>. Produzido por Neil Dolan Dance.

De: 46:25 Até: 47:05

[Carisma2.mp4](#)

Nestes momentos do programa *RuPaul's Drag Race*, no Exemplo 1, vemos uma participante tendo um momento de vulnerabilidade durante sua eliminação. No vídeo, ela não segura o choro e desaba na frente dos jurados e das outras participantes, que choram vendo a cena. RuPaul toma as rédeas da situação e acalenta a participante, consolando-a, mas, ainda assim, mantendo sua autoridade e carisma. Ru usa deste momento vulnerável para reafirmar sua imagem de “mãe das drags”, mesmo que inconscientemente. No Exemplo 2, quando uma das participantes faz uma revelação durante um dos momentos de interação, RuPaul consegue lidar com a situação de forma clara e empática. Percebe-se que essa habilidade de conduzir diálogos e aprofundar suas conexões com o público seja o carisma, ou o que se entende do arquétipo carismático (Weber, 2011) em sua forma mais natural, através da criação de conexões reais baseadas em empatia e atenção ao próximo, algo que deve ser valorizado dentro do treinamento midiático.

Exemplo 3

Episódio 9 Temporada 16

De: 05:43 Até: 09:48

[Carisma3.mp4](#)

Exemplo 4

Episódio 9 Temporada 16

De: 35:54 Até:41:31

[Carisma4.mp4](#)

Nos dois últimos exemplos, 3 e 4, vemos RuPaul mostrar seu carisma através de sua personalidade, criando conexões através do humor. O Exemplo 3 destaca um momento do episódio em que RuPaul visita as participantes na sala de trabalho para um pequeno jogo antes do desafio principal. Esse momento constrói a corporalidade carismática e divertida da artista. Por fim, no Exemplo 4, as participantes desfilam pela passarela e RuPaul e os demais jurados fazem comentários humorados sobre os figurinos apresentados na passarela; esse é um

dos momentos de maior interação de RuPaul dentro da construção televisiva de cada episódio, no qual ela traz piadas improvisadas e reage aos comentários dos demais jurados. Além de criar conexões de empatia, Ru é capaz de entreter e atrair seu interlocutor e seu público naturalmente, preservando sua imagem positiva, empática e acolhedora.

3.2 Singularidade (Uniqueness)

Dentro do programa, um dos elementos que RuPaul procura em suas competidoras é a singularidade, aquilo que faz com que uma *drag* seja única, principalmente através do seu diferencial, sua história e sua mensagem. Na proposta do programa, o que encanta RuPaul, os jurados e o público é descobrir quem é essa pessoa por trás da arte e toda sua trajetória até chegar ali; encontrar suas vivências e experiências, junto com seus medos e dores. Tudo que traga vulnerabilidade e verdade para a figura, tornando-a diferente dos demais corpos expostos na mídia e com um ponto de vista único, provocando compreensão e empatia é interessante para formar o relacionamento com os públicos. Essa proposta de singularidade dentro de *RuPaul's Drag Race* segue as noções básicas da comunicação humanizada e do compromisso com a verdade, como propõe o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, no Artigo 2, Emenda D³²: “Disseminar informações falsas ou enganosas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis”.

Essas práticas são vistas desde o princípio do desenvolvimento das Relações Públicas, quando Ivy Lee, durante seus trabalhos na carreira do empresário John Rockefeller Jr., dizia: “O público deve ser informado”, e utilizavam de práticas para humanizar a imagem e salvar a reputação do empresário. Lee (1906) afirma em sua *Declaração de Princípios*³³ que o público precisa ser conquistado de boa vontade e, portanto, o assessorado deve assumir uma posição honesta e precisa.

Assim, é importante indagar qual seria o melhor jeito de criar uma conexão honesta, que construa uma corporalidade singular e única ao assessorado.

³²https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4576671/mod_resource/content/1/C%C3%B3digo%20de%20%C3%89tica%20dos%20Profissionais%20de%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20P%C3%ABlicas.pdf.

³³ “O primeiro comunicado de imprensa”. Site News Museu: <https://www.newsmuseum.pt/pt/spin-wall/o-primeiro-comunicado-de-imprensa>

Consideramos aqui que o elemento apresentado anteriormente, o carisma, já esteja sendo praticado; ou seja, a figura já criou uma conexão com seu público. A partir de então, é necessário aprofundar esta conexão, deixar o público “entrar” e mostrar sua personalidade e verdade, contando relatos e experiências que podem agregar à conversa e mostrar um lado novo e honesto de sua figura.

Segundo Jenkins (2009), ao pensar a cultura participativa, é importante conectar consumidores de mídia para criação de novos conteúdos, afinal, “uma inteligência coletiva [...] supõe que cada pessoa tem algo a contribuir”. Ou seja, mesmo que seja para um fim determinado, é necessário que cada figura inserida na coletividade tenha algo a agregar e contribuir, trazendo suas próprias vivências. Assim como RuPaul diz dentro do *reality show*: “Se você não pode se amar, como diabos vai poder amar outra pessoa?”, é preciso criar uma mensagem poderosa e positiva que se atrela à sua própria imagem.

Exemplo 5

Episódio 1 Temporada 16

De: 51:30 Até: 52:04

[Singularidade.mp4](#)

Exemplo 6

Episódio 1 Temporada 16

De: 53:16 Até: 53:41

[Singularidade2.mp4](#)

Durante a conversa de RuPaul e dos jurados com as participantes, Ru conta para Mirage, umas das participantes da temporada, que seus movimentos de dança a lembravam de uma dançarina que ela costumava ver apresentar. Isso fazia com que RuPaul se recordasse de uma de suas próprias músicas, que foi inspirada em sua amiga chamada “Click Clack”. Ao expor essa situação pessoal para o público, RuPaul compartilha parte de sua história e mostra como isso a inspira.

Dessa forma, dentro do treinamento midiático, é necessário que o assessorado seja instruído a compartilhar, em pequenas doses e nos momentos certos, informações sobre sua vida e suas experiências. Assim como RuPaul faz no segundo exemplo, que aconteceu neste mesmo episódio, ao reconhecer uma

característica física de uma de suas participantes que sua família também possui. Essa simples fala causa um efeito de reconhecimento, empatia e identificação, quando o público pode se identificar através de suas semelhanças, criando uma conexão de familiaridade que torna a figura singular e única entre as demais.

3.3 Audácia (Nerve)

Por sua definição, a audácia é uma “qualidade de quem ou do que se caracteriza pela inovação, pelo arrojo, em oposição ao já estabelecido e aceito”³⁴, ou seja, aquele corpo que rompe com sentidos antes criados para dar espaço a um novo sentido. Para que possa se fazer essa mudança, é necessário uma dose de ousadia e confiança, elementos muito importantes para RuPaul dentro do *reality show*. Ao nos aproximarmos da construção de uma corporalidade que inspire confiança, é necessário que algumas coisas sejam levadas em consideração: a interação com o público; a interação com um receptor; e a “ação e reação” que amarram os dois conceitos em um, como propõem Ferrés e Piscitelli (2015), sendo esses os campos de análise da competência midiática.

Na interação com o público, é necessário que a figura seja decisiva e engajada em movimentos que a representam, mas que também conversem com o seu público. Na cultura participativa (Jenkins, 2009) é necessário que se tenha troca, interação e reação com as mensagens produzidas por outros e expondo suas próprias mensagens de forma crítica. Não só com as mensagens produzidas pelo público, mas também com as mensagens que são produzidas pelo próprio corpo em exposição. Esses cuidados podem assessorar a figura a fugir da conhecida “cultura do cancelamento”³⁵, mesmo que para dominar a corporalidade audaciosa seja preciso romper com os padrões de comportamento. A necessidade de posicionamento político e sociocultural é um exemplo de como uma figura pode mostrar ao seu público suas convicções, expressando suas opiniões de forma racional e consciente e inspirando seu público. A figura pública precisa exercer sua confiança e audácia de forma concisa e responsável.

³⁴ Definição por Oxford Languages.

³⁵ “A cultura do cancelamento é uma espécie de boicote às pessoas que tomam atitudes consideradas questionáveis ou até mesmo erradas por um ou vários grupos sociais, grupos esses que podem ser de tamanhos variados, com impactos também distintos”. Disponível em: <https://vestibulares.estrategia.com/portal/materias/redacao/9-citacoes-sobre-cultura-do-cancelamento-e-tolerancia-para-usar-na-redacao/>

Na interação com os públicos, como em uma entrevista, é necessário estabelecer uma troca entre a pessoa assessorada e a interlocutora. Ao interagir, é fundamental tomar cuidado com as reações emocionais que podem entrar em conflito com a corporalidade a ser construída, pois basta uma resposta errada ou grosseira para manchar uma reputação, portanto, se deve reagir com cautela para evitar tais crises.

A figura precisa manter sua corporalidade audaciosa quando colocada em uma situação difícil dentro da interação, como uma pergunta embaraçosa ou uma situação que precisa ser controlada com firmeza, utilizando de sua competência midiática para reagir da forma adequada e racional, analisando de forma crítica suas próprias reações. Neste elemento, é necessário uma análise dos efeitos que produz, para que, assim, possa romper com o que é estabelecido e estabelecer limites e posicionamentos. Segundo Paula Guimarães Simões (2009, p. 75):

os produtos midiáticos podem afetar os indivíduos, os quais, por sua vez, agem a partir dessa afetação. Nesse processo, tanto a mídia como a sociedade se reconfiguram, se transformam, se atualizam em um processo de mútua afetação

Na educação midiática (Ferrés e Piscitelli, 2015) são estudados esses processos de interação, as ações e reações, e se destacam as pesquisas neurocientíficas em que o ser humano age conforme a emoção, em impulsos e reações à flor-da-pele, os processos emotivos que acontecem inconscientemente mesmo em momentos conscientes. Com isso, a competência midiática elabora esse processo de controle sobre as reações emotivas e a análise crítica das mensagens que produz. É preciso controlar a emoção para analisar com a razão, mas agindo com emoção. Nas palavras de Jonah Lehrer (2009, p. 26), "a razão sem emoção é impotente".

Exemplo 7

Episódio 10 temporada 16

De: 50:00 Até: 50:43

[Audacia.mp4](#)

Exemplo 8

Episódio 03 temporada 16

De: 52:44 Até: 53:10

[Audacia2.mov](#)

No Exemplo 7, RuPaul usa sua plataforma para trazer atenção ao cenário político estadunidense, que passa pelo 46^a ano eleitoral. Usando de sua confiança para trazer uma mensagem poderosa sobre a importância do voto para seu público, ela diz olhando diretamente para a câmera: “Nenhuma postagem nas redes sociais é tão poderosa quanto um voto registrado”.

RuPaul utiliza diversas vezes sua plataforma para trazer informações e mensagens, sem demonstrar receios ao posicionar-se politicamente e bater de frente com as oposições à arte *drag* e comunidade LGBTQIAPN+ em geral. No Exemplo 8, por outro lado, RuPaul demonstra sua audácia através de um confronto de opiniões durante as críticas dos jurados sobre as participantes, em que Ru discorda da perspectiva de uma das participantes. No momento em questão, RuPaul reage confrontando com a visão da participante, com seu ponto de vista bem articulado e mantendo sua postura de apresentadora.

3.4 Talento (Talent)

Com os três elementos anteriores em prática, é necessário talento para a execução dos produtos e mensagens a serem disseminadas, variando a partir do nicho³⁶ ao qual a figura se direciona. O talento é o que impulsiona a figura para a celebração, de certa forma sendo o que faz com que a corporalidade entre em exposição e se destaque na carreira. Toda a construção da imagem engendrada até aqui é um reflexo do talento que a figura expõe ao seu público. No caso de RuPaul, sua carreira se iniciou no mundo musical e audiovisual por conta de seu carisma, singularidade e audácia. Com esses três elementos, ela pode alavancar sua carreira para o que vemos hoje, exercendo seu talento como apresentadora do *reality show* e, ainda assim, mantendo sua carreira musical e cênica.

O talento permite que a figura conquiste o público através da admiração, já que nos processos racionais este elemento acontece inconscientemente e emocionalmente, mesmo que seja algo ensaiado e produzido como as apresentações musicais de RuPaul dentro do programa. Os momentos que

³⁶ Porção restrita do mercado que, normalmente, propicia novas oportunidades de negócios; público-alvo. Disponível em: <https://abrelink.me/vkiNK>

relembrem ao público sua “verdadeira paixão” é quando seu talento aparece de forma mais inconsciente e natural, como ver um cantor ou bailarina cantar e dançar.

Dentro do treinamento midiático, o talento não é algo que possa ser ensinado ou dominado com facilidade, portanto analisaremos como o assessorado pode incorporar os demais elementos para fazer com que seu talento seja destacado e que sua carreira possa atingir outros patamares almejados.

Seguindo as lógicas construídas a respeito da educação midiática de Ferrés e Piscitelli (2015), a figura domina a competência midiática quando consegue agir e reagir conforme as mensagens produzidas pelo seu público, que são atraídos pelas mensagens engendradas pela corporalidade e os produtos que a figura dissemina na mídia. O público, então, reage e dissemina suas opiniões através das redes sociais, meios de comunicação para o qual o treinamento midiático se faz ainda mais necessário no período contemporâneo.

O assessorado deve ter treinamento para reagir corretamente às respostas de seu público, mantendo a análise crítica sobre suas próprias respostas e produtos que ele e sua equipe disseminam, produtos esses que refletem diretamente o talento do artista. Cunha (2012) acompanha um estudo que busca compreender a conceituação do termo talento.

O termo talento tem constantemente criado incertezas, pela falta de distinção clara entre capacidade e desempenho. Ericsson, Roring e Nandagopal (2007) resumem o conceito de excelência, também associado a desempenho superior, em vontade e exercício intencional que, de fato, têm relevante papel na emergência e no desenvolvimento de um talento. Desse modo, pode-se compreender o uso de talento e excelência sob o mesmo conceito: alto nível de desempenho em um campo de atividade.

De acordo com a autora, o talento primeiramente vem do nascimento, capacidade natural e, depois, pode ser desenvolvido pelo ambiente, capacidade adquirida. O trabalho de Zenita (2012)³⁷ e os dois grupos de pesquisadores, que a auxiliaram a chegar às conclusões finais, é voltado para a área da educação, mas as noções de talento mantêm-se as mesmas sobre a análise feita neste trabalho, concluindo que o indivíduo talentoso pode alcançar, através de treinos, a excelência em suas práticas, sendo elas uma apresentação ou um produto a ser exposto.

³⁷ “Capacidade, dotação, talento, habilidades: uma sondagem da conceituação pelo ideário dos educadores” de Zenita Cunha Guenther, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/s9Hcp6dSX7XGxB7GGmRhjL/?format=pdf&lang=pt>

Segundo os estudos de Zenita (2012, p. 242), o talento é “capacidade natural que atua em qualquer campo de ação, é essencialmente independente de áreas ou conteúdos e está disponível para qualquer ramo de atividade propiciado pelo ambiente”. Dessa forma, o talento auxilia o assessorado a impulsionar seu trabalho para outras áreas, seja o talento natural ou adquirido.

Exemplo 9

Episódio 14 temporada 16

De:09:30 Até: 09:57

[Talento1.mp4](#)

Exemplo 10

Episódio 16 temporada 16

De: 00:05 Até: 01:57

[Talento2.mp4](#)

No programa, RuPaul expressa seu talento de diversas formas, performando a arte *drag* e apresentando o programa. Ela é treinada e preparada para divulgar e expor os produtos produzidos ao longo do andamento de sua carreira, já que o *reality show* é apenas um dos produtos que a artista conquistou e conduz com seus talentos. Como vemos no Exemplo 9, RuPaul consegue mencionar seu trabalho dentro de seus discursos e interações de forma natural e despertando interesse. No Exemplo 9, ela divulga seu mais novo livro, lançado em março de 2024, “The House of Hidden Meanings”, *bestseller* em primeiro lugar no New York Times. Ela faz o mesmo ao longo de toda a temporada, sutilmente indicando e divulgando seus produtos para a mídia e seu público.

Aos 64 anos e com todas as camadas de tecido e enchimento que esculpem o corpo da *drag*, RuPaul não demonstra seus talentos performáticos com tanta frequência, um elemento que é basilar da arte *drag*. Apenas em momentos especiais do programa, como pode ser visto no Exemplo 10, que aconteceu no início da grande final da 16ª temporada, RuPaul faz uma apresentação e divulga sua música “Pink Limousine”³⁸.

³⁸ Álbum “*Black Butta*”, 2023. Disponível no *Spotify* e *YouTube*.

Ao longo da temporada, RuPaul conquista seu público e expressa seu talento durante as interações em desafios, como vemos nos Exemplos 3 e 4.

Exemplo 11

Episódio 14 temporada 16

De: 13:46 Até: 17:09

[Talento3.mp4](#)

Exemplo 12

Episódio 14 temporada 16

De: 17:10 Até: 19:54

[Talento4.mp4](#)

Durante um desafio de fotografia, em que as participantes posam para uma sessão de fotos, RuPaul as dirige e lidera o momento com sua visão artística e sua corporalidade expressa seu talento de diversas formas ao longo do programa. Ru possui talentos que compõem seus produtos de diferentes maneiras, para além do que já é esperado da arte *drag* (apresentação, atuação e modelagem), mostrando ao público seu talento de direção de arte e sua mentoria, algo que é reconhecido pelas participantes após a interação. Ela mostra algo que conquista o público voluntariamente e, de certa forma, qualifica seus produtos expostos, evidenciando sua competência, domínio e naturalidade na demonstração do talento.

Como conclusão das análises feitas, pode se identificar como Ru constrói sua corporalidade durante suas interações, aos poucos adicionando camadas para as conexões que cria com seu público. Esses elementos da corporalidade CUNT de RuPaul a auxiliam a manter uma postura coerente em sua carreira e a abrem para novas oportunidades; como novos convidados para o programa, novos patrocinadores e reconhecimentos por seu papel como apresentadora do reality show.

4 CUNT NO TREINAMENTO MIDIÁTICO: UMA ANÁLISE POSSÍVEL

A demonstração do CUNT na corporalidade *drag* de RuPaul é base para analisarmos a presença dessas características em outras personalidades midiáticas, que se utilizam de carisma, singularidade, audácia e talento para performarem suas identidades e constroem suas imagens e relacionamentos com os públicos. Nessas análises, observamos como o CUNT pode ser utilizado como metodologia no campo da assessoria de imagem e educação midiática já presente em outras *drag queens* para pensarmos na elaboração de um treinamento midiático para outras pessoas midiáticas, sejam elas *drags* ou não.

4.1 Identificação do CUNT em *drags* midiáticas

Nas mídias contemporâneas, podemos encontrar sinais de treinamentos midiáticos eficazes e desenvolvidos, que auxiliam celebridades a enfrentarem momentos difíceis ao longo de suas carreiras. Há casos em que o treinamento e o preparo são capazes de alavancar uma carreira e levar o assessorado para novas áreas de destaque.

Depois de visto o CUNT sendo aplicado à corporalidade de RuPaul através do *reality show*, podemos expandir a metodologia desenvolvida em outros exemplos de corporalidades expostas nas mídias atuais, identificando os elementos do CUNT e analisando como essas figuras exprimem seu carisma, singularidade, audácia e talento em suas carreiras.

As figuras mencionadas são artistas que performam a arte *drag* e que estão em constante exposição da mídia, assim como RuPaul, nosso principal objeto de referência para as análises. Destacamos que o modelo de treinamento midiático desenvolvido neste trabalho não é exclusivo para artistas da arte *drag*, afinal, os exemplos são meramente ilustrativos e o ponto de vista principal é a corporalidade construída, sendo essa a inspiração para a construção deste modelo.

Começamos por Pablu Vittar, citada anteriormente neste trabalho, que é inegavelmente um fenômeno da música brasileira. Foi a primeira *drag queen* a entrar no *ranking* global do *Spotify*³⁹, cantou ao lado de artistas como Madonna e

³⁹ O ranking global fica disponível no aplicativo do *Spotify* e é atualizado semanalmente com os lançamentos e movimentações dos artistas.

Lady Gaga e se apresentou no aniversário de 93 anos da falecida Rainha Elizabeth II (apenas para destacar a grandiosidade de alguns de seus feitos). Hoje, Pablllo Vittar é a artista *drag* mais seguida do mundo nas redes sociais e conquistou sua legião de fãs através de seu carisma, singularidade, audácia e talento, características facilmente notadas na corporalidade da artista.

Em um trecho⁴⁰ de sua participação no *podcast* “Pod Delas”, apresentado por Tatá Estaniecki⁴¹, que foi ao ar no dia 29 de outubro de 2024, a conversa dura em torno de 1 hora e 7 minutos, e Pablllo responde às perguntas da anfitriã do programa, mostrando suas vitórias e expectativas, mas também trazendo muita humanidade e carisma para suas falas, enquanto divulga seu evento anual de *Halloween* que aconteceria no dia 11 de novembro do mesmo ano. Pablllo Vittar consegue entregar a mensagem programada por sua equipe de comunicação, a divulgação do evento, enquanto constrói sua corporalidade CUNT, que conversa diretamente com sua imagem de “cantora pop brasileira” e conversa com seu público. Ela não aparenta ter medo de contar sua história e seus pontos de vista, cativando a entrevistadora e os públicos.

O mesmo pode ser identificado na artista brasileira Blogueirinha, que vem ganhando destaque nas mídias a cada ano. Ela é *YouTuber*, humorista e apresentadora, e começou a carreira trabalhando com vídeos em seu canal com apenas uma toalha amarrada em sua cabeça, interpretando essa sátira sobre o mudo das blogueiras e celebridades. Logo, Blogueirinha ganhou destaque por sua personalidade arrojada e divertida, que fez com que a artista conseguisse contratos com *Multishow* e DiaTV. Hoje, ela possui seu próprio programa de entrevistas, o “De Frente com Blogueirinha”, no qual ela é colocada frente a frente com figuras da mídia e, com muito humor e provocações, conduz a conversa. O diferencial de Blogueirinha é que sua arte não tem limites. Através da personagem audaciosa, ela tem liberdade para confrontar e provocar ao máximo seus convidados, indo diretamente nos tópicos que outros entrevistadores não iriam.

⁴⁰ Corte em: [PabllloVittar.mp4](#). Disponível completo no canal Pod Delas no *YouTube*: [PABLLLO VITTAR - PODDELAS PODCAST SHOW #430](#)

⁴¹ Influenciadora Digital e empresária brasileira, anfitriã do programa Pod Delas.

Neste exemplo⁴², a Blogueirinha entrevista a deputada federal Erika Hilton. O episódio foi ao ar no dia 16 de Setembro de 2024 e já atingiu 1,3 milhões de visualizações⁴³. Além de conduzir a entrevista, a Blogueirinha também usa seu tempo para divulgar projetos futuros da DiaTV.

Figura 14 - Pablo Vittar e Blogueirinha



fonte: Instagram (2024)



fonte: Pinterest (2024)

Outro exemplo de Carisma, Singularidade, Audácia e Talento é a cantora e compositora estadunidense Chappell Roan, uma mulher cisgênera que também performa a arte *drag*, escrevendo músicas com narrativas *queer*. Ela alcançou o Top 10 na *Billboard* 200⁴⁴, atingindo 80,3 milhões de reproduções e conquistando o prêmio de Artista Revelação do VMA 2024. O evento de premiação aconteceu no dia 11 de setembro e, durante o tapete vermelho, Chappell passou por um momento⁴⁵ em que demonstrou sua educação midiática e confirmou a corporalidade única e audaciosa da cantora. Chappell Roan posava para os fotógrafos e jornalistas que cobriam o evento, até que um dos fotógrafos gritou para que a artista parasse de falar com sua assistente e sorrisse para as fotos, mandando que ela “calasse a

⁴² Corte em: [blogueirinha.mp4](#). Disponível completo no canal *DiaTV* no *YouTube*: DE FRENTE COM BLOGUEIRINHA: ERIKA HILTON - T3E15 | DiaTV

⁴³ Na data de 17 de novembro de 2024.

⁴⁴ A *Billboard* 200 é uma parada musical que classifica os 200 álbuns e EPs mais vendidos nos Estados Unidos, publicado semanalmente pela revista *Billboard*. É frequentemente usada para medir a popularidade de um artista ou grupo. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Billboard_200

⁴⁵ Disponível no canal *Associated Press* no *YouTube*: [Chappell Roan confronts a photographer at 2024 VMAs carpet](#)

boca”. No vídeo, Chappel fica visivelmente irritada com o comentário e, prontamente, o repreende: “Cala a boca você. Comigo não!”.

Chappel já falou abertamente em suas redes sociais sobre os abusos que as figuras públicas sofrem, com seus fãs e os demais profissionais da mídia, sua atitude e posicionamentos sobre como celebridades devem estabelecer limites dividem a internet. Mais tarde, Chappel se pronunciou sobre o ocorrido em uma entrevista para a *Entertainment Tonight*⁴⁶, "Eu acabei gritando de volta. Ele não podia ter gritado comigo daquela forma", ela explicou e contou sobre como esses grandes eventos são avassaladores e assustadores, mas que a atitude abusiva do fotógrafo não deveria ser algo normalizado. Sem medo de levantar sua voz e apontar o que lhe parece errado é o que torna a corporalidade audaciosa da cantora mais forte. Chappell Roan disse em sua conta do Instagram:

Eu não quero o que diabos você acha que tem direito sempre que vê uma celebridade. Eu não dou a mínima se você acha que é egoísmo da minha parte dizer não para uma foto ou para seu tempo ou para um abraço — isso não é normal, isso é estranho!

Figura 15 - Chappell Roan



fonte: Instagram (2024)

O treinamento midiático oferece segurança para as pessoas que passam pela educação para as mídias, porque elas se tornam cientes dos elementos que

⁴⁶ O Entertainment Tonight é um programa televisivo dos Estados Unidos. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Entertainment_Tonight

constituem o CUNT e que formam sua corporalidade. Através dessa estratégia de Relações Públicas, conseguem se posicionar de forma autêntica e audaciosa, usando seu talento conscientemente para se destacarem com carisma e em diálogo com as mídias.

4.2 Uma proposta de Treinamento Midiático a partir do CUNT

Nesta etapa de análise do trabalho são desenvolvidas e explicadas as etapas do treinamento midiático inspirado na corporalidade de RuPaul. Dessa forma, oferecemos uma formação ao profissional de Relações Públicas que pode se tornar capacitado a aplicar o treinamento com seus assessorados.

Para o assessor de comunicação que aplicará este modelo de treinamento midiático, deve-se atentar a alguns fatores antes de iniciar: 1) Alinhamento com os interesses e objetivos do assessorado e sua equipe; 2) Pesquisa intensa da reputação; 3) Noções dos valores e opiniões do assessorado; e 4) Uma análise completa sobre o mercado em que está inserido.

É importante que o profissional tenha toda a informação sobre seu cliente, de todas as estratégias comunicacionais, projetos e mensagens que este tenha feito ou pretenda executar. A comunicação precisa estar alinhada e descomplicada para facilitar o processo do treinamento. Então, é necessário que antes de colocar em prática os exercícios de educação midiática, o assessor passe por uma autoeducação comunicacional, para conseguir guiar o cliente através de uma comunicação não-violenta e descomplicada. Uma boa relação com o assessorado facilita o processo.

Na hora de treinar o assessorado para uma entrevista ou apresentação, é necessário que o assessor tenha todas as informações de quem está entrevistando, bem como as perguntas que serão feitas, os tópicos a serem evitados e aqueles que não podem ser esquecidos. É fundamental compreender que do outro lado de toda a entrevista haverá um comunicador em busca de algo para noticiar. Então, é necessário que o assessor tenha todas as informações que podem ou não serem usadas durante a interação. Perguntas embaraçosas, assuntos delicados ou problemáticos devem ser evitados e contornados.

Deve-se ter atenção às notícias “exclusivas”, uma técnica usada por jornalistas para tentar extrair informações com exclusividade. Ensinar o assessorado

a não revelar dados importantes e informações pessoais auxilia a evitar uma crise. Vale lembrar que o treinamento não se limita apenas a interações presenciais e agendadas, mas também a interações *on-line* e inesperadas.

É necessário que o assessor trabalhe com seu assessorado o uso responsável da internet e das redes sociais, que podem disseminar uma mensagem por todo o globo em segundos, indicando que toda postagem deve antes ser analisada, pensando em todos os cenários possíveis e as reações que podem causar, mas, acima de tudo, trabalhando a competência emocional, a análise crítica das próprias reações e como elas podem ser controladas racionalmente.

É papel do assessor, junto à equipe de comunicação da figura, desenvolver a corporalidade a ser exposta, com noções das mensagens e produtos que serão veiculados na multimídia, pensando como o corpo em exposição transmite as mensagens e as possíveis reações que estas podem gerar. Quanto mais alinhado o assessor estiver do assessorado, melhor será a dinamicidade e produtividade, concluindo em uma reputação positiva e uma corporalidade carismática, única, confiante e talentosa.

Para dominar o **carisma**, instrua ao assessorado que: faça contato visual (olho-no-olho) com o entrevistador ou entrevistado; aja com empatia e com naturalidade; trabalhe a capacidade de escutar e controlar os impulsos do ego; seja curioso sobre o outro; e demonstre interesse em escutar o outro, sem interrupções. Para que a corporalidade transmita o carisma, a figura deve agir com naturalidade e empatia, conduzindo a conversa mesmo que não seja o entrevistador. Sorriso e contato visual são pontos que podem criar conexões imediatas, assim como controlar as respostas precipitadas, irracionais e emotivas. Escutar o que a pessoa do outro lado está dizendo, nunca respondendo a uma pergunta que não foi compreendida é tão importante quanto fazer exercícios de respiração, dicção, construção de cenários e que trabalhem a confiança na figura para que ela tenha conhecimento de suas qualidades e saiba adequá-las.

Para a **singularidade**, é necessário trabalhar os aspectos emocional e humano do assessorado, instruí-lo a usar os momentos certos para trazer vulnerabilidade à sua corporalidade. Deixar o público conhecer sua história e seu ponto de vista pode parecer assustador, mas traz resultados positivos para a conexão que é criada. É interessante evitar histórias longas e ininteligíveis, procurando compartilhar pequenos detalhes ou vivências com as quais o público

possa se identificar, ou que ajude a singularizar a existência da sua figura. Trabalhar o emocional e o *timing*⁴⁷, para que o assessorado saiba a hora exata de falar e escutar, mantendo um bom comportamento emocional e sabendo respeitar os seus limites, assim como os do público. Fazer exercícios de liderança emocional, respiração, pronúncia e dicção e entender a diferença entre humanizar e expor também são aspectos importantes para o treinamento midiático. Neste processo, é necessário atrair a empatia do público ao assessorado, evitando assuntos que podem constranger e dar respostas para perguntas que não foram perguntadas; lembrar ao assessorado de ser quem é e não ter medo de mostrar isso ao público.

A **confiança** pode ser trabalhada de diversas formas, mas algumas instruções são importantes para o assessorado: manter uma postura coerente ao cenário em que se encontra; ter controle sobre os gestos com as mãos, assim como controle vocal, através de falas curtas e diretas, projetadas para que o outro possa escutar sem dificuldade; manter contato visual, naturalidade e tranquilidade. Para a postura, indicar que o assessorado mantenha a cabeça erguida e os braços controlados, jamais colocando a mão nos bolsos; se estiver sentado, ocupar espaço com os braços e as pernas pode ajudar a transparecer conforto e naturalidade, assim como manter o contato visual no entrevistado ou entrevistador, olhar diretamente para câmeras apenas em momentos programados, evitando cortar a conexão criada.

Para que a corporalidade transmita a mensagem de confiança, é necessário que os discursos sejam trabalhados, devendo estar presente em falas e posicionamentos. Neste sentido, o assessorado deve dar suas opiniões quando solicitadas e até mesmo confrontar assuntos delicados sem se constranger ou aparentar descontrole emocional; para que isso seja possível, um forte preparo emocional deve acontecer, trabalhando diretamente com os posicionamentos e argumentos de forma racional e emocionalmente controlada. Uma sugestão é fazer exercícios de construção de cenário, prevendo perguntas que podem ser feitas e como as respostas devem ser elaboradas, gravando as sessões de treinamento para que possa ser feita uma análise de comportamento junto ao assessorado, para que ele possa aprender como seu corpo reage a determinados tópicos e como ele pode melhorar dentro de sua linguagem corporal. As respostas devem refletir com a

⁴⁷ Cronologia detalhada de um processo qualquer; repartição no tempo das diferentes tarefas a serem executadas. Definição por Oxford Languages, disponível em: <https://l1nk.dev/EO7TV>.

postura do assessorado e devem, acima de tudo, ser respeitosas e claras. Fugir de assuntos delicados demais evita crises na imagem e reputação do assessorado, pois o posicionamento ideal só acontece com argumentos e opiniões embasadas, não respondendo assuntos dos quais ele não tenha conhecimento prévio. Ser confiante não é agir com soberba⁴⁸, por isso evitar vangloriação e grosserias, mas em contraponto, manter o orgulho sobre seus trabalhos e posicionamentos, não aceitando injustiças e desinformações. A corporalidade vai transmitir audácia quando tiver controle emocional para se impor de forma clara e racional.

Uma vez que as demais qualidades estiverem dominadas dentro da corporalidade do assessorado, a divulgação de seu talento e dos produtos que são parte dele se inicia. Dentro do treinamento midiático, os preparos se voltam ao corpo em exposição, seus discursos e comportamentos. Já dentro da comunicação há outras necessidades que o assessorado também deve cumprir para divulgar trabalhos (eventos, álbuns, shows, etc.) que estão por vir. Optar por trazer a divulgação ao longo da conversa naturalmente, sem que o público se sinta surpreendido por uma propaganda, ajuda a construir uma história, ou trazer alguma informação relevante à conversa, o que pode ser um boa estratégia para trazer atenção ao produto - o mesmo se aplica para outros mecanismos da publicidade (divulgações, comerciais, parcerias, etc.). A disseminação de informação e das mensagens engendradas da equipe de comunicação é algo muito importante dentro do comportamento de uma figura na mídia, sendo uma necessidade para a exposição dos produtos que abrem portas para o assessorado.

Todas essas informações do protótipo do treinamento midiático inspirado na corporalidade CUNT podem ser encontradas simplificadas no Apêndice 1 deste trabalho.

⁴⁸ "Soberba" é uma manifestação de orgulho, pretensão e superioridade sobre as outras pessoas. É a arrogância, a altivez, a autoconfiança exagerada. Soberba é uma manifestação negativa, ao denotar pretensão de superioridade. Definição por Significados.com, disponível em: <https://www.significados.com.br/soberba/>

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho possibilitou uma compreensão da forma pela qual nos inspiramos por diferentes corporalidades e como elas auxiliam na construção de imagem e manutenção de uma carreira midiática. O que nos interessa como profissionais de Relações Públicas é a noção de que somos cercados de inspiração e objetos de análise para dar novas perspectivas a estudos que parecem inacabados, o que confere um potencial criativo e inovador constante na área da comunicação.

Em minhas pesquisas, observei que pouco se explica sobre o que deve ser feito de um treinamento midiático e de como sua prática acontece dentro da assessoria de imagem e comunicação. Ademais, a noção de preparação e educação do assessorado para lidar com as múltiplas faces das mídias contemporâneas. Seu valor está no mercado e na imagem midiática, mas suas inspirações para novas perspectivas estão por todas as mídias, são corpos em explosão na vasta conexão da nova geração que nos possibilita disseminar mensagens em segundos, muito mais conectadas com os sentimentos e emoções.

Minha pesquisa teve como objeto principal de análise e inspiração a corporalidade *drag* de RuPaul, a *drag queen* que navegou com o avanço das mídias modernas e conquistou seu espaço no mundo do entretenimento. Ela é responsável por apresentar o *reality show RuPaul's Drag Race* e ainda manter sua carreira de cantora e modelo. Analisando a construção de sua imagem e interações com as participantes dentro do programa televisivo, podemos extrair de sua corporalidade elementos para construir um treinamento midiático, que converse com as necessidades da mídia e do mercado.

O conceito trabalhado por Nísia Martins do Rosário e Lisiane Aguiar (2014) em “Implosão Midiática: corporalidades nas configurações de sentidos da linguagem”, umas das grandes referências deste trabalho, propõe que os corpos são geradores de sentido e poderosos portadores de mensagem, eles são peças encaixadas que moldam um corpo permitindo criação de novos sentidos e, assim, novas conexões. Analisei este conceito sob a perspectiva da construção da corporalidade carismática, singular, audaciosa e talentosa que RuPaul constrói dentro de seu programa e, principalmente, como sua corporalidade pode inspirar um

modelo de treinamento midiático. Focando em como corpos em exposição nas multimídias podem ser educados (Foucault, 2017) sobre suas conexões e interações enquanto geram sentidos e mensagens engendradas em suas corporalidades.

Enquanto papel do Relações Públicas, Claudomilson Braga e Simone Tuzzo (2012) argumentam que está entre as nossas habilidades trabalhar a imagem através de estratégias que reflitam os interesses e valores de nosso assessorado, para que assim se construa sua figura e ela se mantenha relevante no mercado. Busquei agregar com a prática do que se sabe do treinamento midiático e propor um modelo que trabalhasse diretamente com a competência midiática e a interação com o público. Penso na necessidade de um modelo que foca na construção de uma imagem positiva e multifacetada, que capacita o assessorado a lidar com crises de forma racional e com capacidade de gerar conexões.

Todas as minhas análises foram feitas a partir do comportamento e construção da corporalidade *drag* de RuPaul, dentre outros exemplos que foram apresentados, e é possível notar os elementos que tornaram sua figura célebre: a habilidade de conquistar conexões reais com um público; a humanidade que carrega mensagens poderosas; a confiança com a qual ela rompe com sentidos antes criados; e o talento que é exposto através de seu corpo para o mundo. As quatro principais características analisadas desta corporalidade são: Carisma, Singularidade, Audiência e Talento. Me apropriei do termo já criado por Ru dentro do programa, o CUNT (*Charisma, Uniqueness, Nerve e Talent*) para explorar características que podem ser identificadas em outros corpos expostos na mídia atualmente, como os citados neste trabalho: Pablo Vittar, Blogueirinha e Chappell Roan.

Portanto, o modelo de treinamento midiático inspirado na corporalidade CUNT que proponho neste trabalho condiz com os estudos sobre como se deve fazer educação midiática e as funções do profissional de Relações Públicas. Contudo, o trabalho não pode ser considerado terminado, já que a forma como fazemos comunicação está em constante transformação e não existe fórmula ideal para interagir com a mídia, ou até mesmo sobre as práticas do treinamento midiático e a competência midiática. Considerando que este modelo de treinamento elaborado por mim ainda não foi colocado em prática depois de feitas as análises, ele apenas se confirma através da reflexão crítica e da observação analítica deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Este trabalho tem muitas perspectivas em aberto que ainda podem ser estudadas, já que podemos analisar outras corporalidades na mídia para aproximar de um treinamento que condiga com as necessidades do corpo sendo exposto. Esta é apenas uma de muitas inspirações que podem surgir a partir do avanço do que se sabe sobre construção de imagem. Posso contribuir como um profissional de Relações Públicas prestes a me inserir no mercado de trabalho, considerando que as análises feitas aqui, confrontando teoria e a exposição da arte e da corporalidade *drag*, são reflexos de estudos que estão em constante mudança, deixando a possibilidade de crescimento a cada nova temporada, surgimento de novo personagem ou manifestação artística e criações do profissional de Relações Públicas que venho me tornando.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, Claudomilson Fernandes; TUZZO, Simone Antoniacci; **Assessoria de comunicação e construção de imagem: Quando a ação transcende as organizações.** Goiânia: UFG, 2012.
- BURIGO, Joana; **Uma reflexão sobre RuPaul 's Drag Race.** CartaCapital.com, 2016.
- CHADDERTON, Naomi. **From Supermodel to Global Icon: The Evolution of RuPaul.** Life - Redefined, 2023.
- FERNANDES, Cecília; **A Arte em RuPaul 's Drag Race.** Valkirias.com, 2023.
- FERRÉS, Joan; PISCITELLI, Alejandro. **Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores.** Lumina, [S. l.], v. 9, n. 1, 2015.
- FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- BACH, Maurizio. **Carisma e Racionalismo na sociologia de Max Weber.** UFRJ, 2011.
- GRAHAM, Cathy; **Why RuPaul Is the Leader We All Need in 2024.** Inc.com, 2023.
- GUENTHER, Zenita Cunha. **Capacidade, dotação, talento, habilidades: uma sondagem da conceituação pelo ideário dos educadores.** University of Florida, 2012.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe.** São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2010.
- MARTINS, Reginaldo; **RuPaul 's Drag Race: Performance e Tipificação.** Santa Maria: UFSM, 2019.
- MENDES, Rafael Pereira da Silva; **Cultura do cancelamento.** Site Brasil Escola, acessado em 18 de novembro de 2024.
- POTTS, John. **Carisma é um dom tão misterioso quanto perigoso.** Nexa Jornal.com, 2017 (atualizado em 2023).
- ROSÁRIO, Nísia Martins; **Espetáculo, Política e Corporalidades: Ressignificação de Sentidos em Sujeitos Mediatizados.** São Paulo: USP, 2015.
- ROSÁRIO, Nísia Martins; AGUIAR, Lisiane Machado; **Implosão mediática: corporalidades nas configurações de sentidos da linguagem.** 2014
- SIMÕES, Paula Guimarães; **A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica.** UFMG, 2009.

SODRÉ, M. **Sobre o episteme comunicacional**. São Paulo: USP, 2007.

APÊNDICE 1

Modelo de Treinamento Midiático Corporalidade CUNT

Para o assessor de comunicação:

- Procurar toda a informação possível a respeito do evento a se preparar, seja uma entrevista, apresentação, divulgação, etc.;
- Elaborar um *clipping* completo do assessorado;
- Manter uma boa relação com o assessorado;
- Desenvolver possíveis cenários e perguntas que testem a interação, ação e reação de seu assessorado;
- Manter um *mailing* organizado;
- Procurar por um *network* completo e de confiança;
- Procurar criar exercícios que ajudem a dinamicidade com seu assessorado;
- Evitar um diálogo violento e invasivo ao tratar de assuntos pessoais do assessorado;
- Trabalhar a empatia;
- Gravar os exercícios ao longo do treinamento, para que o assessorado possa se ver ao longo do processo e escutar suas ações e reações;
- Rever os vídeos junto com ele e apontar pontos de melhorias e acertos.

Para o Carisma:

- Falas curtas e diretas, não se enrole tentando falar demais;
- Exercícios para melhora da pronúncia e dicção;
- Olhar no olho de quem estiver interagindo;
- Agir com naturalidade e calma, procure controlar a ansiedade e se divertir durante qualquer interação;
- Construa um diálogo com empatia e livre de julgamentos;
- Conduza a conversa com leveza para criar uma troca real entre ambos;
- Manter uma postura adequada, não balançar a perna ou cruzar os braços;
- Evitar mexer muito com as mãos ou colocá-las no bolso;
- Ficar atento à sua linguagem corporal;
- Não olhar para a câmera, apenas manter contato visual com quem estiver interagindo;
- Manter o interesse mútuo, inclinar-se para frente ao ouvir o que o outro tem a dizer para causar a impressão de curiosidade;
- Falar claramente e sem medo de usar gírias apropriadas para a ocasião;
- Evitar palavrões ou palavras de baixo calão;
- Não interromper ou ignorar a pessoa com quem está interagindo;
- Escutar antes de falar ou responder qualquer pergunta, jamais prosseguir com sua resposta se houver alguma dúvida e não ter medo de pedir para que a pessoa se repita;
- Ser educado e respeitoso;

- Ser você mesmo, não esconder sua personalidade e os traços que fazem você ser quem é, afinal são eles que vão conquistar o público;
- Não confiar no “*off*”, não contar nada que não possa ser divulgado.

Para a singularidade:

- Ser educado e respeitoso;
- Falar de forma curta e direta, não se enrolando tentando falar demais;
- Fazer exercícios para melhora da pronúncia e dicção;
- Olhar no olho de quem estiver interagindo;
- Construir um diálogo com empatia e livre de julgamentos, conduzindo a conversa com leveza para criar uma uma troca real entre ambos;
- Manter uma postura adequada, não balançar a perna, cruzar os braços, mexer muito com as mãos ou colocá-las no bolso;
- Atentar-se à sua linguagem corporal;
- Escutar antes de falar ou responder qualquer pergunta, jamais prosseguir com sua resposta se houver alguma dúvida e não ter medo de pedir para que a pessoa se repita;
- Tentar ser o mais honesto possível, não mascarar seus sentimentos e verdades, conforme a interação permitir;
- Citar algo pessoal, algo familiar, uma viagem, uma experiência, um gosto peculiar, algo que faça você ser você;
- Evitar histórias longas e sem sentido com o contexto;
- Jamais mentir;
- Se abrir para que a pessoa com quem estiver interagindo possa te conhecer melhor, assim como seu público;
- Cuidar com a exposição, contar apenas detalhes e momentos relevantes para a conversa;
- Procurar que o seu público lhe conheça, sua história e sua singularidade;
- Não ter medo de suas emoções;
- Contar dois ou três detalhes pessoais de sua vida;
- Manter o controle emocional, analisando criticamente suas ações e reações antes de agir precipitadamente;
- Respirar fundo e fazer pausas, para que a pessoa lhe ouvindo e o público possam assimilar as informações;
- Inspirar e disseminar uma mensagem positiva para seu público, muitos podem se identificar com seus discursos e vivências;
- Ser positivo e motivar seu público para um caminho positivo.

Para a audácia:

- Ser educado e respeitoso;
- Manter o controle emocional, analisando criticamente suas ações e reações antes de agir precipitadamente;
- Respirar fundo e se manter calmo, não há espaço para ansiedade neste momento;

- Ser coerente;
- Estudar seus argumentos para evitar opiniões sem fundamentos, não se baseando em palpites;
- Dominar o assunto;
- Falar curto e direto, não se enrolando tentando falar demais;
- Fazer exercícios para melhorar a pronúncia e a dicção;
- Ocupar espaço, sentando-se naturalmente e relaxadamente, ou se mantendo com a cabeça erguida e a postura ereta, não balançando a perna, cruzando os braços, mexendo muito com as mãos ou colocando-as no bolso;
- Olhar para a câmera nos momentos em que a mensagem for direta ao público;
- Escutar antes de falar ou responder qualquer pergunta, jamais prosseguir com sua resposta se houver alguma dúvida e não ter medo de pedir para que a pessoa se repita;
- Ser o mais honesto possível, não mascarando seus sentimentos e verdades, conforme a interação permitir;
- Não aceitar desrespeitos ou afrontas frente à desinformação;
- Lidar com situações embaraçosas com liderança emocional, não agindo irracionalmente;
- Evitar assuntos problemáticos e que lhe expõem, respondendo apenas àquilo que foi treinado com o assessor;
- Não fugir de assuntos pertinentes, porém arriscados, como política ou acontecimentos que podem lhe envolver.
- Se posicionar e defender suas opiniões - seu público pode se identificar com suas lutas e opiniões;
- Evitar discussões e desrespeitos, sair de uma situação embaraçosa com educação e competência emocional;
- Controlar o ego;
- Não ter medo do cancelamento, sendo arrojado e empoderado, mas com cuidado para não demonstrar arrogância e prepotência;
- Não confiar no “*off*”, não contar nada que não possa ser divulgado.

Para o talento:

- Ao longo da interação, usar seu tempo para divulgar seus produtos e lançamentos (apresentações, eventos, álbuns, shows, etc.) de forma natural e incisiva;
- Inserir as divulgações nos momentos certos, usar uma fala para puxar atenção ao produto discretamente - fazer de duas a três menções ao longo da interação;
- Usar palavras que remetam ao produto a ser divulgado, você não precisa ser tão óbvio, mas se for, use de seu carisma para vender a situação, uma piscada para a câmera ou para a pessoa da interação;

- Trazer informações e relatos que referenciam o produto, usando uma situação para deixar seu público interessado - entregar um pequeno detalhe;
- Tentar atrair o máximo de interesse possível, mas sem entregar muito, criando um mistério;
- Enfatizar a importância do produto para você e seu público;
- Falar de forma curta e direta, não se enrolando tentando falar demais;
- Fazer exercícios para melhorar pronúncia e dicção;
- Olhar no olho de quem estiver interagindo;
- Agir com naturalidade e calma, deixando que o público veja suas habilidades naturais e como você utiliza delas;
- Conduzir a conversa com leveza para criar uma troca real entre todos;
- Manter uma postura adequada, não balançar a perna ou cruzar os braços;
- Evite mexer muito com as mãos ou colocá-las no bolso.
- Ficar atento à sua linguagem corporal;
- Falar claramente e sem medo de usar gírias apropriadas para a ocasião;
- Evitar palavrões ou palavras de baixo calão;
- Não interromper ou ignorar a pessoa com quem está interagindo;
- Escutar antes de falar ou responder qualquer pergunta, jamais prosseguir com sua resposta se houver alguma dúvida e não ter medo de pedir para que a pessoa se repita;
- Não confiar no “*off*”, não contar nada que não possa ser divulgado;
- Pedir tempo para divulgar seus produtos ao final da interação;
- Confiar em você e em seu talento;
- Mostrar para seu público porque você e seus produtos merecem o reconhecimento.