

As Influências do *Reality Show RuPaul's Drag Race* na Concepção dos Fãs Sobre *Drag Queens*¹

Vinícius dos Santos Moraes²

Yuri Barbosa Vieira³

Tiago José Lemos Monteiro⁴

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Nilópolis, RJ

Resumo

Parte da maior visibilidade adquirida pelas *drag queens* na última década se deve pelo crescimento midiático do *reality show americano RuPaul's Drag Race* (RPDR) (MORAES, 2015). O fato do programa estar inserido na cultura de mídia faz com que o mesmo crie símbolos e padrões que muitos de seus fãs levam como verdades absolutas. Entretanto, tal processo é antagônico aos principais objetivos da arte *drag* que é a subversão. Através de análise em comunidades virtuais de fãs, buscou-se neste trabalho identificar a forma como os mesmos legitimam certas *drags* e como se dão as relações entre o programa e seus fãs.

Palavras-chave: *RuPaul's Drag Race*; *Drag Queen*; *Fandom*

Um Pouco de História

O termo *Drag Queen* surgiu na Europa no início do século XIX como forma pejorativa de designar homossexuais de trejeitos mais afeminados. Sendo a palavra *DRAG* um acrônimo de *Dressed Resembling A Girl* que, numa tradução livre, pode ser entendido como “vestido como uma garota”, o termo designava uma prática já antiga na qual homens se vestem como uma mulher (AMANAJÁS, 2014).

Tal prática era comum no teatro grego, já em sua origem, assim como nos Kabuki's (forma de teatro japonês) do séc. XVII. Esta representação do feminino, através de corpos masculinos, se dava por conta da impossibilidade de mulheres representarem papéis no teatro, espaço proibido para as mesmas. O termo toma força no teatro inglês, em especial nas representações *shakesperianas*, passando assim por uma

¹Trabalho apresentado na II08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de Graduação 6º. período do Curso de Produção Cultural do IFRJ – *campus* Nilópolis, e-mail: vinicius_smoraes@hotmail.com

³Estudante de Graduação 3º. período do Curso de Produção Cultural do IFRJ – *campus* Nilópolis, e-mail: bvieira.yuri@gmail.com

⁴Orientador do trabalho. Professor do Curso de Produção Cultural do IFRJ – *campus* Nilópolis, e-mail: tiago.monteiro@ifrj.edu.br

ressignificação e se configurando como elemento do espaço teatral (SANTOS & PAVAN, 2009).

A partir da década de 1920 a cultura *drag* passa a ser associada às questões LGBTI em consequência da sua associação aos grandes bailes *drags* (*drag balls*). Estes bailes se configuravam como espaços no qual o público LGBTI tinha grande liberdade de expressão e podiam aproveitar das festas e dos shows de *drag queens*. Ao final dessa década, os *balls* já tinham se difundido por grande parte da Europa e Estados Unidos (EUA), tornando as *drags* grandes artistas destes espaços (PEREIRA, 2016).

Ao longo dos séculos, a arte *drag* foi ganhando não somente força perante a sociedade, mas também uma identidade própria, abarcando não somente um discurso político, mas também artístico de contestação dos padrões de gêneros impostos pela sociedade. Sobre isso, Amanajás (2014, p.1) afirma que “a *drag queen* sofreu metamorfoses reais tanto em sua estética como em sua função, mas nunca perdeu seu principal objetivo – a grande arte do estranhamento”. Esse estranhamento, apontado pelo autor, é a principal característica utilizada por estes artistas não somente como elemento caracterizante de sua arte, mas como principal forma de transmitir seu discurso político.

Nas décadas de 60 e 70, estes bailes ganham nova configuração em decorrência da Rebelião de Stonewall em Nova York, onde o discurso político, mais do que nunca, passa a fazer parte dessas performances. Com forte clamor pelos direitos LGBTI, o tom subversivo presente na performance *drag* é apontado por Judith Butler como questionador dos padrões, em especial os heterossexuais, estabelecido e naturalizados pela sociedade (BUTLER, 1993 *apud* EDGAR, 2011).

Sobre o papel transgressor da arte *drag*, Santos (2015) afirma

Não se trata, portanto, de transformações físicas acionadas para subverter, inverter ou transgredir quaisquer normas de gênero. Em realidade, estes significados permanecem inalterados, até mesmo para os sujeitos em questão. Conforme exposto por Butler (2003), particularmente no caso das drags, os signos servem de artifício às paródias elaboradas para questionar a fixidez das identidades e papéis essenciais aos corpos sexuais (SANTOS, 2015 p. 191).

Ao longo de sua história, observa-se que a cultura *drag* possui fortes laços de memória e identidade (AMANAJÁS, 2014). Com a apropriação dessa arte pela cultura *pop*, em especial pelo sucesso obtido pelo *reality show RuPaul's Drag Race* (RPDR), a

representação da *drag queen* ganha novos contornos e a construção de uma “identidade *drag*” passa a possuir diferentes nuances, com destaque para as construções realizadas a partir da percepção dos fãs (LANG *et al.* 2015; MORAES, 2015; JACQUES & CARVALHO, 2018).

Nesse sentido, este trabalho se propõe a analisar como os fãs de RPDR reconhecem e legitimam a performance *drag*, através de comentários em grupos de fãs do programa, buscando tecer relações entre o *reality* e seus fãs.

***RuPaul’s Drag Race*, o boom das *drag queens* e o consumo de seus produtos de mídia**

O *reality show* norte americano *Rupaul’s Drag Race* surgiu em 2009 com a iniciativa da própria *drag queen* Rupaul de renome internacional desde os anos 90. O programa foi exibido primeiramente no canal por assinatura *LogoTV* (até sua oitava temporada) e, posteriormente, pelo canal *VH1* (até o momento). Sua premissa é fazer uma releitura de outros *realities show* já existentes, entre eles o *America’s Next Top Model*⁵, entretanto com *drag queens* como participantes (MORAES, 2015). Seus desafios envolvem competições de costura, dança, representação, comédia, entre outros na busca da *drag queen* mais completa para ser a nova *drag superstar* americana. Seu intuito e, por consequência, um dos lemas, é buscar a artista *drag* mais completa, que possua carisma, singularidade, tenacidade e talento⁶.

Além das dez temporadas já exibidas, o programa já teve dois *spinoffs*⁷: o *Drag U*⁸ um programa que transformava mulheres comuns em *drag queens* com intuito de elevar sua autoestima e o *All Stars*⁹, programa com ex-participantes de *RuPaul’s Drag Race* que voltam à competição em busca do título não conquistado em suas temporadas (MORAES, 2015).

Ao longo dos seus quase 10 anos de existência, o programa teve uma trajetória progressiva de sucesso e tal fato pode ser revelado em números. A estreia da sua nona

⁵Programa norte americano de competição, criado em 2003 e apresentado pela modelo Tyra Banks, no qual modelos competem pelo título de próxima supermodelo americana.

⁶Tradução livre para “*Charisma, Uniqueness, Nerve and Talent*” bordão da apresentadora RuPaul sempre presente nos episódios do *reality show*.

⁷Novo programa ou produto de mídia derivado de um já existente.

⁸O programa teve 3 temporadas entre os anos de 2010 e 2012 e foi exibido pelo canal norte americano *LogoTV*

⁹O programa consta até o presente momento com 3 temporadas. Sendo a primeira e segunda temporadas exibidas pelo canal *LogoTV* em 2012 e 2016, respectivamente, e a terceira temporada exibida pelo canal *VH1* em 2018.

temporada em 2017, que contou com a participação da cantora Lady Gaga como júri convidada, foi o episódio mais visto da história do programa com cerca de 987 mil espectadores nos EUA, mostrando que seu formato não apresenta desgaste ao longo desse tempo e sim um crescente aumento de audiência (WELCH, 2017). Sobre o tema, a própria apresentadora afirmou em entrevista ao site *Vulture*:

Nós sempre somos inspirados pelas drags. Como o programa é como se fosse uma escola, nós recebemos uma safra nova de alunos todos os anos – é assim que o programa se mantém inovador. Esse ano, em particular, é o *DragRace* das crianças. Essas são as garotas que cresceram assistindo ao programa, e a estética delas vem toda dele. É uma mudança interessante. E a gente sabia que isso ia acabar acontecendo se ficássemos no ar tempo o suficiente – a gente ia ver o que fizemos com o público. E elas são lindas! Elas são inteligentes. Na verdade, nós temos que nos esforçar mais para nos manter um passo à frente delas (CAPARICA, 2016).

O reconhecimento do programa não veio somente por parte do público; a crítica, ao longo desses anos, premiou o programa diversas vezes, entre eles, o *Emmy*¹⁰ no qual a própria Rupaul ganhou o prêmio de melhor apresentador em *reality* ou *reality* de competição no ano de 2016. No ano seguinte, houve a indicação a oito prêmios de parte técnica, vencendo nas categorias: melhor apresentador em *reality* ou *reality* de competição, melhor edição de fotografia de um *reality* roteirizado ou *reality* de competição e melhor figurino de um programa de variedades, não-ficção ou *reality* (TELEVISION ACADEMY, 2018).

Observa-se que o programa continua em um processo crescente de audiência já que é exibido em mais 13 países, incluindo o Brasil¹¹ (ALCINI, 2015). Além do formato original disponibilizado nesses países, o programa já conta com uma versão Tailandesa exibida no ano de 2018 pelo canal local *LINE TV*, assim como uma versão Britânica e uma Brasileira ainda em fase de negociação para a produção. Apesar do aumento nos números de audiência, o programa ainda é restrito à um nicho de espectadores, em sua maioria, o público LGBTI sendo assim um produto segmentado. (LOPES, 2014; BRAGANÇA, 2017; GONZAGA, 2017).

No Brasil o programa já foi exibido pelo canal pago *VH1* Brasil até sua quarta temporada (entre os anos de 2010 e 2012), após um hiato de exibição, a sétima

¹⁰Prêmio oferecido pela Academia de Artes & Ciências Televisivas que reconhece e premia os trabalhos televisivos americanos. É associado ao Oscar da televisão.

¹¹Além do Brasil, Alemanha, Austrália, Canadá, Dinamarca, Espanha, México, Hungria, Reino Unido, Filipinas, Itália, Suécia e Países Baixos possuem canais que fazem a transmissão do programa.

temporada foi exibida no ano de 2015 pelo canal Multishow e a oitava temporada pelo canal *Comedy Central* em 2017. Em 2014 o programa também teve seus direitos de exibição adquiridos pelo canal de *stream* Netflix, que já exibiu diversas temporadas do programa e atualmente só conta com a oitava e nona em seu catálogo.

Apesar dessas formas de exibição existentes no país, o consumo atualizado deste produto ainda é difícil. Dessa forma, muitos fãs do programa recorrem à internet para conseguir assistir aos episódios do *reality*. A principal forma utilizada pelos espectadores é o *download* dos episódios, que ocorre de forma ilegal. Alguns utilizam a própria página da internet do canal *VH1* para assistir ao programa, já que o mesmo transmite também seus episódios ao vivo, simultaneamente à exibição nos EUA.

Uma prática mais recente, utilizada principalmente por aqueles que possuem dificuldades em acessar a página do canal e preferem assistir os episódios em “tempo real” é o uso das transmissões ao vivo por diferentes plataformas *online*. Neste processo, um indivíduo que reside nos EUA faz uma transmissão ao vivo de seu televisor, permitindo que demais espectadores, em outras partes do mundo, possam usufruir do programa. Tal prática, que se tornou comum aos fãs do programa no Brasil, permite vislumbrar o alcance deste show que, por conta desse registro menos preciso, é bem maior do que aquele divulgado.

Muito se pode discutir acerca do leva o público a assistir *RuPaul’s Drag Race*, Reis & Ferreira (2017), em sua pesquisa sobre as motivações que levam os espectadores brasileiros a acompanhar o *reality*, elencam os principais fatores que atuam neste processo. Uma dessas motivações, segundo os autores, são questões de bandeira identitária. Apesar da arte *drag* não ser exclusiva do meio LGBTI em sua essência, esses nichos se entrecruzam ao longo da história de uma forma que atualmente caminham como conceitos correlatos. Em especial no Brasil, onde é comum, por aqueles que pouco conhecem sobre o tema, confusões sobre *drags* e travestis (CORRÊA, 2009; LION 2016; SANTOS, 2015). Dessa forma o programa é uma bandeira, um ato político presente na grande mídia e divulgando questões pertinentes a estes grupos. Sobre isto, Jacques & Carvalho (2018) afirmam que

É necessário ter a percepção de que *RuPaul’s Drag Race* não é só um programa de reality TV que busca entreter um público jovem, mas que também traz à tona diálogos sobre as expressões de gênero e de sexualidade, além da quebra de padrões sociais estéticos e físicos; e entender a importância de sua existência enquanto produto globalizado em tempos de cassação de direitos dos LGBTQ e

censura à movimentos sociais, é necessária e deve transparecer inclusive na aceitação das diferenças, de forma a unir o discurso e a prática tanto do programa, quanto dos fãs e também da drag persona de RuPaul (JACQUES & CARVALHO 2018 p. 158).

Junto a bandeira identitária, o entretenimento é outro fator importante, apontado por Reis & Ferreira (2017), para aqueles que assistem à RPDR. Este processo, apesar de não ser o de maior impacto para os espectadores, possui significância na análise deste *reality*. Em especial quando observamos o mesmo sob a perspectiva da cultura de mídia.

Acerca deste conceito, Kellner (2001) afirma que a mesma pode ser entendida como a cultura envolvida nos produtos veiculados pelos diversos tipos de mídias. Para além de uma simples transmissão, o autor ainda afirma que os meios envolvidos atuam fornecendo

o material com que as pessoas forjam sua identidade. [...] A cultura da mídia também fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de “nós” e “eles”. Ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. [...] A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global (KELLNER, 2001 p. 9).

Ainda sobre o tema, entende-se que “a cultura de mídia é industrial, organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros)” (Kellner, 2001 p. 10) e normas já preestabelecidos. Desta forma, *RuPaul’s Drag Race* se encaixa dentro da cultura de mídia como fenômeno que não somente fornece ao público os elementos de entretenimento e indústria que visa o lucro, como também fonte de símbolos que constroem no imaginário coletivo a visão da *drag queen*.

Este ponto entra em contradição com o movimento de contestação tão presente na arte *drag*, que satiriza as normatizações e propõe a quebra dos rígidos padrões impostos pela sociedade. Sobre o assunto, a própria RuPaul afirmou em entrevista ao site PapelPOP que “drags nunca vão ser mainstream. Porque é uma contradição ao que significa mainstream. Mainstream é sobre se adequar e se conformar com uma identidade e ficar nessa identidade para o resto da vida. Drag é sobre transformação” (CRUZ, 2017). Apesar dos discursos, seu programa a cada dia alcança números maiores

de audiência, seus álbuns vendem grandes quantidades de cópias digitais, seus produtos licenciados estão em diversos setores do comércio, as drags participantes do show alcançam o estrelato, principalmente nas mídias digitais, entre outros elementos que enquadram todo esse universo em uma lógica de mercado.

Indo mais a fundo nestas questões, buscando entender as influências do show no seu público, Jacques & Carvalho (2018) afirmam que

Seguindo um discurso de “se não pode com eles, junte-se a eles”, concluímos que RuPaul busca ressignificar o valor de ruim ou bom de um estilo de drag a partir do seu próprio juízo padronizado e normativo, fazendo com que os mais diversos elementos, tidos como estranhos ou reprovativos, se tornem mais polidos e adequados ao universo do programa, quebrando com ideias tradicionais trazidas pelas participantes e, dissimuladamente, pelo programa em si - o “isso não é drag” se torna, aos poucos, a clareza do entendimento de que “a drag tudo pode” (JACQUES & CARVALHO, 2018 p. 159).

O sucesso obtido por RuPaul, enquanto *drag*, se deu após o abandono do estilo *genderfuck*¹². No qual uma estética mais feminilizada acarretou à *drag* maior aceitação e reconhecimento do público. Nota-se que este processo também ocorre no programa, onde se faz presente, ao longo das temporadas, uma normatização da *drag*, buscando cada vez mais um estilo que se assemelhe ao padrão estabelecido para o belo feminino. (CASTELLANO & MACHADO, 2016; EDGAR, 2011). Através das mediações existentes entre este universo drag e seus fãs se reflete na forma como público identifica e reconhece determinadas artistas enquanto *drag*, em especial, para aqueles fãs que conhecem este universo através do programa (MARTÍN-BARBERO, 2006).

Para além das questões de bandeira identitária e entretenimento, a pesquisa de Reis & Ferreira (2017) aponta ainda outro elemento motivador para a exposição do público à *RuPaul's Drag Race*. A integração, segundo os autores, é o principal motivo pelo qual os entrevistados assistem ao programa. Segundo os mesmos, a influência de amigos próximos, a oportunidade de discutir com estes sobre o programa ou mesmo por influência de namoradas - como citam alguns homens heterossexuais que assistem ao *reality* - cria um laço entre estes sujeitos que os estimulam a acompanhar o show. Tais laços se tornam visíveis ao perceber o crescente número de bares que realizam as transmissões dos episódios, reunindo grande público em várias cidades do país.

¹² Estilo *drag* mais subversivo onde se busca mesclar e questionar os valores binários de gênero (CASTELLANO & MACHADO, 2016).

Entretanto, para aqueles que não possuem estas possibilidades de troca, ou procuram ampliar as mesmas, os grupos de fãs em redes sociais na internet se apresentam como importante mecanismo de integração dos espectadores. Tais espaços são usados como locais de discussão sobre moda, acontecimentos, previsões, músicas, shows e tudo relacionado ao universo *drag* do programa e também de fora dele. Nesse cenário, elas se tornam mais que *drags*, e sim personalidades carismáticas, que cativam o público pelo talento em várias áreas. E são comuns as discussões e certas rivalidades sobre determinadas artistas. Chegando ao ponto de gerar ofensas e comentários de ódio sobre algumas *queens*. São comuns também comentários com a opinião dos espectadores sobre algo referente à estética de determinadas participantes que, sob esta aparente forma de opinião, mostram preconceito velado em suas falas (CASTELLANO & MACHADO, 2016).

A fim de atender aos objetivos propostos neste trabalho, foram escolhidos como objeto de estudo os grupos do Facebook “*This is not a RuPaul’s best friend race group*”¹³ e “*THIS is a RuPaul’s Drag Race FRIENDLY GROUP!*”^{14,15}. Ambos são espaços virtuais criados e administrados por participantes brasileiros e se configuram como um dos mais expressivos, em termos de número de participantes, no país.

Nestes grupos, foram analisados, ao longo de 11 semanas¹⁶, comentários de seus participantes para postagens referentes às temporadas 9 e 10 de RPDR e da terceira temporada do *spin-off All Star*, as mais recentes do show. A escolha deste recorte teve como princípio norteador algumas discussões sobre a forma como o show perpetua padrões normativos e cria, no imaginário coletivo, uma visão da “*drag ideal*”. Sobre o assunto, Castellano & Machado (2016) afirmam que o programa reforça

[...] determinadas normas de gênero através de performances drags mais normativas que subversivas. De fato, é perceptível que participantes que adotam um comportamento e, sobretudo, um visual menos normatizado (principalmente no tocante à ideia de “simulação” de uma feminilidade) costumam ter vida curta no programa. É notável também nesse sentido, que, embora seja comum a

¹³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/thisisnotarupaulsbestfriendrace/>> Acesso: 10 de junho de 2018.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/1162670063876621/>> Acesso: 10 de junho de 2018.

¹⁵ A frase que dá nome aos mesmos é um bordão dito pela *drag queen* Lashawn Beyond durante a quarta temporada do programa, quando durante uma discussão com outra participante, afirmou que o show não era um espaço para “fazer amigos” e sim uma competição.

¹⁶ O período de análise compreendeu o curso das disciplinas “Metodologia do Trabalho Científico” e “Teoria da Comunicação e da Informação” nas quais o trabalho foi desenvolvido como forma de avaliação final. Buscando estabelecer relações entre as discussões propostas em aula com determinados objetos de estudo e, a partir destas, trabalhar na construção de um produto final (artigo).

inclusão de artistas fora do padrão “desejável” de corpo magro entre as participantes, nenhuma delas, nas oito temporadas que foram ao ar, chegou a ser coroada (CASTELLANO & MACHADO, 2016 p. 18).

Dessa forma, durante as observações desta pesquisa buscou-se perceber como os fãs do programa reagem às vencedoras da temporada 9 (Sasha Velour) e All Star 3 (Trixie Mattel), assim como às finalistas da 10ª temporada. As vencedoras destacadas apresentam como marca de suas personagens, uma estética que foge aos referenciais do belo feminino. A *drag queen* Sasha Velour, por exemplo, recorrentemente não utiliza perucas em suas performances, criando uma androginia à sua persona. Por outro lado, Trixie Mattel busca o exagero em sua *drag persona*, com maquiagens carregadas e grandes perucas (Figura 1).



Figura 1: Drag queens Sasha Velour (à esquerda) e Trixie Mattel (à direita). Fonte: LogoTV¹⁷.

Is This a RuPaul's Drag Race Friendly Group?

Apesar de serem parecidos quanto ao nome, os dois espaços de discussão apresentam certas distinções. O primeiro grupo, que conta com aproximadamente 100.000 membros e, como a própria definição dada por seus administradores exibe, é em essência um grupo de *shade*. Este termo é uma gíria norte americana utilizada principalmente por *drag queens* para designar uma brincadeira em “tom ácido” onde se fala alguma verdade à outra pessoa de forma satírica. Em uma tradução livre, seria semelhante ao “gongar” do português. Este tipo de prática, apesar de comum e divertida nem sempre ocorre de forma descontraída, com algumas pessoas se utilizando deste meio para expor preconceitos e falas pejorativas a outros. Já o segundo grupo, que conta com um número bem menor de membros (cerca de 10.000), apesar de também conter em sua descrição ser um grupo de *shade*, tem uma política mais restrita aos comentários de ódio (chamados *hates*).

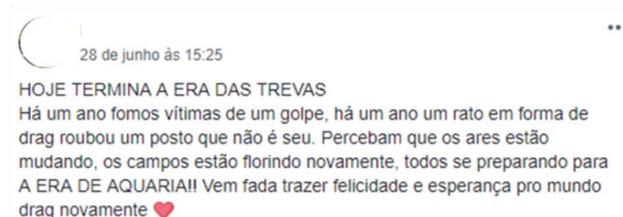
¹⁷ Disponível em: <<http://www.logotv.com/shows/rupauls-drag-race/cast#f1367266-6e1a-4b1d-adc1-e3b593d117d7>> e <<http://www.logotv.com/shows/rupauls-drag-race-ruvealed/widget/rucreations>>. Acesso 28 de julho de 2018

Na página de regras de participação do primeiro grupo observa-se, com destaque, as seguintes frases: “AINDA É PROIBIDO SER RATA VELOUR FÃ AQUI!” e “NINGUÉM liga para sua posição política ou para questões do gênero aqui. Não venha posar de ativista, rainha das causas sociais ou problematizar fulan@. Existem outros grupos com este assunto, debata lá¹⁸”, no qual observa-se uma referência à *drag* Sasha Velour. Essa observação emerge o primeiro questionamento sobre qual o motivo para essa rejeição e forma de tratamento dada à *drag* por parte do grupo? Seria simplesmente uma questão de não gostar de seu personagem ou há algo mais profundo e não revelado nesta fala?

Ao longo das análises foram observados muitos comentários a respeito das *drags* citadas¹⁹, em especial, com relação à sua estética. Grande parte, sob uma aparente “questão de gosto” emergem as disputas de poder na legitimação do que se considera *drag queen* e expõe um discurso preconceituoso, nem sempre velado.

Os comentários aqui destacados foram os que mais evidenciaram tais falas. E todos foram encontrados em postagens do primeiro grupo de Facebook citado (*This is not a RuPaul’s best friend race group*).

Uma das observações realizadas durante o processo (e já previamente apresentado) se dá ao reconhecimento da vitória conquistada pela participante Sasha Velour no programa. E afim de atuar neste processo em não legitimar sua coroa como vencedora, se estabelece uma desqualificação de sua arte ou não reconhecendo a mesma como tal. Nota-se nos comentários um forte tom pejorativo referente à forma como a mesma realiza sua performance enquanto artista *drag*, de forma a menosprezar seu trabalho. Sua estética diferenciada (aos padrões femininos) talvez seja o principal fator atuante nesse processo. Além dos comentários destacados (Figura 2), termos como “mendiga”, “chacota” e “empregada” são comuns nos comentários referentes à *drag*.



¹⁸ A grafia das palavras quanto ao uso de maiúsculas e minúsculas foi mantida conforme presente na página do grupo. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/thisisnotarupaulsbestfriendrace/>> Acesso: 10 de junho de 2018.

¹⁹ Ao longo da pesquisa foram observadas cerca de 20 postagens que envolvessem às *drag queen* objetos desse estudo. Cada postagem possuía, em média, cerca de 500 comentários. Entretanto, só foram utilizados com destaque neste trabalho, os comentários mais expressivos sobre as mesmas.



Figura 2: Postagens sobre o fim do reinado da *drag* Sasha Velour. Fonte: Facebook.

Não somente esta *drag* sofre tal tipo de comentários pejorativos. A ex-participante da sétima temporada e vencedora do *All Star 3* Trixie Mattel, também é alvo de comentário semelhantes aos ditos sobre Sasha Velour, em especial, por conta da sua estética exagerada (Figura 3). Em diversos comentários, muito se questiona sobre o fato dessas artistas “terem talento” também como forma de desmerecimento aos seus trabalhos.



Figura 3: Postagens sobre a *drag queen* Trixie Mattel. Fonte: Facebook.

Durante a pesquisa, foi observado um grande número de comentários gordofóbicos sobre a *queen* Eureka O’Hara, uma das finalistas da décima temporada do programa. A postagem na qual os comentários, aqui destacados, foram observados²⁰ tratava justamente de questões de representatividade caso a mesma ganhasse o *reality* (Figuras 4 a 7). Nota-se que o preconceito vem escondido sob a forma de piadas ou os famosos *shades*. Entretanto, os discursos que reforçam os padrões de beleza estabelecidos pela sociedade e reforçados no programa estão presentes nas falas dos espectadores.

²⁰ Disponível em

<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2224274447590310&set=gm.2178167272211265&type=3&theater&ifg=1>> Acesso 17 de junho de 2018.



Figura 4: Postagem preconceituosa sobre a drag Eureka O'Hara. Fonte: Facebook.

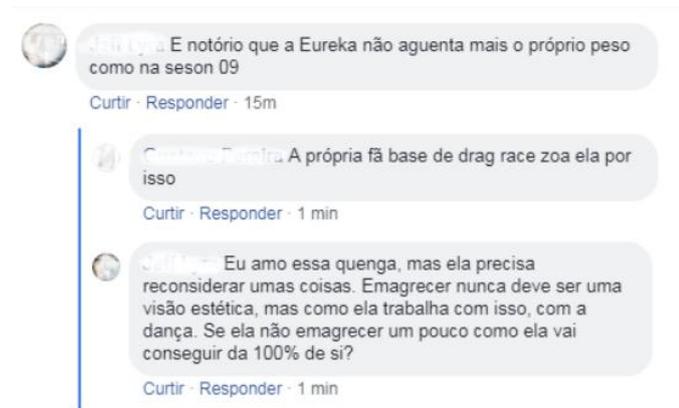


Figura 5: Postagem preconceituosa sobre a drag Eureka O'Hara. Fonte: Facebook.

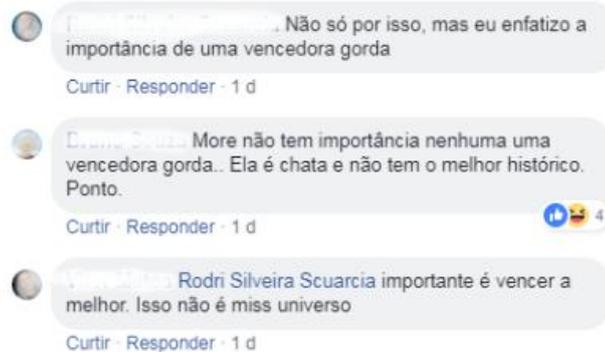


Figura 6: Postagem preconceituosa sobre a drag Eureka O'Hara. Fonte: Facebook.

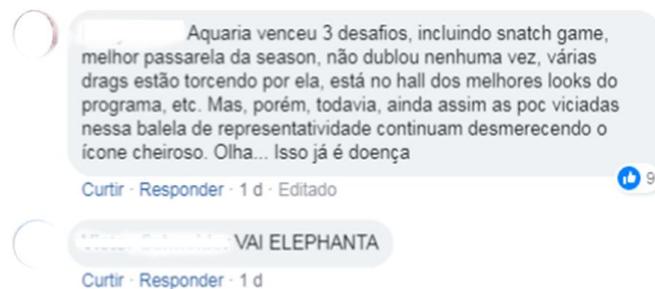


Figura 7: Postagem preconceituosa sobre a drag Eureka O'Hara. Fonte: Facebook.

Apesar de compartilharem os mesmos elementos identitários, enquanto *drag queens*, nota-se uma forte segmentação de determinadas participantes. Essa separação parte de uma legitimação dos fãs do programa, entretanto este processo se dá através das relações estabelecidas entre as imagens construídas pelo programa e a construção da drag no imaginário coletivo.

Ao observar as relações entre RPDR e seus fãs observam-se diferentes disputas e conflitos nessas relações de mediação como já apontada por Martín-Barbero (2006), onde a inserção do programa nos moldes comerciais de produção deflagra conflitos com uma das principais propostas da arte drag que é justamente à subversão aos padrões hegemônicos. E para que possa se manter nesse *mainstream*, o programa precisa agradar aos seus fãs mais fervorosos, legitimando e reforçando padrões sociais, sendo esta uma intrincada relação do programa com seu público.

Considerações Finais

O programa *RuPaul's Drag Race* se apresenta como uma vitrine ao grande público para a arte *drag*, divulgando e valorizando a mesma, e servindo de direcionamento para demais produções midiáticas inspiradas nestes moldes. Entretanto, por estar inserido na cultura de mídia e obedecer uma lógica de mercado, este programa sofre com seus efeitos e por vezes pode entrar em conflito com a característica contestadora da arte *drag*.

Nota-se que os processos normatizadores, influenciados ou não pelo show, se refletem na forma como os fãs se relacionam com as participantes do mesmo, sendo assim, via de mão dupla no qual o programa cria determinados padrões que o público recebe e reforça através de suas ações na internet e faz com que o programa tenha que continuar este ciclo para que possa garantir sua audiência.

Casos de preconceitos mais severos como gordofobia foram observados durante as análises, junto aos casos de racismo relatados, sendo necessária uma investigação maior sobre este processo nos grupos de fãs.

Referência Bibliográfica

ALCINI, D. *Passion inks global sales for “RuPaul’s Drag Race*. Realscreen. 2015. Disponível em: <<http://realscreen.com/2015/05/26/passion-inks-global-sales-for-rupauls-drag-race/>> Acesso 01 de junho de 2018.

AMANAJÁS, I. Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas. *Revista Belas Artes*. Ano 6, n. 16, p. 24. 2014.

BRAGANÇA, L. Degenerando formatos midiáticos e construções sociais: RuPaul’s Drag Race e mercantilização de espaços dissidentes. *Revista do Audiovisual Sala 206*, Vitória, n° 7, p. 59-72. 2017.

BUTLER, J. *Bodies that Matter*. New York: Routledge, 1993.

BUTLER, J. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CASTELLANO, M. & MACHADO, H. L. “Please come to Brazil”: as práticas dos fãs brasileiros do reality show RuPaul’s Drag Race. *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. p. 14. 2016.

CAPARICA, C. *RuPaul: “Prefiro ganhar um enema que um Emmy”*. Ladobi. 2016. Disponível em: <<http://www.ladobi.com.br/2016/03/rupaul-charles-entrevista/>> Acesso 03 de junho de 2018.

CORRÊA, G. B. *Carmens e drags: reflexões sobre os travestimentos transgênicos no Carnaval carioca*. Dissertação de mestrado. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. p. 162. 2009.

CRUZ, P. “Drag queens nunca serão mainstream, seria uma contradição”, diz RuPaul em entrevista ao Papelpop. Papelpop. 2017. Disponível em: <<http://www.papelpop.com/2017/04/drag-queens-nunca-serao-mainstream-seria-uma-contradicao-diz-rupaul-em-entrevista-ao-papelpop/>> Acesso 02 de junho de 2018.

EDGAR, E. "Xtravaganza!": drag representation and articulation in "RuPaul's Drag Race". *Studies in popular culture*. Louisville, v. 34, n. 1, p. 133-46, 2011.

GONZAGA, R. *RuPaul's Drag Race terá versão oficial produzida no Brasil com participação de RuPaul*. Omelete. Disponível em <<https://omelete.com.br/series-tv/noticia/rupauls-drag-race-tera-versao-oficial-produzida-no-brasil-com-participacao-de-rupaul/>> Acesso 29 de maio de 2018.

JACQUES, J.; CARVALHO, M. L. I am the future of drag: A drag mal interpretada em RuPaul’s Drag Race. *Temática*. Ano XIV, n. 2, p. 144-160. 2018.

KELLNER, D. *A cultura da mídia*. São Paulo: EDUSC, 2001.

LANG, P.; FILLIPO, M.; GASPARI, G. CATRINCK, M.; CANEDO, J.; LEAL, T. A Construção de Celebidades Drags a Partir de RuPaul’s Drag Race: Uma Virada do Imaginário Queer. *Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom. Rio de Janeiro, p. 14. 2015.

LION, A. R. C. “É Fogo na Jaca”: performance drag queen no teatro de revista dos anos 1950. *Anais do XIII Encontro Estadual de História - História por quê e para quem?*. ANPUH SP. São Paulo, p. 15. 2016.

LOPES, Y. *RuPaul's Drag Race vai ganhar versão feita no Reino Unido*. A redação. 2014. Disponível em: <<https://aredacao.com.br/cultura/45507/rupaul-s-drag-race-vai-ganhar-versao-feita-no-reino-unido>> Acesso 02 de junho de 2018.

MARTÍN-BARBERO, J. Pistas para entre-ver meios e mediações. In: *Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, p. 11-21. 2006

MORAES, R. R. de C. RUPAUL'S DRAG RACE E SEU FANDOM: um nicho em expansão. *Revista Cambiassu*, São Luís, v.15, n.16, p. 94-104. 2015.

PEREIRA, L. M. D. “*Bitch I'm from Recife*”: A influência do programa “*RuPaul's drag race*” na cena drag pós-moderna da cidade de Recife. 2016. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal da Paraíba. p. 101. 2016.

REIS, K. A. S.; FERREIRA, R. M. C. Shantay, You Stay: o consumo de RuPaul's Drag Race no Brasil. *Revista Anagrama*. Ano 11 v. 1, p. 17. 2017.

SANTOS, J. F. ; PAVAN, M. A. “DRAGSTARS” – Gestos, segredos e cores de uma experiência queen. *Anais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Teresina - p. 12. 2009.

SANTOS, J. F. Calling All The Queens! Visibilidades de gênero no programa de TV RuPaul's Drag Race. *Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Natal. p. 15. 2015.

TELEVISION ACADEMY. *68th Emmy Awards Nominees and Winners*. 2016. Disponível em: <<https://www.emmys.com/awards/nominees-winners>> Acesso 02 de junho de 2018.

WELCH, A. *Friday cable ratings: 'RuPaul's Drag Race' premieres, NCAA leads*. TV by the Numbers. 2017. Disponível em: <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/daily-ratings/friday-cable-ratings-march-24-2017/>> Acesso 01 de junho de 2018.