

## **Telas de glitter: O poder das drag queens na cultura da mídia<sup>1</sup>**

Lívia PEREIRA<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### **Resumo**

Desde que o mundo conheceu a drag queen RuPaul, em 1993, percorremos um longo caminho para naturalizar a presença desses artistas dentro da cultura pop e em meios de comunicação de massa. Hoje podemos afirmar que ser drag é pop, mas o que mudou nas quase três décadas do reinado midiático de RuPaul? De que forma artistas anteriores a ela abriram caminhos para a revelação da cultura drag para o grande público? Por que hoje aceitemos com mais naturalidade um reality show com drag queens, mas, olhamos com repulsa o filme “Pink Flamingos” (John Waters, 1972), estrelando a infame Divine? O sucesso do reality show “RuPaul’s Drag Race” visibiliza a cena drag em todo o mundo e cria uma nova geração de consumidores, mas nesse contexto, a cultura midiática se apropria da drag queen como produto para satisfazer os desejos do sujeito pós-moderno e passamos então a compreender a drag como um produto midiático com orientações econômicas marcadas pela lógica do capital, retorno financeiro e do que Martel (2012) chama de mainstream.

### **Palavras-chave**

Drag queens; cultura da mídia; RuPaul’s Drag Race; mainstream; cultura pop.

Quando estreou em 2009, não era esperado que o reality show “RuPaul’s Drag Race” tivesse vida longa. Apresentado por uma das drag queens mais famosas do mundo que teve o ponto alto de sua carreira nos anos 1990, RuPaul, o programa buscava a sucessora da apresentadora no posto da drag superestrela dos Estados Unidos. Segundo ela, para se tornar uma superestrela a drag deve possuir quatro características fundamentais: carisma, singularidade, coragem e talento (ou em inglês, *charisma*, *uniqueness*, *nerve* e *talent*, constantemente abreviadas no programa pela sigla C.U.N.T.).

O programa, entretanto, logo se tornou sucesso do canal de TV voltado para o público LGBTQIA, a Logo TV e hoje acumula oito temporadas, duas séries derivadas –

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup>Recém-graduada em Jornalismo pela UFPB, e-mail [liviamariadp@gmail.com](mailto:liviamariadp@gmail.com).

Drag U<sup>3</sup> e RuPaul's Drag Race All Stars<sup>4</sup> – e um programa paralelo que mostra as competidoras interagindo nos bastidores do episódio principal de cada temporada. Embora tenha mantido praticamente o mesmo formato com o passar das temporadas o objetivo inicial de encontrar a sucessora de RuPaul acabou sendo deixado de lado, visto que anualmente era coroada uma nova drag *superstar*. O reality então passou a adotar o conceito de “reinado” anual para cada uma das campeãs, sendo que no ano seguinte o legado deixado por ela era passado para sua sucessora, algo parecido com o que acontece nos concursos de beleza.

O sucesso do programa, transformado em franquia pop<sup>5</sup>, visibiliza a cena drag em todo o mundo e gera adeptos para uma nova geração de consumidores desta cultura. A partir do encantamento gerado, é perceptível o aumento exponencial de outros artistas drags que começam a fazer sucesso na cultura midiática, a exemplo das americanas, saídas do próprio programa, Adore Delano<sup>6</sup>, Sharon Needles<sup>7</sup> e Alaska Thunderfuck<sup>8</sup>, que hoje emplacam suas carreiras como cantoras drags e lotam boates com suas apresentações mundo afora.

Nesse contexto, a cultura midiática se apropria da drag queen como produto para satisfazer os desejos do sujeito pós-moderno que tem sua identidade de gênero descentralizada e fluida, abalada por inúmeros movimentos e revoluções socioculturais do século XX (HALL, 2006, p. 34-46). Passamos então a compreender a drag como um produto midiático a partir do momento que se torna agente dentro da cultura de

<sup>3</sup> Drag U foi uma série *spin-off* de RuPaul's Drag Race, onde ex-participantes do programa original ajudavam a fazer transformações em mulheres biológicas. Segundo o site da LOGO TV, o programa era uma “escola para garotas, onde mulheres biológicas passavam por extremas transformações no estilo drag queen.” (tradução nossa). Disponível em: <<http://www.logotv.com/shows/rupauls-drag-u>>. Acesso em: 21 jun 2016.

<sup>4</sup> RuPaul's Drag Race All Stars é um reality que mantém a mesma estrutura do programa original onde as participantes são ex-competidoras que se destacaram no original, porém acabaram não ganhando o grande prêmio. Já foram exibidas duas temporadas do *spin-off*, a primeira em 2012 e a segunda em 2016.

<sup>5</sup> Partindo do conceito proposto por Jenkins (2008, p. 45) de franquia como “empenho coordenado em imprimir uma marca e um mercado a conteúdos ficcionais”, adotamos neste artigo a franquia pop como uma marca que se torna rentável mercadologicamente, capaz de produzir diversos produtos (sendo eles midiáticos ou não) e gerar engajamento de um grupo de pessoas em torno deste nome. De acordo com Alvarenga e Massarolo (2010), foi a partir da década de 1980, que “o termo franquia começou a assumir um significado cultural e passou a ser usado para descrever tanto os processos de propriedade intelectual corporativa quanto à gestão das formas culturais serializados que dela resultam (linhas de produtos como a franquia Star Trek ou a franquia Star Wars, por exemplo).”

<sup>6</sup> O álbum de estreia de Adore Delano “Till Death Do Us a Party” chegou ao 3º lugar na categoria de “Dance/eletronic Albums”, estabelecendo um recorde entre as cantoras *drag* que tinham entrado para as listas até 2014. Seu segundo álbum “After Party”, ficou em 1º lugar na mesma lista em 2016. Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/6114465/adore-delano/chart?f=322>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

<sup>7</sup> Sharon Needles lançou seu primeiro álbum “PG-13” em 2013 e chegou a ficar em 9º lugar na lista de Dance/eletronic Albums. Seu segundo lançamento “Taxidermy”, chegou ao 11º lugar em 2015. Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/6114465/adore-delano/chart?f=322>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

<sup>8</sup> Alaska Thunderfuck emplacou na lista “Dance/eletronic Albums” da Billboard em 3º lugar, com o seu debut “Anus” em 2015. Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/6604293/alaska-thunderfuck/chart?f=322>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

entretenimento com orientações econômicas marcadas pela lógica do capital, retorno financeiro e do que Martel (2012) chama de mainstream.<sup>9</sup>

Embora pensemos “RuPaul’s Drag Race” como um produto mainstream dentro da cultura pop nos moldes de Martel (2012), em diversas entrevistas<sup>10</sup> RuPaul nega esse caráter do programa ao salientar que mesmo com todo o espaço que a cultura drag vem recebendo da mídia a partir do programa, não há verdadeiramente uma abertura midiática para entender e expor a complexidade do que é a drag.

Eu não acho que o programa poderá ser mainstream algum dia porque drag é a antítese da matrix. A matrix diz ‘escolha uma identidade e se apegue a ela. Porque eu preciso vender para você algumas cervejas e shampoos e você precisa se apegar ao que você é, então eu saberei como vender isso para você’. Drag é o oposto. Drag diz que a identidade é uma piada. Eu acho que eu não tenho sido aceito nos meios de comunicação mainstream como o ‘The Tonight Show’ ou ‘Ellen’ ou os programas de entrevista que passam tarde da noite porque a única forma que eles poderiam realmente ter uma conversa comigo é fazendo graça de mim ou fazendo piadas sobre o que eu faço. (RUPAUL, 2016, tradução nossa)

Entretanto, é inegável que o reality show é extremamente popular. Na entrevista supracitada, RuPaul explica a popularidade do programa devido à essência de sua narrativa, basicamente sobre a tenacidade do espírito humano. Ao abordar personagens que foram afastadas da sociedade, que precisaram trilhar um caminho difícil para serem reconhecidos através da arte e expondo suas histórias de vida, criamos um laço de identificação dentro das narrativas individuais e acabamos por projetar nossas próprias vivências nos relatos dos personagens. O telespectador cria um sentimento de pertencimento, o que gera a fidelização do consumo deste produto: em vez de ser um simples programa de entretenimento, é algo que ele assiste por se identificar com o que é mostrado.

Como produto mainstream dentro de um grupo específico, a cultura drag potencializada e vendida pelo reality “RuPaul’s Drag Race” atinge os sujeitos já deslocados da ideia da identidade unificada encontram na arte drag uma forma de exprimir suas vivências de gênero e sexualidades. O fenômeno em torno do *reality* cria uma nova demanda do público e na cultura midiática e esse interesse obriga a criação de

<sup>9</sup>Para Martel (2012, p. 11), mainstream é “a produção de bens culturais criados sob a égide do capitalismo tardio e cognitivo que ocupa lugar de destaque dentro dos circuitos de consumo midiático”.

<sup>10</sup> Entrevista concedida ao programa norte-americano *Nightline*, da emissora ABC. Disponível em: <<http://abcnews.go.com/Entertainment/rupaul-rupauls-drag-race-mainstream/story?id=39075322>>. Acesso em: 4 out. 2016.

novas produções culturais da cena drag que venham atender a este interesse, como músicas, filmes, seriados etc.

## UMA “PRÉ-HISTÓRIA” DO QUEER MIDIÁTICO

Apesar de ter popularizado a drag queen, o reality show americano “RuPaul’s Drag Race” não é o único exemplo da massificação desta cultura. Antes mesmo do lançamento de RuPaul como cantora e apresentadora de TV, o cinema e o teatro já faziam as vezes da televisão, trazendo drag queens como personagens principais nos filmes, peças e musicais. As drags queens não são fenômeno de criação deste século, apesar de sua expansão na cultura do entretenimento na pós-modernidade, elas atravessaram a história desde o teatro grego aos palcos das boates mais badaladas do mundo.

Em 1970, o cineasta norte-americano John Waters, que ficou conhecido por seus filmes transgressivos e por escalar artistas controversos, popularizou uma das drag queens mais importantes da história: Divine, que como drag queen teve participação ativa na obra do diretor, como observamos nos filmes “Mondo Trasho” (1969), “Multiple Maniacs” (1970), “Pink Flamingos” (1972) e “Female Trouble” (1974).



Fig. 1. Divine em cena icônica de “Pink Flamingos”, John Waters (1972)

Nomeada pela revista “People” a drag queen do século<sup>11</sup>, Divine se tornou culto de adoração, principalmente entre a comunidade LGBTQIA, por seu trabalho como atriz, mas também por sua tenacidade dentro do mundo artístico. Além de atuar, Divine

<sup>11</sup>DARRACH, B. Death Comes to a Quiet Man Who Made Drag Queen History as Divine. **People**, Los Angeles, 21/03/1981. Disponível em: <<http://people.com/archive/death-comes-to-a-quiet-man-who-made-drag-queen-history-as-divine-vol-29-no-11/>>. Acesso em 06 out. 2016.

trabalhou no teatro, aparecendo com as “The Cockette” antes de performar em “Women Behind Bars” e “The Neon Woman”, e embarcou em uma breve, porém significativa, carreira musical. A drag queen se tornou sucesso mundial com hits como “You Think You’re a Man”, “I’m So Beautiful” e “Walk Like a Man”. A última contribuição artística de Divine ficou por conta do clássico cinematográfico “Hairspray” (1988), também dirigido por Waters, que até hoje continua sendo um marco no mundo dos musicais do cinema, constantemente inspirando novas versões até mesmo para outros formatos midiáticos.

Embora tenha sido encontrada morta em 1988 em Los Angeles, Divine continua inspirando os artistas da comunidade LGBTQIA, servindo como fonte de inspiração para diversos personagens fictícios, músicas, livros e filmes documentários sobre sua vida, como “Divine Trash”, dirigido por Steve Yeager (1998) e “I Am Divine”, do diretor Jeffrey Schwarz (2013).<sup>12</sup>



Fig. 2. Divine como Edna Turnblad/Arvin Hodgepile, em “Hairspray” (1988), de John Waters, o seu ultimo trabalho artístico

Como a lenda que se tornou, o legado artístico de Divine permanece vivo até os dias atuais. Um site oficial é mantido pela sua família, onde é preservada informações sobre sua carreira, suas músicas em formato digital e onde fãs podem comprar produtos licenciados com desenhos e fotos da drag queen. Isto comprova que a artista sobrevive na memória e fica imortalizada pela sua arte. Além de percebermos a influência que o cinema teve na propagação de sua personagem como da própria arte drag, reverberando na cultura pop.

<sup>12</sup>Informações retiradas do site oficial da drag Queen Divine. Disponível em: <<http://divineofficial.com/>>. Acesso em 06 out. 2016.

Durante as décadas de 1970 e 1980, as drag queens passaram, então, a habitar diversas plataformas artísticas. Além dos shows em bares, participaram não apenas como personagens, mas sendo também tema para as narrativas, de programas de rádio, televisão, cinema e espetáculos teatrais da Broadway, como o musical “Alô, Dolly!” e “A Gaiola das Loucas”.

De acordo com Baker (apud AMANAJÁS, 2014, p. 18), ao final da década de 1970, havia basicamente duas vertentes da drag queen: “aquela que criava a personagem cômica e as que se espelhavam nas grandes divas do pop”. O caráter político da drag havia quase que se perdido completamente e suas performances eram puramente para o entretenimento e diversão do público. Entretanto, o cenário político e de repressão vivido pelos homossexuais e comunidade LGBTQIA em geral acendeu o viés político da drag queen, principalmente nos Estados Unidos. A segunda onda do movimento feminista e o movimento da contracultura acabaram por influenciar o movimento político de lésbicas, homossexuais, transexuais e drag queens em Nova York, culminando no que ficou conhecido como a Revolta de Stonewall<sup>13</sup> em 1969, com participação ativa das drag queens e transexuais que frequentavam o bar. Sobre a participação das drag queens no movimento social, Amanajás (2014, p. 28) explica que “uma vez que ser artista é, em si, um ato político e social, mesmo que não intencional, a drag queen despontou como um dos maiores símbolos da luta pelos direitos gays.”

Com a chegada da AIDS, em 1980, a comunidade LGBTQIA sofreu uma nova onda de repressão e as drag queens foram perdendo a visibilidade que haviam conseguido no final da década passada. Durante anos a drag ficou marginalizada chegando a temporariamente desaparecer da cena midiática. Entretanto, ao final da década de 1980, elas ressurgiram nos clubes gays e para a comunidade que havia sobrevivido à Stonewall e à epidemia da AIDS, a drag queen tornou-se algo essencialmente gay.

---

<sup>13</sup>Com o fim da “Lei Seca” nos Estados Unidos (1920-1933), as autoridades responsáveis pelo consumo de bebida alcoólica no país aprovaram diversas leis para controlar a venda de álcool nos bares e clubes. Uma dessas leis proibia que os estabelecimentos servissem bebidas alcoólicas para homossexuais. Em Nova York, bares gays ilegais eram comandados pela máfia, tornando o público ainda mais vulnerável aos olhos da lei. O departamento de polícia de Nova York realizava constantemente batidas policiais nos bares e milhares de homossexuais foram presos no período até 1968. Entretanto, em 28 de julho de 1969, policiais a paisana entraram em um dos bares gay, o Stonewall Inn, forçando os clientes a saírem às ruas, mas “ao invés de fugir, eles, liderados por travestis, trancaram os policiais no bar, incendiaram e atiraram pedras e garrafas enquanto os policiais tentavam sair. Houve quatro noites de confrontos violentos entre a polícia e homossexuais nas ruas de Nova York” (OKITA, 2015, p. 63). No aniversário de um ano da rebelião do Stonewall, como ficou conhecida, aconteceu as primeiras marchas do orgulho LGBTQIA, em Nova York, Los Angeles, Chicago e São Francisco, e que até hoje acontecem anualmente em todo o mundo, geralmente na mesma época, para marcar o aniversário do motim que deu origem a diversos grupos militantes em prol dos direitos da comunidade LGBTQIA.

Nos anos 1990 a drag queen é recebida novamente para o convívio em sociedade. Como forma de entretenimento nos clubes e bares, as drags surgem com os *lipsyincs* (dublagens) das músicas de cantoras pop, o *voguing* e números cômicos com temáticas essencialmente da cultura gay. É nesta época que o cinema produziu os grandes clássicos cinematográficos com drag queens, como “Priscilla, a rainha do Deserto” (1994), produção que até os dias de hoje reverberam em diversas formas plataformas midiáticas, como o teatro, “Para Wong Foo, Obrigada por Tudo! Julie Newmar” (1995) e “Birdcage – A Gaiola das Loucas” (1996).

Além de serem tema e personagens centrais nessas produções, as drags também inspiraram documentários, como o clássico “Paris is Burning” (1991), retrato da cultura gay nova-iorquina nos bailes frequentados pelas drag queens que convergiam tipos célebres da moda e cultura pop, ainda nos guetos da cidade. Essas quatro produções audiovisuais dos anos 1990 são consideradas ainda hoje fontes imprescindíveis de referências tanto visuais quanto históricas para quem busca compreender o movimento artístico e político drag. “Paris is Burning” e “Priscilla, a rainha do deserto” reverberaram internacionalmente expondo o absurdo estético da drag queen e seus discursos, mapeando a relação e o pertencimento dos homossexuais com a música, a vida noturna e a cultura pop.

Especificamente no documentário supracitado, é exposto aspectos da cultura drag que até então se mantinham escondidos e inacessíveis para quem não participava dela, como as “haus” – “casas” de drag queens e travestis que possuíam uma “drag-mãe” que dava um sobrenome para suas “filhas” – e o vocabulário cheio de trejeitos e gírias próprias, quase que soando como um novo idioma para quem ouve pela primeira vez. Além da produção permitir, pela primeira vez, que o público pertencente a outros contextos socioculturais conheça mais de perto a estética e cultura drag, também expõe suas histórias pessoais, como a luta de algumas personagens com a AIDS e a morte. Com mais de 20 anos desde sua estreia, “Paris is Burning” é a fonte de cerca de 90% de tudo que percebemos no universo drag (e da cultura pop especificamente voltada ao público gay) da atualidade, como Lady Gaga, que nomeia sua equipe criativa como “Haus of Gaga”, e RuPaul, a grande diva drag dos anos 1990 que, nos anos 2010 resgata a cultura e mimetiza os bailes nova-iorquinos, só que desta vez na televisão.

## **RUPAUL É POP**

É nesse cenário que desponta RuPaul, uma drag queen negra, altíssima, esbelta e loira, levando a figura da drag ao seu, até então, ápice dentro da cultura pop. Entretanto, engane-se quem acha que RuPaul já nasceu como uma drag superestrela. Antes de se tornar conhecida por revolucionar a forma que a cultura pop enxergava as drag queens, RuPaul começou sua carreira na cidade norte-americana Atlanta e se tornou conhecida na cena drag por atuar e dirigir diversos filmes de baixo orçamento nos anos 1980, como “RuPaul is: Starbooty” (1987), além de aparecer em um grande número de programas televisivos e álbuns musicais.



Fig. 3. Contra-capa do álbum com a trilha sonora do filme “RuPaul is: Starbooty” (1987), mostrando que todas as músicas foram assinadas e interpretadas pela própria drag queen RuPaul.

Quando lançou “Supermodel of the World” (1993), seu álbum mais icônico e que lhe lançou ao estrelato, RuPaul foi indicada ao prêmio de “Best Dance Video”, com o single “Supermodel (You Better Work)” e no ano seguinte gravou, com Elton John, um cover da música “Don’t Go Breaking My Heart”. Juntos eles apresentaram a cerimônia da maior premiação de música pop do Reino Unido, o BRIT Awards, em 1994.

Além da bem sucedida carreira na indústria fonográfica, RuPaul também lançou uma autobiografia, “Letin’ All Hang Out” (1995), estrelou campanhas de cosméticos e se tornou apresentadora de *talk show* na televisão e no rádio. Atualmente, apresenta o seu próprio reality show televisivo, “RuPaul’s Drag Race” e se tornou a primeira drag queen a ganhar um Emmy em 2016 na categoria de “melhor apresentadora(a) de reality

show”<sup>14</sup>. Sua importância na cena drag mundial é de grande relevância por ser meio e produto cultural ao mesmo tempo, conforme analisa o pesquisador:

RuPaul elevou a arte das drag queens no mundo através de seus singles (Supermodel ficou em segundo lugar na Billboard, perdendo somente para I’m Every Woman de Whitney Houston), filmes, trabalhos como modelo fotográfica e de passarela e, desde 2009, comanda seu próprio reality show na televisão. [...] RuPaul’s Drag Race tem recebido grandes celebridades do showbiz através dos anos e tem sido topo de audiência em vários países do mundo. Além de disseminar a cultura gay e a arte das dragqueens, o show tem aberto possibilidade e espaço para vários artistas drags poderem ser vistos e reconhecidos por seus trabalhos. (AMANAJÁS, 2014, p. 19)

Podemos dizer que, de alguma forma, através de sua presença constante na mídia e militância para desmistificar uma forma artística considerada marginal RuPaul tirou as drag queens da marginalidade. Hoje elas são cantoras, participam de filmes, seriados e peças de teatro com muito mais ocorrência, visibilidade, aceitação comercial do que acontecia na era pré-RuPaul.

A partir do fenômeno do programa de RuPaul, a mídia investe na participação e aparição de várias outras drags que despontam no cenário da cultura midiática. A europeia Conchita Wurst é uma das drag queens que despontam no cenário musical, após ser vencedora da edição de 2014 do programa europeu festival Eurovision, além de ter uma particularidade estética: é uma drag queen barbada, ou *beard queen*<sup>15</sup>, que a primeiro momento pode parecer algo revolucionário por mesclar a figura feminina da drag com elementos do masculino – a barba. Entretanto, a *beard queen* não é uma estética tão nova como se pensa. No Brasil, o grupo teatral Dzi Croquettes já fazia a mistura dos elementos do convencionalmente masculino e feminino nos anos 1970.

O grupo composto por artistas masculinos, barbados e de pernas peludas chocou a sociedade ao se apresentarem de salto alto, vestidos e glitter na maquiagem, tornando-se o escândalo e o deleite dos públicos do Brasil e de Paris. O Dzi Croquettes alcançou reconhecimento internacional por sua postura política e artística, o que destaca que o grupo formado por esses 11 artistas militantes da causa gay em paetês foram os precursores do que enxerga-se como drag queen no Brasil. (AMANAJÁS, 2014, p. 19-20)

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.brasilpost.com.br/2016/09/12/rupaul-emmy- n 11974686.html>>. Acesso em 08 out. 2016.

<sup>15</sup> “As bearded queens são uma categoria de drag queens que baseiam sua estética em uma concepção da androginia muito utilizada pelos astros do rock da década de 70 em prol do movimento gay e de uma maior abertura de expressão” (AMANAJÁS, 2014, p. 19).

No Brasil, a partir da década de 1990, as drag queens surgem no cenário das festas gays nas grandes cidades, como São Paulo e Rio de Janeiro, assim como em eventos de ativismo em prol da causa LGBTQIA. Entre as artistas surgidas na época, podemos ressaltar Silvetty Montila, Salete Campari, Nany People e Dimmy Kier. Entretanto, na televisão brasileira, homens interpretando mulheres de um jeito satírico apareceu muito antes. Durante sua carreira, o ator e comediante Chico Anysio chegou a interpretar mais de 50 personagens femininas (AMANAJÁS, 2014, p. 20) e nos programas de humor havia a presença da sempre irreverente Vera Verão, personagem criada pelo ator, comediante e bailarino Jorge Lafond que se tornou popular nos anos 1990 no Brasil pelo seu apelo cômico. Como parte do programa “A Praça é Nossa”, do SBT, Vera brincava com os códigos de vestimenta e trejeitos típicos do feminino, quebrando alguns tabus de gênero ao se caracterizar sem perucas, deixando à mostra a cabeça raspada. Além da participação em programas televisivos, Vera Verão sempre era destaque nos desfiles das escolas de samba de São Paulo e Rio de Janeiro.



Fig. 4. Vera Verão em cena no programa humorístico do canal SBT, “A Praça É Nossa”.

Apesar de ser Vera Verão a drag queen mais icônica e ainda lembrada da década de 1990 no Brasil, talvez possamos dizer que a mais popular tenha sido Isabelita dos Patins, drag queen interpretada pelo argentino Jorge Omar Iglesias, conhecida por andar de patins montada pelo centro do Rio de Janeiro. Isabelita ganhou a mídia após ser fotografada com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, em um encontro enquanto ela patinava pela principal avenida do bairro de Copacabana, em 1993.

Durante a década de 1990 passou a ser figura frequente nos programas de entretenimento, além de estrear comerciais para grifes como Fórum e Duloren.



Fig. 5. Isabelita dos Patins e o ex-presidente da república Fernando Henrique Cardoso.

Hoje, esquecida pelo meio artístico carioca, Isabelita dos Patins vive com uma aposentadoria de R\$ 800 e os cachês dos eventos que trabalha. Em entrevista ao site de notícias Ego<sup>16</sup>, Isabelita diz que “não recebe o devido valor que merece por ser uma personagem importante para o Rio de Janeiro” e que já foi ao gabinete do prefeito pedir trabalho, mas que nunca parou de se montar e patinar. A artista patina uma vez por mês na feira do Lavradio, no centro do Rio de Janeiro, onde vende produtos como ímãs de geladeira, garrafa artesanal e o livro “Isabelita, a menina dos patins”, sua biografia infantil ilustrada, que custam desde R\$ 1 até R\$ 20. “De um em um real eu consigo pelo menos pagar meu táxi. É imprevisível saber quanto vou ganhar porque a feira é só uma vez por mês. Também recebo da associação da feira por estar lá performando como Isabelita. É uma maneira de sobreviver,” revela. Este é um lugar que nos faz refletir sobre a complexidade da carreira da drag, que apesar de viver um momento de expansão na cultura, também amarga o esquecimento e a não valorização da sua identidade.

## DRAG-SE AQUI E AGORA

Com a virada do século XXI e suas transformações tecnológicas, a sociedade se torna muito mais informada e conectada. A popularização da internet e suas ferramentas permitem que pessoas distantes geograficamente entrem em contato umas com as

<sup>16</sup>GOMES, L. **Isabelita dos Patins sofre dificuldades financeiras e pede: 'Quero trabalhar'**. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/02/isabelita-dos-patins-sofre-dificuldades-financeiras-e-pede-querer-trabalhar.html>>. Acesso em 13 out. 2016.

outras, troquem informações e descubram novas realidades que antes pareciam tão distantes. Uma geração totalmente conectada, formada pela cultura midiática e pop dentro da sociedade do consumo. Vemos ali também a potencialidade de novas identidades mais fluidas em relação a vivências de gênero e sexualidades.

A virada do milênio nos apresentou um globo totalmente conectado, promovendo enxurradas de informações por minuto, uma sociedade dinâmica e porosa. O pop, por incrível que pareça, conseguiu galgar mais um andar em direção à cultura de massa e se enraizar como parte intrínseca do dia-a-dia do cidadão. Novas divas foram coroadas, cada vez mais ousadas e inventivas, dando liberdade de expressão e reinvenção à cultura gay e jovem. Beyoncé, Shakira, Kylie Minogue, Britney Spears, Fergie, Nick Minaj e Lady Gaga serviram mais do que inspiração para as dragqueens: tornaram-se um modo de vida. (AMANAJÁS, 2014, p. 20)

Com a expansão cultural da mídia massiva voltada para um público mais plural, vimos aparecer vários produtos voltados ao interesse e visibilidade das drags, Apesar destas estarem muito restrita à internet, com sites, páginas nas redes sociais, como Facebook e canais no YouTube, pode-se perceber que existe uma abertura de consumo midiático voltado a este interesse. Um dos exemplos desta nova produção são canais de vídeos específicos sobre este tema, onde ressaltamos a experiência do coletivo “Drag-se”,<sup>17</sup> um canal do YouTube que desde 2015 publica conteúdos como tutoriais de maquiagem e documentários sobre um grupo de drag queens do Rio de Janeiro. Recentemente o “Drag-se” saiu da esfera da internet e passou a ser exibido semanalmente pelo Canal Brasil.<sup>18</sup> Em São Paulo, há também a produção da websérie “Academia de Drags”<sup>19</sup>, uma releitura brasileira do reality “RuPaul’s Drag Race”, comandada pela drag Queen paulistana Silvetty Montila, e que já conta com duas temporadas exibidas também no YouTube. Além desse tipo de produção midiática mais elaborada, mesmo que apenas para o ambiente virtual, outra forma que está em alta entre as drag queens são os canais com dicas e tutoriais de maquiagens, como podemos verificar as brasileiras: Vic Haila<sup>20</sup>, Rebecca Foxx<sup>21</sup>.

<sup>17</sup>Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/dragsetv>>. Acesso em: 15 maio 2016.

<sup>18</sup>Disponível em: <<http://canalbrasil.globo.com/programas/drag-se/materias/drag-se-estreia-dia-0405-as-20h45.html>>. Acesso em: 15 maio 2016.

<sup>19</sup>Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/academiadedrags>>. Acesso em: 15 maio 2016.

<sup>20</sup>Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCitItmsLLIzV7GJP5H9GNpQ>>. Acesso em: 09 out. 2016.

<sup>21</sup>Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/queenrebeccafoxx>>. Acesso em: 09 out. 2016.



Fig. 6. *Print screen* de um tutorial de maquiagem disponível no canal do YouTube da drag queen Vic Haila.

Apesar das maquiagens serem a temática mais recorrente entre os canais das drags, algumas delas aproveitam o espaço ilimitado da internet para criar programas, tal qual em uma televisão, e também estabelecer discussões mais aprofundadas sobre temas relevantes para seus públicos. Este é o caso das paulistanas Rita Von Hunty e Lorealy Fox. Rita mantém o seu programa de culinária vegana, o “Tempero Drag”<sup>22</sup>, há cerca de um ano e vai além de apresentar receitas: em todos os episódios ela traz uma convidada especial – geralmente outras drag queens – e estabelece um bate-papo bem humorado, onde falam desde os acontecimentos da cena drag até sobre suas vidas pessoais. Guilherme Terrieri, professor de inglês que dá vida a Rita Von Hunty, conta que a ideia do canal surgiu após um convite de uma produtora que queria criar um canal de vídeos humorísticos para o YouTube. “A primeira coisa que me veio à cabeça foi um programa de culinária cômico apresentado por uma drag queen presa nos anos 50, mas que pudesse mostrar pras pessoas a cultura drag e a culinária vegana”, explicou Terrieri em entrevista à Folha de São Paulo<sup>23</sup>. Já o canal da drag Lorelay Fox, o “Para Tudo”<sup>24</sup>, começou com os básicos tutoriais de maquiagem, até que ela despertou para um público que queria discutir temas mais abrangentes, mas ainda dentro do universo LGBTQIA e das próprias drag queens.

<sup>22</sup>Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCZdJE8KpuFm6NRafHTEIC-g/videos>>. Acesso em 09 out. 2016.

<sup>23</sup>GUARALDI, B. Canais de drag queens no YouTube vão além de tutoriais de maquiagem. Folha de São Paulo, 28/09/2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2016/09/1817340-canais-de-drag-queens-no-youtube-vao-alem-de-tutoriais-de-maquiagem.shtml>>. Acesso em: 09 out. 2016.

<sup>24</sup>Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UC-NW3bCGpuJm6fz-9DyXMjg>>. Acesso em: 09 out. 2016.

Lorelay Fox é personagem do publicitário Danilo Dabague, 29, dono do canal Para Tudo, que conta com mais de 170 mil inscritos. Ele conta que o foco inicial do canal seria maquiagem e a vida de drag, mas logo percebeu que outros temas chamaram bastante a atenção do público. Seu segundo vídeo, sobre gays afeminados, é até hoje um dos mais vistos do canal, com quase 180 mil visualizações. Dabague ainda produz tutoriais de maquiagem, sempre caracterizado como Lorelay, mas resolveu tornar o Para Tudo "um ponto de esclarecimento e compreensão de temas como diversidade, aceitação e empoderamento de minorias", conta. O público-alvo também mudou desde o início do canal. Se no início o objetivo era falar com meninos que queriam ser dragqueen ou que gostam desse universo, hoje o público é bem mais diversificado. "Mulheres, crianças, famílias assistem para se divertir, professores usam meus vídeos como forma de esclarecimento em sala de aula, e as meninas amam os tutoriais de maquiagem". (GUARALDI, 2016)

Além dos programas criados por drag queens e voltando especificamente para este público, também é possível encontrar drag queens brasileiras em meios de comunicação mais tradicionais, como a Pablló Vittar que já participou de anúncios de grandes marcas de cosméticos<sup>25</sup> e acessórios esportivos<sup>26</sup> e liderou a banda do programa “Amor & Sexo”<sup>27</sup>, da Rede Globo. Pablló Vittar também vem consolidando sua carreira como cantora, com o sucesso do single “Open Bar” e lançamento de um EP com mais quatro músicas na plataforma online e gratuita Sound Cloud<sup>28</sup>.

Outras duas drags também vêm ganhando espaço entre os fãs de música pop: Glória Groove, com o seu single “Dona”<sup>29</sup> e influências do rap e a funkeira Lia Clark, que ganhou o público com o hit “Trava Trava” e já lançou seu primeiro EP “Clark Boom”, também gratuitamente em diversas plataformas, como YouTube, SoundCloud e Spotify<sup>30</sup>.

A partir de então, percebemos como o uso das novas tecnologias junto à expansão do sistema comunicacional têm sido ferramentas políticas de visibilidade para as

<sup>25</sup>Drag Queen Pablló Vittar estrela campanha da Avon. Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/noticias/gente.drag-queen-pablló-vittar-estrela-campanha-da-avon.10000028115>>. Acesso em: 15 maio 2016.

<sup>26</sup>Adidas Originals lança linha que celebra diversidade sexual. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Moda/noticia/2016/05/adidas-originals-lanca-linha-que-celebra-diversidade-sexual.html>>. Acesso em: 08 out. 2016.

<sup>27</sup>Pablló Vittar estreia como vocalista da banda do 'Amor & Sexo'. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/TV-Integracao/Carona/Extras-Carona/noticia/2016/01/pablló-vittar-estrela-como-vocalista-da-banda-do-amor-sexo.html>>. Acesso em 08 out. 2016.

<sup>28</sup>EP da drag queen Pablló Vittar “Open Bar”. Disponível em: <<https://soundcloud.com/pabllóvittar>>. Acesso em 09 out. 2016.

<sup>29</sup>Gloria Groove chega metendo o salto na porta no clipe de seu primeiro single, "Dona". Disponível em: <<https://noisey.vice.com/pt-br/article/a-drag-gloria-groove-chega-toda-dona-de-si-no-clipe-do-seu-primeiro-single>>. Acesso em: 09 out. 2016.

<sup>30</sup>EP da drag queen Lia Clark “Clark Boom”. Disponível em: <<http://smarturl.it/ClarkBoom>>. Acesso em: 09 out. 2016.

identidades drags, que aos poucos saem dos guetos e começam a ser fazer parte da cultura do entretenimento e das representações sociais na mídia. Deixam de ser instrumentos só da comicidade e são valorizadas pelo seu lugar de destaque frente às novas relações de gênero e portanto, ganham espaço no território do consumo midiático. São vozes, rostos, personalidades e atuações diferentes, mas que encontram formas de expressão e de significações deste lugar social. Hoje, ser drag é pop.

## REFERÊNCIAS

ALVARENGA, M. V. T., MASSAROLO, J. C. **Franquia Transmídia**: O Futuro da Economia Audiovisual nas Mídias Sociais. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 33, 2010, Caxias do Sul. *Anais...* São Paulo, Intercom, 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3023-1.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

AMANAJÁS, I. Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas. **Revista Belas Artes**, São Paulo, n. 16, set-dez/2014. Disponível em: <<http://www.belasartes.br/revistabelasartes/?pagina=player&slug=drag-queen-um-percurso-historico-pela-artedos-atores-transformistas>>. Acesso em 06 out. 2016.

GUARALDI, B. Canais de drag queens no YouTube vão além de tutoriais de maquiagem. **Folha de São Paulo**, 28/09/2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2016/09/1817340-canais-de-drag-queens-no-youtube-vaio-alem-de-tutoriais-de-maquiagem.shtml>>. Acesso em: 09 out. 2016.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARTEL, F. **Mainstream**: a guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

OKITA, H. **Homossexualidade**: da opressão à libertação. São Paulo: Sundermann, 2015.