

A Linguagem de RuPaul's Drag Race e Sua Pertinência na Comunidade LGBT+¹

Erick Felipe SCALABRIN ²
Jacira de Souza MEDRONHA ³

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, SC

RESUMO

Rupaul's Drag Race é um *talent show* televisivo que vai além de pessoas concorrer ao título de *America's Next Drag Superstar*, mas também uma representação e valorização da comunidade LGBT+. Desta forma, o estudo propõe analisar expressões linguísticas que popularmente passam a fazer parte do universo *drag* como instrumento de reconhecimento social. Assim, tem-se como problema de pesquisa a verificação de como a linguagem de *RuPaul's* funciona como instrumento de persuasão, analisando as gírias por meio das funções de linguagem. A pesquisa, segundo o tipo de dados coletados e a análise, será bibliográfica e qualitativa no sentido de perceber e listar as características das expressões que compõem a amostra e aprofundamento dos dados para então identificar as características em construção da linguagem do programa em estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Rupaul's Drag Race; drag; LGBT+; linguagem; gíria.

1 Introdução

A comunidade LGBT+ expandiu-se significativamente na última década, diversidade, identidade de gênero e condição sexual são alguns dos temas que passaram a pautar os programas televisivos, o cinema, o meio musical, o literário, entre outros. Ao mesmo tempo que o tema diversidade se abriu para o diálogo, paradoxalmente essa comunidade passou a ter sua liberdade colocada em questão. Para trazer à discussão buscou-se no *talent show* *Rupaul's Drag Race*, o viés para estudar a comunidade LGBT+ e suas representações a partir do uso de expressões, que ao longo das temporadas se tornaram comuns.

Para viabilizar o estudo, partiu-se de uma pesquisa bibliográfica, para sustentar de forma contextual e teórica os eixos dessa investigação. Também se utilizou de uma

¹ Trabalho apresentado na IJ02 – Publicidade e Propaganda do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Graduando do 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ. E-mail: erick.scalabrin@unochapeco.edu.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ. E-mail: medronha@unochapeco.edu.br.

pesquisa qualitativa com caráter exploratório, por considerar a ênfase na análise dos dados e a seleção temática, ainda pouco explorada no universo acadêmico.

Para este estudo, a linguagem foi a mediadora na produção de sentidos, entre as expressões utilizadas em RuPaul e os possíveis significados produzidos. Para tal, Margarida Petter (2004, p. 14) discorre que “Saussure considerou a linguagem ‘heteróclita e multifacetada’, pois abrange vários domínios; é ao mesmo tempo física, fisiológica e psíquica”. Isto leva ao entendimento de que a linguagem não é apenas uma existência, mas sim uma experiência, levando em conta o que o indivíduo, quando em contato com ela, possui em sua bagagem de conhecimentos, experiências e sensações.

Desta forma, buscou-se as funções de linguagem para compreender as representações das gírias encontradas em *RuPaul's* e, assim, melhor entender sua significação, dado o fenômeno de replicação dessas expressões no meio em que estão inseridas. Portanto, o propósito desta pesquisa é examinar as gírias, o contexto em que são verbalizadas e trazer o entendimento de sua aplicação pelo viés da comunicação do meio LGBT+, como os indivíduos se identificam com tal linguagem e como o programa contribui para isso.

2 A comunicação e a linguagem

A humanidade expandiu suas formas de comunicação através dos séculos. Jornal, livro, rádio, televisão e agora internet são maneiras de compartilhar atividades, fortalecer e aproximar relações. Vejamos por nossos antepassados na pré-história, que através da arte rupestre deixaram marcas em pedras e cavernas como forma de registrar técnicas de caça, mapas, ou até mesmo perigos encontrados em determinadas regiões. A relação desta comunicação com a linguagem pode ser considerada fantástica, em uma época em que o signo era sua forma de expressão comum, e não a fala e escrita, como ocorre atualmente.

A comunicação teve e tem papel fundamental nas relações humanas. Diana de Barros (2004, p. 25) considera: “Todos nós nos acostumamos a considerar a comunicação muito importante, seja para o mundo globalizado de hoje, seja para o mundo de sempre, já que fundadora da sociedade”. Seu entendimento consiste que a comunicação abrange

a emissão, a transmissão e a recepção de uma mensagem, sejam pela fala ou pela escrita, sinais, símbolos ou signos.

A linguagem é a ferramenta que a comunicação se utiliza e pode ser considerada uma das mais importantes invenções humanas. Uma das formas clássicas de comunicação que possibilita a interação facilitada entre os indivíduos. Vivemos em um mundo com inúmeras línguas e culturas diferentes e a globalização permitiu unificar a comunicação por meio da língua mundial, falada internacionalmente, que é aprendida por muitos como uma segunda língua, como, por exemplo, a língua inglesa.

O uso da língua inglesa como língua mundial nasceu para facilitar o relacionamento e comunicação de organizações internacionais e relações diplomáticas. Mas não só isso, de forma em que obras literárias, televisivas, entre outras voltadas ao entretenimento, utilizam dela para difundir seus conteúdos pelo mundo. Encontramos inúmeras obras que são traduzidas de suas línguas originais para a língua mundial, com o objetivo de distribuição internacional, como por exemplo o *talent show* americano em destaque nesta pesquisa, *RuPaul's Drag Race*⁴, que é exibido em todos os continentes e possui também algumas versões independentes, em que o formato do programa é comprado por outras emissoras, mas mantendo a essência original do seu conteúdo, incluindo sua linguagem.

Neste sentido, a linguagem por unir países, culturas e continentes é considerada um dos maiores fenômenos da sociedade. Segundo Margarida Petter (2004, p. 11) “O fascínio que a linguagem sempre exerceu sobre o homem, vem desse poder que permite não só nomear/criar/transformar o universo real, mas também possibilita trocar experiências”. A consideração desta autora a respeito da linguagem, nos traz o pensamento de sua contribuição a fala, o idioma, o vocabulário, as expressões, enfim todo ferramental que nos auxilia a comunicar e estabelecer relações humanas. Pelo viés do entretenimento, a linguagem permite que comuniquemos de maneiras diferentes, divertida, dando duplo sentido a frases e expressões; incentiva comover e despertar a imaginação dos indivíduos; pode-se considerar a linguagem uma verdadeira arte, há nela um leque de funções e possibilidades, sendo uma delas a persuasão.

⁴ Explicado no tópico 3.

2.1 A linguagem persuasiva

Considerando a linguagem como instrumento de persuasão, se faz necessário entender sua funcionalidade e conceitos. Ferreira (2010, p.15) nos traz o conceito de persuasão, segundo ele: “Mover pelo coração, pela exploração do lado emocional, coordenar o discurso por meio de apelos às paixões do outro”. Ainda segundo o autor:

[...] a persuasão leva em conta a dotação humana das faculdades, sentimentos, impulsos, paixões e busca fundir em si três ordens de finalidade: Docere – ensinar, transmitir noções intelectuais, convencer. É o lado argumentativo do discurso. Movere – comover, atingir os sentimentos. É o lado emotivo do discurso, aquele que movimenta as paixões humanas. Delectare – agradar, manter viva a atenção do auditório. É o lado estimulante do discurso, aquele que movimenta o gosto (FERREIRA, 2010, p.16).

Pela definição de Ferreira (2010), a persuasão pode ensinar, comover e mexer com os sentimentos e paixões, bem como cativar a atenção do público. Percebemos que tal linguagem se faz comum no entretenimento televisivo e outros; encontramos frases de efeito, bordões e gírias que criadas, intencionalmente ou não, ficam gravadas na mente do auditório e são usualmente replicadas e viralizadas em outros meios, como ocorre na internet. Encontramos tal replicação (em alguns casos apropriado indevidamente) também na esfera comercial: camisetas, adesivos, bolsas, entre outros produtos prontamente consumidos, com frases e expressões provenientes de programas de sucesso. Este é um claro exemplo da utilização da linguagem persuasiva em meios comerciais e sua influência sobre o público.

Para entender melhor a linguagem persuasiva, é preciso estudar também a natureza do signo linguístico. Segundo Citelli (2010, p. 25): “É da inter-relação dos signos que se produz a frase, o período, o texto, logo, a matéria-prima voltada à montagem das estratégias discursivas do convencimento”. Os signos possuem dupla-face, sendo elas o significante (imagem acústica) e significado (aspecto conceitual), que juntos constroem a significação (o sentido, produto final entre significante e significado). Ainda segundo Citelli (2010, p. 25): “Na frase ‘A cabeça é um órgão do corpo humano’, cabeça produz uma significação, um sentido; ou, se quisermos, nos representa mentalmente aquilo que a forma linguística está evocando”.

Como o objeto de estudo principal deste artigo são as gírias, e esta possui aspectos metafóricos, é necessário entender o conceito de metáfora e sua funcionalidade. Em

Linguagem e Persuasão, Citelli (2010, p. 21) explica: “Há metáfora quando a significação imediata de um termo é substituída por outro com o qual mantém relações de semelhanças ou subentendidos”. Trago como exemplo a frase “carrego o mundo nos meus ombros”; fica subentendido que o indivíduo está sob muita pressão ou *stress* por excesso de tarefas e responsabilidades.

2.2 As Funções de Linguagem

A linguagem como expressão para comunicar pode assumir diferentes objetivos. O linguista russo Roman Jakobson organizou seis principais funções que a linguagem pode assumir, considerando quem emite, quem recebe, o que está sendo comunicado até a forma que esta comunicação é expressa pode nos dizer muito ao observar as estratégias discursivas. Por isso, encontramos na linguística e em especial nas funções de linguagem, a possibilidade de estudar as representações das gírias em destaque neste artigo.

Para isso, entendemos a seguir o que são, quais são e para que servem as funções de linguagem. Marina Negri (2016, p. 61) considera: “a linguagem pode exibir seis diferentes maneiras de se comportar (ou de funcionar) que poderão operar isolada ou concomitantemente em um texto”. Cada texto, seja oral ou escrito, possui uma intenção, um objetivo, e as funções de linguagem existem para explicar as nuances dos diferentes tipos de discurso e conhecê-las.

A função referencial tem a intenção de enfatizar o conteúdo proposto, esta função possui um discurso construído na 3ª pessoa e tem como objetivo informar o interlocutor mediante uma linguagem clara e objetiva. Exemplo de aplicação⁵: “Existem coisas que o dinheiro não compra. Para todas as outras, existe MasterCard” (Slogan do cartão de crédito MasterCard/2002).

A função conativa utiliza da 2ª pessoa como maneira de abordar o sujeito, e tem o emprego dos verbos no imperativo para convencer o interlocutor. Exemplo de aplicação: “Você nasceu para voar. TAM” (Slogan da companhia de aviação TAM/2005).

A função fática possui mensagem cujo objetivo é prolongar ou interromper o diálogo e nela ocorre a ausência da formalidade, com expressões comumente utilizadas na fala cotidiana. Segundo Marina (2016) ocorre quando se emitem falas com pouco nexo

⁵ Exemplos de aplicações das 6 funções de linguagem foram extraídos do livro “Contribuições da língua portuguesa para a redação publicitária”, de autoria de Marina Negri.

lógico. Exemplo de aplicação: “Deu duro? Tome um Dreher. Desce macio e reanima!” (Slogan do Conhaque Dreher/2000).

A função emotiva emprega em seus discursos uma construção na 1ª pessoa. Seu objetivo é conquistar a adesão do interlocutor por meio de uma mensagem que considera o ponto de vista daquele que a emite. Segundo Marina (2016, p. 62): “Seu ponto de vista sobre si mesmo, ou sobre qualquer tema, norteará, então, o comportamento adotado pela linguagem para esse modelo”. Exemplo de aplicação: “Mc Donald’s. Amo muito tudo isso” (Slogan da cadeia de lanchonetes Mc Donald’s/2003).

A função poética é muito encontrada na Literatura, especialmente na poesia e apresenta um texto no qual a função está centrada na própria mensagem, rompendo com o modo tradicional com o qual vemos a palavra. Exemplo de aplicação: “Natura. Bem estar bem” (Slogan da empresa de cosméticos Natura/2005).

A função metalinguística é utilizada para falar, explicar ou descrever a própria linguagem: esse é o principal objetivo da função metalinguística. Nas situações em que ela é aplicada, geralmente na poesia e na publicidade, a atenção está voltada para o próprio código. Exemplo de aplicação: “Com tanto escândalo na mídia, pelo menos o intervalo tem que ser bom” (Título de anúncio institucional da agência de Publicidade Leo Burnett Brasil).

Tabela 1: As funções de linguagem e seus objetivos

Função	Foco	Estratégia discursiva
REFERENCIAL (ou denotativa)	Contexto (<i>assunto da mensagem</i>)	3ª pessoa, linguagem objetiva, informa/descreve elementos
CONATIVA (ou apelativa)	Receptor (<i>com quem o locutor se comunica - destinatário</i>)	2ª pessoa, vocativo, verbos imperativos
FÁTICA	Canal (<i>meio que a mensagem é conduzida até o receptor</i>)	Meio de comunicação, discurso direto, sem formalidade
EMOTIVA (ou expressiva)	Emissor (<i>aquele que diz algo a alguém - locutor</i>)	Usa 1ª pessoa, "Eu", linguagem subjetiva
POÉTICA	Mensagem (<i>o que é transmitido do locutor ao receptor - texto</i>)	Figuras de linguagem, subjetividade
METALINGUÍSTICA	Código (<i>convenção social para o interlocutor compreender a mensagem - língua</i>)	Próprio código para comunicar

Fonte: próprio autor.

Observamos acima que as funções de linguagem auxiliam a entender o que está e como está sendo comunicado, isto está presente em todos os atos comunicativos e não somente na publicidade. Para a propaganda se considera uma estratégia discursiva, ou seja, ferramentas que auxiliam a informar e convencer de forma mais natural, sutil e sobretudo persuadir.

Desta forma, o uso das funções de linguagem e sua aplicabilidade na análise das expressões em *Rupaul's*, se faz pertinente para compreender como essas mensagens se constituem e suas estratégias de construção.

3. RuPaul e Rupaul's Drag Race

RuPaul Andre Charles, nascido em San Diego – Califórnia no dia 17 de novembro de 1960, conhecido artisticamente como RuPaul e carinhosamente chamado pela comunidade *drag* de “*Mama Ru*”, é um ator, *drag queen*⁶, cantor e autor estadunidense que se fez conhecido nos anos 90 aparecendo em muitos programas televisivos e também através de sua música *Supermodel (You Better Work)*, considerada um hit por atingir diversas paradas de sucesso da época.

RuPaul é considerado a *drag queen* mais bem-sucedida comercialmente nos Estados Unidos. A ele são dados os créditos por criar maior exposição para *drags* da Cultura LGBTQ+ na sociedade de massa, e posteriormente, ao sucessivo aumento de audiência de *RuPaul's Drag Race*. Iniciou sua trajetória na televisão com o *talk show The RuPaul Show*, o primeiro show nacional a ter uma *drag* como apresentadora. Com sua amiga Michelle Visage⁷, ele recebeu em seu programa uma variedade de convidados relevantes, tais como Cher, Lil' Kim e Diana Ross. Além de ter uma variedade de esquetes de comédia, o show foi percebido por discutir temáticas das quais não se falava, até então, na televisão da época, como empoderamento negro, empoderamento feminino, misoginia, e política liberal. Em 1999, RuPaul recebeu o prêmio *Vito Russo Award*⁸ no *GLAAD Media Awards* por trabalhar pela promoção da igualdade na comunidade LGBTQ+.

⁶ Homem que se veste com roupas extravagantes de mulher e imita voz e trejeitos tipicamente femininos, geralmente apresentando-se como artista em shows etc.

⁷ Jurada fixa do programa *Rupaul's Drag Race*.

⁸ O Prêmio *GLAAD Vito Russo* é um prêmio especial de mídia da *GLAAD* apresentado anualmente pela Aliança Gay e Lésbica Contra a Difamação.

Em 2009 RuPaul lançava outro grande sucesso, o *talent show RuPaul's Drag Race*, realizado pela produtora *World of Wonder* originalmente para o canal *Logo TV*. A partir da nona temporada, o programa começa a ser exibido pelo canal *VH1*. Idealizado e apresentado por ele, o programa procura o carisma, singularidade, coragem e talento de uma *drag queen*, para suceder ao título de "*America's Next Drag Superstar*"⁹. O programa já conta com treze temporadas, sendo dez delas temporadas regulares e três conhecidas como *All Stars*, onde competidoras que já passaram pelo programa retornam para competir novamente, com a oportunidade de entrar para o *Hall of Fame*¹⁰ e ganhar a coroa.

A relevância de RuPaul e seus conteúdos na comunidade LGBTQ+, não só local, mas também mundial é muito notável. Tornou-se um fenômeno através dos tempos e percebemos seu destaque na comunicação desta comunidade que tanto o admira, de modo que a linguagem encontrada em seus programas fora adotada e passou a ser replicada por este público, seja para elogiar ou "gongar"¹¹ conhecidos, amigos e/ou rivais.

3.1 A linguagem de RuPaul's Drag Race inserida na comunidade LGBTQ+

É possível dizer que *RuPaul's Drag Race* detém sua própria linguagem. De um programa qual objetivo central é o entretenimento e que une distintas figuras e personalidades competindo entre si, provindas de uma comunidade fabulosamente expressiva e divertida, não é de se esperar menos. RuPaul introduziu no formato do show variações de uma linguagem já existente no meio LGBTQ+, tal linguagem comumente debochada e um tanto maliciosa, o que não é uma surpresa para seu público. Contudo, o mais interessante é a forma com que essa comunicação é moldada de forma minuciosa para que a identidade do meio seja percebida nos detalhes; as expressões e gírias de RuPaul são encontradas no início, meio e fim de cada episódio do programa, reforçando esse pensamento.

⁹ Nomenclatura oficial das ganhadoras da competição do programa. Tradução: "Próxima Drag Superestrela da América".

¹⁰ O *Hall of Fame* reúne todas as *drags* coroadas ao longo das temporadas, considerando-as a "realiza *drag*".

¹¹ No contexto da linguagem da comunidade LGBTQ+, significa debochar, ridicularizar.

As contribuições de *Paris is Burning*¹² são um tanto importantes para a construção da linguagem do programa em estudo. Neste documentário nota-se a riqueza de expressões utilizadas pelas personagens quando competem e enfrentam uns aos outros durante os bailes, tais expressões capazes de divertir ou irritar quem as recebe, o que na tradição é o mesmo que ocorre em *RuPaul's*. Desde a propagação do sucesso do *talent show*, a comunidade LGBTQ+ pode aprimorar seu vocabulário de gírias e expressões, trazendo para fora das telas uma linguagem renovada e afiada, utilizando-as em conversas e interações cotidianas.

Drag queens são conhecidas por realizar shows e performances espetaculares, em sua maioria em bares e boates gays e nunca ganharam tanto destaque como na última década. Seus shows vêm conquistando espaço e a atenção não só da comunidade LGBTQ+, mas também de heterossexuais e simpatizantes. Danças, músicas ao vivo, *lip syncs*¹³, figurinos extravagantes, tudo aliado a uma comunicação voltada a comédia que tem entretido o auditório, com grande contribuição oriunda de *RuPaul's*.

O que ocorre neste caso é uma rica troca cultural, artística e linguística com forte influência de um programa que conseguiu, através de sua linguagem, difundir-se, marcar território e tornar-se referência no meio em que está inserido. Lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e os demais que compartilham deste meio, em maioria, sabem reconhecer a linguagem do programa, podendo chamar sua amiga de *gurl*, pedir para alguém *sashay away* quando não está mais confortável com sua presença e elogiar aquela maquiagem ou roupa que está *sickening*¹⁴.

3.2 Pesquisa e Análise de dados

A linguagem presente em *Rupaul's* pode ser vista sobre diferentes vieses, desde os trejeitos, humor, referências a cultura pop, até chegar em um aspecto mais acadêmico, que neste caso se configura através do estudo das expressões comumente usadas no decorrer das treze temporadas de análise.

¹² Filme-documentário estadunidense de 1990 que segue a comunidade LGBTQ na cidade de Nova Iorque da década de 1980.

¹³ Na tradução literal: sincronização labial; dublagem.

¹⁴ A tradução e contexto das expressões deste parágrafo são encontradas na Tabela 2 da página a seguir.

Desta forma, o estudo parte de uma pesquisa bibliográfica e exploratória para conhecer o personagem, o programa e, principalmente a importância da comunidade LGBT+ e sua linguagem e representação para a sociedade. Quanto a análise das gírias, o aspecto qualitativo prevaleceu na seleção. O recorte para inclusão seguiu os seguintes critérios: relevância para a comunidade através de sua replicação, repercussão e repetição no decorrer dos episódios que compõe as temporadas de análise.

Tabela 2: Expressões para análise em RuPaul

Nº	Título	Tradução Literal	Contexto
1	No T, No Shade	Sem veneno.	Essa é uma das principais gírias faladas ao longo das temporadas. Ela quer dizer algo como “sem fofoca, sem veneno, apenas a verdade”. Mas ela conta com diversas variantes, como “ <i>All T, All Shade</i> ”, “ <i>All T, No Shade</i> ” e “ <i>No T, All Shade</i> ”.
2	Can I get an Amen?	Posso ouvir um amém?	A frase faz um trocadilho entre “Posso conseguir um amém?” de <i>amen</i> , e “Posso conseguir um homem?”, de <i>a man</i> .
3	Sickening	Doentia.	Toda <i>drag queen</i> que passa pelo seriado tem por objetivo ser “ <i>sickening</i> ”. É considerado um elogio supremo e quer dizer que ela é tão incrível que chega a ser doentia, enjoativa e nauseante, mas no bom sentido.
4	Eleganza Extravaganza	Elegância extravagante.	É um termo que designa um alto grau de elegância de um vestido ou look. O termo tem origem, como boa parte das frases usadas por RuPaul, nos bailes realizados pela comunidade gay negra do gueto norte americano, onde as <i>drags</i> se montavam e competiam em diversas categorias. Esse ambiente todo é retratado no documentário <i>Paris is Burning</i> .
5	Shantay, you stay	Você fica.	Outra referência de <i>Paris is Burning</i> , a gíria é usada para a vitória a uma das competidoras que dublou para não ser eliminada. Esta então permanece na competição.
6	Sashay away	Vá embora.	É usado para eliminar uma competidora. Mas é bastante usado no meio para dar debochar e dizer que a inimiga está horrível e deve ir embora.
7	Condragulations	Parabéns.	Parabéns de/para <i>drags</i> .
8	Gurl	Garota/mulher.	Varição de <i>girl</i> , garota.
9	Rupaulogize	Desculpas.	Varição de <i>apologize</i> , que significa desculpar-se.
10	Fierce	Feroz.	Significa ser fabulosa, forte, mostrar atitude.

Fonte: próprio autor.

Acima é possível visualizar o mapeamento das expressões. Por possuírem sua origem na língua inglesa, faz-se uma tradução literal e após a contextualização de seu uso para melhor contrapor. Facilmente mais de 50 expressões estão presentes na série, algumas foram citadas por apenas alguns episódios, outras por convidados, mas para constituir a amostra apenas 10 foram consideradas por sua importância uma vez que

passaram a fazer parte da identidade do programa. Assim não haveria como uma dessas expressões serem retiradas ou não verbalizadas por RuPaul na série, condição essa obrigatória para constituir a amostra.

Como já citado em tópicos anteriores, *drag queens* são conhecidas em sua maioria por shows de entretenimento voltados a comédia: cativar a atenção do auditório através do humor. Seja pela música, pela dança, ou por comédia *stand-up*¹⁵, as gírias estão de alguma forma inseridas nessa esfera. E não é apenas a expressão e seu significado/contexto em si que trazem ao público o entusiasmo, mas também a forma que ela é falada, levando em consideração os gestos do emissor e entonação de voz.

Como *RuPaul's* é um show de comédia, a comunicação discorrida acima está vigorosamente presente no programa. Quando RuPaul verbaliza as expressões, sabe como fazê-la de forma perspicaz, afinal é a maior referência *drag* na esfera, não só estadunidense, mas mundial, e seus anos de carreira e experiência o tornaram profissional nisso, sua comédia e trejeitos estão colados à técnica, passaram a ser identidade indispensável do programa para assim cumprir com o objetivo de prender a atenção da comunidade e público que consomem seu conteúdo.

O uso da língua associada às intencionalidades discursivas, pode sugerir mais de uma apropriação nas funções de linguagem, por isso três expressões podem ser analisadas sob dois vieses. Uma primeira concepção de leitura por sua identificação literal da mensagem, e outra na capacidade subjetiva de comunicar.

Vale ressaltar, que toda a leitura que se faz, considera-se um fragmento inserido em um contexto, que está envolto numa carga de referências que o avaliador traz consigo, por isso a análise de uma expressão pode ter vários significados e subjetividades.

Exercemos a seguir a análise da amostra encontrada neste estudo para entender melhor como essa comunicação funciona, fazendo-a através das funções de linguagem.

¹⁵ Espetáculo de humor executado por apenas um comediante, sem cenários e recursos teatrais.

Tabela 3: Relação das funções de linguagem

Nº	Título	Função de Linguagem	Condicionante
1	No T, No Shade (<i>Sem veneno</i>)	POÉTICA	Poética porque propõe a repetição (figura de linguagem) como estratégia discursiva
2	Can I get an Amen? (<i>Posso ouvir um amém?</i>)	FÁTICA	Fática porque pede um canal para a comunicação ocorrer
3	Sickening (<i>Doentia</i>)	EMOTIVA	Emotiva por considerar um ponto de vista do emissor
4	Eleganza Extravaganza (<i>Elegância extravagante</i>)	EMOTIVA	Emotiva porque parte do emissor
5	Shantay, you stay (<i>Você fica</i>)	CONATIVA	Conativa porque a mensagem está centrada no receptor
6	Sashay away (<i>Vá embora</i>)	CONATIVA	Conativa porque a mensagem está centrada no receptor
7	Condragulations (<i>Parabéns</i>)	CONATIVA (2º POÉTICA)	Conativa porque a mensagem está centrada no receptor, poética por ser um neologismo
8	Gurl (<i>Garota/mulher</i>)	EMOTIVA (2º POÉTICA)	Emotiva porque é uma consideração do emissor, poética por ser um neologismo, uso de figura de linguagem.
9	Rupaulogize (<i>Desculpas</i>)	POÉTICA (2º METALINGUISTICA)	Poética por propor um neologismo e o uso de figura de linguagem, e metalinguística por resgatar o nome do programa e apresentador RuPaul.
10	Fierce (<i>Feroz</i>)	EMOTIVA	Emotiva por ser uma expressão do emissor.
TOTAL: 4 Emotiva, 3 Conativa, 2 Poética e 1 Fática (Em paralelo possui 2 Poética e 1 Metalinguística)			

Fonte: próprio autor.

Quanto a análise das gírias em RuPaul, a função fática teve somente um uso, identificada em “*Can I get an amen?*”, que é verbalizado por RuPaul em tom de brincadeira no final de todos os episódios e as competidoras respondem com um alto “*amen*”. Neste caso ele recorre a uma frase interrogativa para obter resposta do receptor.

A função conativa teve 3 registros, o primeiro com “*shantay, you stay*”, utilizado para comunicar a *drag* participante que ela segue na competição. O segundo com “*sashay away*”, que configura a participante como eliminada da competição. E o terceiro com “*condragulations*”, empregado para declarar a competidora como ganhadora do desafio do episódio. Nos três casos, as gírias são empregadas para dar notícia as competidoras com RuPaul se dirigindo a elas em tom de ordem. No caso de “*condragulations*” é

identificado neologismo¹⁶, pois a palavra original é *congratulations*, essa variação ocorre para depositar no termo uma característica do universo *drag*, dando a ele mais identidade.

A função poética é identificada em 4 gírias, sendo elas: “*No T, No Shade*”, “*Rupaulogize*”, “*Condragulations*” (paralelo a função conativa) e “*Gurl*” (paralelo a função emotiva). O humor está implícito nestas expressões, levando em conta o contexto em que é aplicado. “*Rupaulogize*”, por exemplo, é empregado quando uma *queen* deve ou quer desculpar-se por algo. É outro caso de neologismo, já que deriva de *apologize*, o termo foi introduzido pela competidora Willam Belli¹⁷ no episódio final da 4ª temporada denominado *reunited*, em que as *queens* são reunidas para comentar os acontecimentos da temporada e a coroação da ganhadora é realizada.

Por fim chegamos a função emotiva sendo a mais encontrada com um total de 4 votos. Sua presença está em “*sickening*”, “*eleganza extravaganza*”, “*gurl*” e “*fierce*”. Assim sendo essas gírias são transmitidas com a visão do emissor a respeito de algo, a primeira sendo muito utilizada por Alyssa Edwards¹⁸ no decorrer da 5ª temporada do show, denominando-se e a outras *drags* como fabulosas, termo que depois desse destaque pela influência de Alyssa no show e na comunidade *drag* passou a ser mais utilizado por outras participantes em temporadas seguintes, jurados fixos, convidados especiais e RuPaul.

Verifica-se ausência da função de linguagem referencial. Tal resultado pode dar-se ao fato de que a linguagem pertencente a *RuPaul's* e mais especificamente a amostra deste trabalho não possui uma linguagem muito objetiva e informativa.

4. Resultados e discussão

Vide o fenômeno da linguagem de *RuPaul's* e sua pertinência no meio LGBT+ estudamos como as funções de linguagem auxiliam no entendimento das expressões como instrumento de persuasão. Ao resgatar os conceitos de linguagem persuasiva por Ferreira (2010), o convencimento também se faz através da exploração do lado emocional dos indivíduos.

¹⁶ Emprego de palavras novas, derivadas ou formadas de outras já existentes.

¹⁷ Ator, *drag queen* e cantor, concorrente na quarta temporada de *RuPaul's*.

¹⁸ *Drag queen*, coreógrafo e empresário americano, concorrente na quinta temporada de *RuPaul's*.

Através dessa análise dos dados percebe-se que o uso da emoção está presente na maioria das expressões, e muitas vezes associada ao tom leve e criativo, como são os neologismos criados especialmente para o programa. São pequenas variações de termos comuns, mas que se reinventam para o universo *drag*, assim tornando-se únicos.

Identifica-se na linguagem de *RuPaul's* outra definição provinda de Ferreira (2010), o chamado *Delectare*, estratégia de persuasão que tem como objetivo cativar e manter viva a atenção do público, é descrita como discurso estimulante que leva em conta seu gosto. O que ocorre neste caso é a proximidade da linguagem “de rua” da comunidade em estudo com a do programa em questão, o que influencia diretamente na identificação ao auditório com a comunicação proposta pelo show. Isto aliado a exploração do emocional do auditório cria uma fórmula perfeita para agradar e cativar o público consumidor e a replicação fora do programa ocorre justamente pela identificação dos indivíduos para com os termos.

Fica claro que o humor implícito nas expressões do programa é estratégico, o humor já faz parte da identidade da comunidade LGBTQ+, que é reconhecida como alegre, espontânea e criativa e percebe-se que RuPaul utiliza muito bem desse humor para cativar, não só a atenção, mas a devoção do público. A cultura *drag* ganhou uma nova vida com o surgimento de *Rupaul's Drag Race*, que promoveu um olhar divertido e desmistificando este universo. O programa atraiu milhares de fãs devotos, e as expressões tornaram-se um importante ingrediente para o sucesso crescente e expansão, não só dos programas veiculados pelo canal *Logo TV*, mas também da cultura *drag*.

RuPaul's lançou a fama de muitas *queens* que já passaram pelo programa. Alyssa Edwards, por exemplo, detém atualmente sua própria série, produzida e distribuída pela *Netflix*. A *drag* que no programa ficou conhecida por suas habilidades com a dança, possui um estúdio que forma crianças e adolescentes nesta arte, e graças a visibilidade nativa de *RuPaul's*, oriunda também de sua fala e expressões, consegue hoje mostrar como é o dia a dia de uma *drag queen*, professora de dança, na maior provedora global de filmes e séries de televisão via streaming. É a expansão da comunidade *drag* que antes possuía sua cultura e atividades limitadas a presença em bares gays das grandes cidades.

5 Considerações finais

Pensar nas gírias encontradas em *RuPaul's Drag Race* como objeto a ser pesquisado, pode-se dizer grandemente relevante devido a diversidade encontrada em sua linguagem. Por isso neste trabalho se procurou buscar entender como essas expressões funcionam tratando-se de persuasão e qual sua representação no meio LGBTQ+.

Chegamos ao ponto através da análise do discurso de RuPaul e seu programa em que entendemos que sua comunicação é um tanto relevante para a comunidade *drag* e LGBTQ+, as contribuições do programa para com não só a linguagem, mas também visibilidade do meio é prodigiosa.

Ponderar que a sociedade, em uma grande parte hoje, conhece o trabalho de *drag queens* é fascinante. É claro que o preconceito aliado à falta de conhecimento ainda é eminente, mas nunca se falou tanto sobre o assunto como nos dias de hoje. A visibilidade é o primeiro passo para a educação de uma população a respeito de um assunto, pois aquilo que é mostrado passa a ser discutido e através dos tempos é mais bem reconhecido como parte de um meio.

Assim, ao considerar a linguagem e seus recursos linguísticos como importantes ferramentas para comunicar, é possível afirmar no desfecho das ideias deste trabalho, que RuPaul desenvolveu uma terminologia muito própria, que nasce numa raiz humorística e diferenciada em seu uso, o qual estreita a relação o emissor, a mensagem resgata o contexto em que as partes estão envolvidas e, sobretudo aproveita a criatividade como um grande catalisador para persuadir.

Referências

- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 16.ed. São Paulo: Ática, 2004.
- FERREIRA, Luiz Antônio. **Leitura e persuasão: princípios de análise retórica**. São Paulo: Contexto, 2010.
- FIORIN, José Luiz (org). **Introdução à Linguística**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- NEGRI, Marina. **Contribuições da língua portuguesa para a redação publicitária**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- TALENT SHOW. **RuPaul's Drag Race**. Los Angeles: VH1, 2009 a 2018. Programa de TV.