

“Please come to Brazil”: as práticas dos fãs brasileiros do reality show RuPaul’s Drag Race¹

Mayka CASTELLANO²

Universidade Federal Fluminense

Heitor Leal MACHADO³

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

Neste artigo, analisamos as práticas dos fãs do reality show RuPaul’s Drag Race, que promove uma disputa entre *drag queens*, a partir do monitoramento das interações que acontecem nas páginas de grupos brasileiros do Facebook dedicados ao programa. Contextualizamos a articulação dessa ativa comunidade de fãs a partir da identificação de um momento político marcado pela radicalização dos discursos sobre a questão dos direitos LGBT. Além disso, avaliamos a influência desse programa na criação e no fortalecimento de uma profícua cena de arte *drag* em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. Tal cena se estabelece a partir de festas e clubes noturnos especializados na performance dessas artistas, que atraem cada vez mais interesse do público *mainstream*, o que também é problematizado no artigo.

Palavras-chave

RuPaul’s Drag Race; Fãs; Reality Show; Camp.

A questão LGBT no Brasil passa por um cenário político bastante bipolar, marcado, ao mesmo tempo, por avanços nos direitos dos homossexuais, como o reconhecimento do casamento homoafetivo através da Resolução 175 do Conselho Nacional de Justiça, em 2013, e por retrocessos como a proposta de aprovação, em 2015, do “estatuto da família”, que apresenta o modelo homem-mulher-criança como o único formato aceitável de arranjo familiar, um projeto de lei de autoria do deputado federal Anderson Ferreira (PR-PE),

1 Trabalho submetido ao GP Comunicação e Culturas Urbanas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Professora Adjunta do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. maykacastellano@gmail.com

3 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. heitorlmachado@gmail.com

ligado à “bancada evangélica” do Congresso Nacional⁴, e relatado por Diego Garcia (PHS-PR), deputado ligado ao Grupo Pró-Vida, da Igreja Católica⁵.

Tal contexto político também é refletido na polarização das práticas sociais. Por um lado, vemos a proliferação de atitudes homofóbicas, como o surgimento de movimentos como o “orgulho hétero”, que se espalha em sites e redes sociais, e a perseguição de lideranças políticas que se destacam na luta pelos direitos dos homossexuais, como o deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ), único congressista brasileiro assumidamente gay.

De acordo com o Relatório Anual de Assassinatos de Homossexuais no Brasil do Grupo Gay da Bahia⁶, em 2014 foram documentadas 326 mortes ligadas à população LGBT, incluindo nove suicídios, o que corresponde a um assassinato a cada 27 horas⁷. Através da coleta de dados de agências internacionais, o GGB afirma que 50% dos assassinatos de transexuais registrados no ano passado aconteceram no País. A Secretaria Nacional de Direitos Humanos (SDHPR) registrou no Disque 100⁸, mais de 6,5 mil denúncias de episódios de discriminação contra gays, lésbicas e transexuais somente até outubro de 2014, um aumento de 460% nos últimos quatro anos⁹.

Apesar do grave cenário político e social, percebemos, também, o surgimento de uma comunidade LGBT muito ativa, que se apresenta com bastante força não apenas no ambiente virtual, mas que se torna visível, também, em eventos como as paradas do orgulho gay – só em 2014 foram mais de 100, espalhadas por todas as regiões do País¹⁰. A maior delas, a de São Paulo, reuniu, em 2010, 3,5 milhões de pessoas.

Dentre as diversas comunidades ligadas ao universo LGBT na Internet, percebemos uma quantidade expressiva delas associadas a diferentes tipos de consumo cultural, e que podem se manifestar desde o uso de uma *hashtag* em apoio ao “beijo gay” em uma novela da Globo (Amaral, 2014) até a intensa dedicação a um *fandom* (Fiske, 2001; Gray, 2007). Neste trabalho, avaliamos algumas práticas e motivações sociais dos fãs brasileiros do

⁴ Composição da Bancada Evangélica de 2015 a 2019 – Disponível em <http://migre.me/sozC1>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

⁵ Comissão aprova estatuto que define família como relação apenas entre homem e mulher – Disponível em <http://migre.me/sozD6>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

⁶ O GGB, fundado em 1980, é o mais antigo grupo atuante em defesa dos direitos da comunidade LGBT no Brasil. Mais informações em <http://www.ggb.org.br>.

⁷ Assassinato de Homossexuais (LGBT) no Brasil: Relatório 2014 - Disponível em <http://migre.me/soA2R>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

⁸ O Disque Direitos Humanos é um Departamento de Ouvidoria Nacional sobre o assunto. Ele registra, ainda, violações contra idosos, deficientes, índios, crianças e adolescentes, entre outras populações com vulnerabilidade. Mais informações em <http://migre.me/soA5w>.

⁹ A cada hora, 1 gay sofre violência no Brasil; Denúncias crescem 460% - Disponível em <http://migre.me/soA5U>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

¹⁰ A ABGLT organiza, anualmente, uma lista com os eventos. Disponível em: <http://www.abgl.org.br/port/paradas2014.php>. Último acesso em 03 de dezembro de 2015.

reality show RuPaul's Drag Race e a cena *drag* que se estabeleceu no país graças ao sucesso do programa¹¹. Os produtos das indústrias culturais se apresentam cada vez mais como elementos fundadores de um estilo de vida, processo de relevância crescente na construção e manifestação de identidades individuais (Kellner, 2001). Acreditamos que a análise da repercussão que esse artefato tem conseguido, tanto em grupos específicos quanto entre o público *mainstream*, assim como o crescente interesse despertado na grande mídia pela arte *drag*, pode trazer interessantes contribuições para uma reflexão mais ampla sobre a cultura e a sociedade contemporâneas.

Gentlemen, start your engines, and may the best woman win!

RuPaul é um fenômeno midiático: grava discos, escreve livros, produz e apresenta programas de televisão há mais de 20 anos. A imagem que RuPaul construiu através dos anos gerou visibilidade necessária para que, ano a ano, ela seja a *mamma drag* responsável por eleger a próxima *drag queen* dos Estados Unidos. Essa é sua missão em *RuPaul's Drag Race*, seu programa de maior sucesso. No Brasil, a atração se tornou conhecida principalmente depois de entrar para catálogo da Netflix onde recebe a seguinte descrição: “A famosa *drag queen* RuPaul é a apresentadora desse *reality show* competitivo que é meio ‘American Next Top Model’¹² e fabuloso por inteiro”.

No programa, que encerrou em maio de 2016 sua oitava temporada, *drag queens* participam de desafios que envolvem sessões de foto, desfiles, confecção de roupas, além de atuarem como cantoras, dançarinas, dubladoras, comediantes e atrizes. Ao final de cada episódio, RuPaul e os jurados escolhem a dupla com o pior desempenho, que precisa participar de um duelo de dublagem, de onde sairá a eliminada da semana¹³. Quando restam apenas as três finalistas, a própria RuPaul decide quem é a grande vencedora da temporada, que levará o título de *American Drag Superstar*, além do prêmio de cem mil dólares.

Seguindo o modelo adotado em programas do gênero “*reality* de competição”, a atração intercala as cenas de disputa das provas com as captadas pelas câmeras instaladas

¹¹ Para a realização deste artigo, além de realizarmos, ao longo de 2015 e no início de 2016, um acompanhamento nas páginas criadas por fãs no Facebook (*RuPaul's Drag Race Brasil* - <https://www.facebook.com/rupaulsdragracebr/?fref=ts> e *RuPaul's Drag Race | BRASIL LIPSYNCERS* <https://www.facebook.com/groups/rupaul/?fref=ts>), também analisamos reportagens da grande mídia que se dedicaram a apresentar os apreciadores do programa. Além disso, realizamos entrevistas com a *drag queen* carioca Rebecca Foxx, que vem obtendo destaque na cena *drag* da cidade (contato realizado através dos sites de redes sociais).

¹² *American Next Top Model* é um *reality show* de bastante sucesso criado e apresentado pela modelo Tyra Banks. O programa, que foi ao ar pela primeira vez em 2003, já teve 22 temporadas.

¹³ *RuPaul's Drag Race* é exibido originalmente, na TV americana, em programas semanais.

no estúdio onde elas¹⁴ passam a maior parte do tempo se preparando para as atividades e “se montando” para os desfiles que acontecem ao final de todo episódio. Nessa parte, são exploradas as relações interpessoais entre as participantes, que variam da construção de fortes laços de amizade até os típicos “barracos”, tão frequentes em *reality shows* de convivência como o *Big Brother*, com uma forte intervenção da equipe de edição. O lado emocional da disputa é enfatizado e complementado por *RuPaul's Drag Race: Untucked!*, material exibido logo após o episódio da *Drag Race*, e que mostra cenas de fora da edição final do programa.

RPDR é um típico exemplo da pluralidade da programação contemporânea, ou do modelo da “cauda longa” (Anderson, 2008), como alguns pesquisadores preferem chamar a multiplicação da programação de nicho, cuja audiência somada já faz frente aos conteúdos consumidos de forma massiva. O programa, inicialmente produzido por uma pequena emissora com um orçamento bastante modesto, se tornou um verdadeiro sucesso *cult* (Castellano, 2014). A repercussão foi tão grande que gerou dois outros produtos: *RuPaul's Drag Race All Stars*, onde participantes das temporadas passadas queridas pelo público recebem uma nova chance, e *RuPaul's Drag U*, que tem como objetivo a busca pela “*drag queen interior*” de mulheres comuns, uma espécie de versão do programa adaptada à cultura terapêutica.

Nesse programa derivado, RuPaul incorpora o diretor de uma escola de *drag queens* que, com seu time de professoras *drags*, ensina mulheres cisgênero a acharem sua *drag interior*, em busca do amor próprio, da confiança, da atitude e da feminilidade. Cancelado após a 3ª temporada, o *reality* apresentava três pessoas comuns como participantes, que partilhavam traumas e histórias tristes enquanto RuPaul sugeria inúmeras dicas de maquiagem e estilo com a ajuda de suas *queens* que, individualmente, ajudavam as competidoras. No final, ao serem julgadas, uma delas ganhava um pequeno prêmio em dinheiro, enquanto todas levavam “amor-próprio” e “autoestima” para casa.

O Camp em *RuPaul's Drag Race*

Relativamente famosa na cena *underground* de Atlanta e Nova York, RuPaul só ganhou visibilidade mundial com o lançamento de seu primeiro álbum em 1993. O sucesso veio após o abandono do *genderfuck*, um estilo mais subversivo que questiona as noções

¹⁴ “Montadas” ou “desmontadas” das roupas e perucas que compõem as personagens, as participantes sempre respondem pelo nome artístico e são tratadas por pronomes no feminino.

binárias de gênero ao incorporar características femininas e masculinas. Em uma entrevista de 2013, a estrela *drag* relata como isso aconteceu:

(...) Porque as pessoas sempre me perguntam por que eu fui capaz de transformar algo que era entendido como subversivo em algo que era *mainstream* (...) e eu penso que isso tem mais a ver com um esforço calculado para retirar a sexualidade da minha imagem. Era mais como uma caricatura da Disney, do que uma personagem sexualizada, subversiva. Por qualquer razão, as pessoas não se sentiam ameaçadas por mim, e eu acho que isso tem a ver com a sexualidade. Elas não pensam em mim desta forma; elas não se sentem sexualmente ameaçadas por mim (RuPaul, 03/09/2013, s/p).

Tal “normatização” pareceu ser também adotada pelo Logo, canal que exibe RPDR nos Estados Unidos cujo público alvo era, até 2012, a comunidade LGBT. No mesmo ano, uma reprogramação na grade tornou a orientação do canal mais aberta, visto que, de acordo com uma executiva, “culturalmente nós já passamos desta virada. Para gays e lésbicas, isso é parte de quem eles são, mas eles não se guiam por isso, porque muitos estão orientados em uma vida *mainstream*, plenamente integrada” (Sherman, 03/05/2013, s/p)¹⁵. Atualmente, o Logo se diz voltado para “pessoas que estão além de rótulos, e pessoas que, por acaso, gostam de uma sensibilidade frequentemente extravagante, inteligente, bem projetada”¹⁶.

Publicadas originalmente em 1964, as *Notas sobre o Camp* de Susan Sontag (1987) definiam essa complexa sensibilidade a partir de muitas coisas; entre elas, uma capacidade de transformar o sério em frívolo, uma estética, um gosto e até mesmo um “olhar” particular sobre o mundo¹⁷. Esta perspectiva, entretanto, diminuía a até então forte relação do *Camp* com a homossexualidade, esvaziando-o de seu principal agente político. Essa noção foi reivindicada por muitos autores, que buscaram reforçar a vinculação do *Camp* à cultura *queer*¹⁸ (Louro, 2008; Bento, 2006). O termo, associado a uma prática cultural, funcionaria como um veículo involuntário para a introdução de uma determinada agenda

¹⁵ Logo Saying GOODBYE To Gay-Themed Programming - Disponível em <http://migre.me/soAPV>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

¹⁶ FAQ (Frequently Asked Questions) - Disponível em <http://migre.me/nsI0n>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

¹⁷ O *camp* pode ser caracterizado como uma sensibilidade diferenciada, onde a estetização, o estilo, o exagero e o artifício são supervalorizados, em um “hedonismo audacioso que sucede ao bom gosto” (Sontag, 1987; Freire Filho, 2003). A dificuldade de definição, a propósito, é apontada por Sontag logo nas primeiras linhas de seu ensaio: “Muitas coisas nesse mundo não têm nome; e muitas coisas, mesmo que tenham nome, nunca foram definidas. Uma delas é a sensibilidade — inequivocamente moderna, uma forma de satisfação, mas não idêntica à satisfação — conhecida pela expressão esotérica *Camp*” (Sontag, 1987, p. 318).

¹⁸ De acordo com Louro (2004), o *queer* é o sujeito de sexualidade desviante que, sem desejar ser integrado ou tolerado, assume o desconforto da ambiguidade para desafiar as normas da sociedade. O conceito não possui qualquer relação com sexo biológico, gênero ou prática sexual, sendo mais um modelo de constituição de subjetividade e identidade (Meyer, 2005).

política no *mainstream*, que passa a reconhecer nesse fenômeno um mercado a ser explorado (Meyer, 1995; Davy, 1995; Cleto, 1999 *apud* Whitney, 2006, p. 37). Nesse sentido, Meyer (2005) define o *Camp* como uma paródia *queer*, política e potencialmente crítica. O autor se baseia em Hutcheon (1985), que define a paródia como uma articulação de práticas intertextuais que utiliza as implicações ideológicas e culturais de um texto já existente para criticá-lo. No entanto, o que se nota é um enfraquecimento desse potencial crítico diante das imposições normativas do *mainstream*. A própria carreira de RuPaul, por exemplo, só foi bem-sucedida após excluir de sua performance qualquer subversão que pudesse colocar em risco a ordem heterossexual dominante, também denominada como heteronormatividade.

Na verdade, o que se percebe é que RuPaul fez do *Camp* um estilo de vida¹⁹ que atravessa toda sua produção midiática – dos livros aos programas de TV. Baseando-se em uma filosofia que busca não levar a vida tão a sério (RuPaul, 2010), a estrela *drag* promove a positividade e o amor-próprio; tal como em RPDR, onde seus ensinamentos são reiterados ao fim dos episódios, encerrados com um enfático “se você não consegue se amar, como que você irá amar o próximo?”. Mas, como aponta Edgar (2011), RPDR oferece uma perspectiva limitada da cultura *drag*, pois as *queens* enfrentam múltiplas críticas que as direcionam a serem mais femininas e menos andrógenas; como Jade, uma das candidatas da 1ª temporada, criticada por não esconder adequadamente seu pênis. Segundo a autora, isso faz com que o *reality* perpetue determinadas normas de gênero através de performances *drags* mais normativas que subversivas.

Por isso, apesar de promover mais discussões de gênero do que a maioria dos programas na TV, RPDR só busca aumentar a percepção de seu público a respeito de causas homonormativas; isto é, as políticas *mainstream* do movimento LGBT (Duggan, 2002 *apud* Lemaster, 2015, p. 178). A homonormatividade, assim, não contestaria as instituições e suposições heteronormativas dominantes mas, ao contrário, contribuiria para a sua sustentação, “enquanto se compromete com a possibilidade de um eleitorado gay desmobilizado e uma cultura gay privatizada e despolitizada ancorada na domesticidade e no consumo” (Duggan, 2002, p. 179 *apud* Lemaster, 2015, p. 184).

Morrison (2014) adota uma perspectiva similar ao definir o *Camp* apresentado nos programas de RuPaul como sádico, pois reforça os papéis de gênero e capitaliza causas políticas homonormativas. Segundo o autor, estas performances muitas vezes violentam

¹⁹ João Freire Filho (2003, p. 73) define o estilo de vida como uma sensibilidade individual materializada na escolha de determinados objetos e padrões de consumo como indicativo de uma expressão e distinção social.

discursivamente o corpo de mulheres, obesos, idosos e outros grupos minoritários através de representações bem intencionadas, mas que só reafirmam o privilégio de alguns em detrimento de uma valorização real da diferença (Morrison, 2014, p. 125). Isso é mais perceptível em *RuPaul's Drag U*, mencionado anteriormente. Morrison (2014) cita como exemplo o episódio *Lesbians Gone Wild*, onde lésbicas masculinizadas são convocadas a acharem sua “*drag interior*”. Considerando agressiva a forma com que o programa impõe clichês *drags*, o autor afirma que o desdenho contra o corpo feminino pode parecer altruísmo, mas acaba por deslocar o enfraquecimento sociopolítico de RuPaul e suas professoras “para as ‘pupilas’, deixando nelas uma caricatura de feminilidade que tem sido historicamente interpretada por corpos gays masculinos e ignorando a misoginia desta transferência” (Morrison, 2014, p. 130). Além, é claro, de apresentar uma visão bastante limitada da ideia de feminilidade.

O *fandom* brasileiro de RPDR

Embora a maioria da população brasileira provavelmente nunca tenha ouvido falar de RPDR, o programa possui uma dedicada comunidade de fãs brasileiros, que vem crescendo substancialmente desde que entrou para o catálogo da Netflix, em 2014. Antes disso, a atração só estava disponível via *download* (ilegal) pela Internet²⁰, uma vez que o canal Logo²¹ não é retransmitido por nenhum serviço de TV por assinatura no país²² (Brooker, 2009). Em meados de 2015, o canal Multishow, da Globosat²³, atraído pela audiência do *reality* no serviço de *streaming*, começou a transmitir, com alguns meses de atraso, a sétima temporada do programa.

O sucesso de *RuPaul's Drag Race* no Brasil levou ao surgimento de dois derivados nacionais: *Glitter – Em busca de um sonho* e *Academia de Drags*. *Glitter* se orgulha em ser

²⁰ “Em entrevista do CEO do Netflix, Reed Hastings, ao jornal *Folha de S. Paulo* em janeiro deste ano, fica claro que o serviço de oferta de vídeo sob demanda está bastante atento para o interesse do público que as emissoras não conseguem suprir. Sem qualquer pudor, ele revela que a pirataria (como a mídia oficial costuma se referir a qualquer tipo de circulação virtual de objetos culturais que não estejam sob a guarda dos direitos de autor) é sim um dos principais indicadores para a Netflix adquirir séries para o seu catálogo, ou mesmo para produzir seus próprios programas. Segundo Hastings, a partir daquilo que é mais baixado em serviços de troca de arquivos como o BitTorrent, a empresa se empenha em comprar os direitos de transmissão, não só para os Estados Unidos, mas para os demais países em que o serviço é oferecido” (Silva, 2013, p. 6).

²¹ O canal possui um site na Internet, onde disponibiliza vários vídeos do programa, inclusive episódios completos. O conteúdo é bloqueado para o Brasil, mas alguns fãs conseguem alterar o número do IP do computador (através do acesso via VPN - Virtual Private Network) e “burlar” a limitação de região.

²² O programa chegou a ser exibido no canal a cabo VH1, que depois deixou de ser veiculado no Brasil pelas operadoras.

²³ Empresa brasileira ligada ao Grupo Globo que, atualmente, oferece 33 canais ao assinante, sendo 20 canais lineares, três exclusivos em HD, novw *pay-per-views* e um canal internacional. Disponível em <http://canaisglobosat.globo.com/canais/>.

“o primeiro *reality show* feito no país apenas com gays, travestis e *drag queens*”²⁴. A atração vai ao ar apenas na TV Diário, de Fortaleza, o que é significativo, tendo em vista que o nordeste foi, por anos, a região considerada mais perigosa para os homossexuais, concentrando, em 2012, 45% dos assassinatos relacionados à população LGBT²⁵. Mesmo assim, espectadores do Brasil inteiro conseguem assistir ao conteúdo através do site oficial e de plataformas como o *YouTube*. A competição acontece dentro do programa de Ênio Carlos, que divide a apresentação com a travesti Lena Oxa, em um bloco de 40 minutos. A cada semana, uma participante é eliminada. O prêmio para a vencedora é a “realização de um sonho”, que pode ser desde fazer um cruzeiro a reformar a casa, passando por “abrir um salão de beleza”, desejo particularmente comum entre as candidatas.

Já *Academia de Drags*, totalmente inspirado em *RuPaul’s Drag Race* (espécie de cópia com baixo orçamento), é um *reality show* “com provas inusitadas e divertidas, que visam elevar o nível da competição e testar o talento das competidoras”, segundo o site oficial²⁶. Produzido diretamente para a Internet, através da postagem de episódios de 30 minutos, duas vezes por semana, no *YouTube*, o programa é apresentado pela *drag queen* Silvetty Montilla. A primeira temporada foi disponibilizada a partir de outubro de 2014 e a segunda em 2016. A página da atração no Facebook reúne mais de 60 mil pessoas²⁷.

O interesse dos fãs brasileiros por RPDR é tão grande que as ex-participantes têm visitado o Brasil para fazer shows em diversas cidades, o que motivou uma matéria de página inteira do caderno Ilustrada, do jornal *Folha de S. Paulo*, em janeiro deste ano²⁸ e também foi destaque no suplemento carioca da revista *Veja*²⁹, em fevereiro de 2015. Nas redes sociais das *drags*, é enorme a quantidade de brasileiros que interagem com as artistas, na maioria das vezes pedindo para que elas venham ao país se apresentar, com o indefectível “Please come to Brazil”³⁰.

²⁴ Disponível em <http://tvdiario.verdesmares.com.br/>.

²⁵ Entretanto, de acordo com o GGB, o Nordeste foi superado pela Região Centro-Oeste em 2014, que registrou 2,9 assassinatos para cada um milhão de habitantes.

²⁶ Disponível em <http://www.academiadedrags.com.br/oprograma.html>.

²⁷ Disponível em <https://www.facebook.com/academiadedrags>.

²⁸ “Mais brilho, menos blabláblá: drag queen RuPaul estreia sétima temporada de reality show nos EUA e celebra coragem de participantes para superar preconceitos” (*Folha de S. Paulo*, 16/01/2015).

²⁹ “Drag queens internacionais são atrações em festas da cidade. Estrelas do reality show americano RuPaul’s Drag Race, artistas cuidam da folia depois do Carnaval” (*Veja Rio*, 21/02/2015).

³⁰ É bastante comum a postagem desse tipo de mensagem por usuários do Brasil, especialmente os associados aos *fandoms*, em páginas de artistas e celebridades nos sites de redes sociais, prática que chegou a gerar *memes* e comentários por parte de usuários de outros países, que estranham o modo insistente dos fãs brasileiros na interação com seus ídolos: <http://www.buzzfeed.com/mjs538/we-need-to-talk-about-brazil#.mnZxqa7m3>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

Curiosamente, boa parte dos fãs brasileiros é formada por mulheres, que inclusive ganharam o apelido de “RuLoucas”, em matéria publicada pela editoria de Entretenimento do portal UOL:

De volta com a 7ª temporada, no próximo dia 02 de março, RuPaul’s Drag Race promete reunir fãs e seguidores em frente ao computador para assistir a uma nova disputa pela drag mais *sickening*. Nós, do Diversão, aproveitamos para conversar com algumas meninas que vivem, respiram e lip-syncam RuPaul por suas vidas, para saber quais as maiores loucuras que elas foram capazes de cometer pelo programa. Com vocês, a RuLoucas!³¹

As “loucuras” vão de viajar aos Estados Unidos apenas para ver uma apresentação das *drags* a começar a produzir festas no Brasil justamente para poder trazer as artistas, passando, obviamente, pela intensa participação nas comunidades de admiradores do programa em redes sociais, pela prática de se “montar” para sair à noite, pelas tatuagens em homenagem às participantes (exibidas na matéria em uma galeria com dezenas de fotos) e, até, pela compra de CDs. Em tempos de *download* ilegal de música, comprar o produto é quase uma declaração de amor: “Eu não comprava CD fazia anos, mas paguei pra baixar o da Jinkx Monsoon³², pois ela merece”, explica a seguidora. Na matéria, uma fã admite a importância do serviço de *streaming* para a assistência do *reality*:

Conheçam a Gisele Ramos, jornalista de Porto Alegre. Há dois anos, a moça foi apresentada ao maravilhoso mundo dos concursos de drag queen. “Antes dava uma zapeada, quando passava no (canal) VH1, mas acho que nunca cheguei a ver um episódio inteiro. Aí o Netflix ajudou”, conta a moça, que viu sua vida mudar a partir daí.

É interessante como, nas páginas das redes sociais dedicadas ao programa, o comportamento dos membros difere bastante. Por um lado, há aqueles que se apresentam como apoiadores da arte *drag* e, nesse sentido, são abertos a postagens sobre todas as participantes e também às demais artistas cujos perfis circulam por aquele espaço, por entenderem que do ponto de vista político é importante fortalecer a comunidade que gira em torno dessa cultura. Por outro, é possível perceber aqueles que adotam um típico comportamento de fã, agindo como *hater*³³ de determinada participante, eventualmente apresentada no programa como vilã ou como adversária de uma *queen* predileta, uma vez

³¹ Elas são loucas por RuPaul’s Drag Race; conheça o que estas garotas já fizeram pelo reality show - Disponível em <http://migre.me/soBlx>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

³² Participante da quinta temporada de *RuPaul’s Drag Race*.

³³ “Odiadores”, ao pé da letra, como ficaram conhecidos os indivíduos que, nas redes sociais, interagem com determinados *fandoms* apenas para implicar com os fãs, demonstrando desprezo ou ridicularizando os objetos de culto e celebridades envolvidos nas práticas daquela comunidade.

que a edição do programa tende a *novelizar* a narrativa, prática bastante comum em *reality shows*.

Esses espaços também servem para divulgar e incentivar as *drags* brasileiras. Muitas artistas locais usam as páginas de redes sociais criadas para reunir fãs de RPDR com o intuito de divulgar seus vídeos do *Youtube*, onde mostram suas performances e onde também compartilham dicas de como “se montar” (técnicas de maquiagem, uso encheiros, colocação de perucas etc.). Em dezembro de 2015, a página *RuPaul’s Drag Race Brasil*³⁴ compartilhou uma postagem do Twitter da ex-participante Trixie Mattel: “Saying you love drag – but you only watch Drag Race. It’s like saying you love music but – you only watch American Idol. See your local queens!”³⁵. O incentivo para o estabelecimento definitivo da arte *drag* no Brasil não vem apenas das artistas estrangeiras. No mesmo mês, uma das unidades do SESC/SP (Serviço Social do Comércio), tradicional local de educação informal e também profissionalizante, ofereceu um Workshop de Montagem para *Drag Queens*. Em apenas alguns dias, as vagas estavam esgotadas.

Atrás do brilho e das cores de uma Drag Queen existe um artista que precisa de técnicas específicas para que sua performance seja aplaudida. Esse curso trata da cultura Drag em exercícios práticos, oferecendo subsídios para a construção da personagem em técnicas de maquiagem, dublagem, passarela e coreografia. Também serão abordadas as origens da drags, dinâmicas de expressão teatral e autoconhecimento³⁶.

A boa acolhida do programa no Brasil foi, de fato, responsável pelo aparecimento de uma importante cena de *drag queens* no país, fato discutido nos mais diferentes veículos de mídia. Em março de 2015, a revista *Carta Capital* trouxe a chamada “Graças a RuPaul, *drag queens* estão na moda”. No texto, o jornalista William Vieira destaca o comportamento apaixonado dos fãs brasileiros na ocasião do show de Alaska, participante da quinta temporada do programa:

A fila dá volta no quarteirão em frente à boate, onde dezenas de garotas e centenas de garotos – alguns travestidos dos pés à cabeça, outros só com peruca ou um arremedo de maquiagem – esperam a meia-noite, quando se abrirão as portas para o primeiro *meet and greet* em São Paulo de uma das drag queens mais famosas do mundo. Dentro, há 120 fãs ainda mais dedicados. Eles pagaram 150 reais por um momento com ela – 10 segundos, talvez 15, o tempo de um “oi”, um “I love you”, uma selfie, um “good bye”. Ali estão desde o menino

³⁴ Disponível em <https://www.facebook.com/rupaulsdragracebr/?fref=ts>.

³⁵ Disponível em <https://twitter.com/trixiemattel/status/66857860766549312>.

³⁶ Disponível em http://www.sescsp.org.br/aulas/76391_DRAG+QUEEN. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

barbado com vestido de chita a drags experientes, e meninos e meninas dando saltinhos como se esperassem o líder de uma boy band³⁷.

Durante as apresentações, a atitude dos fãs brasileiros é, de fato, bastante calorosa. As *drags* são recebidas com gritos dos seus nomes seguidos por “eu te amo”. Nos supracitados *meet and greet*, em que um ingresso mais caro dá o direito a um breve encontro com as artistas, a recepção também é típica do comportamento normalmente associado aos fãs: muitos pedidos de autógrafos, fotos, lágrimas, além da forte presença do consumo, por meio da compra de produtos oficiais como camisetas, bonés e pôsteres assinados.

Os shows das estrelas do *reality show* têm contado com a participação de *drags* brasileiras, que se apresentam antes e depois da atração principal da noite, o que contribui para o aumento da popularidade dessas artistas, principalmente no circuito Rio-São Paulo, que já conta com várias festas dedicadas à temática *drag*, como a Priscilla, que acontece nas duas cidades e já recebeu dezenas de estrelas do programa. A *drag* carioca Rebecca Foxx³⁸, figura constante nessas apresentações, afirma que o programa foi fundamental para que ela percebesse que o ato de se “montar” poderia ser encarado como uma forma de arte. De acordo com Foxx, o fato de o programa ter tido grande aceitação no *mainstream* fez com que muitas pessoas que já tinham vontade de se montar assumissem esse lado performático, o que contribuiu para que começasse a surgir *drags* “pelos bueiros”, brinca a carioca, que define essa situação como “mágica”.

Rebecca também nota a presença cada vez maior de heterossexuais, casais, e até mesmo crianças nessas festas: “As *drags* voltaram a ser a atração principal da noite!”. A relação entre o *mainstream* e a arte do travestismo no Brasil, realmente, não é recente, como sugere Foxx. Pirajá (2011) nos lembra que, ainda na década de 1930, João Francisco dos Santos (homem negro, pobre, ex-presidiário) fazia bastante sucesso no país com as apresentações de sua personagem Madame Satã nas noites boêmias da Lapa, no Rio de Janeiro, figura que foi imortalizada no filme homônimo dirigido por Karim Aïnouz (2002).

Na década de 1980, Silvio Santos levava para o palco de seu programa dominical no SBT diversos artistas “transformistas”, que disputavam o Show de Calouros, quadro bastante popular e que foi responsável por divulgar a arte das *drags* no país, embora elas

³⁷ Disponível em <http://migre.me/soBCV>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

³⁸ Entrevista concedida aos autores do artigo, pelo Messenger do Facebook, em dezembro de 2015.

não fossem nomeadas dessa forma naquele momento³⁹. Atento à retomada do interesse por essas performances, Silvio retomou a apresentação de “transformistas” em sua atração em 2013. Recentemente, Xuxa Meneghel, em seu programa na Record, curiosamente um canal comandado por uma igreja evangélica, também promoveu um concurso de *drag queens*, oferecendo um prêmio de cinco mil reais para a melhor apresentação da noite⁴⁰.

Se a representação de transformistas e *drag queens* na mídia brasileira têm seguido a tendência de ênfase na questão estética – com destaque para o talento e o *glamour* das artistas, situação similar a que é apontada por alguns críticos do *reality show* RPDR, persistem no país, ainda, imagens problemáticas a respeito das travestis, representadas amiúde como sujeitos estranhos, abjetos e potencialmente perigosos em telejornais de cunho sensacionalista:

(T)ravestis prostitutas são filmadas, sobretudo, durante brigas com clientes que se recusam a pagar o programa. Usualmente, elas são identificadas como agressoras e tratadas de forma pejorativa pelos repórteres, mas, recentemente, este tipo de abordagem resultou em um processo administrativo em São Paulo. Em dezembro de 2010, [o apresentador] José Luiz Datena foi advertido pela Secretaria de Justiça de São Paulo por cometer discriminação homofóbica no programa Brasil Urgente (Band) (PIRAJÁ, 2011, p. 95).

Considerações finais

José Luiz Datena, jornalista mencionado na citação anterior, acusado de homofobia, chegou a ser apontado como possível candidato à prefeitura da maior cidade do país nas eleições municipais de 2016. Em pesquisas divulgadas na ocasião, ele aparecia em segundo lugar nas intenções de voto⁴¹. Esse é apenas um dado que corrobora a complexidade do quadro político brasileiro em relação à questão homossexual.

Para além de questões político-partidárias, as políticas de representação também parecem estar em jogo. Por um lado, podemos afirmar que RPDR, e toda a cena *drag* constituída em seu entorno, promove um esvaziamento político e assimilacionista, que

³⁹ De acordo com Pirajá: “Transformistas e drag queens guardam muitas semelhanças. Durante o dia, a performance é masculina. À noite, é elaborado o feminino, com apliques no cabelo, espuma nos seios e coxas, altos sapatos, equilibrados por pernas que não exibem mais pelos, mas meias (Jayme, 2009). Mas, transformistas têm a preocupação primordial de “parecerem mulheres”. Em seu processo de construção, pretendem ocultar inteiramente o masculino. Na arte transformista, busca-se representar uma mulher ideal entendida a partir de certas características atribuídas à feminilidade: delicadeza, elegância, porte, recato e estilo. O corpo transformista procura cumprir certas condições: ser jovem, belo, grácil” (2011, p. 39). Um dos nossos argumentos neste artigo, no entanto, é que *RuPaul Drag Race* privilegia um tipo de performance *drag* que se aproxima da expectativa gerada no transformismo (tal como a feminilidade e a beleza).

⁴⁰ Disponível em <http://migre.me/soBTL>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

⁴¹ Disponível em <http://vejasp.abril.com.br/materia/russomano-datena-segundo-turno-diz-pesquisa/>. Último acesso em 13 de dezembro de 2015.

reafirma valores neoliberais, como patriotismo⁴² e consumo, enquanto assegura aos telespectadores heterossexuais que *drag queens* não são ameaças, mas sim indivíduos que desejam apenas “as mesmas coisas que eles” (Morrison, 2014). Por outro, temos que reconhecer que, mesmo endossando tais políticas homo e heteronormativas, o programa apresenta uma potencialidade em servir de veículo involuntário na inserção de uma agenda política LGBT *mainstream* na TV; afinal, percebe-se a consolidação de um *fandom* que atravessa as fronteiras geográficas e culturais, fato que não pode ser negligenciado em um contexto político tão contraditório.

Rebecca Foxx, *drag queen* carioca supracitada e personagem importante do cenário cultural que se estabeleceu sob influência do programa, acredita que artefatos midiáticos como RPDR têm o poder de contribuir para mudanças mais significativas em relação à homofobia, mesmo que, aparentemente, não lidem de maneira tão direta com questões mais amplas. O estético, segundo ela, também pode ser político: “na sociedade em que vivemos, sair de casa de salto e peruca é um ato de muita coragem”.

Bibliografia

AMARAL, Adriana *et al.* De Westeros no #vempraruá à shippagem do beijo gay na TV brasileira. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**, Foz do Iguaçu, 2014.

ANDERSON, Chris. **The long tail: why the future of business is selling less of more**. New York: Hyperion eBook, 2008.

BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual**. Rio de Janeiro, Garamond, 2006.

BROOKER, Will. Television out of time: watching cult shows on download. In: PEARSON, Roberta (ed.). **Reading Lost: perspectives on a hit television show**. London: I. B. Tauris, 2009.

CASTELANO, Mayka. Gosto *cult*: a proximidade velada entre o cinema de arte e a cultura *trash*. **Revista Eco-Pós**, vol. 17, nº3, p. 1-13, 2014.

EDGAR, Eir-Anne. “Xtravaganza!”: Drag representation and articulation in “RuPaul's Drag Race”. **Studies in Popular Culture**, vol. 34, n. 1, p. 133-146, 2011.

⁴² Em todas as edições de RPDR há provas que envolvem o uso de elementos associados ao patriotismo, como a bandeira e o hino nacional. No nono episódio da terceira temporada (intitulado *Life, Liberty & the Pursuit of Style*), por exemplo, as competidoras tiveram que gravar vídeos de 30 segundos com o tema do “Amor pela América”, que seria exibido como homenagem aos militares dos Estados Unidos que servem no exterior.

FISKE, John. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, Lisa (ed.). **The adoring audience**. London, New York: Routledge, 2001.

FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. **Revista Eco-Pós**, vol. 6, n.1, p. 72-97, 2003.

GRAY, Jonathan *et al* (ed.). **Fandom: identities and communities in a mediated world**. New York: New York University Press, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LEMASTER, Benny. Discontents of being and becoming fabulous on RuPaul's Drag U: queer criticism in neoliberal times, **Women's Studies in Communication**, v. 38, n.2, 167-186, 2015.

LOURO, Guacira Lopes. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-Posições**, v. 19, n. 2 (56), 2008.

MEYER, Moe. **The politics and poetics of camp**. London: Routledge, 2005.

MORRISON, Josh. Draguating to normal. In: DAEMS, Jim. **The makeup of RuPaul's Drag Race: essays on the queen of reality shows**. Jefferson: McFarland. 2014.

PIRAJÁ, Tess. **Das calçadas à tela da TV: representações de travestis em séries da Rede Globo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2011.

RUPAUL, Charles. **Workin'it: RuPaul's guide to life, liberty, and the pursui of style**. HaperCollins: EPub, 2010.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Anais do XXII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação (Compós)**, Salvador, 2013.

SONTAG, Susan. Notas sobre o camp. In: _____. **Contra a interpretação**. Porto Alegre: L&PM, 1987 p. 318-337.

WHITNEY, Elizabeth. Capitalizing on camp: greed and the queer marketplace. **Text and Performance Quarterly**, 26:1, 36-46, 2006.