

Shanté You Stay: a ocupação dos territórios midiáticos pela cultura drag

Shanté You Stay: the occupation of media territories by the drag culture

Lucas Bragança da Fonseca¹

Resumo

O artigo parte da compreensão de que há contemporaneamente uma tomada de espaços midiáticos e mercadológicos pelas drag queens e sua cultura. Esse fenômeno teve como epicentro o lançamento do programa estadunidense RuPaul's Drag Race e sua posterior difusão. Embora as drag queens apresentem uma mescla provocativa dos universos masculinos e femininos em sua performance de gênero, o mercado e a mídia, cada vez mais desejosos de novos públicos e produtos, apropriou-se dessa cultura, adaptando-a e higienizando-a como forma de torná-la um produto vendável, mesmo que para um mercado de nicho. A análise inicia por uma genealogia da cultura drag que aponta esses indivíduos como algo sempre presente na sociedade, mas que, pontualmente aproveitada em décadas anteriores, se apresenta apenas no momento atual como um fenômeno midiático. Posteriormente, fornecemos indícios e conjecturas que demonstram a singularidade e a dimensão dessa apropriação midiática das drag queens. No último tópico, ressaltamos as adaptações estéticas e as novas dinâmicas que vêm modificando a cultura drag em busca de mercados cada vez maiores. Através desse percurso, compreendemos que, por mais que as drag queens possam estar emparelhadas às dinâmicas mercadológicas, a performance drag por si já é denunciadora da artificialidade das relações normativas de gênero, identidade e sexualidade, e que essa conquista midiática é proveitosa no sentido de expandir a visão de públicos antes inacessíveis.

Palavras-chave: drag queen; gênero; sexualidade; mídia; higienização.

Abstract

The article starts with the understanding that there is contemporaneously a taking of media and market spaces by drag queens and their culture. This phenomenon had as its epicenter the launch of the US program RuPaul's Drag Race and its later diffusion. Even drag queens presenting a provocative blend of masculine and feminine universes in their performance of gender, market and the media, increasingly desirous of new audiences and products, appropriated this culture, adapting it and sanitizing it as a form of making it a sellable product even if it is for a niche market. The analysis begins with a genealogy of the drag culture that points these individuals as something always present in society, but which, even punctually used in previous decades, is only in the current moment that presents itself as a mediated phenomenon. Subsequently, we provide clues and conjectures that demonstrate the uniqueness and the dimension of the present media appropriation of drag queens. In the last topic, we highlight the aesthetic adaptations and the new dynamics that have been modifying the drag culture in search of bigger markets. Through this course, we understand that even drag queens may be aligned with market dynamics, drag performance itself is denunciative of the artificiality of normative relations of gender, identity and sexuality and that this mediatic achievement is useful in a way to expand the vision of previously inaccessible audiences.

Keywords: drag queen; gender; sexuality; media; sanitization.

"We all born naked and the rest is drag"
– RuPaul Charles

¹Mestrando em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo na Linha de Pesquisa Práticas e Processos Comunicacionais sob orientação do prof. Dr. Eryl Vieira Jr. Bolsista da Capes. • E-mail: lucasbragancafonseca@gmail.com

Introdução

Homem e mulher, masculino e feminino, são algumas das dicotomias construídas culturalmente que nos disciplinam e nos impõem um enquadramento social que nada tem de natural. Dessa maneira, as diferenciações sexuais e identitárias têm seu início nos papéis sociais gerados e esperados para cada um dos indivíduos a partir de seu nascimento, existindo assim um espaço social demarcado que acrescenta regras e comportamentos ao universo biológico macho-fêmea, sem que exista grande fluidez nas definições estabelecidas. Esses papéis são os fatores de diferenciação sexual que orientam a inteligibilidade dos corpos por meio de códigos estéticos, funcionais e comportamentais.

Um dos poucos grupos que quebram esse paradigma são as drag queens. Elas apresentam as duas polaridades de gênero em um mesmo instante, mesclando e satirizando as definições preconcebidas. Aqui os papéis de gênero se encontram justapostos e criam a possibilidade de ressignificar as relações fixas entre gênero, corpo e sexo permitindo pensar em uma desnaturalização dos laços que envolvem esses conceitos (SANTOS, 2012).

Embora o termo tenha surgido apenas no século XX, a prática de travestir-se momentaneamente utilizando elementos que compreendemos como pertencentes ao sexo oposto é muito antiga, sendo possível encontrar vestígios de sua existência em sociedades milenares. Ao longo da história, a aceitação dessas performances se alterava de acordo com o ambiente social de cada época. Nota-se atualmente um novo momento de virada social que passa a compreender as drag queens não como indivíduos marginalizados, mas celebrados, sendo a mídia um dos principais elementos de disseminação dessa percepção.

Como resposta às demandas do mercado de nichos e da curiosidade do espectador em assistir o “desconhecido” e o “exótico”, as drag queens encontraram na mídia um ambiente que as ajudou a galgar um ideário positivo sobre suas performances e disseminar sua cultura para diversos outros grupos sociais antes sem conexão. Isso só foi possível pela junção de um interesse mercadológico a um esforço em higienizar a imagem das drag queens para torná-las produtos vendáveis.

Desaquendendo¹ a história drag

O ato de homens se vestirem com elementos compreendidos como femininos possui incontáveis passagens pela história humana. Com intuito performático, entretanto, essa prática possui suas raízes em paralelo com a história do teatro. Sabendo que o teatro existe desde o início da humanidade, conclui-se que o transformismo data desse mesmo período, ainda que apenas a partir do teatro grego se tenha um ponto de partida histórico e analítico para essa arte (AMANJÁS, 2014). Por motivos socioculturais, nos primórdios do teatro, a interpretação era função exclusiva dos homens, tendo esses atores, portanto, atuado tanto com personagens masculinas, quanto femininas. Haja vista essa necessidade de mimetização, surgiram as conhecidas máscaras do teatro grego.

A hegemonia masculina no teatro ocorria não só no Ocidente, mas em outras partes do mundo. Na cultura japonesa, por exemplo, diversas linguagens teatrais como Kyogen, Nô e Kabuki, nasceram e permanecem ainda hoje como artes específicas do ator masculino. Segundo Amanjás (2014, p. 7):

No Oriente, todas as principais formas teatrais clássicas que necessitam da ação direta do ator foram também concebidas a partir da construção do feminino. O teatro Topeng da Indonésia [...] é um dança-drama de máscaras em que, em sua forma originária, era dançado apenas por atores masculinos que interpretavam papéis femininos. Adereços como perucas, leques e máscaras eram utilizados para a construção da personagem, assim como gestos específicos e qualidade da leveza de movimentos.

Passando pela Idade Média, quando a Igreja decidiu, por meio do teatro, passar suas mensagens em atuações sacras e, para tanto, utilizou-se também de homens interpretando papéis de mulheres, já que, mais uma vez, por questões sociais e religiosas, o espaço feminino na Igreja era extremamente restrito, chegamos ao teatro elisabetano do século XVI, em que grande parte dos papéis femininos criados pelos dramaturgos era também interpretada por jovens atores homens com idades entre dez e treze anos.

Com as mudanças sociais e econômicas sofridas nos séculos subsequentes e que possibilitaram o aparecimento do homem homossexual, as drags foram esquecidas do teatro tradicional e deram lugar ao que Amanjás (2014) chamou “irmã satírica”. Assim surgiu a drag pantomímica, uma categoria popular de ator que atuava em comédias, travestido de mulher do cotidiano, geralmente fazendo uso do leque. Essa forma de drag seguiria em curso até as transformações sofridas pelas guerras na década de 40, quando o papel da drag precisou ser revisto, dado o novo posicionamento da mulher e sua posição na sociedade.

Com a expansão da televisão, do cinema, da cultura pop, as drags perderam o espaço do teatro, mas simultaneamente abriram-se outras possibilidades, iniciando nesse período a “drag queen”, drag pertencente à cultura gay tal qual conhecemos, bem como a visão pejorativa da sociedade sobre esse grupo.

Tendo as drags como uma das protagonistas da revolta em Stonewall, em 1969, o papel desse grupo social se transformou.

Em meados dos anos 70, contudo, ser gay se tornou um ato político e, 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. Nasce daí uma nova categoria de drag: a drag queen radical. (AMANAJÁS, 2014, p.18)

Com o crescimento das lutas políticas por direitos dos homossexuais, havia cada vez abertura às sexualidades dissidentes e, por consequência, mais LGBTs saíam do armário². Ainda assim, era enorme o número de homens e mulheres renegados por suas famílias e amigos, que ficavam desamparados. Nesse contexto, no começo dos

anos 1980, uma subcultura essencialmente negra e gay, a *ball culture* (cultura dos bailes), ganha maiores proporções, redefinindo noções de família, masculinidade e amizade.

A *ball culture*, evidenciada no documentário *Paris is burning* (1990), de Jennie Livingston, centrava-se nos bailes realizados por grupos que se intitulavam *houses* (casas) em que um indivíduo intitulado *mother* (mãe) comandava uma cadeia hierárquica de homens e mulheres homossexuais, provendo-lhes um ambiente que, para além de liberdade sexual, era um local de refúgio.

Assim como o hip hop – com sua ênfase nos grupos de rua e outras formas de união fraternal do homem negro – surgiu mais ou menos na mesma época como uma resposta artística para algumas condições políticas e econômicas que afligiam os homens negros em Nova York, as casas tornaram-se redes sociais underground feita por e para pessoas homossexuais negros e urbanos. (ROBERTS, 2007)

O objetivo desses bailes era realizar performances que poderiam ou não envolver performances de gênero e disputar troféus em diversas categorias. A grande maioria desses indivíduos viviam guetos e áreas periféricas e gastavam tudo que tinham - ou mesmo roubavam - para brilhar nessas festas e adquirirem notoriedade e reconhecimento dentro da comunidade gay.

Essa subcultura ganhava cada vez mais espaço por conta, especialmente, da criação do estilo de dança *Vogue*, posteriormente difundida pela produção artística da cantora Madonna³, teve seu declínio com a crise da AIDS, momento que além da dificuldade de continuação da cultura dos bailes por conta das incontáveis mortes, a comunidade gay voltou a estar extremamente marginalizada e hostilizada.

Assim, com o passar do tempo, mesmo em ambientes gays, a cultura drag acabou ficando cada vez mais restrita e marginalizada, dado o padrão gay heterossexista progressivamente enraizado na cultura homossexual, que enaltece o masculino e discrimina o afeminado. Por esses indivíduos afeminados e travestidos representarem fortemente a homossexualidade masculina, eles acabam comprometendo o ideal praticamente hegemônico de masculinidade dentro do universo gay (VENCATO, 2011).

Ao longo das duas décadas que seguiram, o show de drag nas boates foi deixando de ser o momento mais esperado da noite para algo indesejável. Essa realidade, apesar de algumas inserções pontuais durante a década de 1990 (como o show das transformistas no SBT), só começou a se inverter em 2009 com o lançamento do *reality show* *RuPaul's Drag Race* em que as drag queens e sua cultura voltaram a ser celebradas.

Dando close⁴ na mídia

Apesar de forças contrárias, a contemporaneidade parece caminhar em direção a um ambiente cada vez menos hostil em relação à sexualidade e ao gênero; mas, nitidamente, ainda não vive um momento de completa aceitação. Faz-se necessário, portanto, um catalisador para que a cultura drag escalone sua imagem no espaço midiático. E qual seria esse catalisador? A resposta é simples: o mercado.

Na década de 1990, as drag queens conseguiram espaços midiáticos pontuais por meio, por exemplo, de filmes como *Gaiola das Loucas* (1996) e *Priscila, Rainha do Deserto* (1994). Nesse período, as drag queens começaram a adquirir o status de *entertainer* para o grande público, iniciando um processo de reconhecimento artístico. Consequentemente, ocorreu nessa época a primeira saída do gueto, já que as performances não ficaram mais restritas à noite gay underground, mas passaram a conquistar espaços até em confraternizações “convencionais”, como formaturas e casamentos.

No entanto, foi só com uma nova onda de lutas por direitos, representatividade e aceitação de diversas minorias no final da primeira década do século XXI que o mercado e a mídia reagiram e perceberam as drag queens como um produto de potencial mercadológico. Por serem as drag queens corpos hibridamente construídos para o espetáculo por meio de um corpo moldado para a performance, era fácil encaixá-las como um produto do entretenimento.

Butler (2017) compreende a performance drag com objetivos de propagar intenção política questionadora da ordem normativa e também da percepção pejorativa da homossexualidade. Na esteira desse pensamento, Berutti (2013) compreende as drags como ilusionistas de gênero, ou seja, indivíduos que se apropriam temporariamente dos universos sexuais opostos ao de nascimento para questionar e denunciar as demarcações dos territórios masculino-femininos.

Num cenário em que não se admite a separação entre identidade social e sexo biológico, o ato de se transformar através da experiência drag enfatiza uma brincadeira com os sistemas de significado que repetem, para cada sociedade, o que significa “ser homem” e o que significa “ser mulher” através de uma transgressão que acontece de forma lúdica e cênica (SANTOS, p.2).

Mesmo essas performances sendo transgressoras das regras sociais estabelecidas, o fato, porém, de estarem quase intrinsecamente ligadas à uma estetização e um exagero realizado em um território lúdico torna-as moldáveis aos interesses da indústria do entretenimento. Logo, o mercado criou espaços em que esses indivíduos pudessem ser representados visando criar um nicho de consumo ainda não explorado, pois mesmo que o produto não se tornasse popular em todas as camadas sociais, seu nicho ainda não possuía representatividade. Esse interesse em explorar pequenos grupos sociais como mercado consumidor ocorre, porque, segundo Chris Anderson (2006, p.15):

[...] a economia emergente do entretenimento digital será radicalmente diferente da que caracterizava o mercado de massa. Se a indústria do entretenimento do século XX baseava-se em hits, a do século XXI se concentrará com a mesma intensidade em nichos.

Somado a esse fato, a mídia televisiva, preocupada em conquistar públicos minoritários cada vez mais voltados a suas respectivas comunidades e à internet, decidiu o seu mercado utilizando uma fórmula comunicacional de sucesso:

o *reality show*. Assim nasceu em 2009 o programa *RuPaul's Drag Race*, fortemente inspirado no formato de *America's Next Top Model* e *Project Runway*, o programa foi uma injeção de força no processo de popularização da cultura drag.

A fórmula é simples: uma dúzia de drag queens em um espaço de trabalho abastecido com tecidos, maquiagem, acessórios, perucas, sapatos e uma cadeia de outros produtos comercializáveis, realizando desafios de costura, dança, canto, atuação e comédia. Pinceladas de suas histórias fora dali, incluindo enfrentamento de preconceitos, e uma pitada de troca de farpas entre elas. Isso tudo aspirando também a um prêmio em dinheiro e a uma coroa representativa do título de “próxima superstar drag dos EUA”.

Tendo como jurados personalidades do entretenimento norte-americano e como apresentador e criador, RuPaul Charles, a primeira drag queen a alcançar notoriedade fora do círculo gay com seu single *Supermodel*, tendo obtido sucesso nos *charts* da Billboard e chegando a ser, inclusive, estrela principal da campanha Viva Glam da MAC, o êxito do programa foi quase imediato.

É importante ressaltar que, mesmo com o sucesso do programa na televisão, a saída das drag queens de um ambiente marginalizado e renegado popularmente não é hegemônico. No Brasil, por exemplo, o programa alcançou especialmente um público universitário de classe média que, em grande parte, está mais disposto a se deslocar entre estados e ver pessoalmente as performances dos expoentes internacionais do programa, do que a realmente se deixar envolver com a cultura e conhecê-la em todos os níveis. Assim, um grupo grande vive uma realidade bem menos glamorosa, pois ainda não se beneficiaram dessa nova estrutura, mas continuam seus trabalhos em pequenas casas, recebendo baixos salários e sem direitos trabalhistas, tal como anteriormente.

Todavia, com a democratização das ferramentas de produção, as próprias drag queens são capazes hoje de criar músicas, produtos, gravarem videocliques, etc., criando uma rede comercial extensa em que os próprios consumidores funcionam como divulgadores. No Brasil, é possível encontrar na web a série *Academia de Drags*⁵ criada pela drag queen Silvetty Montilla, uma adaptação brasileira de *RuPaul's Drag Race* totalmente gratuita e disponível no YouTube.

Outro exemplo é a drag queen Pablló Vittar que começou divulgando produções musicais próprias, através, principalmente, de versões abrasileiradas de músicas internacionais e encontra-se hoje cada vez mais dentro de um ambiente que pode ser percebido como *mainstream*. Sua primeira música, “*Open Bar*” (uma adaptação em forma de samba do mega-hit “*Lean On*”, lançado por Major Lazer), recebeu não apenas elogios do renomado Dj Diplo, parte do Major Lazer, como rendeu uma parceria musical com ele e Anitta na música “*Sua Cara*” que hoje é o quinto vídeo mais visto em menos de vinte e quatro horas no YouTube. Pablló acabou integrando a banda do programa Amor & Sexo exibido nas noites de sábado na Rede Globo, além de ter-se tornado a garota propaganda de diversas campanhas publicitárias, como a “*Louca por Cores*” de produtos cosméticos da multinacional Avon⁶ e também de uma campanha da Adidas⁷ voltada à diversidade.

Atualmente seus videocliques lançados na rede alcançam milhões de visualizações (seu vídeo mais visualizado, “*K.O.*” possui cerca de 200 milhões de visualizações) e foi ela também a responsável pela música do carnaval, “*Todo dia*”.

Apesar de apenas tangenciar o cerne da questão drag, já que dentro do ambiente teatral, a questão drag dentro da sociedade tem uma visão de aceitação e até de celebração em ambientes humorísticos, é impossível não destacar o alcance do trabalho realizado pelo humorista Paulo Gustavo que ganhou notoriedade através de diversas personagens femininas. Hoje, em cima dessas personagens, o ator logrou espaços na indústria do cinema, do teatro e da televisão.

Na mídia internacional, outro destaque é a drag queen austríaca Conchita Wurst. Conchita, que foge dos padrões não só por se apresentar como drag, mas por conta de sua barba, conseguiu através de sua música *Rise Like a Phoenix*⁸ vencer o Eurovision Song Contest, uma tradicional competição musical entre países europeus e convidados, existente desde 1956 e que já revelou mundialmente artistas como Celine Dion e ABBA. Importante ressaltar que, já em 2007, a Ucrânia havia enviado uma representante drag queen, Verka Serduchka, como sua representante. Verka, cantando *Dancing Lasha Tumbai*⁹, acabou a competição como vice-campeã, demonstrando já certa tendência positiva com relação a esse tipo de performance.

A amplitude mercadológica e de espaços que as drag queens abrangem atualmente, especialmente as lançadas pelo programa estadunidense, é algo sem precedentes na história drag. Diversas dessas drag queens encontram mercado na internet criando canais de entretenimento. Outras entram para o mercado fonográfico lançando videocliques, músicas, álbuns, alcançando boas posições na Billboard, como no caso de Adore Delano (6ª temporada). Algumas ganham espaços em outras áreas, como na moda, não só nos desfiles da grife Marco Marco, um dos patrocinadores do programa, como também nos desfiles e campanhas de Marc Jacobs com a drag Milk (6ª temporada).

Logicamente, grande parte delas encontra no mercado tradicional drag, o da performance, seu meio de vida e viajam por diversos países fazendo apresentações musicais e dublagens, cada uma encontrando um nicho próprio, como no caso da drag queen Violet Chachik (7ª temporada) que performa dentro do tema burlesco ou mesmo Bianca del Rio (6ª temporada) e seu *Rolodex of Hate* que trabalha com comédia *stand-up*. Além disso, é mais comum atualmente a apresentação de artistas em conjunto com drag queens, como Latrice Royale (5ª temporada) no *Fashion Rocks*¹⁰ e diversas drag queens provenientes do programa em uma performance de Miley Cyrus no VMA 2015¹¹.

O cerne da questão é que as drag queens vêm tomando lugares em que antes não havia espaço, desafiando e modificando as estruturas pré-estabelecidas, além de criarem, assim, seus próprios espaços de comunicação. Como Foucault (2008) nos mostra, nos locais onde há poder, há também resistência. Tais resistências estabelecem também um vínculo com as relações de poder, visto que a palavra resistência já contém em si um

dualismo: ao mesmo tempo em que sugere uma aversão à ordem vigente, também afasta a possibilidade de subverter essa ordem. Assim, para aqueles que criam – os artistas –, além de resistir às opressões do poder, das instituições, do mercado, da publicidade, da mídia, é preciso, ao mesmo tempo, depender das relações de mercado, dos poderes e políticas públicas e das ordens de discursos do poder crítico e cultural.

Dessa maneira, a hegemonia capitalista, representada pela grande mídia também realiza o papel de apropriação dessas manifestações culturais locais e específicas, seja transformando, seja selecionando, seja adaptando-as, com o objetivo de que resultem em produtos culturais vendáveis para o grande público.

Fazendo a chuva¹² e higienizando a imagem drag

Para que o mercado aceitasse a cultura drag como produto mercadológico, a exemplo de RuPaul's Drag Race, foi preciso haver concessões. Anteriormente vista como uma subcultura marginalizada, a cultura drag precisou sofrer uma higienização em sua imagem.

Primeiramente, o conceito de drag queen, se entendido segundo o senso comum, como um homem que se veste de mulher, negligencia sua complexidade. Roberts (2007) conta-nos que na cena da *ball culture*, no início dos 1980, surgiram casas (House of Omni; *House of Ebony*, *House of Chanel*) compostas majoritariamente por homens que preferiam a estética mais masculinizada que a estética drag feminina. Assim,

o termo “drag” agora significava algo muito mais rico do que apenas os homens vestidos como mulheres. Drag era agora uma metáfora para a vida cotidiana - todos eram, de alguma forma ou de outra, realização de uma identidade específica, independentemente de haver ou não *cross-dressing*¹³ envolvido. Na tentativa de dar sentido a esta crescente variedade de desempenho de gênero, a ball culture adotou um sistema de linguagem complicada que representaram os diferentes tipos de identidades que eles notaram na comunidade: “*Butch Queens*” era um termo usado para descrever qualquer macho biologicamente nascido que se apresentou como homem, “*Butch Queens Up in Drag*” por outro lado, passou a significar os homens homossexuais que se vestiam de drag especificamente para os bailes, mas ainda vivem sua vida cotidiana como um homem (ROBERTS, 2007).

A abrangência dos conceitos de masculino e feminino, já utilizados pela cultura drag nos anos de 1980, só foram concretizar-se no meio intelectual com os estudos *queer*¹⁴, uma produção multidisciplinar que debate a construção e a estabilidade dos binarismos e conceitos da sexualidade hétero e homossexuais. Butler (1999, p.175), uma das principais referências nesse campo de estudo, argumenta que a performance drag esbarra em “três dimensões contingentes da corporeidade significante: sexo anatômico, identidade de gênero, e desempenho de gênero”. Essas três dimensões tensionam-se e fogem da visão restrita de sexo e performance de gênero.

Laganja Estranja (alter ego de Jay Jackson - participante da sexta de *RuPaul's Drag Race*), por exemplo, enquanto presumidamente sendo anatomicamente masculino,

performa como Laganja, que pode ser ou não lida como feminina – ou além. Dizer que Jay é um homem que se veste como mulher seria ignorar, como Butler (1999) chama, as dissonâncias entre as dimensões (sexuais e de gênero) do artista. O corpo de Laganja e suas expressões não são coerentes com as expectativas da heterossexualidade porque ela não segue um padrão macho-masculino e fêmea-feminino. Essa fluidez e confusão é um exemplo que “revela a distinção dos aspectos da experiência de gênero que são falsamente naturalizados como uma unidade através da ficção reguladora da coerência heterossexual” (BUTLER, 1999, p.175).

Mesmo diante dessa complexidade, a performance drag não está restrita a ser necessariamente subversiva, podendo ser usada a serviço tanto da desnaturalização quanto da reafirmação das normas heterossexuais (BUTLER, 1999). Portanto, a própria tentativa de enquadrar o que é drag em categorias específicas, baseadas em uma cultura normativa heterossexual já é uma maneira de diminuir o espectro dos gêneros e sexualidades e iniciar uma higienização através do pensamento de ser simplesmente um homem-macho vestindo-se de mulher-fêmea.

Acerca disso, Muñoz (1999) afirma que existem hoje dois tipos de drag, a primeira é a drag comercial que apresenta um sujeito higienizado e dessexualizado para consumo em massa e representa uma vertente do pluralismo liberal integracionista, ou seja, a estranheza do sujeito é moderada visando ser transformado em um produto palatável para um público que, de outra forma, não o aceitaria. Isso ocasiona a supressão de uma das principais realizações do indivíduo drag, o potencial de agitar a normatividade com o objetivo de ser aceito e incluído.

A segunda é uma drag *queerer* ou terrorista “que deseja criar um mal-estar e que trabalha para confundir e subverter o tecido social” (MUÑOZ, 1999, p.100). Esse tipo de drag não se esforça para ser hegemônico e nem pretende gerar algum tipo de aprovação, seu intuito é questionar regras através de um comportamento considerado politicamente incorreto.

Um dos maiores representantes desse tipo de drag é Divine, estrela dos filmes de John Waters, que se desvia da “feminilidade tradicional”. Sua maquiagem exagerada, seu comportamento violento e malicioso, seu peso e sua rejeição das boas maneiras, colocam-na em uma direção extremamente oposta à de artistas mais tragáveis, como o próprio RuPaul (SILVA, 2015).

Se o legado de Divine (a “primeira estrela mundial drag”, de acordo com o próprio RuPaul) e John Waters é infinitamente importante para drag queens, então porque são as mesmas características que fizeram Divine e Waters especiais, excluídas do programa de forma tão notória? Porque as apresentações sujas e inquietantes não são celebradas ou encorajadas como uma possibilidade para qualquer drag queen de nenhuma temporada?” (SILVA, 2015, p.45)

Baseado nesse fato e levando em consideração as necessidades e regras do mercado de mídia, mesmo sendo exibido, a priori, em um canal com direcionamento ao público gay americano (hoje é exibido na VH1, um canal de entretenimento maior), o programa cada vez mais restringe

atitudes que possam ser interpretadas como agressivas, fato perceptível quando se assiste a todas as temporadas em sequência. Nas duas primeiras temporadas, enquanto o programa ainda se solidificava e entendia o público, era possível encontrar participantes de visual mais anarquista, menos baseadas na heteronormatividade e de visual mais andrógino, como no caso de Raven, Ongina e Nina Flowers. Além disso, os atritos entre as personagens diminuem drasticamente após a quarta temporada, em que um discurso hedonista de “somos todas irmãs” toma lugar ao ambiente hostil e competitivo das temporadas anteriores.

Considerações Finais

RuPaul's Drag Race apresenta um espaço democrático frente à representatividade étnica com a preocupação na inclusão de drag queen de diferentes *backgrounds* e culturas, mas ainda não conseguiu romper a barreira e abraçar o que Muñoz (1999) chamou de drag terroristas.

O espaço do programa é, portanto, quase todo aberto às drags que mais se encaixarem no perfil higienizado. Há, claro, aparições esporádicas de personagens que fogem à regra, como a própria vencedora da quarta temporada do programa, Sharon Needles, que tem a estranheza como principal característica e realiza performances que beiram o grotesco. Mesmo assim, dentro do discurso do programa é frequente haver críticas a elementos que fogem do padrão ideal. Mesmo vencendo, com Sharon Needles não foi diferente, a jurada Michelle Visage repetidamente dizia que queria ver ela glamorosa e “completamente drag”. Críticas ao uso de calças nos looks eram frequentes. April Carrión foi criticada pelo formato “masculino” do “pé” do seu cabelo, assim como o uso de barba em uma das provas pela drag Milk e o fato de Ongina não usar peruca, o que a deixava com um visual muito “masculinizado”. Isso prova que o programa relativiza os padrões normativos de masculino e de feminino, mas não intenta rompê-los por completo.

Hoje, o alcance do programa atingiu proporções inimagináveis, tendo, inclusive *spin-offs* como o Drag

U, um programa realizado com as participantes de temporadas passadas em que elas ensinam e maquiam mulheres heterossexuais como drag queens. Há também programas que se basearam no sucesso estabelecido para criar seus conteúdos, como o *Lip Sync Battle* (batalha de dublagem) exibida nos Estados Unidos e, no Brasil, o Dublagem *War* (quadro do programa Vídeo Show, tendo, inclusive, Rainer Cadete¹⁵ como drag queen cantando *It's raining men* – canção interpretada pelas *Weather Girls*, um clássico da cultura gay – em sua estreia em plena programação diurna da Rede Globo).

É preciso também levar em consideração o momento histórico atual. Desencadeada pela maior liberação sexual da atualidade com relação ao momento dos anos 60, 70 e 80, as drags atuais tendem a ser menos transgressoras, pois não tiveram um contato tão intenso com a contracultura e uma mentalidade questionadora de autoridade e regras estabelecidas. Elas podem não possuir necessariamente uma visão política de reação frente às estruturas de poder como as drags oriundas de outras épocas, que precisaram lutar para existir. Assim, o programa também pode ter dificuldade de encontrar essas personalidades questionadoras dentro do universo drag queen mais jovem.

Conclui-se que, cada vez mais *mainstream*, o programa perde parte de suas potencialidades transgressoras, mas não deixa de transmitir uma mensagem de aceitação e tolerância. Além disso, mesmo de uma maneira domesticada, higienizada e aliada às lógicas de mercado, as drag queens galgam cada vez mais espaço midiático e cultural, o que permite apontar para a artificialidade das relações identitárias com os gêneros e sexualidades diante de lares e mentes que, antes, jamais teriam contato com essa cultura ou visão de mundo. Dessa forma, a conquista desses espaços midiáticos representa uma conquista para, em menor escala a cultura drag queen e, em maior escala, a cultura humana, já que reverbera uma mensagem positiva de aceitação própria e da busca por desejos e sonhos, mesmo que esses esbarrem em tabus sociais, afinal, “*if you don't love yourself, how the hell you gonna love somebody else?*”

Recebido em: 20/09/2017

Aprovado em: 23/11/2017

Notas

¹ Vocábulo parte do léxico gay, o Pajubá. Antônimo derivado de aquendar que significa esconder, guardar ou roubar. No universo drag “desaquendar a neca” significa colocar o pênis em posição normal ao invés da posição colocada para a performance.

² Expressão parte do léxico gay, o Pajubá. Usada para designar um homem ou mulher que assumiu sua sexualidade não normativa perante sua família e comunidade.

³ Disponível em: [<http://bit.ly/1dWVo8d>].

⁴ Expressão parte do léxico gay, o Pajubá. Significa dar as caras, aparecer, fazer-se de metido.

⁵ Ver em [<http://bit.ly/2hhFCwC>].

⁶ Disponível em: [<http://bit.ly/2xg9Czd>].

⁷ Disponível em: [<http://bit.ly/2fc8nGP>].

⁸ Disponível em: [<http://bit.ly/QtyR7q>].

⁹ Disponível em: [<http://bit.ly/1g11QFO>].

¹⁰ Disponível em: [<http://bit.ly/2xTybCM>].

¹¹ Disponível em: [<http://bit.ly/1gsZUwQ>].

¹² Expressão parte do léxico gay, o Pajubá. Sinônimo de fazer enema.

¹³ *Cross-dressing* é um termo que se refere a pessoas que se vestem como o sexo oposto ou usam objetos associados ao sexo oposto.

¹⁴ *Queer* ou *genderqueer* é uma palavra proveniente do inglês, usada para designar pessoas que não seguem o padrão da heterossexualidade ou do binarismo de gênero. O termo é usado para representar gays, lésbicas, bissexuais e, frequentemente, também as pessoas transgênero ou transexuais, de forma análoga à sigla LGBT. Seu significado inicial pode ser compreendido através da história da criação do termo, inicialmente uma gíria inglesa, que literalmente significa estranho, talvez ridículo, excêntrico, raro, extraordinário.

¹⁵ Ver [<http://bit.ly/2xSAqX8>].

Referências bibliográficas

AMANAJÁS, Igor. **Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas**. Revista Belas Artes, ano 6, nº 16, set-dez 2014. Disponível em: [<http://bit.ly/2xSbKyb>]

ANDERSON, C. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

BUTLER, Judith. **Gender is Burning: Questions of Appropriation and Subversion**. Em Thornham, S. *Feminist Film Theory, a Reader*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

_____. **Problema de Gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

_____. **Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex**. New York: Routledge, 1993.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico**. Em: *O corpo, as heterotropias*. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

_____. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

MUÑOZ, J.E. **Disidentifications: Queers of Color and the Performance of Politics**. Minneapolis; London: University of Minnesota Press. 1999.

ROBERTS, Frank Leon. **There's No Place Like Home: A History of House Ball Culture**. WireTap Magazine, 6 de Junho, 2007. Disponível em: [<http://bit.ly/2xgjUQ8>]

SANTOS, Joseylson Fagner. **Meu nome é “Híbrida”: Corpo, gênero e sexualidade na experiência drag queen**. Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad. ano 4, nº9, ago-nov de 2012. Disponível em: [<http://bit.ly/2xfh2Da>]

_____. **Cara, coroa e rainha: gênero no espelho das drag queens**. Fazendo Gênero 10, 2013. Disponível em: [<http://bit.ly/2w7C42z>]

SILVA, Felipe González. **“It’s Not Personal, It’s Drag”: The Sassy Politics of RuPaul’s Drag Race**. MLitt Film and Television Studies. Dissertação, 2015. Disponível em: [<http://bit.ly/2w8tqkw>]

VENCATO, Ana Paula. **Confusões e estereótipos: o ocultamento de diferenças na ênfase de semelhanças entre transgêneros**. Cad. AEL, v.10, n.18/19, 2003. Disponível em: [<http://bit.ly/2xwBPSc>]

Videografia

Paris is Burning. 1990. [Filme]. Jennie Livingston. USA: Art Matters Inc.

Pink Flamingos. 1972. [Filme]. John Waters. USA: Dreamland.

RuPaul’s Drag Race. 2009–2015. Logo Television Network.

RuPaul’s Drag U. 2010–2012. Logo Television Network.