

ASCENSÃO DA CULTURA DRAG: UM FENÔMENO PÓS-RUPAUL'S DRAG RACE

Luiz Henrique de Sousa Silva¹
Aldo Luiz dos Anjos Santos²

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
Henrique_sousa97@hotmail.com
aldolui95@hotmail.com

Resumo: O fenômeno *Rupaul's Drag Race*, no ar desde 2009, se revelou uma relevante porta de entrada para fama para drags estadunidenses, porém os efeitos deste ultrapassou fronteiras e permitiu a ascensão da cultura drag em todo o globo. A globalização e as inovações tecnológicas facilitaram a disseminação do programa, mas esse não pode ser ao único argumento para compreender a ascensão já citada. Logo, o presente trabalho visa compreender o porquê da proeminência do programa na afirmação e expansão da arte drag, para isto trabalha-se com a premissa da identificação do público com as participantes, e a ideia de capitalização, que aborda o processo de celebração das drags, e subsequente adaptação ao mercado homossexual que está em amplo crescimento.

Palavras-chave: Rupaul, Drag Queen, Identificação, Capitalização, Celebração.

Introdução

O programa “*Rupaul's Drag Race*” estreou em solo estadunidense no ano de 2009, e pôs na televisão uma competição protagonizada por drag queens, onde essas disputam diversas provas que testam habilidades em atuação, canto, dança, entre outros. A vencedora recebe um prêmio em dinheiro e o título de “*America next drag superstar*”. O programa está chegando a sua décima temporada, e se tornou um sucesso estrondoso nos EUA, e no mundo.

Como efeito desse sucesso é notável a ascensão da cultura drag a um espaço nunca antes ocupado. Historicamente relegadas às periferias, hoje as drags ganham cada vez mais espaço na mídia e na sociedade. No Brasil, a difusão do programa pela internet, provocou uma modificação na forma de enxergar esses artistas, tanto que várias alcançaram um local de prestígio, despontando na TV, na internet e na música. Pablio Vittar é um exemplo concreto desse fenômeno recente.

Visto tais modificações na percepção sobre a cultura drag, o presente artigo busca compreender como o reality contribuiu para a ascensão desta na mídia. Para responder tal questionamento, parte-se de duas premissas: a primeira, de que a identificação entre o público e as drags do programa gera uma fidelização a este; e a segunda, que aponta para a transformação da drag queen num bem de consumo, no contexto de expansão do mercado homossexual.

¹ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Relações Internacionais da UFS.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFS

O artigo encontra-se, então, dividido em três seções além da introdução, do método e da conclusão. A primeira busca delinear brevemente o percurso histórico das drag queens. A segunda se centra sobre a premissa da identificação, citada anteriormente. E a terceira foca sobre o processo de capitalização que as drags foram alvo.

Método

O Método do Estudo de Caso enquadra-se como uma abordagem qualitativa e é frequentemente utilizado para coleta de dados na área de estudos organizacionais, voltados para a compreensão da vida humana em grupos, em campos como sociologia, antropologia, psicologia, dentre outros das ciências sociais (COELHO CÉSAR, 2005). Nesse, a pergunta de pesquisa deve estar focada em “como” e “por que”, questões que levam à análise da evolução de um fenômeno ao longo do tempo.

Para tanto, retoma-se aos primórdios da cultura drag para entender de forma evolutiva a recepção da estética/movimento *camp*. Tomando, em seguida, como caso o programa *Rupaul's Drag Race*, e como esse foi determinante para a popularização de ícones inseridos no reality, que agora se tornaram produtos devido a empatia gerada pelo formato do programa, que intercambia atuação e vida real como entretenimento de massa.

E é através da ótica dos estudos culturais que será contextualizado o campo teórico e social no qual se insere essa “*persona*” que é a drag queen, enquanto expressão artística, cujo debate é cerceado pela problemática de gênero. Atrelado a essa análise, será apontado o papel dos meios de comunicação no processo de difusão dos conteúdos resultados do esforço desses profissionais.

Do gueto à fama: percurso histórico das drag queens

Ser drag nunca foi tão bem visto quanto agora. O reality show “*Rupaul's Drag Race*” provocou uma modificação na mentalidade geral sobre essa cultura. Nota-se nas redes sociais uma explosão de jovens, espectadores do programa, que inspirados por esse começaram a se maquiar, vestir e agir de acordo com o gênero oposto. Contudo, muitos ainda não entendem o que é a cultura drag, nem o longo percurso enfrentado por esses profissionais para alcançar a posição de destaque na mídia. Portanto, busca-se responder nesta seção: o que são as drag queens? E qual sua história?

Sobre a primeira indagação é relevante ressaltar que a drag é uma expressão artística, trata-se de uma personagem criada para fins de entretenimento. Segundo Jesus, (2012, p.10)

são “artistas que fazem uso da feminilidade estereotipada e exacerbada em suas apresentações”, ou seja, utiliza-se de artifícios e trejeitos socialmente definidos como femininos e os exagera, criando uma expressão mais extravagante do que seria a mulher.

A utilização desses traços femininos geram uma confusão recorrente entre a drag queen e identidade de gênero. Amanajás (2014, p.3) ressalta que a drag é uma forma artística desassociada “do que o indivíduo sente em relação a sua própria percepção, tanto interna quanto externa: é na verdade, o que esse indivíduo faz como expressão artística”. Assim sendo, heterossexuais, transexuais e homossexuais podem “ter”³ uma drag queen.

Apresentado, então, o que é uma drag, cabe agora delinear o percurso histórico deste movimento. Visto que se trata de uma expressão cênica, o nascimento do transformismo remonta à Grécia antiga, e aos primórdios do teatro, onde homens interpretavam papéis femininos nas diversas narrativas, devido à proibição de mulheres nos palcos. Amanajás (2014, p.5), expondo sobre esse momento histórico, diz que:

De qualquer maneira, a partir desse momento, ficou estabelecido que a função de vestir a máscara com personas masculinas e femininas seria um papel único e exclusivo do homem. Clitemnestra, Medéia, Electra, Ifigênia e Antígona: todas essas personagens foram vividas por homens na antiga Grécia. É importante ressaltar que, naquela época, o ator usava não somente a máscara para interpretar papéis femininos; roupas e enchementos também eram adicionados para a composição da personagem.

O transformismo segue junto com o teatro no decorrer da história. Na idade média, a igreja tentou reprimir as companhias cênicas, mas devido à popularidade na sociedade, estas foram incorporadas pela igreja para realizar encenações de trechos bíblicos, e nestes as personagens femininas também eram feitas por homens. Tal incorporação à religião só chega ao fim no renascimento cultural, quando as companhias de teatro retomam as narrativas de grandes heróis, genealogias, dentre outras temáticas. É nesse período que se alega o surgimento do termo “drag”.

No teatro Elizabetano do século XVI, os papéis femininos escritos por Shakespeare ou qualquer outro dramaturgo eram interpretados por jovens adolescentes homens – meninos entre dez e treze anos. Julieta, Desdêmona, Ofélia e Lady MacBeth foram atores transvestidos. Especula-se também que Shakespeare, ao conceber suas personagens femininas, ao rodapé da página em que descrevia tal papel, marcava-o com a sigla DRAG, *dressed as girl* (vestido como menina, em tradução livre), para sinalizar que aquela personagem seria interpretada por um homem (AMANAJÁS, 2014, p.9-10).

Suposições à parte, é visível que a drag mantém-se intimamente ligada ao teatro. Contudo, a permissão da presença de mulheres nos palcos em 1674, representou um

³ Utiliza-se o termo “ter” para enfatizar que a drag é uma personagem, uma criação cênica com fins de entretenimento.

retrocesso para o transformismo (AMANAJÁS, 2014). Nesse momento, os homens perdem a função de interpretar papéis femininos, e a drag se modifica, ganhando um tom mais satírico, e de crítica à sociedade. Os homens que mantiveram viva a cultura tiveram seu espaço de atuação restringidos a bares na periferia, e pela primeira vez a drag queen passou a ser relacionada aos homossexuais.

O retorno das drags aos palcos aconteceu em meados do século XIX, sob a égide das damas pantomímicas. Elas eram figuras cômicas, que exageravam e satirizavam, em suas apresentações, o dia-a-dia vivido por homens e mulheres (AMANAJÁS, 2014). Por quase 50 anos essa foi a única forma de drag queen com proeminência na sociedade, baseando-se, somente, no caráter risível dessas personagens.

As modificações proporcionadas após as guerras mundiais transformaram, mais uma vez, a cultura drag. O aparecimento da televisão decretou a morte da dama pantomímica, uma vez que os teatros não eram mais a forma comum de entretenimento da população (AMANAJÁS, 2014). Nesse ínterim, as drags retornam às periferias, e restringem sua atividade a bares gays distantes do *mainstream*.

A performatividade drag sempre teve como objetivo fundamental divertir o público. Contudo, no contexto de repressão aos direitos gays na década de 60, ser drag queen se tornou um ato político, e estas despontaram como símbolos contra a repressão policial e defesa desses direitos. A “Batalha de *Stonewall*” em Nova York é um exemplo claro do cunho político assumido pelas drags.

O confronto em questão foi entre a polícia de Nova York e os frequentadores do bar *Stonewall Inn* por conta de leis que cerceavam a fluidez de gênero e obrigava que, por exemplo, pessoas de sexo masculino usassem pelos menos três peças de roupas tidas apropriadas para si. Numa das constantes batidas policiais no local, os frequentadores se rebelaram e revidaram com os ataques violentos contra a polícia, dando início à Batalha. As pessoas que começaram com tudo isso foram Marsha P. Johnson e Sylvia Rivera, duas drag queens que costumavam ir até o bar e conhecidas militantes do movimento LGBT de sua época (REIS; FERREIRA, 2017, p.3).

Apesar da representatividade que o movimento LGBT ganhou nessa série de manifestações, as drag queens permaneceram na periferia da sociedade. Porém, os anos 90 representaram a grande virada para esses artistas. Nessa década, as drags foram retratadas no filme “*Priscilla: a rainha do deserto*”; ganharam espaço maior na TV; e a ascensão de Rupaul representou o ápice da cultura.

Rupaul, uma drag negra, alta, loira, elevou a arte tão marginalizada nos anos 70 e 80 para o mundo da música, com seu single *Supermodel*; para o cinema, com suas produções originais e participação em filmes diversos; e para o mundo da moda, sendo modelo para

diversas marcas. Contudo, nenhum desses feitos superou a criação de seu reality show, “*Rupaul’s Drag Race*”. Esse revolucionou a forma que a sociedade percebe a cultura drag, e garantiu às participantes uma janela para o reconhecimento.

Se antes as poucas (quase) celebridades drags eram meras coadjuvantes dos risíveis espetáculos de humor, RuPaul’s Drag Race puxou o gatilho para toda uma virada iconográfica que as recoloca enquanto sujeitos em ascensão, ainda que com algumas ressalvas. E isso dá margem para o fomento, cada vez maior, de uma expectativa do estrelato (LANG et al, 2015, p.3).

É interessante observar como o programa comandado por Rupaul insere a cultura drag dentro de um fenômeno ocorrido nas mais diversas áreas, que é a globalização. A redução das fronteiras, possibilitado pelo desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente a internet, foi fundamental para que o programa saísse dos Estados Unidos e se expandisse para todo o globo, obtendo cada vez mais sucesso. Ocorre, então, o que Ortiz (1994) concebe como mundialização da cultura, um processo pelo qual os valores, estilos e formas de pensar se espalham de uma população a outra.

Entretanto, não se busca afirmar aqui que a cultura drag é originária dos Estados Unidos, e que se expandiu para o mundo. Visa-se ressaltar como o programa, ao ultrapassar fronteiras, garantiu às drag queens a visibilidade necessária para promover um melhor entendimento da sociedade sobre o que é ser drag, e expressar sua arte sem serem marginalizadas e rechaçadas. Nesse novo cenário, as drag queens passaram a ser celebradas e admiradas por uma legião de fãs.

A internacionalização do programa é de suma importância para entender esse novo processo de celebração das drag queens, porém existem fatores outros que permitem explicar melhor esse fenômeno recente. Defende-se nas seções posteriores que a identificação e a capitalização são muito relevantes para compreender a febre global que se tornaram. Por hora, cabe reiterar que *Rupaul’s Drag Race* é um marco na historiografia drag, sendo o símbolo da passagem destas para o *mainstream*⁴.

Identificação e empoderamento

Ao fim de cada episódio Rupaul diz: “*If you can’t love yourself. How in the hell you gonna love somebody else?*”⁵. Tal frase permite evidenciar o discurso empoderador que o apresentador passa para as participantes, sendo este sempre reiterado durante o programa.

⁴ Mainstream é “a produção de bens culturais criados sob a égide do capitalismo tardio e cognitivo que ocupa lugar de destaque dentro dos circuitos de consumo midiático” (MARTEL, 2012, p.11 apud PEREIRA, 2016, p.54).

⁵ Se você não pode se amar. Como você será capaz de amar outra pessoa. (Tradução nossa)

Porém, o seu poder ultrapassa as fronteiras do reality, fazendo-se ouvida por toda uma massa de telespectadores, e sendo disseminada para todo o mundo pelas redes sociais. Portanto, busca-se compreender o processo de identificação entre os telespectadores e as drag queens, sendo esse um dos motivos para explicar a recente ascensão da cultura drag.

É possível imaginar que o *Drag Race* se trata de uma simples competição de drags, onde estas dançam, se maquiam, costuram, atuam e cantam. Porém, esse prejulgamento não expõe todas as variáveis contidas no programa. Este se tornou um sucesso por “humanizar” as drag queens, revelar o artista sob a maquiagem, a fantasia e a peruca, contar ao público suas histórias de vida, seu processo de aceitação, e os dilemas ainda enfrentados por ser uma drag, e por ser gay.

Essa é a fórmula para o sucesso segundo Rupaul:

[Ele] explica a popularidade do programa devido à essência de sua narrativa, basicamente sobre a tenacidade do espírito humano. Ao abordar personagens que foram afastadas da sociedade, que precisam trilhar um caminho difícil para serem reconhecidos através da arte e expondo suas histórias de vida, criamos um laço de identificação dentro das narrativas individuais e acabamos por projetar nossas próprias vivências nos relatos dos personagens (PEREIRA, 2016, p.54).

Basicamente, é a identificação das similaridades entre a vida do espectador e as histórias retratadas no programa que fomentam a fidelização deste, e subsequente, sucesso do reality. Portanto, os fãs das drag queens apreciam não só a estética e a performatividade, mas também têm um interesse latente na vida privada e cotidiana das *performers* (LANG et al, 2015).

Cabe ressaltar ainda o caráter de empoderamento individual proporcionado pelo programa. “‘*Rupaul’s Drag Race*’ atinge os sujeitos já deslocados da ideia de identidade unificada, [esses] encontram na arte drag uma forma de exprimir suas vivências de gênero e sexualidades” (PEREIRA, 2016, p.55). Nesta perspectiva, o debate que se levanta está centrado na problemática de gênero e sexo, e na natureza de tais essencialismos, quando a drag se torna resistência em relação às normas de gênero, através da mimetização e farsa do mesmo em suas performances como reflexo cultural.

Apesar da drag queen estar desvincilhada da orientação sexual, essa representação artística tem um papel fundamental na crítica aos padrões impostos pela sociedade, cuja ampla oferta do diferente transforma o contexto social e produz o sujeito pós-moderno, que já tendo vivido uma identidade estável, entra em colapso como consequência das mudanças estruturais e institucionais (HALL, 2006 apud PEREIRA, 2016).

Partindo disso, a estética *camp* propõe uma conjuntura de cisão do sujeito e da lógica

de gênero como significados culturais assumidos por um corpo sexuado, já que o sexo é natural, anatômico e o gênero, por sua vez, seria uma construção independente do sexo. Nesse sentido, introduz-se a noção de performatividade de gênero, concebida pela teórica culturalista Judith Butler (2003), a qual afirma que o gênero seria um efeito discursivo do corpo, e o sexo um efeito do gênero, e que esse seria moldado na relação sujeito e sociedade, em conformidade com a lógica da inteligibilidade cultural, que normatiza e legitima comportamentos e práticas.

Esse viés crítico às concepções socialmente construídas sobre o gênero é um fator relevante na criação de vínculos entre o espectador e a drag queen, uma vez que a apreensão da performatividade de gênero dá brecha para uma aceitação individual, e subsequente desmembramento de uma insegurança psicológica, que antes o inibia de ser quem realmente desejava.

Logo, o programa tem o papel de levar tais debates ao domínio amplo e massivo, se utilizando da “humanização” dos participantes, com abordagem que inclui a narração de suas trajetórias no mundo real, a fim de criar empatia no telespectador. Além de fomentar o empoderamento individual desse público, através da utilização das drag queens como espelhos para a autoaceitação.

Capitalização da cultura drag

Como visto anteriormente, o processo de desconstrução da personagem e a exposição das histórias dos artistas são fundamentais para compreender a conexão formada entre os espectadores e o reality show, sendo assim a fórmula do sucesso do *Drag Race*. Tal fator é importante para compreender o processo de celebração da cultura drag, porém não é o único. A presente seção centrará a análise em outro fator relevante, aqui chamado de capitalização, que se refere a inserção das drag queens numa dinâmica de consumo criada pelo sistema capitalista, e expandido com o processo de globalização.

No contexto sistêmico no qual estamos inseridos o consumo é uma variável de suma importância, sendo este capaz de moldar padrões de comportamento, modificar realidades e fomentar o surgimento de inovações (ORTIZ, 1994). Nesse cenário, a inserção da cultura queen no território de consumo midiático representou um divisor de águas na forma como esta era vista, deixando de ser uma manifestação de um grupo excluído, para se tornar parte rentável dentro de uma indústria *mainstream*.

As drag queens foram humanizadas, agora estão na moda e aparecem com mais frequência na mídia de massa, fazem shows para públicos não necessariamente guetificados, gravam comerciais, lançam CDs, etc. Ou seja, foram capitalizadas,

cooptadas e conseguiram virar celebridade (LANG et al, 2015, p.7).

A transformação da forma que a drag queen passou a ser percebida na sociedade é facilmente visível no Brasil. A ascensão de Pablllo Vittar, Aretuza Lovi, Gloria Groove, dentre outras é um traço representativo da expansão midiática sobre esse grupo. Hoje é possível elencá-las como celebridades, uma vez que são resultados de processos econômicos e culturais, que as transformam em commodities/marcas que vendem coisas, conceitos e vivem de sua imagem (TURNER, 2013).

[Rupaul] se tornou uma marca, o seu produto é a sua própria identidade. Ele possui um legado, com participação em mais de 50 filmes e *sitcoms*, contrato com a *M.A.C Cosmetics*, 11 álbuns solos, duas autobiografias, um programa de rádio, um *talk show*, participação em *realities* e a produção-executiva do grande fenômeno mundial *RuPaul's Drag Race*. Além de todo *merchandising* ao seu redor: bonecas, vestimentas, cosméticos, perfumes, chocolates e video *games* (LANG et al, 2015, p.5. Grifo do autor).

Portanto, a celebrização da cultura drag, possibilitada com o advento do reality show, se justifica pela transformação desta em um produto midiático, com orientações econômicas marcadas pela lógica do capital e do retorno financeiro (PEREIRA, 2016). Contudo, apesar do programa representar uma “janela” para essa manifestação artística, a capitalização só tornou-se possível devido a expansão do mercado consumidor homossexual, e o subsequente interesse de fomentar a criação de produtos e manifestações voltadas para esse nicho.

Os homossexuais representam, segundo Nunan (2003), um mercado de amplo poder aquisitivo, uma vez que a grande maioria não tem filhos, e costumam ter um elevado grau de escolaridade. Tal característica, aliada à maior representatividade conquistada pelos LGBTs, instigou o interesse empresarial em investir em produtos específicos para este grupo, como em hotéis, clubes, roupas, dentre outros. Nesse contexto, o próprio *Drag Race* se insere na necessidade crescente de se produzir entretenimento para o público homossexual.

Visto isso, a visibilidade que as drag queens obtiveram recentemente é influenciada pelo interesse mercadológico de se difundir personalidades cujos preceitos, histórias e características pessoais são compartilhados com o público gay, criando assim a empatia fundamental para a consolidação de uma celebridade (TURNER, 2013). Porém, cabe ressaltar que o programa lançou um conjunto de drags que não são apenas veneradas pelo público LGBT, mas também por homens e mulheres heterossexuais, o que potencializa a capacidade mercadológica destas.

Em suma, é perceptível que a capitalização das queens é um fator importante para a compreensão do fenômeno internacional que se tornou. Foi devido à absorção pela mídia e a transformação dessa cultura em algo rentável, num contexto de ampliação do mercado

homossexual, que as drag queens têm conseguido consolidar o seu espaço no entretenimento, e mais importante, têm garantido a representatividade deste grupo perante a sociedade que sempre as marginalizou.

Considerações Finais

Para concluir, cabe reiterar que, propagada pelo advento da globalização, a cultura drag alcançou patamares antes inimagináveis para uma comunidade que sempre esteve à margem da sociedade. O *Drag Race*, como dito anteriormente, é um símbolo nessa conquista de espaço dentro da mídia, e subsequente consolidação dessa expressão artística como uma forma de legitimação e representatividade LGBT.

Podemos afirmar, então, que a transformação da cultura drag promovida após o reality comandado por Rupaul se justifica: primeiro pela forma como o programa é construído, evidenciando as histórias das competidoras e debatendo temas relevantes para a comunidade LGBT, fomentando assim uma identificação por parte dos espectadores e a fidelização ao show; e pela expansão recente do mercado de consumo homossexual, o que induziu à criação de um conjunto de bens específicos para esse nicho com grande potencial. As drag queens se tornaram, então, celebridades inseridas dentro da lógica do capitalismo.

Em suma, tais premissas explicam a ascensão da cultura drag ao nível internacional. Contudo, é importante lembrar que esse é um processo recente, que ainda não se encontra totalmente solidificado. No contexto no qual a luta pelos direitos LGBTs ainda estão em voga, a drag precisa ser vista também como uma representante na luta por esses direitos. Como diz Rupaul: “Ser drag queen, hoje, é um ato político”.

Referências Bibliográficas

AMANAJÁS, Igor. Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas. **Revista Belas Artes**, São Paulo, n. 16, set-dez/2014. Disponível em: <<http://www.belasartes.br/revistabelasartes/?pagina=player&slug=drag-queen-um-percursohistorico-pela-artedos-atores-transformistas>>. Acesso em 27 fev. 2018.

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

COELHO CESAR, Ana Maria Roux Valentini. Método do estudo de caso (case studies) ou Método do Caso (teaching cases). Uma análise dos dois métodos no ensino da pesquisa em

administração. **Rev. Eletrônica Mackenzie de Casos** [Internet], v. 1, n. 1, p. 1-23, 2005.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. Brasília: Publicação online, abr. 2012. Disponível em: <http://www.sertao.ufg.br/up/16/o/ORIENTAÇÕES_POPULAÇÃO_TRANS.pdf?1334065989>. Acesso em 27 fev. 2018.

LANG, Patrícia et al. A Construção de Celebidades Drags a Partir de RuPaul's Drag Race: Uma Virada do Imaginário Queer. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**, 38., 2015, Rio de Janeiro, RJ. Anais (online). Intercom, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3777-1.pdf>>. Acesso em 27 fev. 2018.

NUNAN, Adriana. **Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo**. Rio de Janeiro: Caravansarai, 2003.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. 2.ed. Brasiliense, São Paulo, 1994.

PEREIRA, Livia Maria Dantas. **“Bitch I’m from Recife”**: A influência do programa **“Rupaul’s Drag Race”** na cena drag pós-moderna da cidade de Recife. Monografia (monografia em jornalismo) - Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, p.101, 2016.

REIS, Kaippe Arnon Silva; FERREIRA, Raquel Marques Carriço. Shantay, You Stay: o consumo de RuPaul's Drag Race no Brasil. **Anagrama**, v. 11, n. 1, 2017.

TURNER, Graeme. **Understanding celebrity**. 2.ed. Sage, 2013.