

## **“Please, come to Brazil!”: as práticas dos fãs brasileiros do reality show *RuPaul’s Drag Race***

## **“Please, come to Brazil!”: the practices of Brazilian *RuPaul’s Drag Race* fans**

*Mayka Castellano<sup>1</sup>, Heitor Leal Machado<sup>2</sup>*

---

1 Professora do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre e doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da ECO/UFRJ, onde também realizou um pós-doutorado com bolsa FAPERJ. [maykacastellano@gmail.com](mailto:maykacastellano@gmail.com).

2 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). [heitorlmachado@gmail.com](mailto:heitorlmachado@gmail.com).

## Resumo

Neste artigo, analisamos as práticas dos fãs do reality show *RuPaul's Drag Race*, que promove uma disputa entre *drag queens*, por meio do monitoramento das interações que acontecem nas páginas de grupos brasileiros do Facebook dedicadas 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 LGBTQ+. 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 desses artistas, que atraem cada vez mais interesse do público *mainstream*, o que também é problematizado no artigo.

## Palavras-chave

Fãs, RuPaul's Drag Race, camp.

## Abstract

In this article, we analyze the *RuPaul's Drag Race* fandom by monitoring the interactions that takes place on Brazilian Facebook pages and groups dedicated to the program, in order to discuss its success and local derivatives in a context marked by the radicalization of discourses on the issues of LGBTQ+ rights. In addition, we evaluate the influence of this show in the creation and strengthening of a rich *drag queen* scene in Rio de Janeiro and São Paulo, with the emergence of parties and nightclubs specialized in these artists' performances, which are also increasingly attracting mainstream interest.

## Keywords

Fandom, RuPaul's Drag Race, camp.

A questão LGBTQ+ 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 em 2013<sup>3</sup>, 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. O projeto foi proposto pelo deputado federal Anderson Ferreira (PR-PE), ligado à “bancada evangélica”<sup>4</sup> do Congresso Nacional, e relatado por Diego Garcia (PHS-PR), deputado ligado ao Grupo Pró-Vida, da Igreja Católica (ÉBOLI, 2016).

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 a lideranças políticas que se destacam na luta pelos direitos dos homossexuais, como o deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ), único congressista brasileiro assumidamente gay. Embora tenha sido eleito para seu segundo mandato com 144 mil votos no estado do Rio de Janeiro (JEAN..., 2014) e considerado em 2015 pela revista *The Economist* como um dos 50 nomes que mais defendem a diversidade sexual (REVISTA..., 2015), o deputado sofre frequentes ataques na web, além de campanhas de difamação. Às vezes considerado uma “bancada de um homem só” (ABUJAMRA, 2015), Jean Wyllys tenta fazer frente à pauta conservadora do Congresso com projetos de lei progressistas, como a regulamentação da maconha e de profissionais do sexo. No entanto, o deputado é mais conhecido por sua postura combativa no que se refere aos direitos da comunidade LGBTQ+, principalmente pela ausência de um amparo legal a esses indivíduos contra a discriminação e violência.

De acordo com o último *Relatório anual de assassinatos de homossexuais no Brasil* do Grupo Gay da Bahia (GGB)<sup>5</sup>, em 2014 foram documentadas 326 mortes

---

3 Mais informações em Brasil (2013).

4 Mais informações em Medeiros e Fonseca (2016).

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

ligadas à população LGBT+, incluindo nove suicídios, o que corresponde a um assassinato a cada 27 horas (GRUPO GAY DA BAHIA, 2014). A partir 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 100<sup>6</sup> mais de 6,5 mil denúncias de episódios de discriminação contra gays, lésbicas e transexuais somente até outubro de 2014, um aumento de 460% em quatro anos (MACIEL, 2014).

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, ademais, em eventos como as paradas do orgulho gay. A maior delas, em São Paulo, reuniu em 2016 dois milhões de pessoas (GONÇALVES; ARAÚJO, 2016), número bastante expressivo, considerando que a população gay brasileira é estimada em 20 milhões de indivíduos (SCRIVANO; SORIMA NETO, 2016).

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; SOUZA; MONTEIRO, 2014) até a intensa dedicação a um *fandom* (FISKE, 2001; GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2007). Neste trabalho, avaliamos algumas práticas e motivações sociais dos fãs brasileiros do *reality show RuPaul's Drag Race* e a cena *drag*<sup>7</sup> que se fortaleceu no país graças ao sucesso do programa.

6 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://www.sdh.gov.br/disque100/>>.

7 Neste trabalho, faremos constante referência aos termos "*drag queen*" e "travesti". Tendo em vista que para algumas pessoas essas acepções podem não estar tão claras, recorreremos às definições propostas pelo "Manual de Comunicação LGBT" da ABGLT (Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais). Segundo o manual, *drag queens* são: "Home(ns) que se veste(m) com roupas femininas de forma satírica e extravagante para o exercício da profissão em shows e outros eventos. Uma *drag queen* não deixa de ser um tipo de 'transformista' (Indivíduo que se veste com roupas do gênero oposto movido por questões artísticas), pois o uso das roupas está ligado a questões artísticas – a diferença é que a produção necessariamente focaliza o humor, o exagero". A palavra "travesti", por sua vez, pode ser apresentada como "pessoa que nasce do sexo masculino ou feminino, mas que tem sua identidade de gênero oposta ao seu sexo biológico, assumindo papéis de gênero diferentes do imposto pela sociedade. Muitas travestis modificam seus corpos por meio de hormonioterapias, aplicações de silicone e/ou cirurgias plásticas,

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, dessa forma, que a análise da repercussão que esse artefato tem conseguido, tanto em grupos específicos quanto, cada vez mais, 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.

Para a realização deste artigo, além de acompanhar, ao longo de 2015, as páginas criadas por fãs no Facebook (RuPaul's Drag Race Brasil<sup>8</sup> e RuPaul's Drag Race | BRASIL LIPSYNCERS<sup>9</sup>), 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).

### **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 construída por RuPaul gerou a visibilidade necessária para que, há nove temporadas, ela seja a *mamma drag* responsável por eleger a próxima *America's next drag superstar*. Essa é sua missão em *RuPaul's Drag Race (RPDR)*, 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*

---

porém, vale ressaltar que isso não é regra para todas (definição adotada pela conferência nacional LGBT em 2008). Diferentemente das transexuais, as travestis não desejam realizar a cirurgia de redesignação sexual (mudança de órgão genital)." Disponível em: <<http://bit.ly/1KQjJsw>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

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

9 Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/rupaul/?fref=ts>>.

RuPaul é a apresentadora desse *reality show* competitivo, que é meio '*America's Next Top Model*'<sup>10</sup>, e fabuloso por inteiro".

No programa, que exibe em 2017 sua nona 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<sup>11</sup> que, por sua vez, definirá a eliminada da semana<sup>12</sup>. Quando restam apenas três finalistas, é a própria RuPaul quem decide 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 cenas de disputa das provas com aquelas captadas pelas câmeras instaladas no estúdio onde as participantes<sup>13</sup> passam a maior parte do tempo se preparando para as atividades e "se montando" para os desfiles que acontecem ao final de cada episódio. Dessa maneira, são exploradas as relações interpessoais entre as competidoras, que variam da construção de fortes laços de amizade até os típicos "barracos", tão frequentes em *reality shows* de convivência como o *Big Brother*, além de 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* que mostra cenas de fora da edição final do programa.

RPDR é um típico exemplo de 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

---

10 *America's 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 está em sua vigésima segunda temporada.

11 No duelo, as duas *drags* precisam dublar e dançar uma música previamente escolhida pela produção, ao mesmo tempo, no palco principal da atração. A melhor performance garante à participante a continuidade no programa.

12 *RuPaul's Drag Race* é exibido originalmente, na TV americana, semanalmente.

13 "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.

somada já faz frente aos conteúdos consumidos de forma massiva. Ao longo das temporadas, o programa, inicialmente produzido por uma pequena emissora com um orçamento bastante modesto, ampliou consideravelmente seu público e se tornou um verdadeiro sucesso *cult*<sup>14</sup>. A repercussão foi tão grande que gerou dois outros produtos: *RuPaul's Drag Race All Stars*, em que 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<sup>15</sup>.

Nesse programa derivado, RuPaul não aparece com roupas femininas pois 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 performático

---

14 O sucesso do programa, embora seja bastante expressivo, por exemplo, em sites de redes sociais, ainda não permite sua inclusão no rol dos produtos *mainstream*, pois sua repercussão segue restrita a uma parcela bastante específica da audiência.

15 A cultura terapêutica, de acordo com autores como Frank Furedi (2004), seria uma das características da contemporaneidade e pode ser definida como a tendência de disseminação de um imaginário que coloca a emoção e a subjetividade como elementos primordiais à compreensão de questões relativas a todos os aspectos da vida humana. De acordo com Furedi (2004), um dos principais sintomas dessa fase pode ser medido pelo uso cada vez mais corrente do vocabulário terapêutico, que deixa de se referir apenas a problemas atípicos e estados mentais exóticos para se tornar corriqueiro em situações do cotidiano. Expressões como autoestima, vício, compulsão, depressão, trauma, síndrome, estresse e ansiedade passam a fazer parte do imaginário compartilhado e revelam não apenas uma mudança idiomática, mas o surgimento de novas atitudes e expectativas culturais.

mais subversivo que questiona as noções 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. (CHARLES, 2013, p. 2)

Tal "normatização" pareceu ser também adotada pelo Logo, canal que exhibe RPDR nos Estados Unidos cujo público alvo era, até 2012, a comunidade LGBTQ+. 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" (LOGO..., 2012).

A ideia de incorporação, tão cara ao entendimento das subculturas, é bastante presente na discussão sobre o programa, seja no campo acadêmico, a partir de recentes contribuições que têm como foco de interesse esse *reality show*, seja nas interações dos fãs mais engajados na internet. Sobretudo no debate acadêmico, tal questão é frequentemente pontuada pelos usos e controvérsias sobre o conceito de camp. Publicadas originalmente em 1964, as *Notas sobre o Camp* de Susan Sontag (1987) definiam essa complexa sensibilidade (acima sugerida pelo canal Logo) 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 mundo<sup>16</sup>. Esta perspectiva, entretanto, diminuía a até então forte relação do camp com a homossexualidade, esvaziando-o de seu principal agente político.

16 O camp pode ser caracterizado como uma sensibilidade diferenciada em que a estetização, o estilo, o exagero e o artifício são supervalorizados, em um "hedonismo audacioso que sucede ao bom gosto" (SONTAG, 1987; FREIRE



Essa noção foi reivindicada por muitos autores que buscaram reforçar a vinculação do *camp* à cultura *queer*. 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. O *camp*, associado a uma prática cultural, funcionaria, então, como um veículo involuntário para a introdução de uma determinada agenda 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 no trabalho de Linda Hutcheon (*apud* MEYER, 2005), 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.

Na verdade, o que se percebe é que RuPaul fez do *camp* um estilo de vida<sup>17</sup> 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 irá amar o próximo?”. Mas, como aponta Edgar (2011), RPDR oferece uma perspectiva limitada da

---

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).

17 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.

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. De fato, é perceptível que participantes que adotam um comportamento e, sobretudo, um visual menos normatizado (principalmente no tocante à ideia de "simulação" de uma *feminilidade*) costumam ter vida curta no programa. É notável também nesse sentido, que, embora seja comum a inclusão de artistas fora do padrão "desejável" de corpo magro entre as participantes, nenhuma delas, nas oito temporadas que foram ao ar, chegou a ser coroada.

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 consumo" (DUGGAN, 2002, p. 179 *apud* LEMASTER, 2015, p. 184). O consumo, a propósito, é uma temática bastante recorrente no programa, o que pode ser percebido tanto na presença das marcas que patrocinam a atração (que são incorporadas às provas da competição<sup>18</sup>) quanto no próprio comportamento das participantes, que costumam fazer comentários ácidos a respeito da qualidade e da quantidade de peças dos guarda-roupas e dos acessórios das demais *queens*.

Ao analisar o camp apresentado nos programas de RuPaul, Morrison (2014) o define como "sádico", uma vez que ele reforçaria os papéis de gênero e capitalizaria causas políticas homonormativas. Segundo o autor, estas performances muitas

---

18 É comum, por exemplo, uma das provas da temporada envolver a gravação de um comercial para a marca patrocinadora.

vezes violentam discursivamente o corpo de mulheres, gordos, idosos e outros grupos minoritários através de representações bem-intencionadas, mas que só reafirmam o privilégio de quem as performa (MORRISON, 2014, p. 125). Isso é ainda mais perceptível em *RuPaul's Drag U*, mencionado anteriormente. Morrison (2014) cita como exemplo o episódio *Lesbians Gone Wild* – em que lésbicas com identidades “masculinizadas” são convocadas a acharem sua “*drag interior*” –, considerando agressiva a forma com que o programa impõe clichês *drags*. O autor afirma que o desdém 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).

### **O *fandom* brasileiro de RPDR**

Embora a maior parte da população brasileira provavelmente nunca tenha ouvido falar de RPDR, o programa possui uma dedicada comunidade de fãs no país, que vem crescendo substancialmente desde sua entrada para o catálogo da *Netflix*, em 2014. Antes disso, a atração só estava disponível via *download* (ilegal) pela internet<sup>19</sup>, uma vez que o canal Logo<sup>20</sup> não é retransmitido por nenhum serviço de TV por assinatura no país<sup>21</sup> (BROOKER, 2009). Em meados de 2015, o canal Multishow,

---

19 “Em entrevista do CEO da 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).

20 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.

21 Em um show realizado em São Paulo, a vencedora da sexta temporada, Bianca Del Rio agradeceu, em nome de várias participantes, a acolhida que elas vêm recebendo do público brasileiro: “nós admiramos o apoio de vocês, porque eu sei que o programa não passa na TV aqui no Brasil, então vocês têm que fazer download ilegal!” (tradução dos autores).

da Globosat<sup>22</sup>, 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 "o primeiro *reality show* feito no país apenas com gays, travestis e *drag queens*"<sup>23</sup>. 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 LGBT+<sup>24</sup>. 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 oficial (ACADEMIA DE DRAGS, 2014). Produzido diretamente para a internet, o programa é apresentado pela *drag queen* Silvetty Montilla, e tem a postagem de episódios de 30 minutos duas vezes por semana no YouTube. 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 pessoas<sup>25</sup>.

---

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

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

24 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.

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

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 da *Folha de S. Paulo* em janeiro de 2015 (PESSOA, 2015), e também foi destaque no suplemento carioca da revista *Veja* (MEINICKE, 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"<sup>26</sup>.

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! (BONDUKI, 2015)

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 *downloads* e *streaming*, comprar o produto é quase uma declaração de amor: "Eu não comprava CD fazia anos, mas paguei pra baixar o da Jinkx Monsoon<sup>27</sup>, pois ela merece", explica a seguidora. Na matéria, uma fã admite a importância da Netflix para o consumo do *reality*:

26 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 (STOPERA, 2015).

27 Participante da quinta temporada de *RuPaul's Drag Race*.

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*<sup>28</sup> de determinada participante, eventualmente apresentada no programa como "vilã" ou adversária de uma *queen* predileta, uma vez 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* em que mostram performances e, também, compartilham dicas de como "se montar" (técnicas de maquiagem, uso de enchimentos, colocação de perucas etc.). Em dezembro de 2015, a página *RuPaul's Drag Race Brasil*<sup>29</sup> compartilhou uma postagem do *Twitter* da ex-participante Trixie Mattel: "Diz que ama *drag*, mas só assiste à *Drag Race*. É como dizer que ama música, mas só assistir a *American Idol*. Assista às queens locais!"(MATTEL, 2015). 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 de São Paulo (Serviço

28 "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.

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

Social do Comércio), tradicional local de educação informal e 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 autoconhecimento. (SESC SÃO PAULO, 2015)

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 à 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 "goodbye". Ali estão desde o menino barbado com vestido de chita a drags experientes, meninos e meninas dando saltinhos como se esperassem o líder de uma *boyband*. (VIEIRA, 2015)

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, presentes, além da forte presença do consumo pela compra de produtos oficiais como camisetas, bonés e pôsteres assinados.

Os shows das estrelas do *reality* 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", por exemplo, que acontece nas duas cidades e já recebeu dezenas de estrelas do programa. A *drag* carioca Rebecca Foxx<sup>30</sup>, 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 começassem 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 não fossem nomeadas dessa forma naquele momento<sup>31</sup>.

30 Entrevista concedida aos autores do artigo, pelo *messenger* do Facebook, em dezembro de 2015.

31 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 pêlos, 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's Drag Race* privilegia um tipo de performance *drag* que se aproxima da expectativa gerada no transformismo (tal como a feminilidade e a beleza).



Atento à retomada do interesse por essas performances, Silvio voltou a apresentar as “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 noite (DRAG..., 2015).

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

Travestis 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

Diante desse cenário que apresenta, lado a lado, um florescimento de práticas culturais associadas ao universo LGBTQ+ e a manutenção de estereótipos e violências contra esse mesmo grupo, torna-se necessário refletir sobre seus desdobramentos políticos e sociais, enquanto o *queer* é, de certo modo, abraçado pelo *mainstream*. Ao mesmo tempo que verificamos a ampliação do público interessado na arte *drag*, de janeiro a julho de 2016, foram registrados 173 crimes contra lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais, um a cada 29 horas (REVISTA..., 2016). Alguns dados corroboram e ajudam a entender a complexidade do quadro político brasileiro em relação à questão LGBTQ+.

José Luiz Datena, por exemplo, jornalista mencionado na citação anterior, acusado de homofobia, costuma ser apontado como possível candidato à

prefeitura da maior cidade do país e figura em segundo lugar nas intenções de voto (RUSSOMANO..., 2017). A legenda cogitada para sua candidatura é o Partido Progressista (PP), antigo partido político de Jair Bolsonaro (atualmente no PSC, Partido Social Cristão), deputado declaradamente "antigay" e réu no Supremo Tribunal Federal por incitação ao estupro e injúria (RAMALHO, 2017), hoje cotado para as eleições presidenciais de 2018. Por razões como essa, a ABGLT (Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais) lançou a campanha "Voto contra a LGBTfobia, defendo a cidadania", que incentiva candidatos a assinarem um termo de compromisso pela cidadania da população LGBTQ+ (REIS, 2016).

Em termos de representatividade, o cenário é igualmente controverso. Por um lado, Valéria Rodrigues, candidata transexual pelo Partido Comunista do Brasil (PCdoB), conseguiu na Justiça o direito de concorrer dentro da cota de 30% de candidaturas femininas estabelecida pela legislação eleitoral (BERGAMO, 2016). Por outro, Thammy Miranda, ator e modelo trans, concorreu à Câmara dos Vereadores de São Paulo pelo antigo partido de Bolsonaro, o PP (THAMMY..., 2016), conhecido pela agenda conservadora no tocante à pauta dos direitos LGBTQ+.

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 reafirma valores neoliberais como patriotismo<sup>32</sup> 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 na inserção de uma agenda política LGBTQ+ *mainstream* na TV; afinal, percebemos a consolidação de um *fandom* que atravessa as fronteiras

---

32 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.

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”.

## Referências

ABUJAMRA, A. A bancada de um homem só. *Piauí*, Rio de Janeiro, n. 110, nov. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2s5L7PL>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

ACADEMIA DE DRAGS. *O programa*. 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2tRCT1I>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. De Westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira: ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2014.

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

BERGAMO, M. Candidata transexual vai disputar eleição na cota das mulheres. *Folha de São Paulo*, 29 jul. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2t5w9dT>>. Acesso em: 13 jun. 2017

BONDUKI, B. Elas são loucas por RuPaul's Drag Race: conheça o que estas garotas já fizeram pelo reality show. *Portal Vírgula*, 13 fev. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/zUHHoV>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. *Resolução nº 175, de 14 de maio de 2013*. Brasília, DF, 15 maio 2013.

BROOKER, W. Television out of time: watching cult shows on download. In: PEARSON, R. (Ed.). *Reading Lost: perspectives on a hit television show*. London: I. B. Tauris, 2009. p. 51-72.

CHARLES, R. A. *The transformer: RuPaul*. Entrevistador: Jason Wu. [mar. 2013]. New York: Interview Magazine, 2013.

DRAG queens brilham em performances e disputam prêmio de R\$ 5 mil. R7, São Paulo, 6 out. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2tVgzng>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

ÉBOLI, E. Comissão aprova estatuto que define família como relação apenas entre homem e mulher. *O Globo*, 24 set. 2016. Disponível em: <<https://globo.com/2raXjhs>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

EDGAR, E.-A. "Xtravaganza!": drag representation and articulation in "RuPaul's Drag Race". *Studies in Popular Culture*, New York, v. 34, n. 1, p. 133-146, 2011.

FISKE, J. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, L. A. (Ed.). *The adoring audience*. London: Routledge, 2001. p. 30-49.

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

FUREDI, F. *Therapy culture: cultivating vulnerability in an uncertain age*. London: Routledge, 2004.

GONÇALVES, G.; ARAÚJO, G. Com 17 trios elétricos, Parada Gay reúne multidão em São Paulo. *G1*, 29 maio 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/EN78W3>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

GRAY, J.; SANDVOSS, C.; HARRINGTON, C. L. (Eds.). *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press, 2007.

GRUPO GAY DA BAHIA. *Assassinato de homossexuais (LGBT) no Brasil: relatório 2014*. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/i1qD6y>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

JEAN Wyllys aumenta votação em dez vezes. *Carta Capital*, 5 out. 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2riPWbL>>. Acesso em: 13 dez. 2015.

KELLNER, D. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.

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

LOGO saying GOODBYE to gay-themed programming. *Perez Hilton*, 5 mar. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2sr0eCt>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

LOURO, G. L. *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. São Paulo: Autêntica, 2004.

MACIEL, E. A cada hora, 1 gay sofre violência no Brasil; denúncias crescem 460%. *O Estado de S. Paulo*, 21 nov. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/qAVcyj>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

MATTEL, T. (@trixiemattel). 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! Twitter, 22 nov. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2tViMiC>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

MEDEIROS, E.; FONSECA, B. As bancadas da Câmara. *Agência Pública*, 18 fev. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/1RbXII4>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

MEINICKE, T. *Drag queens* internacionais são atrações em festas da cidade. *Veja Rio*, 21 fev. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/RMYMYW>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

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

MORRISON, J. Draguating to normal. In: DAEMS, J. *The makeup of RuPaul's Drag Race: essays on the queen of reality shows*. Jefferson: McFarland, 2014. p. 124-148.

PESSOA, G. S. RuPaul estreia 7ª temporada de reality show e celebra coragem de participantes. *Folha de S. Paulo*, 11 jan. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/0pHEtA>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

PIRAJÁ, T. *Das calçadas à tela da TV: representações de travestis em séries da Rede Globo*. 2011. 179 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

RAMALHO, R. STF rejeita recurso e mantém Bolsonaro réu por suposta incitação ao estupro. *G1*, 7 mar. 2017. Disponível em: <<https://glo.bo/2mgevR6>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

REIS, T. Campanha "Voto contra a LGBTfobia, defendo a cidadania". *Congresso em Foco*, 30 jul. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2tqiqlP>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

REVISTA elege Jean Wyllys um dos 50 nomes que defendem diversidade. *G1*, 6 nov. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/jVbYW6>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

RUPAUL, C. *Workin'it: RuPaul's guide to life, liberty, and the pursuit of style*. New York: Harper Collins, 2010.

RUSSOMANO e Datena disputariam segundo turno em São Paulo, diz pesquisa. *Veja São Paulo*, 1 jun. 2017. Disponível em: <<http://abr.ai/2srdt62>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

SCRIVANO, R.; SORIMA NETO, J. Potencial de compras LGBT é estimado em R\$ 419 bilhões no Brasil. *O Globo*, 6 abr. 2016. Disponível em: <<https://glo.bo/2rDJDIF>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

SESC SÃO PAULO. *Drag queen: workshop de montagem*. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2tVEinr>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 22, 2013, Salvador. *Anais...* Salvador: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2013.

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

STOPERA, M. We need to talk about Brazil. *BuzzFeed*, 12 out. 2015. Disponível em: <<http://bzfd.it/2tRH3Xm>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

THAMMY Miranda. Thammy. 2º mais votado do PP, não se elege vereador e diz que "sonho não acabou". *Folha de São Paulo*, 3 out. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2tq1fPo>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

VIEIRA, W. Graças a RuPaul, *drag queens* estão na moda. *Carta Capital*, 22 mar. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/cbCFZs>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

WHITNEY, E. Capitalizing on camp: greed and the queer marketplace. *Text and Performance Quarterly*, Columbia, v. 26, n. 1, p. 36-46, 2006.

submetido em: 7 jun. 2016 | aprovado em: 19 set. 2016