

## **TRABAJO DE FIN DE MÁSTER**

# **(In)Felicidad y normatividad *queer* en medios: representaciones de identidades queer marginales en *RuPaul's Drag Race***

Autora: Noelia Teresa Cabrera Domínguez

Tutor: José Antonio Ramos Arteaga

# Índice

Introducción.....	1
La Telerrealidad de RuPaul y los Nuevos Medios.....	10
Capítulo 1. El “dragpitalismo” de <i>RuPaul’s Drag Race</i> .....	14
Capítulo 2. A la venta: <i>RuGirls</i> .....	25
Capítulo 3. Todos nacemos desnudos y el resto es drag normativo.....	37
Conclusiones.....	49
Glosario.....	52
Anexo.....	55
Bibliografía.....	59

## Resumen

Dentro de los estudios de identidades disidentes existe un vacío que relacione el estudio del arte del drag con la inevitable presencia de los nuevos medios. Los programas de telerrealidad como *RuPaul's Drag Race* pretenden llenar la brecha entre identidades *queer* y el *mainstream*. Sin embargo, conforme la franquicia crece, se vuelve más normativa, imponiendo una homonormatividad que empuja a las versiones más diversas del drag a un lado.

En este trabajo de final de máster se realiza un análisis cultural del fenómeno de *RuPaul's Drag Race*, en concreto, su impacto en el mundo del drag y en la representación de las identidades *queer* en los nuevos medios. Se lleva a cabo un análisis del marketing del show en el que destaca la mercantilización de las concursantes y su trauma. De esta forma, se postula un tipo de “dragpitalismo” por el cual el mismo arte del drag es reducido a una homonormatividad mercantilizable que se centra en el trauma en lugar de la felicidad *queer*, lo que aleja al show de sus orígenes (y los del drag) subversivos y reivindicativos.

## Abstract

Within the study of queer identities there exists a lack of academic literature that connects the study of drag with the inevitable presence of the new media. Reality shows such as *RuPaul's Drag Race* intend to bridge the gap between queer identities and the mainstream. However, as the franchise expands, it also becomes more normative, imposing a homonormativity that pushes away more diverse versions of drag.

This masters' thesis undertakes a cultural analysis of the phenomenon of *RuPaul's Drag Race*, particularly, its impact on the world of drag and on the representation of *queer* identities in new media. This project analyzes the show's marketing techniques, specially the commodification of its contestants and their trauma. In this way, I postulate a sort of “dragpitalism” through which the very art of drag is reduced to a commodifiable homonormativity that centralizes queer trauma, instead of queer happiness, which could not be further from the show, and drag's, subversive and activist origins.

## Introducción

Como una persona joven explorando su *queerness*<sup>1</sup> recuerdo el impacto que tuvo en mí entrar en contacto con la franquicia de *RuPaul's Drag Race* (en adelante: *RPDR*), pero. Me atrajeron el brillo de las lentejuelas, lo alto de las pelucas y el largo de las pestañas y, pese a mi desconocimiento ante las referencias que se hacían en el guión a figuras pivotaes de la cultura queer y drag como Divine o John Waters, quedé fascinada instantáneamente con el concepto del show. Hasta recuerdo sentirme identificada con algunas de las *queens*<sup>2</sup> cuando no entendían las bromas de RuPaul, como Miss Fame en la temporada siete (2009) cuando el *host*, RuPaul Andre Charles, no paraba de preguntarle “*How's your head?*”<sup>3</sup> (“¿Y tú cabeza?”) y ella simplemente respondía “*Fine*” (“Bien”), en vez de continuar la broma diciendo “*Haven't had any complaints yet*” (“Nadie se ha quejado de ella”).

Si bien fueron aspectos meramente superficiales los que primeramente me atrajeron a este mundo, me fui percatando con rapidez que lo que verdaderamente me apasionaba eran las propias concursantes, sus historias, personalidades y, sobre todo, sus expresiones únicas del arte del drag y de sus identidades queer. Los momentos genuinos de conexión entre ellas, así como sus muchos roces y desacuerdos que surgían en el ambiente estresante de la competición, eran en los que más fascinada me sentía. A partir de entonces llevé a cabo una rápida asimilación de los gestos y vocabulario de las *queens*, incorporando expresiones como “*Yassss queen!*” y “*Werk!*” junto a otras en conversaciones rutinarias con más fans del programa, un hábito de corta duración pero que aún recuerdo en esos primeros momentos de contacto con la franquicia y con el drag estadounidense en general. Un proceso de asimilación del cual me arrepiento.

Desde entonces, mis sentimientos sobre el programa han cambiado bastante. Hace ya varios años que dejé de seguir religiosamente su trayectoria, perdiendo cuenta

---

<sup>1</sup> El vocabulario utilizado para hablar de la comunidad LGBTIAQ+ será intercambiable entre el español (disidencia/diversidad) y el inglés (*queer/queerness*) ya que elegir entre uno de ellos no reflejaría la profundidad del término dado el contexto de EE.UU. al que me ciño.

<sup>2</sup> Cabe destacar la diferencia de género que existe entre el drag en España, en concreto Canarias, y en EE.UU. En *RPDR* las drag *queens* usan pronombres femeninos para referirse a ellas mismas destacando sus personajes feminizados, mientras que en Canarias la tradición es ceñirse al masculino al hablar de los drags haciendo alusión a la mayoría de hombres gays que practican este arte. Así mismo, en EE.UU. es más común usar la expresión ‘las *queens*’, mientras que en Canarias se utiliza ‘los drags’.

<sup>3</sup> Las traducciones serán hechas por mí a no ser que se especifique un traductor externo. Además se puede consultar el glosario al final del trabajo en el que se incluyen las definiciones de las palabras seguidas de un asterisco.

de las numerosas versiones internacionales y los muchos *spin-offs*\* que continúan surgiendo. Como una persona en proceso de descubrir mi propia identidad queer, yo misma encontré en *RPDR* un espacio inclusivo en el que la otredad de las concursantes, al menos en apariencia, era celebrada. Sin embargo, conforme mi identidad fue tomando una forma cada vez más definida y madura, dejé de disfrutar tanto del show. Cuanto más lo veía, más me percataba de las narrativas forzadas en algunas temporadas y del impacto que tenían en las *queens* una vez dejaban el plató atrás. Era inevitable conectar con las *queens* y animarlas desde casa para que superaran los obstáculos de la competición y ganaran la corona. Sin embargo, ese cariño se convierte en frustración cuando se las ve sometidas a lo que a veces son críticas confusas, un problema persistente en el programa, que también poco a poco le daban forma a mi comprensión de qué drag era válido y cuál se merecía dejar el concurso. Me pude percatar de esta problemática dada su repetición, por ejemplo, cuando una concursante presenta un *look* o un estilo ya consolidado fuera del programa y que no concuerda con el ideal de drag que representa RuPaul, una imitación de una hiperfeminidad idealizada y refinada. Algunos ejemplos de ello son Dusty Ray Bottoms y su maquillaje de puntos en la temporada diez o las icónicas pelucas grises de Max en la temporada siete, las cuales cambió tras la insistencia de los jueces en los episodios anteriores y le costó el puesto en la competición, siendo eliminada en el mismo episodio.

El cambio constante de los parámetros que aparentan seguir los jueces a la hora de deliberar crea incongruencias en el show, lo que tiende a confundir y frustrar a la audiencia, llegando a cuestionar los motivos de la dirección del programa tras ver a las *queens* ser tan duramente escudriñadas, costándoles a algunas el avance en la competición. Pronto el juego de escoger una *queen* favorita se convirtió en intentar descubrir quién sería la villana de la temporada o la favorita de la producción para conocer quién llegaría al final de la competición o quién ganaría el próximo “*lip sync*”. Poner constantemente en cuestión si las críticas de RuPaul y los jueces son justas inspira a la gran cantidad de fans que debaten sobre las mismas entre ellos tras cada episodio, pero también puede poner en discusión la legitimidad del show y el mensaje que pretende difundir.

Así mismo, considero que mi inclinación por el show, aparte de la obvia conexión dada mi propia identidad queer como una persona bisexual, se debe también a la falta de representación y de presencia de personas LGBTIAQ+ en la televisión

española durante mi infancia y adolescencia. Siendo demasiado joven para tener acceso aún a internet y redes sociales donde poder encontrar más personas con las que resonar, esta falta de referentes entorpeció el proceso de mi autodefinición como persona queer. Buscar signos de la presencia de personas trans y del arte del drag en estas plataformas es una tarea especialmente ardua tanto por el cambio que el propio vocabulario ha experimentado desde entonces como por la existencia marginalizada de estas identidades. Las identidades queer han sido históricamente definidas por existir en los márgenes de la sociedad, restringidas de la mayoría de narrativas, especialmente aquellas de autoría queer. Esto se ve claramente ejemplificado en el ámbito de los medios de comunicación, donde las personas queer ocupaban espacios liminales y ocultos a la audiencia media.

La existencia marginalizada de estas identidades y sus narrativas en la historia televisiva española tiene como consecuencia un número muy escaso de ejemplos a analizar. Mayoritariamente, estos papeles en películas y programas, si es que eran incluidos, existían en un plano secundario o de forma anecdótica. Específicamente, cuando las drags aparecían en la televisión solían cumplir generalmente tres fines. Por un lado están aquellas que aparecían en programas como *El Diario de Patricia* (2001-2011), con el fin de hablar de su vida o justificarla frente a sus familiares para conseguir su apoyo y comprensión. Otras aparecían en programas como *La noche prohibida* (1996), donde se resaltaba el exotismo del drag adentrándose en la cultura de la noche y tomando a estas personas como objeto de estudio, pues se percibía que vivían unas vidas llenas de escándalo (Medianoche, “Las drags que conquistaron”). Finalmente, ya que la diferencia entre drag *queens* y transformistas no siempre ha estado tan definida, las historias de ambos se entrelazan formando parte de la inclusión del drag en la televisión. Generalmente, los transformistas eran incluidos como concursantes o como invitados especiales y, teniendo como fin la imitación humorística de famosas, como Paco León y su imitación de Anne Igartiburu y su programa *Corazón Corazón* (1993-2010), ‘El Golosina’ imitando a Lola Flores o el Maestro Joao quien imitaba a más de una, como “a Rocío Jurado, Betty Missiego, Sara Montiel, martirio o Marilyn Monroe” (Medianoche, “Las drags que conquistaron”).

Algunos nombres ganaron más notoriedad que otros en estos círculos como Deborah Ombres siendo la primera presentadora drag española y llegando a presentar los premios *MTV EMAs* en el 2002 en Barcelona. Así mismo, la autoproclamada

“primera drag española” según nos cuenta en su obra *Adiós Chueca: Memorias del Gaypitalismo: La creación de la marca gay* (2016), Shangay Lily, es posiblemente la drag con más visibilidad en la televisión española, participando en programas como: *La noche prohibida* (1996), *Esta noche, sexo* (1995), *Esta noche cruzamos el Mississippi* (1995-1997) y como participante en el concurso *La Granja* (2004) (Medianoche, “Las drags que conquistaron”).

En cuanto a similitudes con *RPDR*, si bien no tiene exactos precedentes en nuestro país, programas como *Carta Blanca* (2006) dieron espacio a identidades queer pese a su generalizada marginación, en concreto, cuando contaban con presentadoras como La Terremoto de Alcorcón quien organizó el concurso de “Miss Travesti España” que se orquestó para el que sería el último episodio de dicho programa. Este concurso ha sido comparado desde entonces con el propio *RPDR* en artículos como “Cuando La Terremoto de Alcorcón se adelantó a ‘Rupaul’s drag Race’” publicado en *El Español* en 2021 y escrito por Mike Medianoche, de la siguiente manera: “De esta forma tan naïf, La Terremoto de Alcorcón **se adelantaba a lo que estaba por venir en la televisión, los talent shows en los que compiten drag queens**. Algo que arrancó hace más de una década con el programa Rupaul’s drag Race” (Medianoche). Sin embargo, como gesto simbólico, todas las participantes fueron coronadas ganadoras, a diferencia del caso en *RPDR*. Así mismo, existe una clara diferenciación en cuanto a la profesionalidad de las propias drags ya que no todas ellas en este certamen presentaban el mismo nivel de refinamiento de sus personajes. Pese a ello, es una muestra de la mentalidad de la época y de cómo este contenido iba ganando cada vez más visibilidad y reconocimiento en los medios.

Uno de los ejemplos más destacados de la representación de la identidad queer, y en concreto del arte del drag, en los medios es sin duda la retransmisión del carnaval en las Islas Canarias, en concreto, la Gala Drag de Las Palmas de Gran Canaria. Los orígenes de esta gala se remontan incluso antes de su primer certamen oficial en 1998, ya que este es solamente un reflejo de la acción política que fue necesaria para hacer oficial la tradición de desfiles de las *queens* por las calles del carnaval, la que llevaba ocurriendo años a gozo y expectación de los viandantes. Gracias a la perseverancia de los artistas que lucharon por tener un espacio dentro de estas celebraciones, la Gala drag de Las Palmas de Gran Canaria es actualmente un aclamado espectáculo internacional que atrae cada año a miles de espectadores, incluyendo al propio RuPaul, quien

participó como artista invitado en 2008, antes incluso de que la primera temporada de *RPDR* fuera televisada en 2009. Mediante esta gala, se crea un espacio único y transformativo en el que los roles de género son subvertidos y cuestionados, un espacio específico para el arte y las identidades queer, algo inédito en otros ámbitos y territorios en los años noventa.

Si bien actualmente se ha consolidado como un icono por su inclusión y por lo elevado del arte que se expone en ella, así como su formato único en el mundo, la Gala Drag en su origen era muy diferente. Gracias al trabajo investigador que se ve reflejado en documentales como: *El Origen de La Gala Drag...* (2023), es posible reconstruir sus orígenes y analizar sus aspectos más destacados así como su influencia e impacto en la sociedad y cultura actuales. Si bien las reinas de La Isleta de Gran Canaria, lugar de origen de la gala, eran celebridades locales y ya tenían sus propios fans con anterioridad, no fue hasta 1998 que se celebraría la primera gala oficial drag de Gran Canaria.

Cabe destacar los humildes, y fabulosos, orígenes de esta gala para poder tener un mejor entendimiento del proceso de integración y de la evolución del mundo del drag canario hasta hoy. Las reinas aprovechaban la época de carnaval para poder crear trajes asombrosos y llamativos, que paseaban por el parque de Santa Catalina, por el famoso pasillo del Derby, por el que eran aplaudidas y aclamadas por los clientes de los bares mientras se presentaban distintos números destacando el estilo y humor de las drags. De esta forma la cultura gay y trans pasaba de existir solamente en la noche y los clubs de la zona a poder contonearse por las calles del carnaval en pleno día dejando boquiabiertos al resto de carnavaleros. Más que ser una presencia anecdótica, el colectivo tenía una gran importancia en las celebraciones, como explica Tita Suárez en el documental: “las cabeceras de todas las carrozas eran las mariquitas de La Isleta, que a lo mejor habíamos treinta, y, claro, treinta cada cual más exagerada con las ropas” (Carreras 3:39-3:50).

Pese a su popularidad en las calles, existía una inquietud por conseguir un espacio oficial donde poder ser reconocidas por su talento, formando parte oficial del carnaval de Las Palmas. Gracias a la insistencia de personas como Tita Suárez, cuya voz la llevó a convertirse en portavoz de este movimiento, por fin se creó la presión necesaria para poder comenzar el proceso, en las palabras de la misma Suárez en el

documental: “ya yo iba por la oficina del carnaval, Pepa [Pepa Luzardo, concejala de Fiestas del Ayuntamiento de Las Palmas en 1998] me veía entrar y cerraba la puerta. Le digo: ‘Señorita Pepa, ¡acuda a caja!’ Y yo me metía y le decía: ‘Mira la gente de La Isleta quiere que te diga esto, que la pasarela del Derby tienes que hacerla en el escenario, para nosotras, para darle glamour a esto’”(Carreras 13:28-13:47).

Inicialmente, se creó la gala Miss Traveskarnatival que sirvió como precedente para lo que sería el formato de la Gala Drag tal y como lo conocemos actualmente. La Gala Traveskarnatival sirvió como desfile, con un formato parecido al de la reina del carnaval en el que simplemente se trataba de ir de un lado al otro del escenario enseñando la creación o el disfraz de la persona concursante y haciendo un *playback*. De esta forma, el colectivo queer de La Isleta por fin consiguió reconocimiento oficial y un escenario sobre el que mostrar su glamour. Sin embargo, este formato llegó a llevarse más allá, incluso pese a la inicial respuesta de algunos sectores de la población, como cuenta Pedro José Franco, miembro del equipo organizador del Carnaval de Maspalomas desde 1986: “Hoy no, hoy no tiene ningún mérito, pero en el año 1986 hacían falta muchos cojones para hacerle frente a ese tema. Hombre, era algo extraño. La gala de Miss Traveskarnatival, cada vez que explicábamos en qué consistía la palabreja, joder, la gente: ‘No me digas, no me jodas, ¿los travestis?’ Y yo: ‘Sí, ¿Por qué no?’” (Carreras 7:15-7:33).

Esta incertidumbre ante el movimiento no era exclusiva a la audiencia ya que los propios concursantes han expresado su inicial desconocimiento ante la figura del drag, como Francisco Matraz, o drag Paco “el del Miau” nos cuenta: “La primera gala fue el mayor desastre del mundo ... No sabíamos lo que era un drag, hablando claro, no creo que nadie supiera lo que era un drag” (Carreras 18:04-18:15). Estos sentimientos de incertidumbre no sirvieron para parar el movimiento sino que ofrecía una cierta libertad de expresión de la que los artistas se sirvieron para sus creaciones.

Un ejemplo de ello es Carlos Menéndez, drag Heaven, el primer ganador de la gala en 1998, quien nos cuenta que: “los disfraces que yo me hacía eran todos con cosas recicladas, con tarjetas de Telefónica, con CDs, con veinte mil cosas... Yo recuerdo que yo salía por la calle y la gente me decía: ‘Adiós drag queen’. Y yo no sabía ni lo que era exactamente un drag queen. Yo sabía que realmente era un drag cuando vi la película *Priscilla, Reina del Desierto*”(Carreras 25:00-25:25). De esta forma, los propios

concurantes creaban sus performances, desde el maquillaje hasta las plataformas y los cortes de la música era todo creado por ellos. Incluso en una era tan temprana y pese a la disparidad que existía por la confusión ante el significado de ser drag, existía una característica que unificaban a los concursantes: la subversión del sistema sexo-género, como explica el antropólogo Gustavo Adolfo Santana: “Lo que pasó en la primera gala drag es que hubo de todo, ¿no? Y todos, todos, todos, coincidían en la subversión de los roles sexuales, ¿no? Es decir, en el género. Claro, ahí jugaba, tú no sabías si el que estaba arriba era gay, no era gay. En teoría entendías que sí. De ahí la expresión que se popularizó: ‘Qué desperdicio, más limpiaditos’”(Carreras 20:50-21:16).

El drag de Las Palmas se fue desarrollando y creando su propio estilo, una identidad drag única y singular por numerosos motivos. Anatol Yanovsky, el director de la Gala drag en 1998, lo explica de la siguiente manera:

En el mundo es un movimiento, a nivel estético estoy hablando, muy diferente. Entonces, el de aquí es muy particular. El elemento plataforma tan alta, eso no se veía. El elemento creativo, vestuario, no tiene nada que ver, porque normalmente cuando alguien ha visto la película ‘Priscilla’ [*Priscilla Reina del Desierto* (1994)] ves el movimiento drag, se vestían de mujer y todo eso, aquí no, aquí es un movimiento creativo muy futurista. Parece que estás viendo una película de ciencia ficción, ¿no? Entonces es el elemento a nivel creativo que define a los drags de aquí. (Carreras 23:22-24:09)

Se pueden identificar de esta manera dos etapas de la Gala Drag, explicadas por Jose Antonio Ramos Arteaga, profesor en Filología Hispánica por la Universidad de La Laguna. En sus orígenes, la gala se identificaba por estar en un estado híbrido e indefinido, como ya se ha mencionado anteriormente dado el desconocimiento y falta de referentes a la hora de mirar a la cultura drag teniendo como producto que tanto drag *queens* como transformistas compartieran estos espacios. Actualmente se trata de un formato consolidado que se identifica por los siguientes elementos: una puesta en escena dinámica acompañada de fondos teatrales decorados a mano, bailarines, narradores o hasta personajes drag secundarios; la creación de un relato a través de cortes de audio y canciones que conforman el *playback*; una coreografía que acompaña al relato musical y la transformación de vestuario que puede llegar a pasar varias veces en los escasos dos minutos y medio que dura la actuación (Carreras 29:03-30:02).

En conclusión, a través de esta evolución el drag canario se aleja del transformismo original y emerge un formato con autonomía. Si bien se puede concluir también que esta progresión ha traído popularidad y prestigio al formato, sigue existiendo cierto anhelo por la muestra tan pura de creatividad de las primeras galas, como nos cuenta Francisco Cabrera o drag Kimba Ébola: “En la gala siempre dicen, ‘Ay, ya no es como antes’. Porque antes parecía que era todo más divertido. No es que fuera más divertido, era más improvisado y como tal, era más divertido. Pero muchas cosas no se hacían para divertir, que sí, que era para entretener pero no era humor, pero resultaba divertido, porque veías al [entrecomillando en el aire] maricón, al mariquita, haciendo ciertas cosas o con ciertas canciones”. Gustavo Adolfo Santana también añade a esto que: “Al final, han domesticado al drag. Lo han domesticado, porque lo han hecho normal, [entrecomillado en el aire] normal. Un drag tiene que ser anormal, o sea, tiene que ser justamente todo lo opuesto a la normalidad. No digo que no pueda ser un atleta o que pueda ser una artista ... Pero tiene que subvertir, porque si no, pierde la esencia” (Carreras 31:12-31:34).

Gracias a estos ejemplos, es posible trazar una línea cronológica que facilita entender la importancia de la representación *queer* y, en concreto del arte drag, en los medios españoles. Por un lado, están los inicios de escasa inclusión de las drags en la tele española en los años ochenta y noventa, y, por otro, el documental de 2023 que profundiza sobre la historia de La Gala Drag de Las Palmas. Ambos sirven como prueba del tipo de progresión que los medios, y por extensión la mentalidad generalizada de la población, ha hecho en los últimos años en cuanto al arte del drag y las identidades *queer* asociadas a él.

Ambos testimonios son prueba de una emergente actitud frente al drag, sobre todo dada su extrema expansión y visibilidad actual con shows como *RPDR*. El imperio de RuPaul ha creado una visión del drag normativa y la ha expandido por múltiples canales de televisión y redes sociales. Si bien el mundo del drag se beneficia más que nunca de este calibre de exposición, también existe como contraparte negativa la metamorfosis del drag en un arte cada vez más estandarizado, incluso en prácticas más antiguas y únicas en formato como el drag canario, en el cual estrellas del programa ya forman parte del panel de jueces y del grupo de hosts del certamen.

Es imprescindible tener en cuenta los aspectos por los que el show recibe críticas, pero también lo es el reconocer su indudable labor en cuanto a la representación de las identidades queer en la televisión. Ahora más que nunca, las personas LGBTIAQ+ buscan y demandan la representación de sus identidades como parte indispensable en los medios. Desde videojuegos hasta reality shows, es imprescindible tener en cuenta estas realidades tanto en el proceso creativo como en el contenido en sí. De ahí el éxito rotundo que ha tenido *RPDR* hasta ahora, contando actualmente con dieciséis temporadas, numerosos *spin-offs* y versiones internacionales, incluyendo la española desde 2021. El mismo RuPaul ya era una estrella televisiva antes de crear el programa en 2009 en la cadena norteamericana Logo TV, gracias a su éxito como cantante con su single “*Supermodel (You Better Work)*” (1993), apareciendo en numerosas películas y programas, e incluso protagonizando uno propio, *The RuPaul Show*, durante los años 1997 y 1998.

*RPDR* es un reality show en el que un grupo de drag *queens* compiten por el título de *Next Drag Superstar* en una serie de retos que pondrán a prueba varias cualidades: *Charisma, Uniqueness, Nerve, Talent* (Español: Carisma, Originalidad, Coraje y Talento). En ellas las concursantes tendrán que probar su habilidad para hacer reír a los jueces, para hacer *lip sync*\* o para coser sus propios atuendos. Si bien en sus inicios no tenía tanta popularidad, gracias a las redes sociales, se ha masificado y establecido como imperio comercial. Parte de esa popularidad se ha dado por los confesionales grabados durante el show en el que las *queens* muestran sus partes más vulnerables y hablan de las dificultades a las que se han tenido que enfrentar ya sea por su identidad queer o por motivos políticos o de pobreza. La gran variedad de concursantes con experiencias tan diferentes hace del show algo único ya que estos espacios *mainstream*\* siempre habían sido reservados para identidades hegemónicas normativas. Pese a ello, en los últimos años gran parte de la crítica que recibe el show ha estado centrada precisamente en este aspecto, y será eso lo que analizaremos en los próximos capítulos.

## La Telerrealidad de RuPaul y los Nuevos Medios

El análisis de este trabajo se centrará en el programa de telerrealidad *RuPaul's Drag Race* (en adelante: *RPDR*), su impacto cultural, su presencia en redes y el rol que juegan las concursantes en el exitoso marketing del show entre otros aspectos. En concreto en esta sección se explicará el análisis que se llevará a cabo junto a las fuentes de información más relevantes del mismo. Aunque primeramente cabe destacar la escasa bibliografía académica que existe en torno al tema, dada la naturaleza del mismo y por extensión, a la coexistencia de la telerrealidad con los nuevos medios (como la redes sociales y las plataformas de transmisión de contenido). Asimismo, también es escasa la atención que ha recibido el arte del drag que ya de por sí es históricamente considerado una subcultura. Estos dos aspectos hacen que, en su unión, este tema de investigación sea relativamente novedoso y que vaya rompiendo con la tradición académica establecida, que no suele apostar por temas interdisciplinarios como este.

Con el fin de poder capturar la esencia del programa y de su impacto social se ha llevado a cabo una investigación multidisciplinar de corte de análisis cultural. En concreto, este trabajo trata de cómo el marketing de *RPDR* existe en función de la mercantilización de sus concursantes como personalidades drag además de como personas queer. Al mismo tiempo, se sostiene que el show implementa la homonormatividad a través del casting de la mismas (lo veremos en la reticencia a la inclusión de ciertas identidades por la definición excluyente del drag que desarrolla ) y las críticas de los jueces (que imponen una dicotomía de “drag mala” y “drag buena”). Por ello, se realiza un análisis comparativo de las críticas recibidas por las *queens*, y otras interacciones entre ellas, y los jueces para esclarecer cómo el show implementa una forma drag anclada en la que presenta RuPaul, y por ende la mayoría de *queens* que son escogidas para participar en el show.

De esta manera, defenderemos que el show mercantiliza a sus *queens*, en parte, a través de la figura de RuPaul como dragpresario. Este concepto se basa en la obra de Shangay Lily titulada *Adiós, Chueca: memorias del gaypitalismo: la creación de la “marca gay”*, en el que se proponen los conceptos del “gaympresario” y el “gaypitalismo”. Al crear estos, Lily atiende a la forma en la que las comunidades gay estaban siendo específicamente atacadas en un intento de lucrarse de sus inseguridades y necesidad de pertenencia, de ahí que haya utilizado una fusión propia de las palabras.

Por ello mismo, en este trabajo haremos uso de las palabras “dragpresario” y “dragpitalismo” con el mismo fin de enfatizar las comunidades afectadas en los procesos de monetización del show, así como “drag buena” y “drag mala”. En concreto, como parte del análisis, se estudia la figura del *host\** del show y la cara del programa, RuPaul Andre Charles, y se analiza su papel como “dragpresario” en la construcción del mismo, así como sus ideales drag y su tipo peculiar de marketing. También se tiene en cuenta que su visión de un único tipo drag como válido es comparable con la definición de “gaympresario” de Lily, ya que la negación a seguirlo puede terminar en la pérdida de oportunidades laborales, visibilidad y el nuevo nivel de estatus en la comunidad LGBTQIA+ que proporciona ser parte del elenco del show.

Los métodos concretos de análisis tienen fuentes muy variadas y, aunque algunas son más tradicionales como la propia obra de Lily, también se hace uso de publicaciones en redes sociales del programa y de las *queens*, así como la respuesta de la audiencia a ciertos acontecimientos. Esto se debe a que la manera en la que lo que ocurre fuera y dentro del show está entrelazado es crucial para comprender la motivación de algunas de las decisiones tomadas por RuPaul y el equipo de producción. Además, es imprescindible poder tomar en consideración las opiniones de las propias *queens* una vez dejan el plató y poseen cierto grado de libertad para hablar de sus experiencias en plató, por lo que el análisis de entrevistas ha sido también crucial en el proceso de recopilación de información. Adicionalmente, se contrasta esta información con las grabaciones emitidas por el show para poder discernir las intenciones del equipo de producción en cuanto a la manera en la que se guía o edita las interacciones y el rendimiento de las *queens*, incluso durante las eliminaciones.

Otro aspecto imprescindible en el análisis es la definición de telerrealidad y las peculiaridades que tiene este formato, por lo que textos como el de Niall Brennan fueron utilizados con ese mismo fin: “*Contradictions Between the Subversive and the Mainstream: Drag Cultures and RuPaul’s Drag Race*”<sup>4</sup>. Gracias a él se puede aplicar la teoría de la segunda pantalla para explicar la interacción que la audiencia hace con otros fans y las *queens*, así como interacciones de las mismas *queens* entre ellas en espacios virtuales. Este cruce de información y opiniones se convierte en una de las estrategias de marketing para el show, haciendo que no tenga que apoyarse solamente en los

---

<sup>4</sup> En español: “Contradicciones entre lo Subversivo y lo *Mainstream*: Culturas Drag y *RuPaul’s Drag Race*”.

rankings de audiencia. Sin embargo, también se explora la contradicción que existe entre el formato inherentemente competitivo de la telerrealidad con la naturaleza subversiva del drag, ofreciendo algunas incongruencias, por ejemplo, en la manera en la que los jueces hacen sus críticas. Como consecuencia, se puede encontrar críticas y eliminaciones contradictorias o empujadas por tramas creadas por producción.

Con el fin de esclarecer el análisis, se proporciona a continuación una explicación de la estructura de *RPDR* y el distinto peso que el programa le da ciertas partes de los episodios. La estructura general de un episodio de *RPDR* es la siguiente: mini reto, reto principal, reto de pasarela, críticas de los jueces, reto de “Playback por tu Vida” y, finalmente, qué *queen* se irá esa semana. Detalladamente: cada episodio comienza con un mini reto que suele ocurrir en la propia *werkroom*\* y para el que las *queens* tienen que trabajar a contrarreloj. Estos mini retos suelen tener tonos juguetones y cómicos, y a veces otorgan a la ganadora algún tipo de ventaja para el principal. El reto principal, individual o en grupo, puede ser principalmente de dos tipos: reto de costura y diseño, o reto de actuación y comedia, aunque entre temporadas puede haber algo de variación. Tras este reto principal, las *queens* pasean por la pasarela bajo una categoría<sup>5</sup> y proceden a escuchar las críticas de los jueces, tras lo cual se proclaman a dos de ellas que reciban la puntuación más baja tendrán que enfrentarse en un último reto de *lip sync* o *autoplay*. *RPDR* va eliminando a las *queens* de esta manera hasta llegar a un top tres o cuatro, dependiendo de la temporada, y se corona a una ganadora.

Asimismo, si bien *RPDR* posee numerosos *spin-offs*, uno de los más populares y longevos es el de *All Stars*, y por ello también se incluye con asiduidad en el análisis. En *All Stars* el reparto está compuesto por concursantes previas del show que participan con el fin de otorgarles una segunda oportunidad para ganar la corona. Es por ello que el foco de este *spin-off* se suele poner, por parte de la audiencia y la producción del show, en qué diferencias presentan las *queens* entre la temporada original en la que participaron, y si su rendimiento será mejor en su regreso al plató. En su mayoría, y en parte gracias al éxito que les otorga ser parte del show, suelen presentarse con indumentaria visiblemente más sofisticada y elaborada. Asimismo, existe una broma entre las seguidoras en la que intentan diferenciar cuál de las concursantes se ha sometido a algún tipo de procedimiento de cirugía estética, suele ser el más notable el aumento de labios, dada su popularidad entre las *queens* que vuelven al programa.

---

<sup>5</sup> El estilo es influenciado por las culturas de los *balls* neoyorquinos.

Una vez más, este tipo de cambio estético demuestra la naturaleza contradictoria del show, debido a la yuxtaposición que hace el mismo RuPaul en entrevistas entre este tipo de cirugías y los procedimientos de afirmación de género. Estos últimos son politizados por el programa y señalizados como una de las razones por las que existe una reticencia a incluir a las mujeres trans en *RPDR*. A través de este tipo de retórica se puede ver otra estrategia que *RPDR* utiliza para ejercer su dragpitalismo.

En el primer capítulo, titulado “El “dragpitalismo” de *RuPaul’s Drag Race*” expondremos de manera más exhaustiva el concepto del dragpitalismo y su asociación al *host* del programa y al sistema de telerrealidad en el que se enmarca la competición. En el capítulo dos “A la venta: *RuGirls*” focalizará su análisis en la mercantilización de las identidades queer dentro del formato de telerrealidad a través de la explotación del trauma de las personas disidentes y la “caricaturización” de las *queens* en el show. Finalmente, en el capítulo tres “Todos nacemos desnudos y el resto es drag normativo” se explorará el tipo de homonormatividad impuesto por el show y analizando casos en los que las *queens* han ido en contra del mismo, por lo que deja de ser posible su mercantilización y, por ello, son empujadas a los márgenes de la franquicia.

## CAPÍTULO 1. El “dragpitalismo” de *RuPaul’s Drag Race*

La mercantilización de las identidades disidentes no es un tema novedoso, véase el *pinkwashing* que las grandes empresas llevan a cabo cada junio con el fin de mostrar su aparente apoyo a la comunidad LGBTIAQ+ y de paso capitalizar la oportunidad que brinda este mes poniendo banderas arcoíris en todos sus productos sin tener intención de hacer sus políticas más inclusivas. Lo que sí es novedoso es la manera en la que los nuevos medios, como las redes sociales, hacen uso de este tipo de mercantilización de la disidencia, y, sobre todo, la manera en la que se lleva a cabo desde dentro de la propia comunidad.

Shangay Lily acuñó el término “gaympresario” (híbrido a partir de las palabras “gay” y “empresario”) para “localizar, identificar y denunciar a un exclusivo grupo de gays que se han lucrado con la fantasía o espejismo de que sólo hay un tipo de gay “correcto” y, sobre todo, con la idea de que esa identidad gay correcta es comprable” (Lily, 86). En concreto, Lily define el “gaympresario” como parte del mecanismo que permite al “capitalismo rosa” apropiarse de espacios queer y mimetizarlo al sueño hegemónico del euroheteropatriarcado (el patriarcado blanco y heterosexual) como aspiración normalizadora para las poblaciones disidentes sexogenéricas, proceso que tiene como resultado lo conocido como Homonormatividad.

El espacio al que se refiere Lily en su libro es el barrio de Chueca en Madrid, el cual se ha visto sometido a un cambio radical tras su gentrificación, dada la descentralización de las identidades disidentes por medio del desplazamiento de los comercios queer que dieron al barrio su original fama como sitio acogedor de identidades disidentes marginalizadas. Un ejemplo de ello es la librería Berkana, la primera librería especializada en cultura LGBTIAQ+ de España y uno de los precursores del Orgullo, algo por lo que es especialmente conocido el barrio a día de hoy. Si bien la librería se había ubicado desde 1994 en la plaza de Chueca, en 2011 se vería forzada a trasladarse a un local más pequeño en la calle Hortaleza; en palabras de las mismas librerías, por “la crisis, las nuevas tecnologías, las políticas de apoyar a las grandes empresas, la avaricia de los bancos, la especulación inmobiliaria y el escaso interés y compromiso de muchos gays y lesbianas por nuestra cultura” (Hernández). Situaciones como las de Berkana son claros ejemplos de la

mercantilización de las identidades queer incluso cuando es a costa de las propias comunidades creadas a su alrededor.

En el ámbito norteamericano uno de los ejemplos más preponderantes de la mercantilización de las identidades disidentes por parte de la misma comunidad es el programa de telerrealidad *RuPaul's Drag Race (RPDR)*. En él, un grupo de drag queens lucha por ser coronadas como *America's Next Drag Superstar* bajo la supervisión del titular RuPaul, probablemente la drag queen más famosa a nivel nacional gracias a su ubicuidad en la televisión ya sea en el formato telerrealidad o en series y películas. El programa es comúnmente alabado como responsable de llevar al drag fuera del espacio contracultural y convertirlo en un fenómeno mundial que empieza a abrirse camino como parte del *mainstream*.

El éxito de *RPDR* se debe, en parte, a la clara influencia de la cultura de los *balls* de Nueva York de los años setenta, ochenta y noventa, presente en su formato ya que es uno de los aspectos que más lo diferencian del resto de *reality shows*. Esta cultura también ha sido plasmada en otros productos visuales como la serie *POSE* (2018) o los documentales *Paris is Burning* (1990) y *How Do I Look?* (2006) (ver capítulo 3). En ellos, se muestra cómo las personas queer en ese contexto mayoritariamente actuaban en los márgenes del capitalismo y el mercado, por sufrir una marginalización social y económica que las situaba en la precariedad absoluta. El drag ha conseguido ocupar un espacio en el panorama social actual que se aleja mucho de estas raíces anticapitalistas del movimiento. Por tanto, debemos leer la mercantilización de RuPaul y su producto televisivo como una apropiación y perversión de los orígenes históricos del drag, como veremos a continuación en una breve digresión sobre estos movimientos.

Un buen ejemplo de este sentimiento anticapitalista que caracteriza los orígenes del drag son las Cockettes, un grupo de artistas drag compuesto por hombres, mujeres e incluso niños que vivieron en una comuna en San Francisco desde 1969 hasta 1972. Este grupo fue fundado por el artista drag Hibiscus y llegaron a ser definidas por el director John Waters, cuya musa Divine acabaría actuando junto a las propias Cockettes, como “travestis barbudas, drogadictas, hippies y comunistas” (Waters citado en Shepard, 181). La estética del grupo se componía de elementos como el antiguo glamour hollywoodense al cual le añadían elementos de

contracultura gay propios de San Francisco como el *flower power* y el *camp*, creando una “sensibilidad queer anticapitalista, exuberante y hasta anarquista” (Shepard, 181).

Este grupo forma parte de la ola anticapitalista que los movimientos sociales de los años sesenta habían expandido por estados como San Francisco, sin embargo, este grupo se distinguía por su foco en la performance drag, a través de la cual llevaban a cabo un tipo de activismo artístico. Para ser parte de este mundo era necesaria “un rechazo a la monocultura, el militarismo, y el sistema que perpetuaba el sexismo, el racismo y la homofobia” (Shepard, 182). El grupo existía y funcionaba en los márgenes del capitalismo, pudiendo crear sus performances, que además eran gratuitas, a base de la propia confección del atrezzo y vestuario, a menudo siendo este último robado. En palabras de Benjamin Shepard:

El objetivo de esta divertida teatralidad sería la de crear un tipo de protestas que unía el espíritu feliz y eufórico del entretenimiento estimulante con el activismo social. Dentro del teatro festivo y revolucionario, elementos progresistas de cambio político estarían unidos con nociones de renovación social, tentando a la audiencia a unirse no solo a la actuación sino al movimiento. Fundamentalmente, el espectáculo desencadenó un cambio sísmico en las vidas de la gente. La fiesta como protesta era una invitación a una posibilidad. (Shepard, 182)

Este tipo de visión artística conformaría en años siguientes la cultura de los *balls* de Nueva York sobre la que *RPDR* está directamente fundamentada, así como el tipo de actitud que desarrolla el drag a lo largo de la historia hacia el capitalismo. Ello se debe a que estos espacios puramente queer ofrecían un refugio de la exclusión social con la que las *queens* se encontraban fuera de ellos (Hakim y Feldman).

Las performances de las Cockettes consiguieron un gran apoyo y popularidad llegando a actuar hasta en Nueva York donde personalidades como Lennon y Oscar de la Renta se encontraban entre la audiencia (“History - The Cockettes”). Las actuaciones de las Cockettes presagiaron los *balls* de vestimenta extrema que, hasta tres y cuatro décadas más tarde, serían un elemento de protesta de grupos teatrales de acción directa por la justicia global, como por ejemplo "Billonarios por Bush", "La

Absurda Respuesta a una Absurda Guerra", "El Ejército Clandestino Insurgente Rebelde Payaso" e incluso "La Gay Shame de San Francisco" (Shepard, 182).

Por otro lado, esta actitud no solo se presentaba en el ambiente norteamericano. En Las Palmas de Gran Canaria, en 1998, durante el primer certamen de la ahora internacionalmente aclamada Gala Drag, Drag Heaven/Carlos Menéndez se convertiría en la primera ganadora de la misma. Al hablar del proceso creativo que caracteriza esta etapa del drag canario, Heaven comenta:

Es que aquí había un local que se llamaba el Mogambo. Nos hacíamos ropa solo para ir al Mogambo. Y a partir de ahí los disfraces que yo me hacía eran todos con cosas recicladas, con tarjetas de Telefónica, con CD, con veinte mil cosas. Y mucha de la gente, un 20% de los que iban al Mogambo, o un 15%, iban con ese tipo de look. (Carreras 24:53-25:14)

Recordemos que en Canarias contamos con testimonios que afirman que esos orígenes del drag se encuentran en la creatividad y el ingenio travesti con medios muy alejados de la extravagancia capitalista.

Como ya se indicó en la introducción, RuPaul asistió a la gala en Gran Canaria en el año 2008 (un año antes del primer show) y era conocedor de la escena neoyorquina *underground* que acabamos de comentar. Por tanto, no estamos ante un lego en los orígenes populares y contestatarios del fenómeno, sino ante alguien que ha creado un modelo de negocio a partir del activismo más radical de la escena trans. Gracias a esta oportunidad de mercantilización de las concursantes que el formato de *RuPaul's Drag Race* presenta, el propio<sup>6</sup> *host*, RuPaul, se ha convertido en una de las personas queer más poderosas y ricas. Si bien el programa se presenta como una oportunidad de crecimiento y enriquecimiento para las propias *queens* que participan, pues una vez acabado pueden utilizar el empujón de su participación para conseguir muchas oportunidades profesionales, lo contrario también es cierto. *RPDR* se sustenta con éxito gracias a estas concursantes y el lazo estrecho que mantienen con la audiencia. Es por ello que mi análisis en este capítulo se centrará en la imagen de RuPaul como un "gaympresario", en concreto como un "dragpresario", poniendo el foco en el marketing del programa y cómo este se apoya, en gran medida, en la

---

<sup>6</sup> A diferencia de otras drags, en el tratamiento de RuPaul utilicé el masculino ya que busco enfatizar su persona como empresario, no tanto su personaje drag y su lado más artístico, si bien muchas veces ambos se solapan.

mercantilización de las propias concursantes y en la presencia de las mismas, y del propio programa, en redes sociales.

El marketing de *RPDR* no es tradicional en gran medida a causa del nacimiento del programa en una época de transición de las estrategias de creación de contenidos. Es difícil comparar *RPDR* con otros *reality shows* dada su actual fama, pero cabe destacar que fueron programas como *Big Brother* o *America's Next Top Model (ANTM)* quienes sirvieron de inspiración y los que sentaron las bases para su nacimiento. Por ejemplo, es claro ver este paralelismo en el tipo de vocabulario que se usa en el programa, como el propio título que una *queen* adquiere al ganar la competición: “*America's Next Drag Superstar*” o “La Próxima Superestrella Drag de América”, clara reminiscencia de *ANTM*. También podemos apreciarlo en la constante grabación y el aislamiento de la sociedad al que se someten las concursantes durante el programa, un formato que se asemeja al del icónico programa *Big Brother*.

Sin embargo, mientras que sus antecesores amasan números mayores de audiencia de manera estable (y por ello se consideran parte del mainstream), *RPDR* es capaz de encontrarse prácticamente en el mismo nivel de popularidad y consideración general pese a su número modesto de audiencia. Esto se debe a que el programa se apoya en maneras no convencionales de involucración de la audiencia. A través de la misma participación en el programa, la audiencia y las propias *queens* en las redes sociales, se crea una trama de contenido que sobrepasa al programa en sí. De esta forma, *RPDR* es capaz de crear espacios, físicos y *online* de encuentro con los fans que no dependen únicamente de la hora de retransmisión del programa. Pese a que este uso de las redes sociales, conocido como “segunda pantalla”, se centra, sobre todo, en captar la atención de la audiencia y promocionar productos paralelamente a la visualización del programa, *RPDR* va más allá.

En cuanto al tipo de marketing específico del programa, también cabe señalar que se trata de una combinación de nuevas técnicas con algunas tradicionales, como la publicidad de productos dentro de los propios episodios. *RPDR* ha tenido muchos patrocinadores durante su historia televisiva, entre los más destacados encontramos la marca *Absolut Vodka*, que también solía patrocinar desde 2009 hasta 2013, o desde la primera temporada hasta la quinta, un tour televisado en Logo TV con las

concurantes de la temporada que estaba siendo emitida en el momento. En concreto, se trata de un claro ejemplo de marketing tradicional ya que fue “promovido en gran medida en las primeras temporadas del programa al integrar el producto en los episodios, así como siguiendo a la audiencia/los consumidores hasta el punto de venta - el propio bar” (Gudelunas, 240). Asimismo, representa en general el tipo de patrocinadores del programa, ya que en su mayoría los productos que aparecen en él suelen estar asociados a aspectos relacionados con el mundo del drag y la comunidad LGBTIAQ+. Aparte de la clara relación entre el programa y la cultura de los bares gay en los que las drag *queen* tradicionalmente actúan, cabe destacar un segundo uso de este espacio de ocio gracias al programa: la reuniones que se celebran en los mismos para ver los capítulos según se emiten, pasando a crearse una vivencia a modo de comunidad de seguidores opuesto a verlo simplemente en el sofá de casa de manera individual o en grupos más reducidos.

Por otro lado, es fácil observar el resto de tipo de patrocinadores del programa si se tiene en cuenta los premios entregados ya sea en la misma final de la temporada, o en cada episodio, como ocurre en el *spin-off All Stars* donde las *queens* son recompensadas en algunas ocasiones por cada episodio en el que ganen el reto principal y, seguidamente, un *lipsync*. A través de los premios es posible ver cuáles son los patrocinadores de más peso, especialmente en lo que se refiere a los de la ganadora de cada temporada, entre los que destaca un suministro de un año de maquillaje de marcas como Kryolan, NYX, Color Evolution y Anastasia Beverly Hills. Asimismo, algunas *queens* han ganado viajes, estancias de hotel o *spas* en algunos de los premios de menos peso. Otro tipo de productos utilizados en el programa como elementos intrínsecos de los mini retos o como recompensa en algunos de los episodios son los productos necesarios para el proceso de “dragificación” como pelucas, pestañas postizas, maquillaje, vestuario, pechos postizos....

La importancia del tipo de patrocinadores con los que se asocia el programa va incluso más allá de la mercantilización del propio drag. Al optar por *Absolut Vodka* durante tantos años y de diversas formas en *RPDR*, se crea una asociación del mundo del drag con los bares y el consumo de alcohol. Si bien es en estos mismos bares donde ocurren otros acontecimientos relacionados con el programa como las fiestas de visualización del mismo, no podemos olvidar la histórica conexión que

sectores de identidades hegemónicas y normativas han hecho entre personas LGBTIAQ+ y la idea de la vergüenza, la exhibición y el vicio. Es inevitable pensar en el Stonewall Inn y la rebelión de las drags neoyorquinas, origen del Orgullo y las luchas por los derechos desde finales de los años sesenta<sup>7</sup>.

Junto a este tipo de patrocinio, RuPaul también utiliza este espacio para promocionar sus productos, desde tabletas de chocolate hasta perfumes, pero, especialmente, sus últimos discos y singles musicales. En palabras de Brennan: “RPDR también va de consumir al propio RuPaul” (Brennan, 40). Es decir, RuPaul está lejos de ser un *host* convencional que sirve meramente como cara del programa y presentador, también se involucra en los retos y existe en el programa tanto “montada” como “desmontada”<sup>8\*</sup>. Esto se lleva a cabo de varias maneras, puesto que RuPaul cumple varios roles en el programa: primeramente, como *host* y guía de las *queens* a las que les ofrece consejo entre retos; segundo, como co/productor y director de los retos junto con otros artistas y profesionales; y tercero, como comandante del reto principal y la pasarela posterior (Brennan, 40). Es por ello que sus papeles lo diferencian de otros *hosts* que no suelen estar tan presentes y por lo general se sitúan en un segundo plano. Asimismo, “RPDR también se trata, descaradamente, de anunciar y promocionar los propios productos de RuPaul, así como productos que benefician a las personas *queer*” (Brennan, 40) a través de sus productos, los cuales son incluidos en retos en los que las *queens* deben promocionarlos utilizando juegos de palabras y humor; o de sus canciones, que son utilizadas como banda sonora de los finales de temporada y en otro tipo de mini retos.

---

<sup>7</sup> Es posible ver este tipo de conexiones a día de hoy también en España; un claro ejemplo de ello es el diseño del cartel del Orgullo que la Comunidad de Madrid ha utilizado en sus calles en junio de este año 2024. En el cartel se han incluido ciertos diseños entre la abundancia de arcoíris: condones, vasos de cóctel y tacones (y un triángulo rosa que asemeja el símbolo utilizado durante el nazismo para identificar a las personas queer). Además de poner el foco en la promiscuidad, el sexo sin protección (el fantasma del VIH está presente claramente en las intenciones de los autores del cartel) y el consumo alcohólico como partes inherentes a las identidades del colectivo, el uso del tacón también sugiere un trasfondo machista pues lleva a cabo una reducción a la femineidad del colectivo entero. Para muchas personas esta decisión no ha sido una sorpresa dada la historia que tiene el actual gobierno de la Comunidad de Madrid contra leyes como la ley trans (2023). Está claro, por las críticas generadas entre los colectivos afectados, que, de las muchas y diversas identidades, estos símbolos ofrecen una visión reduccionista de lo que significa pertenecer a la diversidad sexogenérica y no ofrecen una buena representación de la misma. Una visión que se ha quedado atrapada en la época del estigma y el estereotipo previo al propio orgullo. No cabe duda que en este caso concreto se trata de una visión que no representa a las personas del colectivo sino una proyección de cómo se conciben a través de los ojos de personas y conceptualizaciones ancladas en el cliché. La imagen puede ser encontrada como la figura 1 en el anexo.

<sup>8</sup> Para esta traducción, hago uso del concepto utilizado por Itziar Hernández Rodilla en la revista de traducción *El Trujamán*, citada en la bibliografía.

Sin embargo, pese a que el programa se apoya, sobre todo en sus inicios, en estas técnicas más convencionales de marketing, con el paso de los años, se convirtió en uno de los pioneros en utilizar espacios secundarios como áreas de promoción y publicidad para conseguir la popularidad que ya manejaban otros programas de maneras más tradicionales gracias a sus índices de audiencia. Las redes sociales jugaron un gran papel en esta modernización del formato publicitario del programa, ya que, incluso en sus inicios, se solía alentar a la audiencia a votar por sus *queens* favoritas en la página web del programa. Actualmente, este modelo ha avanzado y se ha creado una red de espacios tanto *online* como físicos alrededor del propio programa a través de los cuales se consolida, ayudando a aumentar la popularidad del mismo.

Aparte de los bares en los que se realizan fiestas de visualización del programa, *RuPaul's Drag Con* es el espacio físico más prominente asociado a la marca de RuPaul. Si bien la mayoría de los espacios anteriormente mencionados son *online*, a través de estas convenciones anuales los fans pueden conocer a sus *queens* favoritas cara a cara, sacarse fotos y conversar con ellas, atender paneles en los que estas mismas comentan una variedad de temas, comprar merchandising y socializar con otros fans del programa. Las convenciones ocurren tanto en Estados Unidos (en Los Ángeles) como en el Reino Unido (en Londres) y poseen un alto número de asistencia, tanto de *queens* como de fans, solo en 2022 atendieron 50.000 personas (Kliger). Estas convenciones también suponen un éxito económico completo ya que los fans pagan una entrada para poder acceder a la convención. Aparte de los gastos extra que ello supone, como la ya nombrada adquisición de merchandising o de comida en el recinto, las propias *queens* también deben pagar una suma para poder ocupar espacios en las convenciones con sus puestos.

No obstante, el elemento esencial para el mantenimiento de este modelo de negocio televisivo se sustenta en las audiencias. Tradicionalmente, el éxito de un programa de este tipo es medido casi exclusivamente por los índices de visualizaciones que se recogen a través de medidores de audiencia, datos y análisis como el de Nielsen. Pese a ello, la naturaleza de *RPDR* hace que esta medición del éxito sea poco fiable ya que los índices de audiencia del programa no concuerdan con la extensión, popularidad y otro tipo de mediciones que dan al programa su estatus de éxito y popularidad actual.

El debate entre la técnica más eficaz para medir este tipo de éxito no concierne solamente a este programa, ya que, en palabras de Gudelunas:

Existe una larga tradición investigativa en el campo de estudios de la comunicación de examinar y medir la interacción de la audiencia, y los cambios acelerados en el panorama socio-tecnológico han cambiado no solo la manera en la que pensamos en la participación de la audiencia, sino también la manera en la que entendemos el entorno de los medios en relación con las normas de producción, los modelos de distribución, y el contenido. (233)

Un caso que Gudelunas utiliza de ejemplo para ilustrar este argumento es el de la octava temporada de *RPDR*, en concreto, los datos de su último episodio, retransmitido en 2016, en el que Bob The Drag Queen fue coronada ganadora. Para llevar a cabo este análisis Gudelunas compara los índices de audiencia de este episodio con otro tipo de parámetros menos convencionales. Si bien los niveles de audiencia fueron muy elevados, no llegaron siquiera hasta el millón de espectadores. Sin embargo, teniendo en cuenta otros espacios en los que se consume el contenido del programa, se obtienen los siguientes datos: “1.5 millones de retransmisiones del episodio, un incremento de un 205% en visitas individuales a la página web, y un incremento de un 357% en las visualizaciones de la página de LogoTV.com.” (Walsten, citado en Gudelunas, 232). Asimismo, las interacciones de Twitter, ahora X, “triplicaron la media del estándar de la industria en interacciones medidas (comentarios, retweets, etc.) en un 18-19%” (Gudelunas, 232). Es por ello que Gudelunas concluye: “el éxito de *RPDR* no puede ser determinado solamente por los índices de Nielsen” (232). En otras palabras, el éxito y, sobre todo, el impulso del programa reside en las interacciones que la audiencia tiene con el contenido que rodea al programa más que en la visualización de los episodios en sí mismos.

En lo que concierne a las discusiones que rodean el tema de la medición de éxito en programas televisivos, se han desarrollado nuevos conceptos que programas como *RPDR* utilizan para adaptarse al clima socioeconómico actual. Por ejemplo, la “segunda pantalla” permite que el marketing no solo se lleve a cabo a través de la televisión, sino que se extienda hasta los teléfonos de la audiencia. El programa hace uso de esta técnica al involucrar a los espectadores en el proceso de eliminación, alentándolos a votar por su *queen* favorita a través de su página web. Si bien este

mecanismo está diseñado, a través de webs y aplicaciones móviles, para que sea un proceso paralelo a la visualización de los programas, en el caso de *RPDR* se manifiesta de manera un poco distinta.

La interacción entre el programa en sí, la audiencia y las redes sociales no es un aspecto único a *RPDR* ya que otros programas hacen uso de estas herramientas y estrategias. Al igual que en otros *reality shows*, la audiencia en su mayoría hace uso de las redes para apoyar o criticar a las *queens*, así como comentar las eliminaciones designando si eran merecidas o no, e incluso diseccionar las críticas que las concursantes reciben y debatir de si son justas o no. Por otro lado, las propias *queens* también se involucran en las redes del programa, sobre todo si ellas mismas salen en la temporada que se encuentra en ese momento desarrollándose, y suele ser con el fin de promover la visualización de la misma. También se ha convertido en una tradición que las *queens* eliminadas publiquen imágenes de los *looks* que tenían preparados y se habrían puesto para los retos o las pasarelas de haber seguido en la competición conforme la temporada avanza sin ellas. De esta forma, estos dos grupos interactúan entre ellos, así como dentro de sí mismos, creando con ello más espacios de promoción del programa online. Por otro lado, también cabe incluir las fiestas para ver el programa que se organizan en los bares, creando un tercer espacio físico en el que más debates y discursos se llevan a cabo. Es por ello que el caso de *RPDR* es tan único pues “este sistema integrado de visualización se extiende más allá del sillón y llega hasta los bares gays donde el concepto de ‘audiencias activas’ toma una dimensión nueva” (Gudelunas, 239).

Puesto que ya se ha establecido que el contenido de *RPDR* se expande más allá de la pantalla, la segunda pantalla e incluso el sillón, se puede hablar de “contenido esparcible”, un concepto desarrollado por Henry Jenkins, Sam Ford, y Joshua Green.

Dentro de estos sistemas integrados de visualización, las audiencias no sólo amplifican el contenido mediante las acciones de re-twittear o re-postear. Jenkins, Green y Ford (2013) usan el término “esparcible” para referirse al contenido que no se comparte simplemente entre los miembros de la audiencia sino que se forma, remezcla, reformula, y reconstituye por el público. (Henn et. al. citado en Gudelunas, 233)

Es decir, que más allá del contenido creado para ser viral y atraer a una audiencia tradicional, *RPDR* se beneficia del contenido “esparcible” que nace de la manera en la que los fans moldean y crean contenido que gira en torno al programa como si fuera el suyo propio. Este contenido es también compartido y es así como se expande no solo el conocimiento sobre el programa, sino también la comunidad de fans y el tipo de comunicación que se lleva a cabo en esos círculos. Esta alta interactividad entre la audiencia, las *queens* y el show compone una parte crucial del funcionamiento del programa y de su éxito como producción, que si bien ha comenzado por un mercado y audiencias muy específicas, se encuentra ahora en el *mainstream*. Por ello, Gudelunas postula que: "RPDR se trata de mucho más que los episodios de una hora de duración que constituyen una determinada temporada; en su lugar, se trata de las continuas interacciones entre los miembros de la audiencia, las concursantes, la producción, y los anunciantes las cuales conducen el éxito del programa" (Gudelunas, 240).

En conclusión, como hemos intentado desarrollar en este capítulo, *RPDR* tiene su origen como proyecto televisivo en la formas de supervivencia y activismo de las poblaciones trans en circunstancias de hostilidad y visibilidad precaria (los *balls* de Nueva York) y efímeras (el Carnaval). Utilizando mecanismos tradicionales del marketing capitalista (patrocinios de productos, publicidad camuflada) en combinación con los nuevos modos del capitalismo difuso virtual (webs corporativas, aplicaciones y redes sociales). El resultado final aparentemente conecta con la transgresión original disidente, pero realmente no deja de ser un producto comercial sujeto a las normas de mercado.

## CAPÍTULO 2. A la venta: *RuGirls*

Tal como se ha establecido previamente, la relación de *RPDR* con sus concursantes es de dependencia con el fin de asegurar el éxito de ambas partes. Gracias a las concursantes y sus relaciones con la audiencia, el programa es capaz de seguir extendiéndose creando distintos *spin-offs* o productos, y, gracias a la participación en el fenómeno en el que se ha convertido el programa, las *queens* adquieren un aumento de estatus por el mero hecho de haber aparecido en él. Este capítulo tratará de la mercantilización de las *queens* como personajes pertenecientes al universo de *RPDR* a través de la categorización de las mismas en arquetipos que hacen posible su mercantilización. Con ello se asegura que resulten asimilables y tolerables para la vasta audiencia que actualmente consume este contenido.

Para muchas *queens* convertirse en una de las “*RuGirls*” es uno de los méritos a los que aspirar en el contexto moderno del mundo drag. Pertenecer a este elenco de antiguas concursantes es un testimonio de su habilidad artística y gracias a ello disfrutan de la gran visibilidad que les otorga esta oportunidad. Al dejar *RPDR*, las *queens* suelen ver sus carreras despegar o diversificarse en espacios como películas, series de televisión, anuncios, producciones teatrales e incluso los propios *spin-offs* o redes sociales asociados al programa. Asimismo, pueden llegar a crear sus propios espectáculos fuera del show en los que sus fans pueden verlas actuar en un formato más tradicional.

El mundo musical también es muy popular entre antiguas concursantes ya que son muchas las que producen canciones y álbumes enteros aprovechando el empuje que supone el haber participado en *RPDR*. Uno de los ejemplos más claros del efecto que el programa tiene en las carreras de sus concursantes es el de la *queen* Adore Delano de la temporada seis de *PRDR* (2009) y, más tarde, *All Stars 2* (2016)<sup>9</sup>. Actualmente, Delano es una cantautora que ha sacado cuatro discos, *Till Death Do Us Party* (2014), *After Party* (2016), *Whatever* (2017) y el más reciente, *Dirty Laundry* (2021). Su música ha aparecido también en series de televisión como *Pretty Little Liars* (2010-2016). Asimismo, su tour más reciente, *Party Your World*

---

<sup>9</sup> Delano no llegó a completar la temporada en su segunda ocasión en el programa, pues abandonó la competición en el segundo episodio justo antes del maxi reto debido a las duras críticas negativas del episodio anterior.

(2022-2023), se extendió por cincuenta ciudades a través de tres continentes (“Adore”).

Antes de ser escogida para formar parte del elenco de la temporada seis, Delano ya había participado con anterioridad en la séptima temporada del programa *American Idol* en 2008, pero desmontada, Dani Noriega. En este concurso llegó a las semifinales, e incluso llegó a viralizarse brevemente por una interacción con uno de los jueces, Simon Cowell. Pese a ello, al ser eliminada, su participación no le otorgó fama más allá de sacar un video musical, “24/7” en 2009 y de pasar a tener presencia como creadora de contenido en YouTube.

No obstante, aun cuando los índices de audiencia de *American Idol* eran mayores, su aparición en este programa le otorgó mucho menos éxito y exposición que la que consiguió tras acabar en el top tres de su temporada original y convertirse en una de las *queens* favoritas de los fans de *RPDR*; aparte de conseguir entrar en listas de éxitos (Gudelunas, 237). Su participación en la temporada seis, además de darle la oportunidad de volver en *All Stars 2*, también impulsó su carrera musical permitiéndole verdaderamente despegar y crecer. Por otro lado, cabe destacar el tipo de oportunidades que las *queens* reciben por formar parte del universo de *RPDR* o, como se suele decir en el programa, ser una de las “*RuGirls*”. Con ello me refiero a oportunidades de aparecer en otras producciones de la franquicia, como su canal de YouTube, en el cual se desarrolla el programa *Pit Stop* donde muchas previas concursantes reaparecen, ya como anfitriona, ya como invitada, para comentar los episodios conforme se van emitiendo. También ha disfrutado de éxito fuera del show. En 2019, fue nombrada por la revista *New York* sexta en su lista de “las drag queens más poderosas de América” de un total de cien concursantes previas del show. Aparte de esto, aún en 2019, Delano apareció en la portada de *Gay Times* y formó parte del reparto de la cuarta temporada del programa *Ex on the Beach*.

El caso de Delano es solo uno de los ejemplos del tipo de tratamiento que las propias *queens* reciben una vez aparecen y dejan el show, incluso cuando cometen errores o no consiguen hacerse con la corona. Como bien expone Gudelunas: "Si bien solo hay una ganadora al final de la temporada ... todas las queens se pueden beneficiar de la exposición que el programa provee" (237). Por ello, *RPDR* está cambiando el panorama del drag y la manera en la que las *queens* son consideradas,

ya que el pertenecer a este grupo cada vez más grande de concursantes se ha convertido en un nuevo estatus en el mundo del drag.

Como se ha dicho previamente, las relaciones que establecen los fans con las participantes es uno de los pilares fundamentales del éxito del show. Gracias a estas relaciones y la creación de una amplia comunidad, el contenido creado en *RPDR* es capaz de ir más allá del alcance que le proporciona su formato televisivo. Ya sea *online* o en espacios físicos como la *Rupaul's Drag Con*, los fans buscan interactuar con las *queens* que han visto y han estado apoyando en el show. Consecuentemente, desde el punto de vista de la producción del programa, estas relaciones parasociales son un foco de atención en cada episodio, así como en la creación general de las temporadas y las tramas que las atraviesan.

Las temporadas suelen estar formadas por identidades muy diferentes y tipos de drag algo distintos para mantener al público interesado. Algunas de las tipologías más comunes que se encuentran en el programa son: *comedy/campy queen\**, *fishy queen\**, *pageant queen\**, *Broadway queen\**, *baby queen\** y *booger queen\**. Estos se encuentran entre muchos otros tipos de drag que existen dentro y fuera del show, cada uno con sus características e idiosincrasias propias. Así mismo, existen títulos otorgados dentro del propio programa como *Miss Congeniality\** o *Lip Sync Assassin\** que, en su mayoría, suelen ser otorgados según el rendimiento durante la temporada.

La manera en la que *RPDR* ejerce su “dragpitalismo”, con el fin de hacer el show más lucrativo, es a través de la creación de personajes que definen a cada una de las *queens* dentro de la franquicia. De la necesidad de hacer cada *queen* tan popular como sea posible nace la creación de personajes dentro de *RPDR*. Por medio de retos, se hace hincapié continuo en las distintas facetas que las concursantes deben dominar; algunas de estas facetas tienden a estar relacionadas con el lado más profesional de ser una drag *queen*, sobre todo cómo establecer y promover su estilo y marca personal.

Desde que las *queens* son seleccionadas y pisan el plató son asignadas a ciertos roles y tramas, por ejemplo, la *queen* autosuficiente que trabaja sola, acaba confiando en otras y creando comunidad con ellas, como Bianca del Río y su relación de mentora y estudiante con Adore Delano en la temporada seis. Otro ejemplo es el de

Jinkx Monsoon que comienza su temporada (la quinta) como una *queen* subestimada por sus compañeras y acaba ganando la temporada. Ambas *queens* procedieron a coronarse ganadoras de sus respectivas temporadas, aunque tuvieran trayectorias y experiencias muy distintas, y más tarde pasaron a tener carreras de gran éxito: Bianca del Río como cómica, Jinkx Monsoon como cantante en Broadway, además de ser ambas *queens* favoritas de los fans. Sin embargo, hay quienes no fueron tan afortunadas al luchar contra la categorización que se les intentó imponer.

Las tramas de Bianca del Río y Jinkx Monsoon están ideadas para emocionar a la audiencia y hacer que animen a las *queens*. De esta manera, se crean relaciones parasociales entre los fans y las concursantes que aseguran al show un apoyo constante. Sin embargo, este tipo de ediciones en el show también tienen su cara negativa; por ejemplo, resaltando la rivalidad entre dos concursantes que tienen historia previa al programa (ejemplo: Coco Montrese y Alyssa Edwards en la quinta temporada), o los famosos “*villain edits*”<sup>10</sup> que convierten a una *queen* de la temporada en la villana de la historia, antagonizándola y aislándola del resto. Por otro lado, otra de estas instancias es aquella en la que una *queen* tiene que probar que merece la oportunidad de estar en el show. Este último tipo de *queen* suele ser bastante criticada y empujada por los jueces y RuPaul a desarrollar todo su potencial, este es el caso de Pearl.

Pearl Liaison es una DJ, maquilladora, ilustradora, modelo y, por supuesto, drag queen, que participó en la séptima temporada de *RPDR* (2015), quedando entre las finalistas del top 3. Durante su tiempo en el programa, Pearl se convirtió en el foco de uno de los momentos más virales de *RPDR*. En el quinto episodio de la temporada, “The DESPY Awards” (“Los Premios DESPY”<sup>11</sup>), justo antes del maxi reto, RuPaul se pasea por la *werkroom* aconsejando y animando a las *queens*. Al llegar el turno de Pearl y Max, su compañera durante este episodio, ellas le cuentan

---

<sup>10</sup> “Villain edit” o “Edición de villana”: sucede cuando una de las *queens* es seleccionada por producción (por su personalidad o conflicto con otra *queen* de la temporada) como “la villana de la temporada”. Suelen ser aquellas que tienen opiniones más problemáticas y las que tienen más peleas con el resto de *queens*. Se les suelen asignar tramas con más tensión y puede que sean contrapuestas con la *queen* ganadora para crear una historia de competición interna. A través de la edición del show estas *queens* aparecen más aisladas del resto del grupo y hace que sus acciones aparezcan más calculadas y malignas.

<sup>11</sup> DESPY hace referencia a los premios ESPY (*Excellence in Sports Performance Yearly Award*/Premio Anual a la Excelencia en el Rendimiento Deportivo) pero añadiendo “Drag” al principio, de donde sale la “D” en el acrónimo. El objetivo de este episodio era el de crear una rutina de comedia mofándose de sus compañeras.

su plan para el reto, que está basado en la comedia (la idea es “ser divertidas pero también cortantes”), y ocurre la siguiente conversación:

R: Lo que estás describiendo no es lo más fácil de lograr. Tú [Max] tienes una gran personalidad. Pearl, tú no tienes una personalidad muy grande. ¿Cómo vas a superar eso por este premio?

P: Um, creo que tengo una gran personalidad en realidad.

R: Pearl, la razón por la que te estoy retorciendo los pezones es porque quedaste en el *bottom*<sup>12</sup> la semana pasada.

P: Cierto.

R: Y quiero asegurarme de que esta semana subas el listón.

P: Bueno, me dijiste que no tenía personalidad. Es decir, eso no me hace sentir bien ni me da confianza.

R: Bueno, espero que te espabile.

[Silencio, la cámara va cambiando el enfoque de una cara a otra mientras se miran intensamente]

P: ¿Tengo algo en la cara?

R: No, es que no estoy convencido y quiero que lo hagas bien. Por eso te traje aquí ... No quiero que ninguna de mis chicas no esté a la altura de su potencial. Esta es una oportunidad única en la vida.

P: Sí, soy consciente de eso.

R: Ya, muy bien. Nos vemos luego. (“The DESPY Awards” 13:04-14:50)

En concreto, fue la respuesta de Pearl “¿tengo algo en la cara?” y la consecuente reacción tan seria y silenciosa de RuPaul mientras ambas se miraban fijamente lo que hizo que este momento se viralizara. En la historia del programa esta es una de las pocas instancias en las que una *queen* le ha plantado cara a RuPaul de manera tan directa. No sería hasta más adelante cuando se descubriría, gracias a testimonios independientes de ambas *queens*, la historia que llevó a este momento de confrontación.

La opinión de RuPaul sobre este acontecimiento fue expuesta por él mismo en 2015, solo un par de meses tras la emisión del episodio, durante el episodio 29 de su podcast *What's the Tee*, que coproduce con Michelle Visage, también productora de

---

<sup>12</sup> *Bottom* es la posición más baja en las que se pueden encontrar las *queens* tras recibir las críticas de los jueces al final del episodio.

*RPDR* e íntima amiga suya. En él, al hablar del incidente, RuPaul expresa que cuando Pearl le dió aquella respuesta:

Me aguanté y pensé: “soy productor de este show”, porque lo que quería decir era distinto de lo que dije. Yo sabía que ella iba a ser un personaje popular y no quería explotar y decirle: “¿Sabes qué? Voy a ayudarte a hacer la maleta, perra, porque estás puto fuera de aquí, ¡ahora mismo!”. No hice eso, me dije: “No, ¿sabes qué? es un chico guapo, a la gente le va a encantar ... Voy a dejar que lo haga” (“The big Brother Episode” 55:19-55:48).

La manera en la que RuPaul habla de Pearl es una muestra de cómo las *queens* son concebidas tanto en su propia puesta en escena como en la producción del show, de una manera deshumanizada y caricaturizada. Aquí, RuPaul enseña cómo funciona la lógica de “dragpitalismo” que define al programa al priorizar el rendimiento del show, incluso por encima de la resolución de conflicto con Pearl. En este momento, Pearl no es vista como su propia persona y en su lugar, por el contrario, su caricatura prevalece y su valor es medido en las estrategias en las que puede hacer que *RPDR* tenga más éxito.

En su temporada, Pearl se volvió famosa por ser categorizada como una *queen* “somnolienta” dada sus maneras calmadas, descrita a veces como apática a la hora de conversar con los jueces y las otras queens así como para afrontar la competición. Ello le supuso muchas críticas de los jueces y también del propio RuPaul tan pronto como en el tercer episodio de la temporada en el que, tras recibir las críticas, Pearl acaba en el *bottom* y recibe este comentario del *host*: “Pearl, has estado sonámbula. Considera lo que ha pasado esta noche como tu despertar. Des-piér-ta-te, Pearl. Despierta” (“ShakesQueer” 37:37-37:47). Este estereotipo le seguiría hasta la final como su performance de la canción llamada “*Sleepwalker*”, o “Sonámbula”, que fue específicamente compuesta para ella<sup>13</sup>. El rendimiento de Pearl en su temporada, acompañado de las declaraciones de RuPaul, aclaran el objetivo que la producción del programa tenía para ella y la manera en la que se asignan e implementan los personajes para cada una de las concursantes. Las *queens* dejan de ser ellas mismas (y/o sus personajes drag) en el show, porque la visión mercantilista del programa decide por

---

<sup>13</sup> En las temporadas 7 y 8 el formato para los finales de temporada cambian en el show: previo a la coronación de la ganadora, las *queens* que acaban en el top 3 deben hacer cada una de ellas una performance, ante una audiencia y el propio RuPaul, haciendo playback con una canción que ha sido escrita específicamente para ellas por Lucian Paine, uno de los compositores que solía trabajar con RuPaul, reflejando su estilo y su paso por el programa.

ellas qué tipo de historia se contará sobre las mismas. El show tiene cierto control sobre la imagen que se difunde de las *queens* fuera del plató. Gracias a declaraciones como las de RuPaul “Yo sabía que ella iba a ser un personaje popular ... a la gente le va a encantar” (“The Big Brother Episode” 55:19-55:48) queda clara la intencionalidad con la que se construye cada trayecto de las concursantes por el programa.

En cuanto a la perspectiva de Pearl sobre el incidente, ella misma ha admitido ser consciente de su rendimiento en el programa y de lo lejos que está de ser perfecto. Pearl argumenta estar distraída por algo en el show y explica el motivo de su distracción al describir el primer momento que pasó con RuPaul, previo al comienzo de la temporada, durante la grabación de contenido para el programa:

Estábamos grabando un segmento, solamente charlando y bromeando o yo qué sé, luego la cámara se apagó por un momento y me giré hacia RuPaul y le dije: “*Oh my god*, quería aprovechar y darte las gracias, es todo un honor estar aquí, y un gran placer conocerte, no tienes ni idea...”, y diciéndole todo lo que siempre había querido decirle y entonces ella se giró hacia mí y me dijo: “Nada de lo que digas importa a no ser que la cámara esté grabando”. Aquello me destrozó el espíritu y por eso tuve un pie dentro y uno fuera durante toda la temporada ... en ese momento se me rompió el corazón porque yo la idolatraba, la veneraba y sentí que aquello fue una falta de respeto ... Eso deja bastante clara mi actitud en el show y por eso no me importó una mierda cuando ocurrió aquello [momento: “¿tengo algo en la cara?”]. (“PEARL on Look At Huh! Beach House - Part 2 | *Hey Qween*” 9:40-13:02)

Por supuesto, debemos tener en cuenta que en este testimonio se recoge puramente la versión de Pearl de cómo aconteció la conversación entre ella y RuPaul. Una versión que hasta ella admite en la misma entrevista que puede haber estado afectada por su inocencia en aquel momento y el choque de conocer a una estrella tan grande como RuPaul. Es decir, la decepción de su aparente rechazo puede haberle hecho mucho más daño del que le haría a día de hoy cuando es más madura y segura de sí misma como drag *queen*. Sin embargo, estas interacciones marcarían su relación incluso años después de compartir el plató de la temporada siete. Si bien RuPaul se autodefine como una figura materna que ayuda a las *queens* que pasan por el show a crecer y verse

realizadas como estrellas del drag, Pearl cuestiona esta concepción del *host* de la siguiente manera:

Bueno, ya sabes que lo suyo es lo de: “Llámame Madre” y piensas que va a ser todo amor ... como era previamente en el show, antes de que salieran tantas temporadas y esto se convirtiera en tal trabajo para ella, realmente le importaban las concursantes ... Yo pensé que sería algo más parecido a eso pero la trayectoria [del programa] simplemente cambió tanto para el momento en el que llegué allí y supongo que fue ingenuo por mi parte pensar que íbamos a tener una relación de algún tipo. (“PEARL on Look At Huh! Beach House - Part 2 | *Hey Qween*” 13:42-14:42).

Pearl ha asegurado en varias entrevistas durante los años desde su partida del show (*Hey Qween!* y en *Exposed*) que su admiración por RuPaul no ha menguado, así como la apreciación por todas las oportunidades que le brindó su participación en *RPDR*: “Ella es la reina de este fenómeno moderno tan increíble ... tiene que hacer su trabajo” (“PEARL on Look At Huh! Beach House-Part 2” 7:55-8:33) .

Sin embargo, la visión que el programa ofreció de ella la persiguió en su vida real tras dejar el plató. Desde recibir *bullying online* y tener fotos íntimas filtradas tras un ataque hacker, hasta que los promotores con los que trabaja se sorprendan por tener una experiencia positiva después de sus shows (“Pearl: Exposed (The Full Interview)” 9:12-9:45). En sus palabras: “Porque aparentemente supongo que quedé de manera tan rara en la tele que la gente no tuvo la oportunidad de conocer realmente quién soy ... Ha sido interesante intentar escapar de ese personaje que fue construido a mi alrededor” (“Pearl: Exposed (The Full Interview)” 9:12-9:45). Precisamente esas tramas y personajes o caricaturas que son asignadas a las *queens* acaban eclipsando sus carreras fuera del show, dado el alcance tan amplio que ha conseguido.

Las tramas creadas en *RPDR* tienen mucho que ver con la personalidad de cada queen y las interacciones que tienen con el resto del reparto. Sin embargo, desde el equipo de producción, y el mismo RuPaul, potencian la categorización y “caricaturización” de las *queens* con el fin de moldear dichas tramas, un punto de contingencia entre los fans que ha hecho que el programa sea visto como demasiado estructurado o sobreproducido pese a su naturaleza de inevitable telerrealidad. Un ejemplo de esta sobreproducción es lo que ha venido a ser conocido como “*Drag Queen*

*Trauma Hour*” (“Hora del Trauma de las Drag Queens”), en adelante “*DQTH*”\*, del que hablaremos en breve. Para poder apreciar la importancia de este fenómeno es imprescindible tener en cuenta primero la estructura del show y los momentos de interacción entre las *queens*.

La manera en la que están estructurados los episodios de RPDR ha formado parte esencial en su éxito, dota al espectáculo de una rutina con la que la audiencia se familiariza y atrae cada vez más espectadores. En concreto, existe un segmento que expone las emociones de las concursantes, humanizándolas y dando pie a discusiones sobre la marginalización que experimentan algunas de ellas en sus vidas debido a su identidad profesional.

Dentro de la estructura de cada episodio, previo a la *runway* principal que dará pie a la crítica de los jueces y la eliminación de la semana, las *queens* son grabadas mientras se maquillan y preparan sus *looks*. Este momento de la competición es uno de los pocos en los que las *queens* pueden hablar a un ritmo más tranquilo, mientras comparten experiencias y observan las distintas técnicas del arte drag de cada una. Además, también en este segmento se puede presenciar cómo los sentimientos cambian y afloran conforme avanza la competición, ya que se repite en todos los episodios, por lo que no es poco común ver peleas entre *queens* que han sido rivales. Es por esto que es tan fácil para el público conectar con ellas, los productores humanizan a las concursantes para que el público tenga a quién animar.

Con los años, este segmento ha sido aclamado por fans y es ahora parte intrínseca del programa. Pese a ello, también ha pasado a ser conocido por la sobreexposición de las vivencias más traumáticas de las concursantes con el fin de proporcionar entretenimiento para su audiencia. Previamente concursantes han confirmado esta situación, como Kelly Mantle, temporada 6, en su entrevista con Jonny McGovern en *Hey Qween!* (2016) en la que relata cómo los productores obligaron a Mantle a mencionar el pasado de otra concursante, Vivacious, preguntándole por su traumática infancia en Jamaica. Mantle hace hincapié en que sintió que la situación fue forzada e incómoda, ya que estaba intentando maquillarse con el tiempo limitado que se les da en este segmento a las *queens* mientras escuchaba a Vivacious y le prestaba la atención necesaria para una conversación tan seria.

Este tipo de situaciones forzadas y sentimentales, hace que este segmento haya pasado a ser reconocido entre los fans. Es más, este problema ha sido abordado por Michael Savio que ha acuñado el término “*Drag Queen Trauma Hour*”. En su trabajo, Savio explica cómo la evolución del programa ha conllevado la pérdida de espontaneidad en las declaraciones más emocionales de las concursantes, que son cada vez más estandarizadas como momentos de sobrecarga de trauma en la estructura del show. Asimismo, Savio cuestiona para quién es la “*DQTH*” y explora dos posibilidades. La primera opción sugiere que este es un segmento necesario y empoderador para las *queens*; sin embargo, el efecto que tiene sobre ellas es el contrario, ya que el show las define por su trauma y por ser víctimas del mundo heteronormativo y no quienes son a pesar del mismo. La segunda posible respuesta sería que el foco de interés es el de la audiencia, una audiencia mayoritariamente *queer* que ya conoce de primera mano lo que es sufrir este tipo de discriminación y abuso. De acuerdo con Savio, esta también es una instancia en la que el show traiciona su carácter original de humor ligero y positivo por lo que este segmento es percibido como un intento hueco a una conexión genuina con las *queens* y sus vivencias (Savio).

Habiendo descartado estas dos ideas previas como posibles respuestas a su pregunta, Savio concluye que la inclusión forzada de los traumas de las concursantes en el programa debe servir de conexión con una parte creciente de la audiencia, la heterosexual, que no es capaz de sentir empatía genuina por la experiencia *queer* sin percibir a la comunidad como víctimas del sistema heteronormativo. Por ello, cuando las *queens* son motivadas a compartir sus traumas por parte del equipo de producción, el propósito que se busca con ello es crear una sensación de empatía y cercanía con la audiencia heterosexual, a través de la victimización de las concursantes como personas *queer* (Savio).

La explotación del trauma de las concursantes, así como ellas mismas a través de la autopromoción, son dos de las principales herramientas a través las que *RPDR* lleva a cabo su marketing y su “*dragpitalismo*”, y claramente son altamente eficaces. En otras palabras, el show es capaz de mantener su monopolio sobre la identidad drag en el *mainstream* y asegurar la expansión de la franquicia a través de las propias *queens*.

*RPDR* nació en una época en la que la visibilización de un contenido creado por y para personas *queer* era escaso, por ello la recepción del show era de aprehensión a lo

desconocido, además de ser visto como un producto provocador y obsceno. El programa sigue manteniendo su carácter atrevido en la actualidad, pero esto no se debe simplemente al hecho de ser un programa dedicado a las identidades disidentes, como lo habría sido en su origen, sino que se debe en gran parte a su sentido del humor atrevido, sexual, incluso obsceno, en algunos momentos. Prueba de que *RPDR* sigue existiendo en cierto modo en la periferia, si bien no tan marginalizado como antaño, es el hecho de que aunque no sea considerado del todo *mainstream*, sin duda con cada temporada y *spin-off* se acerca más a ese objetivo.

Como hemos propuesto en este capítulo, los elementos que definen el éxito económico del programa, son, sobre todo, la explotación de las *queens* como concursantes, además de como personas queer. Esta dependencia ha hecho que la visión y el objetivo del show se haya perdido, así como su sentido de vanguardia y atrevimiento. *RPDR* tiende a retratarse como una gran familia (en el sentido de las casas drags que se formaban alrededor de la cultura de los *balls* neoyorquina) en la que RuPaul ocuparía el lugar de madre, ya que así se refieren a ella el resto de las *queens* como una forma de respeto, además de tener una canción literalmente llamada “*Call Me Mother*”, “Lláname Madre”, en su álbum *American* (2017).

Sin embargo, esta idea de la drag queen amable, pese a que ya hemos visto que el propio RuPaul tiene una relación ambivalente con las *queens*, se ha expandido más allá de él mismo y esa “familia”, acoge también a la audiencia del programa. Los esfuerzos del show por victimizar y caricaturizar a las *queens* se hacen eco de actitudes conformistas llevadas a cabo para complacer al heteropatriarcado, actitudes que derivan de un sentimiento más amplio y generalizado entre las personas *queer*: el hecho de aparecer como tolerables y aceptables para personas cishetero como método de supervivencia.

Al reemplazar los sentimientos revolucionarios y reivindicativos del drag por versiones serializadas de *queens* a quienes se les define por su trauma en lugar de cómo lo superan y lidian con él pese a haberlo sufrido, *RPDR* también lleva a cabo un proceso de “amabilización” de la idea del drag. Shangay Lily habla de este fenómeno en España de la siguiente manera:

“Gracias a nosotras [las drag *queens*], lo gay se había convertido en tendencia, en algo fácilmente reconocible, vendible, simplificable, una imagen que vale

más que mil palabras: un sueño para el marketing. En cierto sentido, las drag queens fuimos las intermediarias, las negociadoras, de una fusión colosal que tuvo lugar entre el mundo gay y la sociedad en general.” (Lily, 82)

La comunidad drag se ve cada vez más incluida y comprendida por la visibilidad e importancia que shows como *RPDR* le han otorgado. Sin embargo, cabe preguntarse qué está entregando la comunidad a cambio de este punto álgido de popularidad y qué valores de lucha y reparación histórica se están perdiendo por el camino. *RPDR* ha pasado de ser una celebración de las peculiaridades y de las identidades más marginalizadas del colectivo a complacer a una audiencia que cuanto más crece el show más se normativiza, creando una versión diluida de lo que una vez fue y capitalizando historias queer para llevarlo a cabo.

### **CAPÍTULO 3. Todos nacemos desnudos y el resto es drag normativo**

El impacto del fenómeno de *RPDR* es indudablemente de un alcance global y su formato se ha expandido a numerosos países gracias a las técnicas de sobreproducción y el “dragpitalismo” que mercantiliza a sus propias concursantes. El show ha sido muy efectivo en esparcir su mensaje gracias a esta expansión, así como visibilizar y representar a artistas drags e identidades queer. Otra cosa que se ha extendido con la misma efectividad es el tipo de drag que el show prioriza y favorece. *RPDR* pone el foco en las iteraciones femeninas del drag, simultáneamente descartando otras formas que fuera del show ocupan papeles de igual importancia en la comunidad. Estudiaremos de qué forma esta criba, que se repite en cada temporada, determina cuál drag es válido y cuál no, y cómo afecta al mensaje original de inclusividad del show.

Cuando Shangay Lily define el “gaypitalismo”, hace hincapié en el grado de éxito que este modelo económico posee, al nutrirse de las inseguridades y sentimientos de inadecuación que son sembrados mayoritariamente desde fuera del colectivo. Según Shangay Lily, el “gaypitalismo” funciona de una manera tan eficiente porque en su forma más básica trata de explotar “la perentoria necesidad de miles de homosexuales torturados, excluidos por la sociedad, marginados desde niños, de pertenecer, de encajar en algo por una vez en su vida” (87). De esta forma, se delimita lo que es deseable y lo que no en identidades disidentes con la falsa promesa de que al hacer cambios en su estilo de vida, siempre por medio de un desembolso económico, se puede conseguir la tan ansiada sensación de pertenencia que le es negada a estas comunidades por parte de la sociedad heteronormativa y sus círculos familiares biológicos.

Asimismo, al establecer una versión única de la identidad disidente deseable se crean los “buenos gays” y los “gays malos” (Lily, 87) acorde a si se sigue o no la normativa impuesta por los “gaympresarios”. Esta alienación interna en la comunidad crea divisiones económicas y sociales, y es un modelo de categorización que está presente también en *RPDR*. En el show es posible ver estas divisiones siendo implementadas a través de las críticas de los jueces, que carecen en algunos puntos de uniformidad y claridad, junto con el proceso de eliminación. Al implementar la idea de la “buena drag” y la “mala drag”, las concursantes son obligadas a presentar formas de drag que eviten salirse de las ideas más normativas de este arte. Así, se unifican bajo ciertas normas latentes en el mensaje del programa, simultáneamente crean

inseguridades sobre las propias visiones artísticas de las *queens*, lo que asegura el triunfo de la jerarquía propugnada por el show.

Lily expone que la definición del “buen gay” se lleva a cabo a través de tácticas capitalistas. Por ello, los gaympresarios se lucran en base a la teoría de que se podía comprar esta identidad y, por tanto, la pertenencia a este grupo de “gays buenos”. En palabras de la propia Lily:

El estereotipo del marica “culto”, con “buen gusto”, “sensible”, con “estilo”, “guapo” (valores que deben ser considerados desde la óptica capitalista patriarcal occidental, por supuesto), se convirtió en una dictadura. si querías entrar en esos círculos elitistas que promovían la endogamia en fiestas exclusivísimas, cruceros y casas que rezumaban estatus, debías encajar en el nicho. La apariencia derrotó a la esencia. el estatus suplantó a la curiosidad. La diversidad se convirtió en categorías. (Lily, 93)

Teniendo en cuenta lo que explica Lily, en *RPDR* se hace uso de un sistema parecido por el que la “drag buena” se trata de aquella que presenta una figura femenina así como en general una feminidad normativa y la “drag mala” se sale de esa normatividad por medios de mostrar un drag más masculino o poco convencional alejándose incluso de las normas del género.

Generalmente, *RPDR* tiende a dar más visibilidad a ciertos tipos concretos de drag. Las concursantes del show tienden a identificarse, por lo general, como artistas drag que, independientemente de su identidad de género o sexo asignado al nacer, representan personajes femeninos o personifican mujeres. Asimismo, el estereotipo de las *queens* que participan en el show es el de la hiper-feminidad, es decir: pelucas de gran altura y longitud, cuerpos con curvas, pechos y traseros grandes, tacones altos, uñas afiladas y un maquillaje que feminice los rasgos, además de un vestuario y complementos que denoten lujo y riqueza. En definitiva, retratando una visión de la feminidad que, si bien tiende a ser hiperbólica dada la naturaleza del drag, es idealizada y normativa.

La prevalencia de la hiper-feminización en el show no es algo fuera de la norma, ya que el propio RuPaul entra en esta categoría de drag feminizado y, al ser el *host* del show (además del estatus que posee como una de las drag *queens* más influyente en la

actualidad), se establece a sí mismo como el parangón al cual deben aspirar las concursantes. Es cierto que estas características forman parte de la historia del drag y tienen un trasfondo político, el de romper con los rígidos roles de género y reclamar el poder de la feminidad haciendo mofa de los estándares socialmente impuestos. Sin embargo, conforme el drag se extiende y se acerca cada vez más a ser *mainstream*, también se expone a perder sus raíces políticas y reivindicativas que lo han definido desde su concepción.

Al aplicar la teoría de Lily a *RPDR*, se puede considerar al propio RuPaul como un “gaympresario” o “dragpresario”, dada la controversia en la que se suele ver envuelto al dar visibilidad a una forma limitada del arte del drag. Sin embargo, al tener en cuenta el amplio y diverso abanico de expresiones de drag que han existido hasta la actualidad alrededor del mundo, y dada la expansión del show a día de hoy, el foco continuo sobre esta versión feminizada está comenzando a ser percibida como reduccionista del movimiento del arte drag. El propio formato del show se asegura de fomentar estos ideales a través de las críticas de los jueces, quienes tienden a opinar negativamente de las *queens* si no se presentan lo suficientemente femeninas. En concreto, se suele prestar atención a aspectos como las proporciones corporales o *padding\**, enfatizando la necesidad de una figura de reloj de arena, o el maquillaje, sobre todo el *contouring\**, que debe transformar los rasgos masculinos en femeninos (por ejemplo, si se presentan aspectos como la incorrecta cobertura de la sombra de la barba).

En *RPDR*, las críticas de los jueces son tan importantes como la opinión del mismo RuPaul ya que, al fin y al cabo, son una extensión de él mismo y, por tanto, también de sus opiniones, así como las del programa. Sin embargo, el programa a veces se topa con la dificultad de definir lo que Niall Brennan describe como: “la elusiva naturaleza de la autenticidad drag” (36). Esto se debe a que, tras décadas del desarrollo de este arte y las diferentes peculiaridades e idiosincrasias culturales que existen, es inevitable preguntarse: ¿Cuáles son las normas del drag?

Muchas de las personas que hacen drag y pertenecen a estas comunidades opinarían que no existe tal cosa, pero cuando se trata de un concurso de telerrealidad, establecer parámetros es algo crucial. Pese a ello, la falta de consenso entre los jueces sobre qué tipo de drag recibirá críticas positivas o negativas (Brennan, 36), hace que la

calidad del rendimiento de las *queens* sufra, al tener que complacer a los jueces y mantenerse fiel a su estética y personaje drag al mismo tiempo, lo que desemboca en un aumento generalizado de la confusión.

A pesar del impulso que el drag feminizado y normativo tiende a tener en el show, también han existido en el programa algunas excepciones a esta regla de feminidad hiper-idealizada. Uno de los más claros es el caso de la concursante Milk, quien participó en la temporada 6 de *RPDR* en 2014 (en adelante, T6) así como en uno de sus *spin offs*, *All Stars 3* en 2018 (en adelante, *AS3*). Esta *queen* es conocida en la franquicia por romper con las normas del drag, sobre todo en su temporada original, ya que su estética se aleja de ellas haciendo uso de accesorios poco convencionales como barbas o barrigas postizas que simulan el embarazo (ver figuras 2 y 3<sup>14</sup>). Irónicamente, en la siguiente temporada del show (temporada 7, 2015) se añadiría “Bearded and Beautiful” (“Barbudas y Bellas”) como una de las categorías de pasarela convirtiéndola a Milk en la precursora de esta tendencia.

Así mismo, Milk es una de las pocas concursantes que han hecho uso de lo que el programa denomina como “*boy drag*”\* (“drag de chico”), un término que hace alusión a aquellas instancias en las que las *queens* exhiben un drag de representación masculino en vez de femenino. No obstante, se suele usar este término en el contexto de una crítica negativa por no haber conseguido representar la ilusión de la feminidad que es tan valorada en el show. De hecho, existe una categorización entera en el mundo del drag para un tipo de drag de representación esencialmente masculina, los *drag kings*\*. Si bien las corrientes más progresistas de las comunidades drag (y el colectivo LGBTIAQ+) consideran que ni la identidad de género ni el sexo que es asignado al nacer son factores que deben limitar la participación de cualquier persona en cualquier tipo de drag, es crucial no olvidar la historia y las raíces de la creación de este arte. Por ello, es importante destacar que históricamente las mujeres crean *drag kings* con una intencionalidad reivindicativa que, similar a las *drag queens*, trata de romper con las barreras que los estereotipos de género imponen al retratar atributos masculinos exagerados que son vistos socialmente como fuera de su alcance.

Por esto mismo, resulta interesante y pertinente la diferenciación que se hace en el programa entre los términos “*boy drag*” y “*drag king*”, ya que al preferir el uso del

---

<sup>14</sup> Las figuras pueden ser consultadas en el anexo del trabajo.

primero en instancias en las que las *queens* se presentan masculinas, por ejemplo portando un traje de chaqueta, se centraliza la expresión drag femenina como la hegemónica. Consecuentemente, se reafirma el binarismo de género dentro del show de manera que se restringe la participación de las concursantes en formas de drag no feminizadas como *drag kings* o la forma más neutral: *drag things*\*. En otras palabras, se mantiene una visión por la que solo aquellas personas que se identifican como hombres pueden ser drag *queens* y aquellas que se identifiquen como mujeres drag *kings*. Además, se limita la existencia de estos últimos a espacios fuera del programa.

Por añadidura, en *RPDR* se ha limitado la participación de mujeres (tanto cisgénero como trans), así como la de otras identidades trans en general hasta tiempos recientes. De esta manera, se crea la falsa imagen de que las mujeres solo actúan como drag *kings* y no como *queens*. En una entrevista con *The Guardian* en 2018, el propio RuPaul defendió la posición del programa de la siguiente manera:

El drag pierde su sentido de peligro y de ironía cuando no son hombres los que lo hacen, porque en su núcleo es una declaración social y un gran “que te den” a la cultura dominada por el patriarcado. Entonces, que los hombres lo hagan es muy *punk-rock*, porque es un rechazo real de la masculinidad. (Aitkenhead)

Por tanto, al decir en su declaración que la única versión del drag que es reivindicativa o “*punk-rock*” es la llevada a cabo por hombres, RuPaul infiere que otras identidades haciendo drag no son efectivas de la misma manera. Sin embargo, los estándares y roles de género que el drag reivindica y denuncia afectan a una multitud de identidades que son marginalizadas por el euro-heteropatriarcado bajo el que se ven forzadas a existir.

Peppermint es la primera *queen* en participar en el show siendo abiertamente trans, aunque durante su participación no había llevado a cabo ninguna cirugía de afirmación de género. El rendimiento de Peppermint en el concurso fue muy alto, llegando a clasificarse en el top 4 de la temporada nueve. Durante su entrevista, cuando le preguntan por el tema, RuPaul comenta:

Peppermint no tuvo implantes de pecho hasta que dejó nuestro show; se identificaba como mujer, pero no había transicionado realmente ... Puedes identificarte como mujer y decir que estás transicionando, pero eso cambia cuando empiezas a cambiar tu cuerpo. Se convierte en otra cosa; cambia por

completo el concepto de lo que estamos haciendo. Hemos tenido algunas chicas [RuGirls\*] que han tenido inyecciones en la cara o al igual un poco en el trasero aquí y allá, pero no han transicionado. (Aitkenhead)

El énfasis que RuPaul parece poner sobre la apariencia física y la anatomía de las *queens* deslegitima su experiencia como mujeres trans, además de inferir que Peppermint solo tuvo la posibilidad de concursar por haberlo hecho previo a su cirugía de afirmación de género. Esta postura reitera que la visión de RuPaul, y, por tanto, del show sobre el drag, no solo requiere la performance de una feminidad normativa, sino que solo se puede llevar a cabo por personas con una expresión de género masculina. A través de este tipo de retórica *RPDR* no solo perpetúa una visión binaria del género y su representación drag, sino que busca afianzar una ideal que replica y objetifica el cuerpo femenino y simultáneamente restringe el acceso de las mujeres que hacen drag y las personas transgénero a espacios fuera de su show.

Estos ideales sobre las identidades de género y el mundo del drag moldean el lenguaje que se utiliza para hablar de las *queens* y su arte en el show, y es por eso que expresiones como “*boy drag*” prevalecen a “*drag king*”. En cuanto al “*boy drag*” en el show, destacan dos *looks* de Milk que ilustran esta problemática. Uno de ellos es con el que aparece en el material promocional de *AS3* pues está vestido con un disfraz musculoso de culturista y con un bikini y tacones dorados (ver figura 4). Si bien esta instancia no fue categorizada por el propio programa como “*boy drag*”, sobre todo porque en ella Milk lleva una larga peluca rubia y maquillaje femenino, es otra instancia en la que la *queen* rompe con la tradición del programa presentando una versión más alejada de la feminidad normativa que el *show* prioriza. En cuanto al otro *look*, se trata de uno que presentó en el episodio 5 de la temporada 6 de *RPDR* en el que la categoría de la pasarela fue “Night of a Thousand Rupauls” (“Noche de las Mil RuPaul”), cuyo objetivo era recrear el estilo del propio RuPaul. Si bien en las directrices de este reto, al menos en lo emitido del show, no queda especificado que el drag deba ser femenino, por lo general las *queens* tomaron la dirección de representar a RuPaul en su personalidad drag. Sin embargo, Milk tomó la decisión de ir vestido de RuPaul desmontada\*, es decir, con una calva postiza y un traje de chaqueta masculino parecido a los que el *host* se pone normalmente cuando visita a las *queens* y las aconseja mientras ellas se preparan para algún reto en el *werkroom* (ver figura 5).

Si bien no fue expulsada del programa en este episodio, sí que recibió una serie de críticas negativas por parte de los jueces. Michelle Visage, por ejemplo, comentó: “Parte de mí, Milk, se siente extremadamente ofendida de que hayas salido a la pasarela en pantalones. Parte de mí también piensa que es brillante porque sigue siendo RuPaul” (“Snatch Game” 32:42-32:56). Este comentario es interesante por el hincapié que se hace en la pieza de ropa de los pantalones y de cómo el propio vocabulario utilizado por los jueces indica qué prendas son vistas como femeninas, y por ello aceptables, o masculinas, consecuentemente “ofensivas”. Los jueces, en concreto Santino Rice y RuPaul, continúan hablando del *look* con Milk y se produce el siguiente intercambio:

Santino Rice: ... esto no me impacta, en realidad. Lo que me impactaría sería si vinieras e hicieras algo tan increíblemente glamuroso, porque no te hemos visto así.

Milk: Podría hacer algo más glamuroso, pero no estaría siendo fiel a mi estilo.

RuPaul: Pero me encantaría verte como una *glamazon*\*. (“Snatch Game” 33:01-33:16)

Aunque el resto de jueces insisten en la importancia de la feminidad, RuPaul va un paso más allá con la mención de la palabra *glamazon*, haciendo alusión a la propia marca que ha creado alrededor de su personalidad drag. *Glamazon* no es solo el nombre del sexto álbum grabado por RuPaul, sino que se trata de una etiqueta que se asocia continuamente con su estética femenina e imponente como una de las *drag queens* más famosas.

El caso de Milk, es un claro ejemplo de la manera en que las críticas de los jueces del show dirigen a las *queens* hacia unas estéticas muy claras. Estas estéticas y estilos son principalmente femeninas y glamurosas, como la que representa el propio RuPaul. Con ello, se crea una visión hegemónica del drag que deslegitima aspectos masculinos o feminidades no normativas o idealizadas (mujeres con barbas o embarazadas).

Un ejemplo de la hipocresía subyacente al show en cuanto a las feminidades representadas o vistas como válidas sería el de Manila Luzón y su vestido compresa. Este incidente ocurre dentro del marco de la temporada de *All Stars 4* (2018-2019) en la que participó Manila, más concretamente, durante la pasarela del cuarto episodio. En ella, las *queens* debían presentar *looks* basados en la premisa: “Curvas & Giros” para la

que Manila presentó un traje rosa que recibió muy buenas críticas (ver figura 6). Sin embargo, tras la emisión del episodio, la *queen* subió una imagen con un vestido distinto y la siguiente descripción:

Ru [RuPaul] me dijo que mi look para la pasarela de Curves & Swerves [Curvas & Giros] ORIGINAL era de mal gusto y la producción del programa me dijo que me pusiera mi look de reserva.

¡Estaba muy emocionada por llevar este vestido que creo que celebra una experiencia perfectamente humana y normal! Muchas de mis fans son mujeres jóvenes quienes pueden que se sientan presionadas por la sociedad a estar avergonzadas de sus reglas. ¡Es empoderante enseñar a las mujeres jóvenes sobre sus cuerpos, animarlas a celebrarlos Y a cuestionar a la gente que les dice que no lo hagan!

¡Mi objetivo con este look es que se normalice la menstruación estando impresionante<sup>15</sup> incluso si estuviera con la regla!

En su lugar, decidí llevar el hermoso vestido acolchado que se vió en el episodio porque no es mi show, es el de Ru. Pero gracias a Ru, ¡tengo mi propia plataforma para hablar por mí misma y enseñar a todos mi interpretación! ❤️(@manilaluzon)

Pese a que el tema alrededor del cual Manila había creado su *look* era uno novedoso y casi sin precedentes, el resto de su apariencia sigue las normas por las que los jueces suelen criticar a otras *queens*: su maquillaje, pelo, proporciones e incluso la propia confección del vestido son de alta calidad. El vestido en sí tampoco muestra ninguna imagen grotesca ya que incluso la representación de la sangre en la compresa es de una forma y color uniformes y decorada con purpurina.

Podemos concluir entonces que el único problema que se vió a la hora de juzgarlo era lo que representaba: la realidad de la menstruación que es para las personas que menstrúan un gran tabú. Si tomamos esta situación en contraste con las diferentes feminidades presentes y excluidas del show, es fácil ver un patrón de normatividad. Es decir, podemos concluir que si bien la feminización del drag es uno de los focos principales del programa, dicha feminidad también tiene una definición muy específica: es normativa, hegemónica y reproduce algunos tabúes de esas feminidades (como la

---

<sup>15</sup> *Sick'ning\**

regla). Es por eso que la “autenticidad”, *realness* en el mundo drag, que se pretende alcanzar con la semblanza a una mujer cisgénero, deja de ser así cuando se trata de aspectos que conciernen a una visión no solo real, sino realista de ellas. La inclusión de este tipo de arte en el drag de *RPDR* proporciona una gran visibilidad a aspectos considerados tabú y debe ser alentado en vez de ocultado.

Pese a casos como el de Manila, esta feminidad sigue siendo muy valorada dentro del mundo de *RPDR* y *queens* como ella, o Milk, se establecen como un reto a la misma. Ya hemos analizado el *look* de Milk en el material promocional de la tercera temporada de *All Stars*, pues ha servido de ejemplo del tipo de drag que se aleja de la feminidad idealizada que tiende a existir más ampliamente en el programa. Sin embargo, el resto del drag que presenta Milk en *AS3* es sin duda más feminizado que en su temporada original. En esa diferencia de cuatro años, según la propia Milk: “he desarrollado fineza y una estética más elevada” (Meet Milk: 'The Manly Queen' | RuPaul's Drag Race All Stars 3) y es fácil verlo en sus *looks* más femeninos y glamurosos (ver figuras 7 y 8). Aunque la *queen* mantiene su estética única y artística (aún mostrando una feminidad que no es exacta al modelo que sigue, por ejemplo, RuPaul), atrás han quedado los días de barbas postizas y trajes de hombre, ya que continúa con sus *looks* más femeninos durante esta temporada (*AS3*). Por tanto, Milk, si bien solía ser un claro ejemplo de “mala drag” se ha convertido ahora en un caso de redención a “buena drag”, dado el cambio feminizador que lleva a cabo en el show.

Con esto, queda probada la efectividad del sistema de *RPDR*, pues tras las críticas recibidas en su primera experiencia en el show y haber aprendido de lo que los jueces, y RuPaul, esperan de ella, Milk se presenta cuatro años después con un estilo diferente con el fin de obtener la ansiada corona. Sin embargo, el tipo de drag originalmente exhibido por Milk, pese a sus intentos en *AS3* de ser percibida de manera distinta por los jueces, es por el que se le pasaría a conocer en la franquicia, dado el uso de la “caricaturización” previamente expuesto.

Otro aspecto que el caso de Milk saca a relucir es la contradicción que existe dentro de *RPDR* al ser afectado, por un lado, por la estructura y rigidez de la telerrealidad, y, por el otro, lo inherentemente subversivo que es el drag. El aspecto competitivo presente en *RPDR*, y, por tanto, las normas que existen integradas en él, crean un ambiente de directa contraposición y comparación de culturas drag (además

del choque entre las definiciones personales de las concursantes acerca del arte drag de cada una). En palabras de Brennan:

La competencia es una premisa de la telerrealidad, alguien debe ganar, y en este sentido, *RPDR* no es diferente. Dentro de *RPDR*, sin embargo, las contradicciones yacen bajo la superficie de la competición que causa que las *queens* se acaben cuestionando los fundamentos mismos de su yo performativo. Como tal, un dilema de la competitividad de *RPDR* radica en la forma en que el rendimiento drag está limitado por el formato de telerrealidad. (39)

Por tanto se crea una contradicción entre estos formatos que deriva en la disolución de las peculiaridades que puedan presentar las concursantes al entrar al programa. Las críticas de los jueces tienen como intención elevar el drag que ya posee cada una de las *queens*, sin embargo, acaban teniendo el efecto contrario cuando precisamente lo que las separa del resto del elenco es puesto en cuestión. Este tipo de contradicciones son visibles en casos como el de Max, el compañero de Pearl en la temporada siete mencionado en el capítulo previo. El estilo con el que Max se presentó en *RPDR* tenía una peculiaridad, al menos para los jueces: casi en todos los episodios en los que estuvo llevaba pelucas de color gris. El hecho de mantenerse fiel a un color de pelo casi fijo es algo más que común en el mundo drag en general, así como entre las propias *RuGirls* (véase el icónico rubio de Trixie Mattel, por ejemplo). Sin embargo, en el caso de Max, sus pelucas grises fueron señaladas como una falta de diversidad en su estilo drag y, aunque Max siguió llevando el mismo color de peluca un par de episodios, el episodio en el que finalmente la cambió por una negra fue eliminada del concurso. Para clarificar, el reto principal del episodio en el que Max fue eliminada era de actuación (el famoso *Snatch Game*) y su rendimiento por supuesto tuvo que ver en la decisión de su salida. Pese a ello, suele ser común en *RPDR* que los jueces elogien los cambios que una *queen* lleva a cabo para complacerlos. Por otro lado, las *queens* suelen ser premiadas con críticas positivas, ya que el cambio es descrito como parte de progreso en su trayectoria drag. Esto no fue el caso para Max. Asimismo, el resto del elenco presenta un patrón parecido al de Max: utilizando uno o dos colores de pelo durante la temporada, aunque la gran mayoría presenta colores más normativos (castaños, rubios...). Queda claro, tras los múltiples ejemplos ofrecidos, que en el show a veces es imposible agradar a los jueces, ya que sus críticas se basan en comparar a las *queens*

entre sí y, además, es imposible mantener el estándar de que solo un tipo de drag es el que merece ganar la competición. Como explica Brennan:

Ya que *RPDR* establece un clima en el que las distintas articulaciones del drag son juzgadas una contra otra en lo que es, sin duda, la naturaleza de la telerrealidad, nos distanciamos de la posibilidad de la existencia simultánea de culturas drag múltiples y auténticas (37).

Dada la poca concisión de qué tipo de drag es aceptado por RuPaul y los jueces y la falta de una mayor representación de formas drag existe un paradigma por el que las *queens* han de hacerse destacar entre la competición mientras intentan complacer al jurado, al mismo tiempo que se intenta mantener la propia naturaleza subversiva del drag. Tras este análisis, cabe destacar la intencionalidad que hay detrás del marketing de *RPDR*, especialmente cuando se trata de las *queens* que participan en él y de qué formas pueden ser utilizadas para hacer crecer la franquicia.

Este tipo de explotación que es específico a personas queer se ve reflejado también en una de las mayores influencias de *RPDR*: el aclamado documental *Paris is Burning* (1991) (en adelante *PiB*), especialmente al contrastarlo con el posterior *How Do I Look?* (2006). La estructura, estética y vocabulario de *RPDR* toma clara inspiración de la subcultura de los *balls*\* de Nueva York, consiguiendo traducirlos con éxito al formato de un reality show. Además, ha sido capaz de expandirse y hacer que esta cultura sea ahora masivamente conocida y aclamada. Como ya se ha comentado antes, existen otras producciones que toman estos acontecimientos como objeto de estudio (documentales) o influencia directa (series y películas de televisión como *POSE*). Uno de los más prevalentes es *PiB*, el documental llevado a cabo por Jennie Livingston en el que se retrata la vida de un grupo de personas queer que participaban en estas esferas sociales. *PiB* ha servido de contenido introductorio a la cultura de los *balls* de manera generalizada pues define una serie de conceptos pertinentes a la misma: *vogueing*\*, *realness*\* y *shade*\*, entre otras. Al mismo tiempo, entra en detalle en la visión que tienen algunas de estas personas sobre su propia identidad disidente, sus sueños, sus condiciones de vida por culpa de la marginalización que sufrían, y su conexión con la escena de los *balls*.

Pese a su popularidad, otro documental dirigido por Wolfgang Busch llamado *How Do I Look?* emitido diez años más tarde con el fin de poder comparar el progreso

social en estas esferas transcurrido esos años. En él se plasmaba la experiencia de algunas de las personas retratadas en *PiB*, pero esta vez se retrató la escena de los *balls* en Harlem, Philadelphia. Este segundo acercamiento a las casas drag y sus integrantes hizo que *PiB* se viera bajo otra luz: la de la explotación de personas disidentes. Esto se debe a que muchos testimonios recogidos en el documental, en ocasiones por parte de las mismas personas que participaron en *PiB*, se hacen eco de un trato deshumanizante dada las diferencias sociales con la directora (que en aquel entonces se identificaba como una mujer cisgénero<sup>16</sup> blanca). Las entrevistadas hablan de cómo la luz bajo la que *PiB* muestra a las personas queers con rasgos negativos (consumo y adicciones, prostitución, y con asociaciones muy claras a la crisis del VIH) o subrayando su victimización. Por ello, muchas de ellas opinan de manera bastante negativa del documental (“Life After Paris Is Burning | TRIBE TV NTWRK”).

Además de la propia estructura de un *ball* y la cultura que los rodea, existe ahora un nuevo aspecto que conecta al show con el documental. La mercantilización de este tipo de identidades disidentes que se lleva a cabo en *RPDR* es una versión modernizada y más sutil que la que es posible percibir en el documental *PiB*, pues utiliza a las propias *queens* para llevarlo a cabo gracias a los procesos de auto-mercantilización y la “caricaturización”. En ambas producciones las necesidades y los puntos de vista de las personas queer se han dejado de lado para favorecer a una manera de pensamiento cisheteropatriarcal. Es posible llevar esto a cabo porque ambos explotan el trauma de las personas disidentes, al retratarlas únicamente como víctimas del propio heteropatriarcado.

*RPDR* lleva repitiendo estas mismas conductas victimizadoras y explotadoras incluso décadas más tarde, aún en un ambiente socio-cultural diferente. El show debe llevar a cabo una labor inmensa de revisionismo de sus valores y de cuál es el trato que reciben las concursantes que participan en el show si realmente quiere autodeclararse como “el futuro del drag”. Actualmente no es suficiente con afirmar que en el show las concursantes, los jueces y RuPaul son una gran familia drag feliz, o que las *queens* pueden llamar a RuPaul “madre”, pues la falta de empatía y comprensión que caracterizan el fenómeno de la telerrealidad impide la creación de lazos interpersonales que reflejen la idea de la familia queer.

---

<sup>16</sup> Actualmente, los pronombres con los que se identifica Jenni Levingston son ella/elle.

## Conclusiones

En este proyecto de final de máster se ha analizado el programa *RuPaul's Drag Race* desde una perspectiva crítica en relación a la mercantilización de las identidades queer y la manera en la que esto afecta al mensaje inclusivo del programa. En el primer capítulo, se expuso la figura central de RuPaul como “dragpresario”, siguiendo el modelo de “gaypitalismo” de Shangay Lily; además de su exitoso tipo mixto de marketing en el que se adapta a los nuevos medios. Seguidamente, en el segundo capítulo, se explora la mercantilización de las concursantes del show como modo de llevar a cabo ese “dragpitalismo” y las dos formas principales a través de las que se lleva a cabo: sobreexposición del trauma en el programa y la reducción caricaturizada de las identidades de las *queens*. Por último, en el tercer capítulo, se analiza la contradicción que existe entre la competición de telerrealidad y el arte del drag y se establece la normatividad drag que el show espera de sus concursantes y se exploran ejemplos de *queens* que la contradicen.

Gracias a este análisis, es posible ver las maneras en las que *RPDR* sacrifica las representaciones positivas de las identidades queer en favor de la monetización y la expansión de su imperio televisivo. Este sacrificio se hace con el fin de poder hacer el programa más comercializable, actuando bajo las bases del capitalismo y respondiendo a una retórica consumista. Se podría inferir por ello, que RuPaul en realidad está llevando a cabo un proceso de asimilación a unos roles normativos creando una homonormatividad presente en el show por la que el estándar al que acogerse es de hiperfeminidad mientras las feminidades no normativas son excluidas.

Si bien *RPDR* ha experimentado un alto nivel de crecimiento, pudiendo expandirse a través de múltiples países, plataformas y productos, también ha recibido más atención negativa por parte de su comunidad de fans en los últimos años. Ello se debe a la sobreproducción por la que ha pasado a ser conocido el programa, así como las experiencias agrídulces de las *queens* que compiten. Estos motivos nos llevan a cuestionar si a estas alturas *RPDR* puede mantener uno de sus principales objetivos: la visibilidad, el empoderamiento y la representación positiva del arte del drag y la comunidad *queer* que lo compone.

El discurso de homonormatividad que el show propaga hace que muchas narrativas subalternas sean marginalizadas en favor de las narrativas hegemónicas. Es por eso que es crucial el estudio y el análisis de otros vectores que interseccionan a las *queens* que pasan por el show y que no se han podido explorar en este trabajo debido a limitaciones de espacio. Por ejemplo, está el discurso del drag y el clasismo, ya que muchas concursantes provienen de sectores más empobrecidos, y suelen ser categorizadas como poco refinadas y su rendimiento suele sufrir al ser visto bajo estas lentes. Por otro lado, el tratamiento de las *queens* fuera del show también es significativo, por lo que sería de interés realizar estudios que tengan en cuenta las presencias de las *queens* en redes sociales, así como otros de los aspectos que son utilizados para medir el éxito de las mismas al acabar el show. Por parte de los fans, el aumento de popularidad del show en los últimos años también ha supuesto un aumento en el maltrato que estos ejercen sobre las *queens*, siendo especialmente hostiles contra aquellas que han jugado el papel de la villana en el programa, además de las que son racializadas. Asimismo, el imperialismo latente en el show, su expansión a gran escala y el efecto que tiene en la multitud de formas culturales de drag también es un tema de análisis de mucho valor, especialmente teniendo en cuenta cómo tiende a asimilar o negar este drag al no comprenderse dentro de la homonormatividad del programa.

En definitiva, en sus inicios, *RPDR* producía un contenido especializado que quedaba eclipsado por el *mainstream* heteronormativo en los medios, por lo que no contaba con números elevados de audiencias. Sin embargo, con el aumento de su popularidad, se tiene que adaptar a una audiencia cada vez más amplia y diversa. Como consecuencia, el contenido del show está siendo consumido por una audiencia que es cada vez más normativa, alejándose de lo que era originalmente su audiencia original. Esta normatización de la audiencia de *RPDR* ha tenido como consecuencia que el show se apoye más fuertemente en métodos como la explotación de sus concursantes para acomodar y entretener a sus homólogos heteronormativos. Para ello, se pone especial importancia en la “caricaturización” de las *queens* y la sobreexposición de su trauma, quedando mercantilizadas y vistas como productos dentro de la franquicia.

Si bien el show tiene como mensaje el empoderamiento y la visibilidad de las identidades queer y el arte del drag, sus tácticas de marketing consiguen lo contrario:

la revictimización de las *queens* en un espacio supuestamente seguro para ellas, encasillándolas dentro del sistema normativo al que ya se enfrentan día a día fuera del plató. Al hacerles revivir sus experiencias más traumáticas ante las cámaras, se perpetúa el sistema hegemónico heteronormativo en el que las personas queers únicamente pueden ser percibidas como víctimas. Este espacio de libertad e inclusión se ve entonces transformado en uno de opresión en el que sus concursantes deben adaptarse a la versión normativa del drag y en el que su valor es asociado con su mercantilidad y no el calibre de su drag.

El arte del drag nace desde un lugar de incomodidad, de subversión e inquietud y las comunidades disidentes que se ven representadas en él están siendo asimiladas en un sistema homonormativo que no las ve como personas sino como objetos. Con ello, el propio significado y objetivo del drag se desvanece y es reemplazado por una representación hueca que evita representar las realidades, tanto los problemas como los gozos, de las de las personas que existen detrás de montañas de lentejuelas y plataformas.

## Glosario:

- *All Stars*: *spin-off* de *RPDR* en el que concursantes antiguas vuelven al show para intentar hacerse con la corona.
- *Baby queen*: una queen que no lleva mucho tiempo practicando el arte del drag.
- *Balls*: certámenes en Nueva York famosos entre la comunidad LGBTIAQ+ en los que personas trans y drag queens, por lo general, hacían *performances* acorde a categorías.
- *Booger queen*: una queen a la que se considera poco refinada y cutre en la ejecución de su rag.
- *Bottom*: posición de las *queens* que obtienen peores críticas.
- *Boy drag*: se utiliza en las instancias en las que una *queen* se viste con ropa masculina o “de hombre”. Se hace uso de este término como parte de críticas mayoritariamente negativas al haber fallado el reto de “conseguir parecerse a una mujer”.
- *Broadway queen*: una queen que se especializa en actuar y cantar en producciones musicales.
- *Campy queen*: conocida por su comedia o su exageración/caricatura.
- *Contouring*: técnica de maquillaje por la que se intenta cambiar la forma de la cara usando colores sombreados estratégicamente colocados en el rostro.
- *DQTH*: *Drag Queen Trauma Hour* es un término acuñado por Michael Savio que hace referencia al momento en el que las *queens* se están preparando y hablan de sus vivencias. Se ha hecho famoso porque algunas de ellas han declarado que fueron empujadas por el equipo de producción a hacer preguntas comprometidas para sacar conversaciones sobre los traumas de sus compañeras.
- *Drag Kings*: tipo de drag de representación masculina, históricamente llevado a cabo por mujeres con una intencionalidad reivindicativa que trata de romper con las barreras que los estereotipos de género imponen al retratar atributos masculinos exagerados que son vistos socialmente como fuera de su alcance

- *Drag Things*: una forma de género neutro del drag en el que no se busca recrear ideales masculino o femeninos.
- *Fishy queen*: se utiliza para describir a una queen que se puede hacer pasar por mujer cuando está montada.
- *Glamazon*: una combinación de “glamurosa” y “amazona”, tiende a ser utilizado para definir a RuPaul y el tipo de drag que personifica.
- *Host*: el presentador del programa. En *RPDR* es RuPaul.
- *How's your head?*: broma común entre las *queens* basada en que “*giving head*” también significa hacer una felación.
- *Lip sync Assassin*: una queen que ha ganado muchos *lip syncs* y, por ende, ha mandado a casa a sus contrincantes, por lo que la consideran una “asesina”.
- *Lip sync*: hacer playback. Cada episodio, las *queens* que quedan en el *bottom* deben hacer un “*Lip sync por su vida*” que decidirá quién abandona el programa.
- *Miss Congeniality*: título otorgado a una *queen* por temporada, se suele otorgar basado en votos del resto de las *queens*. Estas *queens* son consideradas muy amables y afectuosas.
- *Mainstream*: corriente cultural principal, contrario a la (contra/sub)culturas de las que *RPDR* toma inspiración.
- Montada/desmontada: traducción de Itz'ar Hernández Rodilla para la expresión “*be in/out of drag*”. Significa la diferencia de cuando una *queen* tiene puesto su vestuario drag o no.
- *Padding*: hace referencia a la técnica drag de utilizar gomaespuma en la forma de caderas y trasero como base del conjunto para dar la impresión de una figura más curva y femenina.
- *Pageant queen*: una queen que se especializa en la rutina y las reglas de un certamen de belleza.
- *Realness*: similar al concepto de *fishy queen*, cuando una persona transgénero es reconocida por su género elegido por personas que no saben que es trans.
- *RuGirls*: concursantes drag en *RPDR* y sus *spin-offs*.
- *Runway*: pasarela, las *queens* deben presentar un *look* tras completar los retos del episodio, siempre bajo una categoría.

- *Shade*: una forma de insulto entre *queens*, a veces a forma de broma.
- *Spin-off*: otros programas que derivan de *RPDR* como *All Stars* o *Untucked*.
- *Sick'ning*: de la palabra *sickening*, significa ser extraordinaria.
- *Snatch Game*: reto que se repite en cada temporada de *RPDR* en el que las *queens* deben hacerse pasar por alguna figura famosa de su elección copiando la apariencia, vestimenta y el habla de estas personas en un concurso de comedia.
- *Werkroom*: zona de trabajo (se usa *werk*, en vez de *work* de manera intencional pues significa también esforzarse o hacer algo con éxito) de las *queens* en la que también se preparan juntas antes de los retos y esperan a ser juzgadas por los jueces mientras estos deliberan.
- *Villain edit*: o “edición de villana” sucede cuando una de las *queens* es seleccionada por producción (por su personalidad o conflicto con otra *queen* de la temporada) como “la villana de la temporada”. Suelen ser aquellas que tienen opiniones más fuertes y las que más peleas tienen con el resto de *queens*. Se les suelen asignar tramas con más tensión y puede que sean contrapuestas con la *queen* ganadora para crear una trama de competición interna. A través de la edición del show estas *queens* aparecen más aisladas del resto del grupo y hace que sus acciones aparezcan más calculadas.
- *Vogueing*: tipo de danza común en el mundo del drag y en comunidades LGBTIAQ+ popularizado en el *mainstream* por la canción de Madonna del mismo nombre, *Vogue*.

**Anexo:**

Figura 1. Iñaki Rincón. Cartel Orgullo Madrid 2024. X, 23 de junio de 2024

<https://x.com/inakirincon/status/1804850044>



Figura 2. Milk “Party Box Look” (Toga Party), RPDR 6 (EP 2). Drag Race Wiki,

[rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk](http://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk)



Figura 3. Milk “Tony Awards Glamour”, RPDR 6 (EP 4). Drag Race Wiki,  
[rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk](https://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk)



Figura 4. Milk Look Promocional, AS 3. Drag Race Wiki,  
[rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk](https://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk)



Figura 5. Milk “A Night of a Thousand RuPaul's”, RPDR 6 (EP 5). Drag Race Wiki,  
[rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk](https://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk)



Figura 6. Manila Luzón. Manila vestida de compresa. *Instagram*, 07 de enero de  
2019, <https://www.instagram.com/p/BsUaPvenYcj/>



Figura 7. Milk Milky Kitty Look “Handmaids to Kitty Girls”, AS 3 (EP 6). Drag Race Wiki, [rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk](http://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk)



Figura 8. Milk “RuDemption Realness Look” (“Crazy, Sexy, Cool”. T6 EP6), AS 3 (EP 2). Drag Race Wiki, [rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk](http://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/Milk)



## **Bibliografía:**

“Adore”. *Adore Delano*, PT Media. [www.adoredelano.com/adore](http://www.adoredelano.com/adore)

Aitkenhead, Decca. “RuPaul: ‘Drag is a big f-you to male-dominated culture’”. *The Guardian*. 03 de marzo de 2018,  
<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2018/mar/03/rupaul-drag-race-big-f-you-to-male-dominated-culture#comments>

Brennan, Niall. “Contradictions Between the Subversive and the Mainstream: Drag Cultures and RuPaul’s Drag Race”. *RuPaul’s Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture*, editado por Niall Brennan y David Gudelunas. Palgrave Macmillan, 2017, pp. 29-44.

Carreras Navarro, Joaquín. “El Origen de La Gala Drag. Las Palmas de Gran Canaria.” *YouTube*, 04 marzo de 2023,  
[https://www.youtube.com/watch?v=qPj7y-C6PFs&ab\\_channel=CarnavalTVC](https://www.youtube.com/watch?v=qPj7y-C6PFs&ab_channel=CarnavalTVC)

Charles, RuPaul Andre y Michelle Visage. “The Big Brother Episode”. *What's the Tee?*, ep. 29, *Youtube*, 01 de mayo de 2018.  
[https://www.youtube.com/watch?v=0iSAkxdi\\_4c&t=3348s&ab\\_channel=rupaultv](https://www.youtube.com/watch?v=0iSAkxdi_4c&t=3348s&ab_channel=rupaultv)

Gudelunas, David. “Digital Extensions, Experiential Extensions and Hair Extensions: RuPaul’s Drag Race and the New Media Environment”. *RuPaul’s Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture*, editado por Niall Brennan y David Gudelunas. Palgrave Macmillan, 2017, pp. 231-244.

Hakim, Jamie y Zeena Feldman. “RuPaul’s Drag Race: how social media made drag’s subversive art form into a capitalist money maker”. *The Conversation*, 9 de oct. de 2020,  
[theconversation.com/rupauls-drag-race-how-social-media-made-drags-subversive-art-form-into-a-capitalist-money-maker-144967](http://theconversation.com/rupauls-drag-race-how-social-media-made-drags-subversive-art-form-into-a-capitalist-money-maker-144967)

- Hernández, Mili. “LA LIBRERÍA BERKANA CAMBIA DE LOCAL.” *Berkana Librería Gay Y Lesbiana*, 20 de oct. de 2010,  
[www.libreriaberkana.com/noticias/82](http://www.libreriaberkana.com/noticias/82)
- Hernández Rodilla, Itziar. “Drag, el vocabulario. (Drag 3)”. *El Trujamán Revista de Traducción*, Centro Visual Cervantes, 20 de julio de 2022,  
[https://cvc.cervantes.es/trujaman/anteriores/julio\\_22/20072022.htm](https://cvc.cervantes.es/trujaman/anteriores/julio_22/20072022.htm)
- Hey Qween. “Hey Qween! HIGHLIGHT: Kelly Mantle’s Hilarious Recap Of Her Drag Race Experience | Hey Qween”. *YouTube*, 1 de junio de 2016,  
[www.youtube.com/watch?v=JxkHmnCG774](http://www.youtube.com/watch?v=JxkHmnCG774)
- “History - The Cockettes”. *The Cockettes*, 27 de julio de 2015,  
[www.cockettes.com/history](http://www.cockettes.com/history)
- Kliger, Isabelle. “Going to Los Angeles for RuPaul’s DragCon? Everything You Need to Know”. *Forbes*, 2 de Julio de 2024.  
<https://www.forbes.com/sites/isabellekliger/2024/07/02/going-to-los-angeles-for-rupauls-dragcon-everything-you-need-to-know/>
- Lily, Shangay. *Adiós, Chueca: memorias del gaypitalismo: la creación de la "marca gay"*. Ediciones Akal, 2016. eLibro,  
<https://elibro-net.accedys2.bbt.ull.es/es/ereader/bull/59972?page=87>
- “The DESPY Awards” *RuPaul’s Drag Race*, creado por RuPaul Andre Charles, temporada 7, episodio 5, World of Wonder, 2009.
- Luzón, Manila. Manila vestida de compresa. *Instagram*, 07 de enero de 2019,  
<https://www.instagram.com/p/BsUaPvenYcj/>
- Medianoche, Mike. “Cuando La Terremoto de Alorcón se adelantó a ‘Rupaul’s Drag Race’”. *El Español*, 31 de dic. de 2020,

[https://www.lespanol.com/bluper/television/20201231/terremoto-alcorcon-adelanto-rupauls-drag-race/480202675\\_0.html](https://www.lespanol.com/bluper/television/20201231/terremoto-alcorcon-adelanto-rupauls-drag-race/480202675_0.html)

—. “Las drags que conquistaron la televisión antes de la llegada de 'Drag Race España'”. *El Español*. 08 de agosto de 2021, [https://www.lespanol.com/bluper/20210808/drag-conquistaron-television-llegada-drag-race-espana/602190085\\_0.html](https://www.lespanol.com/bluper/20210808/drag-conquistaron-television-llegada-drag-race-espana/602190085_0.html)

“PEARL on Look At Huh! Beach House - Part 2 | *Hey Qween*”

“Real Identities”. *Identiversity*. Identiversity Inc. <https://www.identiversity.org/real-identities>

RuPaul’s Drag Race. “Meet Milk: ‘The Manly Queen’ | RuPaul’s Drag Race All Stars 3”. *YouTube*, 17 de enero de 2018, [www.youtube.com/watch?v=0B\\_eXBUem4U](http://www.youtube.com/watch?v=0B_eXBUem4U)

Savio, Michael. “*RuPaul’s Drag Race* Has a Queer Trauma Problem”. *Paste Magazine*, 24 de feb. de 2023, <https://www.pastemagazine.com/tv/rupauls-drag-race/rupaul-s-drag-race-season-15-queer-drama-and-trauma-on-reality-tv>

“ShakesQueer.” *RuPaul’s Drag Race*, creado por RuPaul Andre Charles, temporada 7, episodio 3, World of Wonder, 2009.

Shepard, Benjamin. “Play as World-making: From the Cockettes to the Germs, Gay Liberation to DIY Community Building”. *The Hidden 1970s: Histories of Radicalism*, editado por Dan Berger. Rutgers UP, 2010, pp. 177-194. *ProQuest Ebook Central* <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bull-ebooks/detail.action?docID=847577>

“Snatch Game”. *RuPaul’s Drag Race*, creado por RuPaul Andre Charles, temporada 6, episodio 5, World of Wonder, 2009.

Tribe TV NTWRK. “Life After Paris Is Burning | TRIBE TV NTWRK”.

*Youtube*, 2 de oct. de 2019,

[https://www.youtube.com/watch?v=c4YUO1CudXY&ab\\_channel=TRIBETVNTWRK](https://www.youtube.com/watch?v=c4YUO1CudXY&ab_channel=TRIBETVNTWRK)