

MONTANDO UMA *DRAG QUEEN*: UMA COLEÇÃO POR MEIO DO *UPCYCLING* ASSEMBLING A *DRAG QUEEN*: A COLLECTION THROUGH *UPCYCLING*

Marcio Gabriel de Oliveira Nunes Machado¹

Maria Isabel Leandro Ribeiro²

Bruno Sousa Furtado³

Betânia Vargas de Oliveira⁴

José Mateus Bido⁵

Resumo: O objeto da pesquisa é o público *drag queen* do noroeste do Paraná, especificamente na cidade de Maringá. O objetivo geral é desenvolver roupas *upcycling* para a marca Divas Drags. O nome da marca teve como inspiração o *glamour* das *drags* utilizadas como referências visuais e significativas para o cenário contemporâneo brasileiro, como Pablo Vittar e Gloria Groove. Espera-se que as pautas *drags* sejam mais discutidas no ambiente escolar e técnico, entre alunos e servidores dos IFs.

Palavras chave: Drag queen; upcycling; styling; fashion.

Abstract: The object of the research is the drag queen public in the northwest of Paraná, specifically in the city of Maringá. The overall goal is to develop upcycling clothes for the brand Divas Drags. The brand name was inspired by the glamor of drags used as visual references and significant for the Brazilian contemporary scene, such as Pablo Vittar and Gloria Groove. It is expected that the drags' topics will be further discussed in the school and technical environment, among students and servers of the IFs.

Keywords: Drag queen; upcycling; styling; fashion.

1 INTRODUÇÃO

A inquietação sobre o universo *drag* foi gerada pela falta de registros acerca do seu surgimento no mundo ocidental. Sabe-se que os indícios sobre a arte *drag* começaram desde o século V a.C. (BUENO; OLIVEIRA, 2021) e alguns vocabulários foram culturalmente incorporados, como a definição de

¹ Discente do curso Técnico em Produção de Moda do IFPR- Campus Avançado de Goioerê. coimbragabriel047@gmail.com;

² Discente do curso Técnico em Produção de Moda do IFPR- Campus Avançado de Goioerê mariaisabelleandroribeiro6@gmail.com;

³ Professor Mestre e Orientador da pesquisa no curso Técnico em Produção de Moda do IFPR- Campus Avançado de Goioerê. brufurtado88@gmail.com

⁴ Professora Mestra e co-orientadora na pesquisa no curso Técnico em Produção de Moda do IFPR- Campus Avançado de Goioerê. betania.oliveira@ifpr.edu.br

⁵ Professor Doutor e co-orientador na pesquisa no curso Técnico em Produção de Moda do IFPR- Campus Avançado de Goioerê. jose.bido@ifpr.edu.br



montação que consiste em selecionar roupas, aplicar maquiagens e criar penteados para originar a persona *drag* (PINHONI et al, 2017).

No contexto brasileiro, diante de relatos de *drags queens* como a Mia The Witch (2021), compreende-se que as personalidades LGBTQIAP+⁶ começaram a conquistar espaço midiático no Brasil na década de 90. Segundo Witch (2021), as personagens Vera Verão do programa a 'Praça é Nossa' e Nanny *People* no 'Programa da Hebe' na rede do Sistema Brasileiro de Televisão - SBT, eram artistas que causavam incômodos para a o grupo de pessoas próximos, pois eram caricatas e estavam na contramão da imagem conservadora.

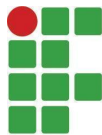
Internacionalmente, Witch (2021) relata sobre o surgimento do *reality show* *Rupaul 's Drag Race*, que trouxe visibilidade para a cena *drag* no mundo ocidental e conquistou o público que se interessava por essa arte. A ideia principal do programa é lapidar uma arte que era considerada inferior, transformando em algo comercial, a fim de entreter os telespectadores.

Por meio das redes sociais, Rupaul foi a *drag queen* mais seguida no *Instagram* mundialmente, com 4,3 milhões de seguidores, uma conquista para o cenário *drag* e para a comunidade negra, visto que Rupaul surgiu como uma artista negra e periférica conquistando o espaço midiático. Contemporaneamente, com o grande impacto *drag* no cenário musical *pop* brasileiro, a Pablllo Vittar conquistou 12,5 milhões de seguidores e se tornou um fenômeno no Brasil e no mundo (ROSA, J. et al, 2017).

Por intermédio do grande sucesso de Vittar, outras *drags* tiveram a visibilidade no cenário musical brasileiro, por exemplo Gloria Groove, Aretuza Lovi, Kika Boom, Lia Clark, dentre outras. Atualmente, Groove ocupa a 2º posição no *ranking* das *drag queens* mais seguidas no mundo, com 4,4 milhões de seguidores, ficando atrás apenas de Vittar (MARIE CLAIRE, 2022).

Groove, com o nome civil de Daniel Garcia, começou sua carreira desde criança, em 2002, com apenas sete anos de idade, entrou para a nova

⁶ Cada letra da sigla LGBTQIAP+ se refere a uma orientação sexual e identidade de gênero. Respectivamente, L G B remete a lésbicas, gays e bissexuais; T Q e I a travestis e transgêneros, queer e intersexuais; A P e + a assexuado, pansexual e identidades não binários (PINHEIRO, 2021).



formação do grupo Balão Mágico, consolidando-se como cantor, compositor, dublador e ator. Garcia apareceu em canais televisivos, participou do quadro Jovens Talentos em 2006, no programa Raul Gil. Em 2014, Garcia se encanta com a arte *drag* por intermédio do *reality show* Rupaul 's *Drag Race* e então surge Gloria Groove, sua persona *drag*.

Entretanto, Groove só ganhou notoriedade no território nacional em 2016, com sua música “Dona”, que recebeu a marca de 1 milhão de visualizações no Youtube em apenas três meses de lançamento. No ano de 2019, Garcia foi convidado para dar voz ao protagonista no *live action* do filme “Aladdin” da empresa Walt Disney *Company*. A partir disso, o público teve a oportunidade de conhecer outras expressões artísticas realizadas por uma *drag queen*, que vão além do estereótipo definido pelo senso comum (SOARES, 2022).

Entretanto, apesar de existir grandes nomes *drags* no país, acredita-se que ainda há preconceito com essa expressão artística. Na perspectiva local, desconhece-se o cenário *drag* na cidade de Goioerê. Diante disso, é relevante buscar representatividades *drag queens* na região noroeste do estado, mais especificamente na cidade de Maringá-PR, que se expressam visualmente por meio da música, performance e dança.

Sabe-se que os artistas investem na composição visual de sua *drag*, bem como no *styling* de ensaios fotográficos, vídeo clipes, performances em *shows* e aparições em programas televisivos. A composição visual e o *styling* são práticas relacionadas à moda, no momento de decidir uma roupa para sair, quando vai posar ou fazer uma fotografia, ao apresentar um produto, nas campanhas publicitárias e ao arrumar um prato em um restaurante, que é conhecido como *food styling* (FRANGE, 2012).

Agregando o conhecimento sobre composição visual e *styling* com a necessidade de desenvolver produtos que impactem menos o meio ambiente, encontrou-se a restauração, reutilização e reciclagem como modelos de criação de produtos. Na restauração, encontra-se o *upcycling* que significa dar origem a um novo produto por meio de uma reconstrução de uma peça. Por exemplo, a partir de uma calça fazer um colete, uma bolsa, pochete ou uma mochila (FLETCHER. K; GROSE. L, 2011).



Dentre os projetos integradores realizados nas turmas iniciadas em 2017 e 2018 do Instituto Federal do Paraná -IFPR- campus avançado de Goioerê-PR, no curso Técnico de Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio, observou-se a carência de temas que falem sobre a expressão *drag queen*. Portanto, diante disso, o objetivo foi desenvolver uma coleção *upcycling* para uma marca de moda sob medida, para o público *drag queen*.

2 MÉTODO

O caráter foi de revisão bibliográfica e documental, pois foi feito um levantamento bibliográfico no mês de abril de 2022, que reuniu artigos científicos, livros e fontes secundárias, como *instagram* e *sites*, que abordam sobre o cenário nacional das *drag queens*. Além de autores base para a análise dos visuais e desenvolvimento da coleção, que apresentam estudos sobre *styling* de moda, composição visual e *upcycling*.

A pesquisa é de abordagem qualitativa, pois investigou o fenômeno *drag queen* contemporaneamente no cenário musical nacional. Dentre os tipos de pesquisa qualitativa, ela enquadra-se como estudo de caso, visto que selecionará e analisará *drags* do noroeste do estado do Paraná, especificamente da cidade de Maringá (GODOY, 1995). Pelo critério da pesquisa, Maringá foi escolhida pelo fato de ter mais *drags*, eventos e casas noturnas para o público LGBTQIAP+.

Buscar divas pops nacionais e internacionais para inspiração da coleção;

Igualmente, a trajetória para o desenvolvimento da coleção parte do estudo sobre as tendências das semanas de moda nacionais e internacionais contemporâneas, da análise do público-alvo e da construção da identidade da marca. Posteriormente, da criação de dois croquis conceituais e 20 comerciais, totalizando 22 croquis. Por fim, foi confeccionado um *look* comercial da coleção, que está para a divulgação da marca no formato de *lookbook* e *fashion film*.



3 DRAG QUEEN

Visto que as mulheres eram proibidas de frequentar os espaços destinados à arte, as representações femininas realizadas no teatro grego eram interpretadas por homens que se vestiam e performavam feminilidade. Diante desse contexto, surge o termo *drag queen*, que é uma expressão artística que tem sua origem estimada por volta do século V a.C. Especificamente, o termo *drag* surgiu no teatro shakespeariano com o uso da expressão “*Dress as A Girl*”, que na tradução é “vestir-se como uma garota” (BUENO; OLIVEIRA, 2021).

Ao longo dos anos, as *drags* foram marginalizadas e excluídas da sociedade, restringindo-se aos espaços artísticos. Isso gerou uma série de preconceitos para a comunidade, que ficaram com uma imagem de objeto cômico, fetiche sexual, ocupando a posição de entretenimento na sociedade. As *drags* conseguiram conquistar maior destaque por volta da década de 70, tornando-se símbolos sociais de um “novo mundo” (BUENO; OLIVEIRA, 2021).

Contudo, na década de 80, com a grande epidemia de HIV, a perseguição à comunidade *gay* também afetou as *drags*, que foram mais uma vez marginalizadas e suas apresentações ficaram restritas aos guetos. A sociedade da época julgava o HIV como uma doença de homens *gays*, o que persistiu durante toda década de 90. Nesse período, a comunidade LGBTQIAP+ voltou a tomar os espaços públicos e a luta da comunidade ganhou força, exigindo de volta os direitos que foram restringidos por anos. Dentro desse movimento, as *drags* se tornaram o principal símbolo de resistência da comunidade LGBTQIAP+, pois exaltavam os *crossdresser*⁷, trazendo elementos e estereótipos do gênero oposto, lutando lado a lado para conquistar seu espaço na sociedade.

Em meados de 1990 surgiu a *drag* Rupaul, considerada um dos maiores símbolos da comunidade *drag* no mundo, que lançou sua carreira musical nos Estados Unidos (ROSA, J. et al, 2017). Rupaul foi conquistando espaço na mídia estadunidense até ter o seu programa televisivo “*Rupaul 's Drag Race*”,

⁷ “Pessoas que, por satisfação pessoal, vestem-se com roupas do gênero oposto, sem que isso esteja ligado ao trabalho” (ROSA, J. et al, 2017.)



que estreou em 2009 na MTV norte-americana, sendo o primeiro programa feito por *drag queens*. Como uma das consequências disso, a comunidade *drag queen* passou a ter uma nova visão no século XXI, o programa se tornou um fenômeno no mundo, elegendo Rupaul como a maior *drag queen*. Contemporaneamente, Rupaul se mantém como inspiração para a comunidade LGBTQIAP+, principalmente entre as *drag queens*. Porém, o programa acabou gerando padrões que delimitavam o que é ser *drag*, deixando de fora muitas formas da arte *drag* como o *Monster* e o *King*. Tais estereótipos, fez com que diversos artistas perdessem sua própria identidade, por se tratar de um programa de competição, alguns casos de comparações entre as *queens* começaram a surgir, o que gerava discussões dentro do programa, e logo, o que surgiu com a intenção de trazer representatividade para a arte *drag*, passou a gerar exclusão das *drags* que não estivessem dentro de determinado padrão. (WITCH, 2021).

No Brasil, ainda na década de 90 as *drags*, estavam conquistando espaços televisivos com participações nas programações de domingo, um exemplo é o programa “A praça é nossa”, que trouxe Vera Verão para a TV, um importante símbolo brasileiro da comunidade *drag* e LGBTQIAP+. Porém, muitas vezes essas participações geravam momentos constrangedores devido a falta de conhecimento sobre *drag*. Muitas vezes as *drags* são confundidas com travestis ou mulheres trans, porém, travesti e trans são identidades de gênero, enquanto *drag* é expressão artística, não tendo ligação direta a sexualidade ou gênero (ELISE, J, 2019).

Atualmente, o Brasil se tornou o principal exportador de artistas *drags* no mundo, com nomes como Pablllo Vittar e Gloria Groove, que são artistas reconhecidos mundialmente e são os maiores símbolos para a comunidade *drag*. Pablllo Vittar é uma cantora que lançou sua primeira música em 2015, (MARIE CLAIRE, 2022).

Vittar se tornou uma referência para toda a comunidade, por ser uma das primeiras *drag queens* a conquistar um público enquanto cantora, fugindo dos padrões de comicidade que eram aplicados a maioria das *drags*. O surgimento de Vittar na grande mídia brasileira abriu portas para que outras



drags conseguissem espaço, com Gloria Groove, Aretuza Lovi e Lia Clark que surgiram dominando o cenário musical *pop* no país.

No mês de outubro de 2020, pela primeira vez, a revista Vogue Brasil trouxe quatro *drag queens* para estamparem as capas, quebrando paradigmas, padrões visuais e estéticos. Os nomes escolhidos para esse projeto da Vogue foram Pablllo Vittar, Gloria Groove, Bianca DellaFancy e Halessia Rockefeller (Fig. 1) (BATISTA. F.E.A e JUNIOR. G.S, 2020).

Figura 1: Capas da Revista Vogue de Out. de 2020



Fonte: Afonso, 2020.

O editorial realizado pela revista Vogue teve grande impacto na comunidade *drag queen*, que se viu pela primeira vez estampando uma das maiores revistas de moda do mundo. Trazendo visibilidade para a arte *drag* em todo o país.

Dentre as referências visuais buscadas por Vittar, Groove, Lovi e Clark estão artistas como Lady Gaga, Madonna, Beyoncé e Rihanna. Essas artistas são cercadas de profissionais responsáveis pela imagem, como *stylists*, cabeleireiro, maquiadores, produtores de moda, consultoras de estilo, dentre outros que auxiliam na hora de montar a identidade visual de sua persona da



melhor maneira, desde a roupa escolhida, a cor da peruca, a maquiagem e os acessórios. Na arte *drag*, o indivíduo também precisa se cercar de objetos e materiais para encontrar uma imagem que expresse a sua persona.

3.1 STYLING DE MODA E COMPOSIÇÃO VISUAL

Algumas *drags queens* investem em *stylists* e produtores de moda para que a composição visual das suas montações estejam a altura dos personagens. As produções têm como objetivo comunicar o público consumidor, levando por meio dos elementos do *styling* as características da *drag*.

Para se obter o resultado desejado, o profissional responsável pelo *styling* deve analisar a identidade da *drag queen*, para organizar a composição visual que se adeque ao cliente. Por exemplo, a cantora Pablio Vittar tem a parceria do *stylist* João França e a Glória Groove é assinada pelo *styling* de Bianca Jahara.

O *styling* é a forma como vai ser apresentada a persona *drag*, através da combinação dos elementos, como as roupas, sapatos, acessórios, perucas, dentre outros. A imagem é o primeiro contato entre a *drag* e as pessoas a sua volta, por isso é importante saber expressar sua mensagem de maneira objetiva e clara.

Existem diversos segmentos dentro da arte *drag*, temos *drag queens*, *drag kings*, *drag monsters*, entre outros. O que diferencia cada estilo de *drag* é a maneira como cada uma é apresentada. Respectivamente, *drag queens* são feitas a partir de traços de feminilidade, ou seja, vai apresentar um *styling* considerado mais feminino. *Drag king* vai ter uma imagem mais masculina (SANTACASABH, 2021). *Drag monster* foge dos padrões humanos, indo para uma imagem mais perturbadora, de terror (GADELHA, D et al, 2021). Todos esses estilos dentro da arte *drag* são definidos a partir do *styling* e da composição visual.

Nas aparições em eventos, shows e programas televisivos, é perceptível que a cantora Gloria Groove possui um estilo *streetwear* e baseou sua persona em torno desse estilo, então, a sua *stylist* Bianca Jahara, monta os *looks* de Groove baseado no estilo urbano, apresentado na figura 2.

Figura 2: *Look streetwear* usado por Gloria Groove.



Fonte: Ortega, 2022.

Groove é considerada uma artista *pop* por apresentar melodias e letras que atraem o gosto popular. Em seu último lançamento, o álbum *Lady Leste*, nota-se a presença de *funk*, *R&B*, sertanejo, MPB e pagode. Concomitantemente, sua imagem também é construída com versatilidade, gosta de brincar com os estereótipos de gênero, trazendo traços de masculinidade em muitos de seus trabalhos em contraste com a imagem feminina. No videoclipe da música “Leilão”, Groove traz imagens das vertentes da arte *drag king*, *queen* e *monster* como pode ser visto na figura 3.

Figura 3: As três personas usadas por Groove no videoclipe “Leilão”.



Fonte: Godinho, 2021



O *drag king* lembra a figura de um pirata ou *viking*, respectivamente simbolizados por meio do tapa-olho unilateral e na gola de pelos do blazer, bem como pela barba e cabelos grandes. A *drag queen* resgata uma mulher com a releitura da moda da década de 1950, com *tailleur peplum*, marcando a cintura, ombros estruturados, salto alto, cabelos escovados e ondulados (FOGG, 2013.) Acrescenta-se o chapéu grande e a saia lápis justa, que exaltam a feminilidade. A *drag monster* se assemelha a um avatar, com as orelhas e unhas pontudas e cor do corpo diferente do tom de pele do ser humano. Em síntese, percebe-se que cada uma das personas é diferente, passando a mensagem por meio da composição visual e *styling* de moda.

3.2 UPCYCLING

Dentre as opções para gerar menos impacto ambiental, tem-se a reciclagem, reutilização e restauração. A reciclagem é o processo de “recuperar as fibras de tecidos existentes com métodos mecânicos ou químicos.” (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 70). Dessa forma, consiste em transformar materiais que já existem, como garrafas pet, que passam por um processo para originar fibras de poliéster.

Algumas marcas brasileiras apresentam uma cadeia produtiva baseadas no upcycling, trazendo originalidade e significado às peças. A marca *Think Blue* faz um reaproveitamento de peças em jeans e arrecadadas para originar novas peças, a marca segue principalmente a economia circular para produzir suas roupas. Estúdio Traça é uma marca paulista de designer moderno que trabalha com a arrecadação de retalho de tecidos fornecidos por indústrias que também apresentam um cunho sustentável, a marca veste grandes nomes da música pop brasileira como Pablo Vittar, Duda Beat e Majur (STORCH, 2021).

A reutilização consiste em reaproveitar as peças já existentes. Tem-se os brechós, que vendem roupas usadas, alugueis de roupas e empréstimo de roupas entre amigos. Ressalta-se que as peças podem passar por poucas alterações, como costuras em pequenas avarias, lavagem para deixar as peças mais claras, ajustes, dentre outros (FLETCHER. K; GROSE. L. 2011).



A restauração consiste em transformar peças que existem para evitar o descarte do produto. Nela, tem-se a customização e o *upcycling*. Respectivamente, um consiste em ser é um processo de personalização ou adaptação de acordo com as preferências pessoais (SIGNIFICADOS, c 2022) e outro em fazer um novo produto de uma peça existente (FLETCHER; GROSE, 2011).

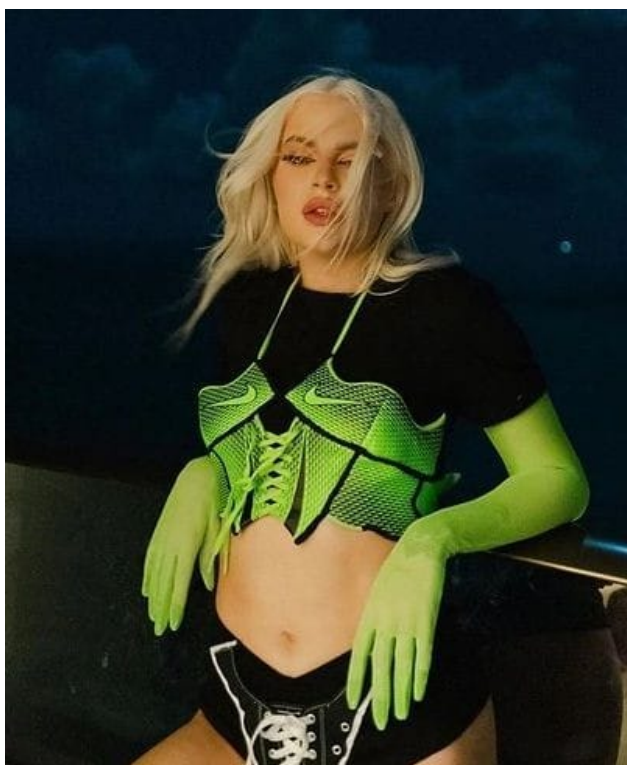
O documentário “*The True Cost*” (MORGAN, 2015) mostra os impactos causados no mundo devido ao grande consumo de *fast fashion*, ou seja, produtos de qualidade muitas vezes inferior e com rápido consumo, surgindo e desaparecendo rapidamente. As problemáticas apontadas pelo documentário mostram como é urgente a necessidade de se pensar em produtos e práticas sustentáveis, a fim de frear o descarte incorreto de insumos têxteis. Morgan (2015) traz no documentário cenas da vida real de pessoas que vivem próximas aos grandes lixões têxteis gerados pelo *fast fashion*, pessoas que vivem em situações precárias, muitas vezes desumanas, passando necessidades e tendo de se adaptar às toneladas de lixo à sua volta.

O *upcycling* entra como uma solução para parte desse problema do descarte incorreto e precoce de resíduos têxteis, já que essas peças que seriam jogadas no lixo são transformadas em um novo produto (FLETCHER; GROSE, 2011).

Atualmente, viralizou nas redes sociais o “corset de tênis”, mostrado na figura 4, uma peça feita a partir da prática do *upcycling*, que trouxe para o meio midiático um espaço para discussão sobre as práticas de restauração, consequentemente influenciando os consumidores dos jovens. A peça foi muito utilizada por famosas como Luisa Sonza, Jade Picon e Pocah.



Figura 4: Corset de tênis feito de *upcycling*.



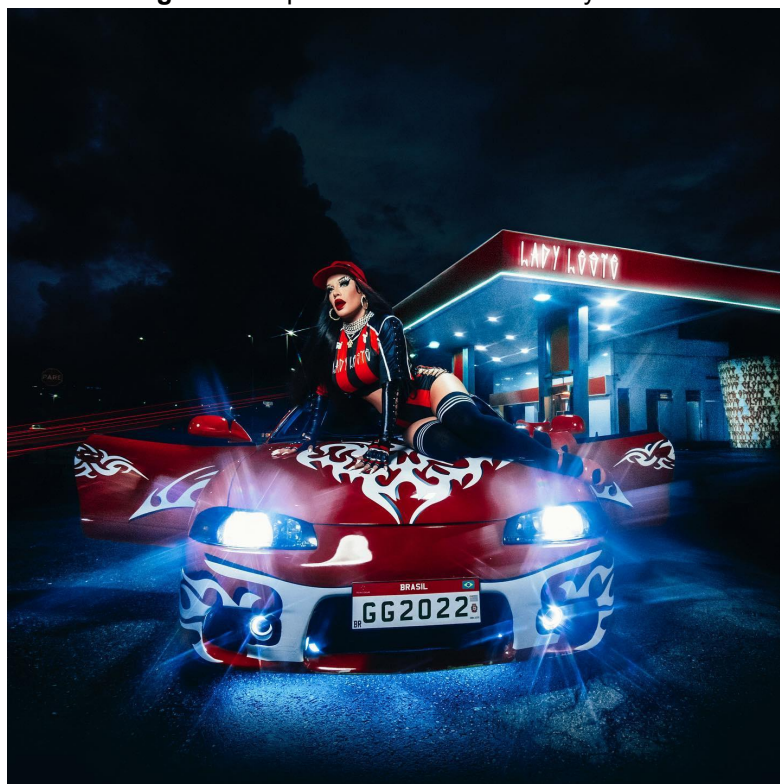
Fonte: Rocha, 2022.

O *upcycling* também está presente nos *looks* usados pelas *drags*. Percebe-se que diante da aparição frequente dessas *drags* nos canais abertos, programas em canais fechados, *shows* e redes sociais, é notável o volume de peças presente nos seus acervos.

Dessa forma, os modelos de reutilização e a restauração são medidas que podem ser praticadas a fim de aumentar o tempo de vida útil e tornar o guarda-roupa mais versátil (FLETCHER; GROSE, 2011) Por exemplo, o *designer* Dário Mittmann utilizou do *upcycling* para transformar uma camiseta em um *cropped* na *drag* Gloria Groove para a capa do álbum musical *Lady Leste*, figura 5, lançado dia 10 de fevereiro de 2022 (GLORIAGROOVE, 2022).



Figura 5: Capa do álbum musical Lady Leste.



Fonte: Groove, 2022.

Gloria Groove vem adotando práticas sustentáveis na hora de compor seus *looks*, como podemos ver na capa de seu último álbum, *Lady Leste*. Além do *upcycling*, Groove também utiliza de customização em suas roupas, evitando o descarte precoce de suas roupas.

O *upcycling* passou a se tornar uma opção viável para a sociedade, pois além de ajudar a economizar dinheiro, também evita a emissão de resíduos têxteis no meio ambiente. Portanto, por utilizarem muitos volumes de peças para compor seus *looks*, as *drags* podem adotar o *upcycling*, reformando as peças que já possuem em seus armários.

4 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

Neste capítulo será apresentado o passo a passo do desenvolvimento da coleção, sendo eles: Pesquisas de moda, criação do moodboard e definição do tema da coleção; desenvolvimento dos croquis e coleta dos materiais.

4.1 Pesquisas de Moda

Neste tópico, serão desenvolvidas as pesquisas de moda, que são comportamento do consumidor, tendências, mercado e tema.

4.1.1 Pesquisa de Comportamento do Consumidor

Durante a análise de comportamento do público alvo escolhido, percebeu-se a carência de marcas de moda que possuem segmento de vestuário destinado ao público *drag queen* que atendam às necessidades do consumidor. A partir das pesquisas de moda desenvolvidas, foram observados elementos de comportamento do público alvo, como por exemplo, costumam frequentar boates e bares noturnos, festivais, apresentações culturais, têm idade entre 25 e 35 anos, consideram-se majoritariamente entre as classes B e C e gostam de comprar produtos sustentáveis que prezam pelo conforto e estilo.

Por meio da análise dessas informações, foi criada a persona da marca, Shantay Knowles, que pode ser observada na figura 6, uma representação fictícia para a marca Divas Drags. Shantay Knowles reside em Maringá-PR, tem 34 anos de idade.

Figura 6: Shantay Knowles, persona da marca Divas Drags.



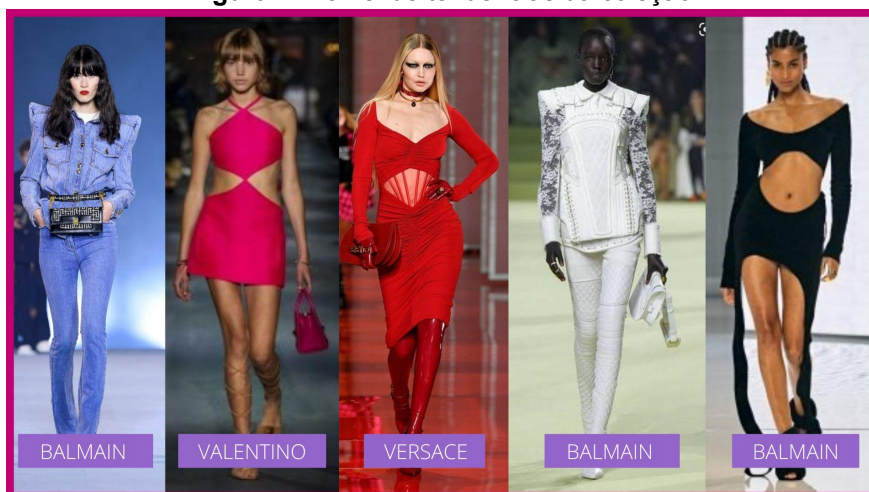
Fonte: Autoria Própria, 2022.

Pereira é um homem negro, vegano e micro-empresário no ramo da publicidade, trabalha com performances em festas, boates e se identifica como homem hétero cisgênero⁸. Sua principal dificuldade no ramo da moda é localizar peças para performances que sejam confortáveis, adaptáveis e que impactem menos o meio ambiente. Pereira traz para sua *drag* elementos que se relacionam com sua personalidade e gostos por cores vivas e formas mais projetadas. A cor roxa e rosa está relacionada a sua espontaneidade e criatividade, colocadas no rosto, mãos e busto, pois se projetam para diversas direções. As tonalidades de dourado e prata trazem a perspectiva de realeza de Pereira para Shantay e os tons de azul estão principalmente no cabelo para quebrar o paradigma sobre cores masculinas. Pereira busca inspiração nas artistas *pop*, como Beyoncé, Madonna, Lady Gaga, dentre outras.

4.1.2 Pesquisa de Tendências

Dentre as pesquisas realizadas nos sites Vogue, Fashion Bubbles e Steal the look, e semanas de moda, como Paris *Fashion Week* e *New York Fashion Week*, foram destacadas as tendências: ombros destacados, corsets e *cut off*, presentes em desfiles das marcas Balmain, Versace e Valentino. A partir das tendências selecionadas, gerou-se um painel de tendências, apresentado na figura 7.

Figura 7: Painel de tendências da coleção.



Fonte: Compilação dos autores⁹

⁸ Termo que se refere às pessoas que se identificam com o gênero ao qual foram designados ao nascer (MEUS DICIONÁRIOS, 2017).

⁹ Montagem a partir de imagens coletadas dos sites: Vogue, Steal The Look e Fashion Bubbles.



As tendências trazem as duas perspectivas, da persona e da pessoa que está por trás. Os ombros destacados apresentados pela Balmain, traz o empoderamento, dando abertura para a postura, o que torna a imagem maior, dando evidência ao corpo.

A marcação de cintura presente na Versace faz referência ao corpo feminino, afinando a silhueta o que é comum entre algumas *drags*, esse formato mais fino na região da cintura com o quadril marcam a sensualidade que estará muito marcada na coleção. O *cut off* mostrado pela Balmain e Valentino, traz recortes assimétricos que abrem espaço para aplicação do *upcycling*, tais formas localizadas em determinadas regiões do corpo conseguem destacar e direcionar a visão do interlocutor, além de trazer a sensualidade do *look*.

4.1.3 Pesquisa de Mercado

Foram realizadas pesquisas virtuais sobre lojas especializadas em *drag queens*. Durante a análise foi encontrada uma loja na cidade de Londrina-PR, a *Queens Shoes*, especializada em calçados a pronta entrega, todavia o estabelecimento se encontra fechado por tempo indeterminado, na página inicial do site apresenta um comunicado que a loja está em manutenção. Além disso, foi observado que lojas focadas no público *drag* são encontradas majoritariamente no estado de São Paulo.

A partir dessa problemática, criou-se a marca Divas *Drags* que têm como missão a inclusão social e a sustentabilidade, pois pretende gerar empregos aos membros da comunidade LGBTQIAP+, filiando-se com locais de acolhimento a pessoas que sofreram LGBTQIAP+ fobia e promovendo cursos profissionalizantes para gerar mão de obra capacitada.

A empresa apresenta diferenciais de inovação dentro do mercado de produtos destinados ao público-alvo, ao oferecer um segmento de vestuário pensado exclusivamente para atender suas necessidades e expectativas, além de trazer a consciência sustentável, pois nossas peças serão feitas a partir do *upcycling*.



4.1.4 Pesquisa de Tema

O tema da coleção Re-montada tem como inspiração as divas *pops* internacionais e nacionais, sendo elas Lady Gaga, Madonna, Gloria Groove e Grag Queen, que são vistas como inspiração para o cenário *drag* brasileiro.

Gaga e Madonna são cantoras pop mundialmente conhecidas e com identidades visuais muito marcadas, por gostarem de ousar em seus visuais, Gaga sempre trouxe muito do estilo criativo em suas roupas, como o *look* de carne, conforme pode ser observado na figura 8, usado pela cantora no *Video Music Awards (VMA)*, premiação de música do canal MTV Norte-Americano, no ano de 2010, tal look repercutiu muito nas redes, mesmo com o público já acostumado com a criatividade e a ousadia nas suas combinações, a roupa de carne foi inesperado e além da compreensão de muitos. Gaga em várias músicas e looks traz como mensagem implícita algum protesto de cunho político ou cultural, e sempre apoiando e dando visibilidade a comunidade LGBTQIAP+ em seus clipes e letras tendo como exemplo *Born this way*.

Figura 8: Vestido de Carne usado por Gaga no VMA 2010.



Fonte: Revista Veja, 2010.



Madonna desde do início da carreira foi muito ativa dentro da defesa das pessoas da comunidade LGBTQIAP+, principalmente dando apoio profissional trazendo em seus clipes dançarinos gays. Na década de 80 ocorreu a epidemia da AIDS, por estar no início da carreira e por ter muitas amizades que eram assumidamente *gays* a cantora foi muito criticada, mesmo com os ataques, no fim da década lança seu disco pop *Like A Prayer* na versão física continha junto uma cartilha informativa sobre a transmissão e a prevenção contra o vírus, tal ato foi muito significativo, pois trazer informações em uma cartilha era muito caro ainda mais em uma época onde o acesso à informação era escasso. Nos anos seguintes continuou agregando cada vez pessoas da comunidade LGBTQAP+ e em suas músicas trazia críticas ao preconceito e a desigualdade de direitos, e é por isso que uma das maiores ícones do pop internacional é tão inspiradora e aclamada por *drags* do mundo todo (RECKZIEGEL, 2019).

Grag *Queen* é uma *drag* brasileira que nasceu em Canela no Rio Grande do Sul. Grag conquistou seguidores na rede social TikTok, onde publicava vídeos de humor e cantando, em 2021 a artista foi uma das selecionadas para integrar o elenco do programa “Queen Of The Universe” da emissora *Paramount* no ano de 2021, um programa televisivo que reunia *drags* cantoras de diversos países para uma competição de canto, Grag conquistou os jurados e o público com seu talento e carisma, e acabou sendo a vencedora do reality, atraindo os olhares do público mundial para as *drags* brasileiras.

Groove foi escolhida por trazer a história da arte *drag* para as diferentes mídias nacionais, atraindo o destaque para a comunidade *drag queen*. Groove sempre fez questão de trazer outras *drags* em suas redes, apoiando a comunidade diretamente. Além de trazer sustentabilidade em seus *looks*, utilizando principalmente do *upcycling* e customização.

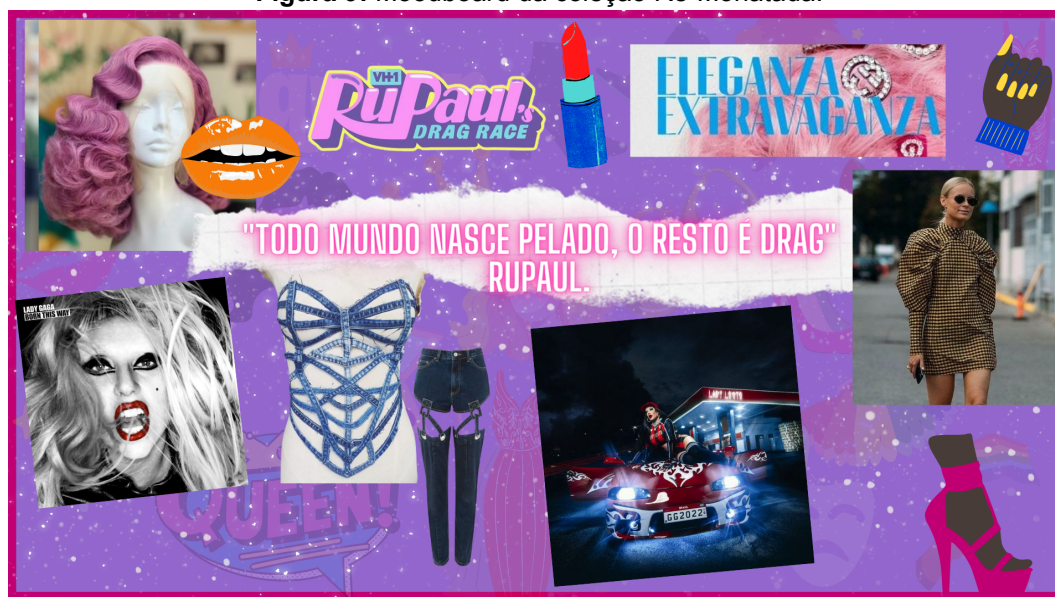
4.1.4.1 Moodboard

O moodboard, apresentado na figura 9, possui elementos característicos e marcantes do universo *Drag Queen*, como a maquiagem, os sapatos e perucas extravagantes representadas pelo batom vermelho e o sapato rosa e



a peruca roxa, tais cores são vistas como cores femininas ou afeminadas e muitas drags agregam tais cores justamente para fazer uma espécie de críticas aos estereótipos impostos para mulheres. Ainda dentro do universo *drag* trouxemos o nome do *reality* mais famoso dentro do mundo *drag* *Rupaul's Drag Race* apresentado pela drag e dona do programa *Rupaul* uma drag negra que é uma das pioneiras dentro da montagem e conquista de espaço midiático, por vir de periferia e ser negra ter conquistado espaço em meio ao preconceito é uma grande inspiração para muitas drags de todos os tipos, e como elemento principal tem uma das suas frases mais famosas e representativas “Todo mundo nasce pelado o resto é *drag*”, é muito significativa, pois reforça que ser *drag* é uma expressão artística e não tem nenhuma ligação com gênero.

Figura 9: Moodboard da coleção Re-Monatada.



Fonte: Compilação dos autores¹⁰

Além disso, conforme pode ser visto acima, foram utilizados no moodboard elementos relacionados com a moda e o processo de *upcycling* como: calça jeans com ligas e corset de "cós" de calça jeans, assim como um vestido de mangas bufantes que faz referências ao exagero e também às tendências.

¹⁰ Compilado de imagens geradas com imagens a partir dos sites Vogue, Last FM, Instagram @gloriagroove, Collage e Canva.



Também escolheu-se para compor o moodboard a frase “Eleganza e Extravaganza” com a cantora e *drag* Gloria Groove que apareceu na capa da revista Vogue em 2020. Por fim há dois álbuns de cantoras *pops*, uma brasileira e a outra internacional, a capa do álbum vermelho da cantora Gloria Groove e o álbum “*Born this Aways*” da cantora Lady Gaga, que traz uma exaltação a toda a comunidade LGBTQIAP+.

4.1.5 Release

Por muito tempo foi repreendida e marginalizada, colocada dentro do armário e vista como uma aberração, tá na hora de colocar tudo para fora, mostre toda a sua força e toda sua arte, em uma explosão de cor e brilho e muito *glamour*, mostre sua verdadeira rainha com a coleção Remontada, nunca mais desça de seu salto alto e nem deixe a coroa cair, seja quem você quiser ser, se transforme e renove com peças feitas sob medida e podem ser combinadas a seu gosto, essas combinações são feitas a partir de peças feitas de *upcycling*, além de se montar você pode e deve montar e remontar seus looks para seus espetáculos e ficar ainda mais arrasadora. Seja brilhante e exale sua realeza. Agora está na hora de conquistar o espaço que sempre quis, fazer as performances que sempre sonhou, com aquele um babado seja a *drag* mais incrível, faça seus sonhos acontecerem com Remontada a marca que arrasa e exala purpurina com você.

4.1.6 Marca

A marca tem o nome de Divas *Drags* que se originou através de nosso público alvo, *drag queens* juntamente com nossa inspiração que são as divas *pops* nacionais e internacionais. A marca recebe esse nome por priorizar as necessidades e desejo do nosso consumidor, trazendo o conceito, a inspiração e a essência da marca, para que o cliente se identifique com ela.

A Divas *Drags* trabalha com base na moda sustentável, trazendo peças duráveis, confortáveis e conscientes desenvolvidas a partir do *upcycling*, respeitando assim a natureza, o consumidor e nossos colaboradores. Nossos produtos têm a versatilidade necessária para toda *drag queen*, permitindo



personalizações nas peças para deixar o seu produto com a sua personalidade.

4.1.6.1 Logomarca

A marca faz referência primeiramente às divas do *pop* que inspiram tantas *drags* pelo mundo todo, que no que lhe concerne acabam se tornando divas também, com *drag* que, traz o nome do próprio público alvo justamente para exaltar essas pessoas que praticam a arte.

As formas da logomarca remetem ao processo de desconstrução da pessoa que está por trás da persona drag já que precisam se desvencilhar de seus próprios preconceitos e amarras para criar uma persona que seja o máximo potencial de sua melhor versão: um conjunto de aspectos fortes e bonitos. A letra “D” cursiva representa a persona drag e a letra “D” de forma representa a pessoa que está por trás. A coroa em cima dessas letras faz um espectro a realeza dessas pessoas, que buscam nas rainhas do pop para criar suas próprias rainhas.

Figura 10: Logomarca da empresa Divas Drags.



Fonte: Autoria Própria, 2022.

4.1.7 Cartela de cores

A cartela de cores da coleção se inspira na bandeira da comunidade LGBTQIAP+, sendo elas amarelo, vermelho, azul, roxo, laranja, verde, rosa, trazendo também cores bases, como o branco e o preto, cores metalizadas sendo elas dourado e prata. As cores escolhidas apresentam uma cartela de combinações a fim de proporcionar os melhores resultados para o público alvo.

Figura 11: Cartela de cores da coleção.



Fonte: Pantone Connect, 2022.

A figura 12 apresenta as combinações de cores presentes na coleção, sendo elas: quadríades, tríades e semi-complementares.

Figura 12: Combinações de cores da coleção.

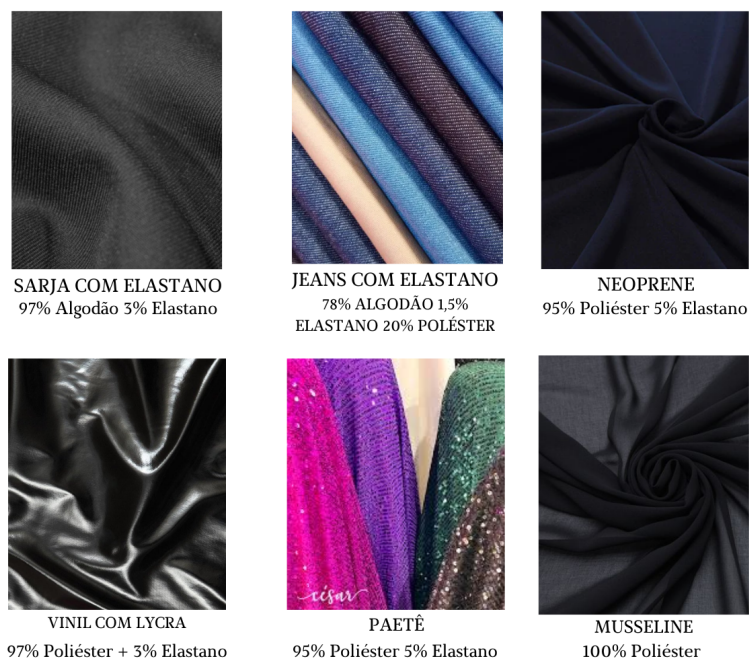


Fonte: Pantone Connect, 2022.

4.1.8 Cartela de Tecidos

Devido ao fato de a coleção Re-Montada ser baseada no *upcycling*, a imagem 13 mostra exemplos de tecidos que foram utilizados para o desenvolvimento das peças, o fornecimento desses tecidos foi feito através de doações de clientes e dos criadores da marca.

Figura 13: Cartela de tecidos utilizados na coleção.



Fonte: Maximus Tecidos, 2022.

4.1.9 Cartela de Aviamentos

Os aviamentos utilizados na produção das peças terão duas origens, vindo do upcycling e da compra de fornecedores externos, os principais aviamentos utilizados foram botões, zíperes, elásticos, velcros, engate rápido dentre outros, como pode ser visto na figura 14.

Figura 14: Cartela de Aviamentos.



Fonte: Compilação dos autores¹¹.

4.1.10 Croquis da coleção

A coleção Re-Montada foi desenvolvida com base na pesquisa do público alvo e das tendências, sendo criado 20 croquis comerciais e 2 conceituais.

4.1.10.1 Croquis conceituais

Os croquis conceituais, presentes na figura 15 trazem as inspirações presentes no moodboard e no painel de tendência, trazendo a representação dos elementos usados na coleção, como os ombros pontiagudos, as mangas bufantes, a estrutura dos corsets, muito utilizados no meio *drag queen*.

¹¹ Compilação feita com imagens das lojas virtuais Armarinho São José e Klabin For You.



Figura 15: Croquis conceituais da coleção.



Fonte: Autoria Própria, 2022.

4.1.10.2 Croquis Comerciais

Os Croquis comerciais, apresentados em parte na figura 16 trazem a combinação dos elementos apresentados nos croquis conceituais mesclando com as combinações de cores exploradas na coleção.

Figura 16: Croquis comerciais da coleção Re-Montada.



Fonte: Autoria Própria, 2022.



4.1.11.3 Visão Geral da Coleção

A figura 17 traz uma visão ampla da coleção, podendo visualizar todos os croquis lado a lado permitindo notar os elementos que conectam os croquis entre si.

Figura 17: Galeria da coleção Re-Montada.



Fonte: Autoria Própria, 2022.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da realização deste trabalho, foi possível observar as necessidades de se falar sobre a arte *drag* no contexto da moda, já que esse público traz fortes referências artísticas na indústria da moda desde o surgimento da arte. Entretanto, ainda assim são esquecidas pela indústria e pela sociedade. Para ampliar conhecimentos foram desenvolvidas atividades no Instituto Federal do Paraná Campus avançado de Goioerê sobre a conscientização da arte *drag*.



Dentre algumas ações citamos a palestra “O que é Drag Monster?” ministrada pela drag Logan Drag; posteriormente, na semana do orgulho LGBTQIAP+ em parceria com o grêmio estudantil, foi promovido a palestra “O que é Drag Queen?” apresentada por Mercedez Vulcão, participante do reality show “Queen Stars Brasil”. Na sequência foi ofertada através do perfil de instagram “@modagoioere” uma entrevista com a Yndháj Baáh, drag queen de Belém-PA, que compartilhou suas vivências enquanto drag nortista. O presente trabalho foi apresentado na 17a edição do Colóquio de Moda, inscrito no IC8, levantando o tema em âmbito acadêmico.

Espera-se que este trabalho sirva de inspiração para futuros desdobramentos dentro do tema abordado, e que as pautas drags sejam mais discutidas em ambiente escolar, técnico e social.

REFERÊNCIAS

AFONSO, B. Representatividade na capa da Vogue. **Gossip Boy**, 2020.

Disponível em:

<<https://afonsogossipboy.wordpress.com/2020/10/07/representatividade-na-cap-da-vogue/>>. Acesso em 14 de jun. de 2022.

ARMARINHO SÃO JOSÉ. Disponível em: <www.armarinhosaojose.com.br>.

Acesso em: 20 de Out de 2022.

BATISTA, F. E. A; JUNIOR, G. S. Montações e representatividade: Uma análise imagética de drag queens nas capas da revista de moda brasileira Vogue. **Revista Diálogos**, Minas Gerais , p 123- 135. 2020.

BUENO, G; OLIVEIRA, T. Drag Queen: História e Perspectiva de quem vive a arte, **Unesp**, 15 de Jun. de 2021. Disponível em

<<https://www.faac.unesp.br/sharer.php?noticia=2051>>. Acesso em: 20 de Abr. de 2022.

Collage. Sticker Rupaul. **Collage**. Disponível em: <Sticker RuPaul | collage - collage (collagepdx.com)>. Data de acesso: 02 de jun. de 2022.

ELISE, J. Travesti, trans, drag, identidade de gênero e mais: Entenda a diferença. **UOL**, 2019. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/01/29/glossario-entenda-a-diferenca-entre-trans-crossdresser-drag-e-mais.htm>>. Acesso em 14 de Jun. de 2022.



INSTITUTO FEDERAL

Paraná

Campus Avançado Goioerê



Ministério da Educação

FACULDADE Santa Casa BH. LGBTQIAP+ Guia de nomenclaturas para ninguém se confundir. **Faculdade Santa Casa BH**, 16 de Jul. de 2021.

Disponível em:

<<https://faculdadesantacasabh.org.br/um-guia-sobre-nomenclaturas-lgbtqiap/>>

. Acesso em: 19 de Jun. de 2022.

FOGG, M. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FRANGE. C. Styling: mapeando o território. In. FAÇANHA. A; MESQUITA. C. **Styling e criação de imagem de moda**. SP. Senac, 2012.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade: design para mudança**. Editora Senac, São Paulo, 2011.

GADELHA, D; MAIA, Y; LIMA, R.L.A. Drag, Glamour, filth: Gênero e monstruosidade em Rupaul's Drag Race e Dragula. **SciELO**, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/r8N8KvXkk8PyQwNfPqfcMFH/>>. Acesso em: 19 de Jun. de 2022.

GODINHO, R. Gloria Groove interpreta três personagens no clipe de 'Leilão': "Sou uma artista que rompe barreiras", **Quem**, 21 de Novembro de 2021. Disponível em:

<<https://revistaquem.globo.com/Musica/noticia/2021/11/gloria-groove-interpret-a-tres-personagens-em-clipe-de-leilao-sou-uma-artista-que-rompe-barreiras.html>> Acesso em: 15 de Junho de 2022.

GODOY, A. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n.3 p. 20-29. Mai/Jun 1995.

GOMES; L. C. G. **Composição Visual**. Curitiba: Livro Técnico, 2012.

GROOVE, G. [Capa do álbum musical *Lady Leste*]. Rio de Janeiro, 9 de fev. de 2022. **Instagram**: @gloriagroove. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CZwrr38LNbM/>>. Acesso em: 17 de maio de 2022.

Last FM. Born This Way (Deluxe Version). **Last Fm**, 16 de abr. de 2022.

Disponível em:

<[https://www.last.fm/pt/music/Lady+Gaga/Born+This+Way+\(Deluxe+Edition\)/+images/5e3cd74b25d642cd889efb098e37ee9d](https://www.last.fm/pt/music/Lady+Gaga/Born+This+Way+(Deluxe+Edition)/+images/5e3cd74b25d642cd889efb098e37ee9d)>. Data de acesso: 02 de jun. de 2022.

Lory Sun [Corset feito com cós de calça jeans]. **Lory Sun**. Disponível em <<http://www.lorysun.com/>>. Acesso em: 23 de Jun. de 2022.

Marie Claire. Gloria Groove é a segunda *drag queen* mais seguida do mundo. **Marie Claire**, 08 de abr. de 2022. Disponível em:

<<https://revistamarieclaire.globo.com/Celebridades/noticia/2022/04/gloria-groove>>



INSTITUTO FEDERAL

Paraná

Campus Avançado Goioerê



Ministério da Educação

ve-e-segunda-drag-queen-mais-seguida-do-mundo.html>. Acesso em 12 de maio de 2022.

MAXIMUS TECIDOS. Disponível em: <www.maximustecidos.com.br>. Acesso em: 18 de Out. de 2022.

NOSSA loja está em manutenção neste momento. **QueenShoes**, Disponível em:<<https://queen-shoes.lojaintegrada.com.br/>> Acesso em: 22 de Set de 2022.

OJO, C. Trend alert: Manga Bufante é febre na moda 2022, **Inspire 4 what?**, 14 Mar. 2020. Disponível em:<<https://inspire4what.wordpress.com/2020/03/14/trend-alert-manga-bufant-e-e-febre-na-moda-2020/>>: Acesso em: 23 de Jun. de 2022.

ORTEGA, R. Gloria Groove diz que álbum une estilo 'funkeira de escola pública' e 'roqueira de porta de shopping'. **G1- GLOBO**, 17 de Fev. de 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/lollapalooza/2022/noticia/2022/02/17/gloria-groove-diz-que-album-une-estilo-funkeira-de-escola-publica-e-roqueira-de-porta-de-shopping.ghhtml>>. Acesso em: 19 de Jun. de 2022.

PINHEIRO, M. LGBTQIAP+: qual o significado de cada letra da sigla? **Glamour Globo**, 01 de Jun de 2021. Disponível em: <<https://glamour.globo.com/lifestyle/noticia/2021/06/lgbtqiap-qual-o-significado-de-cada-letra-da-sigla.ghhtml>>. Acesso em: 02 de Ago de 2022.

PINHONI, M. REGADAS, T. LIMA, T. Dicionário Drag Queen: aprenda as gírias mais usadas. **G1-GLOBO**, 06 Out de 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/google/amp/pop-arte/noticia/dicionario-drag-queen-aprenda-as-girias-mais-usadas.ghhtml>> Acesso em : 21 de Jun de 2022.

PRESSE, F. Vestido de carne de Lady Gaga será exposto em museu nos EUA. **G1**, 2015. Disponível em: <encurtador.com.br/ghsQ8>. Acesso em: 10 de Set. de 2022.

RECKZIEGEL, C. ESPECIAL: O histórico de Madonna e seu ativismo pela causa LGBT. **Híbrida**, 2019. Disponível em: <<https://revistahibrida.com.br/musica/especial-o-historico-de-madonna-e-seu-ativismo-pela-causa-lgbt/>>. Acesso em: 15 de Set. de 2022.

ROCHA, D. Corset Tênis: tudo sobre o verdadeiro surgimento dessa tendência. **Leal Rocha**, Mar. 2022. Disponível em:



<<https://lealrocha.co/2022/03/31/corset-tenis-tudo-sobre-o-verdadeiro-surgimento-dessa-tendencia/>>. Acesso em: 17 de Jun. de 2022.

ROSA, J; PREVIATTO, J; SOFIATI, L; PENIANI, M. Exuberâncias *Fashion*: História e desmistificação do mundo *drag*. 2017. **Colóquio de moda**, 2017.

Disponível em:

<http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/POpo_7/po_7_EXUBERANCIAS_FASHION.pdf>. Acesso em: 16 de abr. de 2022.

SIGNIFICADOS DE CISCÊNERO, **Meus Dicionários**, 2017. Disponível em:

<<https://www.meusdicionarios.com.br/cisgenero/>>. Acesso em: 18 de Ago de 2022.

SIGNIFICADO DE COSTUMIZAÇÃO. **Significados**© 2022. Disponível

em: <<https://www.significados.com.br/customizacao/>>. Acesso em: de Junho de 2022.

SOARES, I. Gloria Groove: Biografia. **Last FM**, 2022 . Disponível em:

<<https://www.last.fm/pt/music/Gloria+Groove/+wiki>>. Acesso em: 11 de Ago. de 2022.

STORCH, J. Novo, de novo: marcas de upcycling nacionais para consumir com consciência. **Exame**, 22 de Maio de 2021. Disponível

em: <<https://exame.com/casual/novo-de-novo-marcas-de-upcycling-nacionais-para-consumir-com-consciencia/>> Acesso em: 22 de Set de 2022

Tag Ecológico Papel Semente Reto. **Klabin For You**. Disponível em:

<https://www.klabinforyou.com.br/tag-papel-semente-margarida-reto-verso-preto/p?idsku=1173&gclid=Cj0KCQjwteOaBhDuARIsADBqRei7JSofcRvXZ_fr8rrBgxqBO-gL91nuk7vMuzZrL0ngdEtLITcxOtsaAuZZEALw_wcB>. Acesso em: 26 de Out de 2022.

THE TRUE COST. Direção de Andrew Morgan. França, 2015. (92 min.)

THEWITCH, Mia. Nasce uma drag monstra. **Grafia drag**. 6 de dez. de 2021.

Disponível: <<https://www.ufrgs.br/grafiadrag/nasce-uma-drag-monstra/>> Acesso em 24 de Mai. 2021.

TOPSHOP CRIA CALÇA COM CINTA-LIGA. **Glamour**, 2017. Disponível em:

<<https://glamour.globo.com/moda/news/noticia/2017/09/topshop-cria-calca-jeans-com-cinta-liga.ghml>>. Acesso em: 23 de Jun. de 2022.

Vogue. Gloria Groove é uma das cover queens da Vogue de Outubro.

VOGUE, set. de 2020. Disponível em:

<<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/09/gloria-groove-e-uma-das-cover-queens-da-vogue-de-outubro.html>>. Data de acesso em: 12 de maio de 2022.