

**Terno de lã  
atemporal  
coleção outono/  
inverno Zegna**



Divulgação/Zegna

**Paris provoca, Milão  
traduz: a temporada de  
moda masculina inverno  
2026 revela um homem  
menos rígido, mais plural e  
conectado à realidade**

Divulgação/Hermès



**Coleção masculina outono/  
inverno 2026 da Hermès, assinada  
por Véronique Nichanian**

Divulgação/Louis Vuitton



**Louis Vuitton outono/inverno  
2026, de Pharrell Williams**

POR GIOVANNA KUNZ

**J**aneiro voltou a confirmar o que a moda masculina já vinha sinalizando, o vestuário do homem atravessa uma fase de reconstrução profunda. A temporada outono/inverno 2026, apresentada entre Florença, Milão (16 a 19 de janeiro) e Paris (20 a 25 de janeiro), mostrou um masculino menos interessado em impor poder e mais atento à identidade, à memória e à realidade de quem veste a roupa.

Paris encerrou a semana reafirmando seu papel como laboratório simbólico da moda. Ali, o masculino foi tratado como construção cultural e emocional, com coleções que desafiaram o corpo normativo e revisitaram a tradição como algo a ser questionado, não reverenciado de forma intocável. “Paris segue sendo o território da ideia, do discurso e da ruptura simbólica”, analisa o designer e estilista Filipe Reis. “Muitas coleções partem de conceitos quase filosóficos, com narrativas pessoais fortes e uma liberdade maior para flertar com o performático.”

Essa abordagem ficou clara nas estreias e nas despedidas que marcaram a temporada. Jonathan Anderson apresentou sua leitura da Dior masculina com referências do início do século 20, traduzidas em alfaiataria escultórica e teatralidade contida. Já na Hermès, Véronique Nichanian despediu-se após 38 anos à frente do masculino com uma coleção silenciosa e poderosa, com casacos funcionais, couro como elemento-chave, calças retas de cintura alta e uma paleta neutra, aquecida por tons dessaturados de verde, azul e laranja. A elegância discreta, longe do espetáculo, foi a protagonista.

Louis Vuitton, sob Pharrell Williams, ocupou o extremo oposto do espectro visual. Com uma produção monumental, música ao vivo e coreografia, a marca reafirmou sua

# Entre a rua