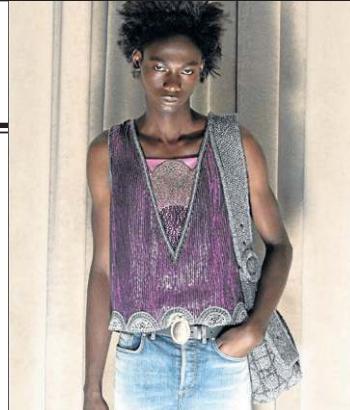


Divulgação/Dior



**Dior outono/inverno 2026-2027, de Jonathan Anderson**

Divulgação/Louis Vuitton



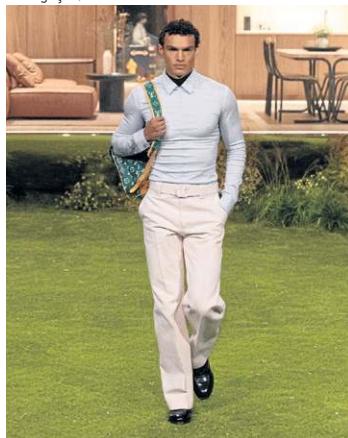
**Nova coleção de Pharrel Williams para a Louis Vuitton**

Divulgação/Prada



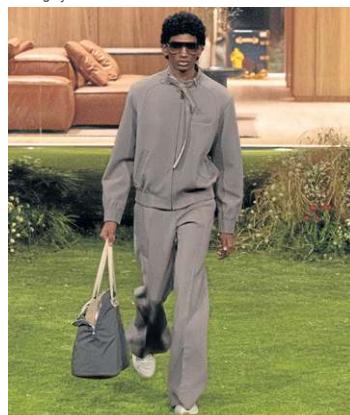
**Prada, inverno 2026 masculino**

Divulgação/Louis Vuitton



**A alfaiataria de Pharrel Williams é repleta de elementos esportivos**

Divulgação/Louis Vuitton



**A Louis Vuitton apostava no streetwear para a passarela**

Divulgação/Jacquemus



**Coleção Le palmier, da Jacquemus**

Essa busca por realidade impacta diretamente a relação do público com as passarelas. Segundo ele, há uma identificação inédita acontecendo. "Antes, você via um desfile e pensava: isso nunca vai ficar bom em mim. Hoje, muita gente olha e se enxerga ali. Consegue imaginar aquela roupa no seu dia a dia."

Milão, por sua vez, ancora esse novo imaginário em um saber-fazer sólido. Mesmo quando ousa, o faz a partir da excelência técnica, da herança da alfaiataria italiana e do luxo tátil. "Milão traduz parte dessas provocações em produtos desejáveis, usáveis e comercialmente viáveis", explica Filipe Reis. "O diálogo entre Paris e Milão acontece aí, uma empurra os limites do imaginário, a outra transforma isso em roupa."

## Tradição flexível

Na Prada, Miuccia Prada e Raf Simons o passado foi olhado como forma de avançar, distorcendo arquétipos clássicos, como a camisa do homem de negócios, para questionar símbolos de poder masculino. Na Zegna, Alessandro Sartori transformou roupas em portadoras de memória, defendendo a ideia de peças feitas para durar e atravessar gerações.

O retorno de Ralph Lauren a Milão, após duas décadas, reforçou essa noção de continuidade sem rigidez. Misturando preppy, boho, streetwear e referências americanas, o desfile mostrou que tradição também pode ser flexível e plural.

Essa abertura estética se reflete, inclusive, na relação dos homens com a cor. Fabio lembra que o preconceito cromático vem diminuindo, muito impulsionado pelo futebol e pela cultura pop. "Hoje, não vejo mais esse mau olhar para cores diferentes. A introdução do rosa no masculino veio muito do futebol. Quando a Juventus lançou aquela camisa rosa com o jogador Paul Pogba, virou desejo, virou identidade."

Para Filipe, essa mudança aponta para um momento de maturidade intelectual da moda masculina. "A alfaiataria deixa de ser símbolo de autoridade e vira ferramenta de expressão individual. Fala de passado, de herança, de afeto. Criar moda masculina hoje é um exercício de autoria."

# Identidade e expressão

Fora das passarelas, o street style reforçou esse espírito. Mesmo sob chuva, os convidados exibiram casacos de couro estruturados, volumes amplos, ombros marcados e texturas expressivas. Essa presença da rua não é apenas estética, ela revela uma mudança de eixo na moda masculina, como aponta Fabio Alves, diretor criativo e stylist, a partir de sua vivência no universo urbano.

"O cenário de streetwear apareceu muito nas calças de corte reto e mais largo, cobrindo o tênis. Antes, tudo era mais justo, mais marcado no corpo. Hoje, vejo outra relação com o volume e com o conforto", observa. Para ele, essa transformação não é superficial, mas resultado direto da influência de quem vive a cultura urbana no dia a dia.

Fabio é crítico ao que chama de aprovação vazia do streetwear, mas reconhece um movimento de correção de rota. "O mundo da moda sempre foi muito artificial, apresentando coisas que não fazem parte da realidade das pessoas. Hoje, eles precisam de quem vive o underground, porque isso traz verdade. Não é algo só para admirar, é algo que você quer usar."

# e o ateliê