



A atriz que interpreta a Miranda Priestly usou um salto do brasileiro Alexandre Birman

Reprodução/Instagram/@micitaela

O retorno de um fenômeno fashion

POR GIOVANNA KUNZ

A moda voltou a ocupar o centro do espetáculo com a divulgação de *O diabo veste Prada 2*. Antes mesmo da estreia, marcada para 30 de abril no Brasil, o elenco transformou tapetes vermelhos e aparições públicas em verdadeiras passarelas globais, reafirmando o impacto cultural da franquia duas décadas após o primeiro filme.

A turnê promocional começou em grande estilo na Cidade do México. Meryl Streep surgiu com um conjunto vermelho da Dolce & Gabbana, enquanto Anne Hathaway apostou em um vestido com franjas da Schiaparelli, marcado por um cinto dourado escultural. Já em um programa de TV nos Estados Unidos, Streep revisitou um dos símbolos do filme original ao usar um suéter azul cerúleo, cor eternizada na famosa fala de Miranda Priestly.

Ao longo da divulgação, os looks seguiram reforçando essa narrativa entre moda e personagem. Em Tóquio, Streep apareceu com peças da nova fase da Chanel sob direção criativa de Matthieu Blazy, enquanto Hathaway investiu na alta-costura da Valentino. Em Seul, o vermelho voltou a dominar. Streep escolheu um conjunto da Prada, em um aceno direto ao título do filme, e Hathaway vestiu um look de couro da Balenciaga.

A estratégia de styling também chama atenção. Hathaway foi acompanhada por Erin Walsh, conhecida por vestir artistas como Selena Gomez, enquanto Micaela Erlanger assinou produções de Streep, incluindo a escolha de um modelo da marca do brasileiro Alexandre Birman para uma pré-estreia em Xangai, evidenciando o diálogo entre o filme e a moda global.

O ponto alto dessa fase foi a *première* mundial, realizada no Lincoln Center, em Nova York. No evento, Hathaway apostou em um vestido vermelho volumoso da Louis Vuitton, enquanto Streep surgiu com um impactante modelo capa da Givenchy, assinado por Sarah Burton. Já Emily Blunt brilhou com um look

AFP



couture da Schiaparelli, com corpete dourado estruturado e saia de tule em camadas.

Mais do que escolhas estéticas, esses visuais fazem parte de uma estratégia conhecida como *method dressing*, em que o figurino das atrizes dialoga diretamente com seus personagens. A prática reforça a narrativa do filme e amplia seu alcance nas redes sociais, transformando cada aparição pública em extensão da história.

Segundo a figurinista Cláudia Wiltgen, os looks vão além da tendência. "Os figurinos divulgados de *O diabo veste Prada* sempre foram uma ferramenta narrativa. Agora, no *O diabo veste Prada 2*, não estão só 'seguindo tendência', eles funcionam quase como um resumo muito consciente do momento atual da moda. A combinação de sobreposições e alfaiataria revela direções claras, com uma linguagem de poder menos rígida e mais experimental."

Cláudia também destaca a evolução da protagonista. "Andy Sachs, mais madura, aparece alinhada com peças fluidas ou casuais. Acredito num equilíbrio