



Meryl Streep, Emily Blunt, Stanley Tucci e Anne Hathaway na premiere de *O diabo veste Prada* em Nova York

Reprodução/Instagram/@micaela



Anne Hathaway de Schiaparelli e Meryl Streep de Dolce & Gabbana na Cidade do México



Meryl Streep escolheu um look vermelho da Prada, e Anne Hathaway vestiu Vaquera SS26 na premiere de Seoul

Reprodução/Instagram/@micaela



Em Tóquio, Meryl Streep optou por um look Chanel assinado por Matthieu Blazy e Anne Hathaway por um Valentino

entre estrutura e conforto, menos 'montada', uma profissional criativa contemporânea, mais segura de si, mais orgânica", afirma.

Para Wiltgen, o impacto vai além da tela. "A escolha de roupas pelas atrizes durante a divulgação tornou-se uma estratégia de marketing poderosa. O público consome o universo do personagem, não só o filme", ressalta.

## Figurino no filme

Dentro da narrativa, *O diabo veste Prada 2* mantém o figurino como elemento central. A história acompanha o retorno de Andy Sachs à revista *Runway*, agora em crise, e seu reencontro com Miranda Priestly e Emily Charlton, em um cenário que reflete as transformações da indústria editorial.

Os looks apresentados até agora indicam algumas direções marcantes, como sobreposições que criam profundidade visual, produções monocromáticas que reforçam sofisticação contemporânea e a presença constante

da alfaiataria em versões mais amplas e desconstruídas, como os blazers oversized. Conjuntos coordenados e pontos de cor, especialmente o vermelho, aparecem como elementos chave na construção estética.

Wiltgen resume essa abordagem ao afirmar que "o figurino monocromático é uma sofisticação contemporânea, que junto com texturas deixa tudo mais leve, prático e elegante", enquanto acessórios funcionais refletem uma mulher moderna que equilibra estética e praticidade.

A diretora de arte Maíra Carvalho reforça que nada é pensado isoladamente. "A paleta de cores é definida em função do filme como um todo. Os figurinos estão inseridos dentro de um ambiente e precisam dialogar

com os cenários para funcionar na narrativa", explica.

Ela também destaca o papel de Nova York como cenário simbólico. "É uma cidade cosmopolita e muito atual, então os looks acompanham essa contemporaneidade. Eles estão sempre à frente, norteando tendências."

Mais do que vestir personagens, o filme constrói um verdadeiro editorial em movimento. "Cada sequência é um editorial de moda e você vê como a personalidade de cada personagem está colocada ali. Existe também uma tentativa de representar algo que eles precisam ser. Nesse universo, você não vende só o seu trabalho, você vende também como se apresenta esteticamente no mundo", acrescenta.