

Fora das quatro linhas

Das arquibancadas para o streetwear, as camisas inspiradas no futebol ganham novas leituras com alfaiataria. A nostalgia, a estética Brasil e as marcas independentes transformam o esporte em linguagem de moda

GIOVANNA KUNZ

Além de atravessar décadas e gerações, as camisas de futebol encontraram espaço fora dos estádios e se transformaram em um dos símbolos mais fortes da moda contemporânea. O uniforme que antes vivia restrito aos domingos de jogo, às arquibancadas e aos campeonatos de bairro hoje aparece combinado com alfaiataria, salto, blazer oversized, correntes maximalistas, jeans vintage e até bolsas de luxo.

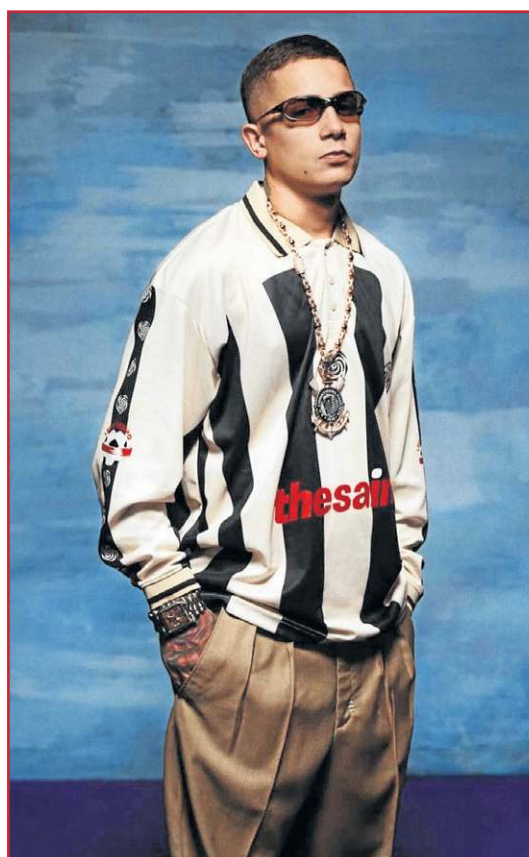
Com a aproximação da Copa do Mundo de 2026, a estética futebolística ganha ainda mais força. Não apenas pelas seleções oficiais, mas também por uma nova geração de marcas independentes que reinterpretam o imaginário brasileiro sem necessariamente carregar um escudo oficial no peito. Entram em cena camisetas inspiradas no Brasil, no bar da esquina, no Cerrado, na nostalgia dos anos 1990, no streetwear e no sentimento coletivo que o futebol provoca.

Reprodução/Instagram/@livia



Saias decoradas ajudam a criar combinações fashionistas para assistir aos jogos

Reprodução/Instagram/@fabinho078



Fabio Alves assinou o stylist do MC Hariel para o novo álbum e apostou em blusa de time com alfaiataria

Para entender esse fenômeno, é preciso voltar no tempo. Segundo Fabio Alves, diretor criativo e CEO da loja Seya do Corre, a explosão inicial dessa estética tem raízes no início dos anos 2000, especialmente na Copa de 2002. O uniforme da Seleção Brasileira, combinado aos tracksuits esportivos e tênis icônicos da época, ajudou a construir uma identidade visual que ultrapassou os limites do esporte.

“Os próprios jogadores eram os influenciadores da época”, explica Fabio. Nomes como Ronaldo Fenômeno, Ronaldinho Gaúcho, David Beckham e Thierry Henry ajudaram a transformar o uniforme esportivo em referência de estilo. Não era apenas sobre futebol. Era sobre comportamento, imagem e desejo.

A estética cresceu em paralelo ao avanço do streetwear. Se nos anos 2000 os jogadores funcionavam como referências visuais, entre 2014 e 2016 o movimento ganhou força com artistas da música internacional e da cultura urbana. Camisas esportivas começaram a aparecer em clipes, editoriais e produções de moda. O futebol saiu do estádio e entrou definitivamente na rua.

Segundo o empresário e designer de moda Salomão Ferretti, esse movimento acompanha mudanças profundas na maneira como as pessoas se relacionam com o vestir. “A camisa deixa de representar apenas torcida e passa a comunicar pertencimento, estilo, identidade e comportamento”, afirma.

Não por acaso, tendências como Block Core, maximalismo, nostalgia Y2K e o chamado Brasil Core ajudaram a impulsionar esse fenômeno. O que antes era uniforme passou a funcionar como ferramenta de expressão pessoal. “As pessoas estão menos interessadas em seguir regras rígidas e mais interessadas em usar a moda como ferramenta de personalidade”, completa Salomão.

Essa transformação aparece inclusive no consumo. Segundo Fabio Alves, a ascensão das camisetas de futebol ajudou a impulsionar categorias que antes não conversavam diretamente com a estética esportiva, como a alfaiataria. Hoje, parece comum ver camisa esportiva com calça reta e blazer amplo. Há alguns anos, não era. “Eu misturava camiseta de time com alfaiataria há seis anos e as pessoas criticavam. Falavam que não combinava. Hoje virou tendência”, relembra Fabio.

Segundo Diego Garcia, fundador da Misfits ao lado do irmão Rafael Garcia, o segredo está justamente em tirar a camisa do contexto óbvio. “Uma forma de deixar mais interessante visualmente é fugir do esporte e inserir essa camisa em um contexto que não tem essa relação”, explica.

A combinação pode passar por peças amplas, modelagens mais sofisticadas, sobreposições e acessórios inesperados. Para mulheres, aparecem produções com saias, pantalonas e alfaiataria ampla. Para homens, entram jeans retos, cortes oversized, blazer e tênis menos esportivos. Diego observa que a liberdade criativa aparece justamente como um dos pilares desse