

Camisa oficial do Brasil para a Copa do Mundo 2026

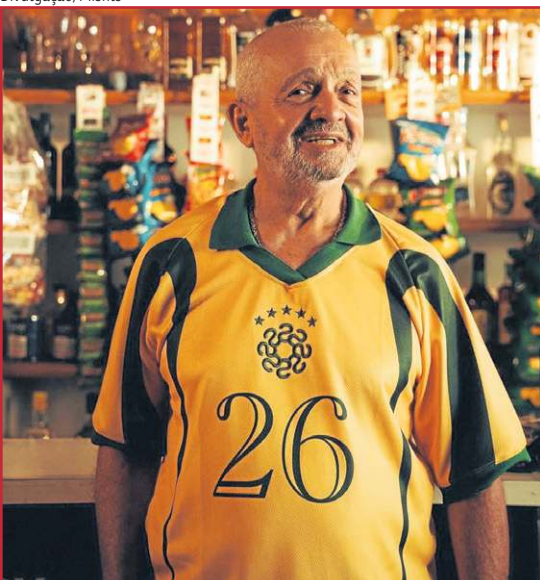


Fotos: Divulgação



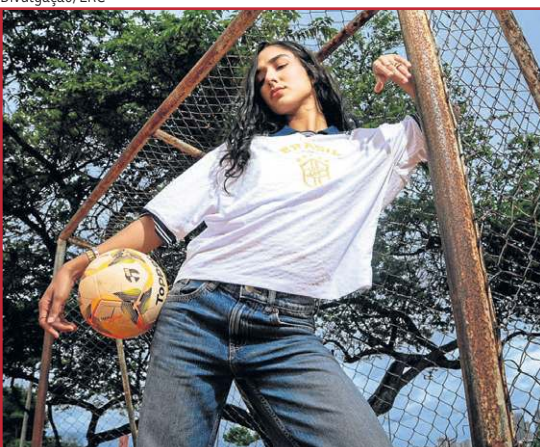
A reserva tem influência da Jordan Brand, incluindo a Elephant Print, mas o design foi bastante criticado nas redes sociais

Divulgação/Misfits



A Misfits procurou criar uma blusa para a Copa que valorizasse a cultura brasileira no geral, não apenas o futebol como um esporte

Divulgação/LRC



Blusas de cores mais neutras, como branco e azul, facilitam a montagem de looks

movimento. “Depende mais da referência esportiva de cada pessoa do que do gênero em si.”

Energia da Copa do Mundo

Essa lógica também está presente em marcas independentes que enxergam o futebol menos como esporte e mais como símbolo cultural. A Misfits é um exemplo. A marca apostou em uma leitura vintage para uma coleção inspirada no Brasil. “O amarelo um pouco mais desbotado, a gola polo e elementos visuais antigos ajudam a criar um resultado menos esportivo e mais conceitual”, explica Rafael.

A proposta não era criar uma peça apenas para assistir aos jogos, mas construir uma roupa capaz de traduzir o clima coletivo da Copa. “A Copa é um momento em que todo mundo torce pela mesma coisa. A gente quis trazer essa energia de celebração”, afirma Rafael. A ideia aparece em elementos visuais ligados ao bar, ao encontro entre amigos e ao sentimento coletivo que atravessa o futebol no Brasil.

Esse caminho também aparece na LRC, sigla para Last Romantics Club. Criada em 2024 por Igor Sampaio, a marca nasceu da mistura entre romantismo, streetwear e cultura urbana. Futebol aparece lado a lado com música, arte, pertencimento e identidade. “A gente nunca quis olhar para camisa de futebol só como peça esportiva”, explica Igor. “O esporte virou uma linguagem muito forte do streetwear e dos jovens. A gente usa isso para transformar a camisa em algo que transmite pertencimento.”

Existe ainda um detalhe importante nesse cenário. Nem sempre o desejo está na camisa oficial. Marcas independentes vêm criando releituras inspiradas no Brasil sem necessariamente reproduzir o uniforme da seleção. “A camisa carrega memória afetiva e identidade visual muito forte. Quando o streetwear abraçou esse universo, ela deixou de ser uniforme e virou peça de moda”, diz Igor.

Para Salomão, esse movimento também revela mudanças sociais importantes. “Hoje, existe uma preocupação maior em ampliar possibilidades de uso das roupas e construir produções mais versáteis”, afirma. Brechós, consumo consciente e reutilização ajudam a fortalecer esse cenário. Uma camisa comprada para a Copa já não vive apenas durante o campeonato. Ela ganha novas leituras, novos usos e novas combinações. A estética futebolística fala sobre memória, pertencimento, identidade e expressão individual.

Fabio Alves resume isso em uma lembrança pessoal. Fã de Cristiano Ronaldo quando criança, ele ganhou da tia sua primeira camisa original. Guardou a peça durante anos e, mais tarde, decidiu devolvê-la como símbolo de afeto. “Vai muito além de uma camiseta”, diz.

ESPAÑA ENTRA EM CAMPO COM LOEWE

A Copa do Mundo de 2026 ainda nem começou, mas a disputa fashion entre seleções já está acontecendo fora das quatro linhas. A seleção espanhola terá a Loewe como responsável pelos looks oficiais de viagem das equipes masculina e feminina pelos próximos quatro anos. Não se trata do uniforme de jogo, que continua com a Adidas. A parceria envolve roupas usadas em aeroportos, hotéis, deslocamentos oficiais e aparições institucionais, espaços que também fazem parte da narrativa visual do esporte. Sob direção criativa de Jack McCollough e Lázaro Hernández, fundadores da Proenza Schouler, a Loewe aposta em uma construção que mistura tradição espanhola, artesanato e luxo contemporâneo.



Divulgação/Loewe

MÉXICO E SOMEONE SOMEWHERE

A nova edição especial da terceira camisa da seleção mexicana para o Mundial de 2026 também mostra como futebol, moda e cultura local podem caminhar juntos. Desenvolvida em parceria entre a Adidas e a marca mexicana Someone Somewhere, a peça ganhou detalhes totalmente bordados à mão por mais de 150 artesãs indígenas da comunidade de Naupan, no estado de Puebla.

O processo artesanal levou cerca de 15 meses e exigiu mais de 165 mil horas de trabalho manual. Ao todo, mais de um milhão de metros de linha foram utilizados para construir os grafismos inspirados nos tradicionais fogos de artifício mexicanos, aplicados nas mangas e na parte frontal da camisa. Cada peça também possui numeração exclusiva e acompanha uma embalagem inspirada em um costume tradicional no México, o hábito de guardar kits de costura dentro de antigas latas de biscoito.

Com produção limitada a apenas 2.026 unidades, em referência ao ano da Copa, a camisa reforça uma tendência que cresce no futebol contemporâneo. Cada vez mais, tradição, artesanato e identidade cultural ultrapassam o universo esportivo e transformam uniformes em peças de desejo dentro da moda. O movimento reforça uma tendência cada vez mais evidente. Na Copa moderna, a moda também entra em campo.