Mundo da moda descobre o mundo do automobilismo

Peças com estética racing vintage estão em alta, contemplando diferentes modalidades do automobilismo

Por **Pedro Sobreiro**

DIVULGAÇÃO



Parceria da Chevrolet com a BAW chega ao e-commerce e às lojas pop-up em etapas da Stock Car e NASCAR Brasil

DIVULGAÇÃO/ RIACHUELO



A uma semana do início do GP de São Paulo de Fórmula 1, realizado de 6 a 8 de novembro, no Autódromo de Interlagos, já é possível ver as lojas Brasil afora com peças temáticas da F1 e de outras categorias do esporte a motor. O maior destaque deste mês é a colaboração da Disney com a Fórmula 1, intitulada "Acelerando a Magia".

Pela primeira vez na história, a campanha chega à etapa brasileira, trazendo peças de roupa e acessórios exclusivos do país, que estão disponíveis nas lojas Riachuelo. Após passar pelos GPs de Las Vegas (EUA), Xangai (China), Canadá, Silverstone (Grã-Bretanha) e Monza (Itália), a Disney agora desembarca no Brasil com ativações especiais e belas peças de streetwear para os fãs brasileiros de F1.

– Essa coleção reforça a missão da Riachuelo de aproximar e amplificar grandes movimentos ao consumidor brasileiro. A parceria entre Disney e Fórmula 1 ganha, por meio da moda, uma nova forma de se conectar com diferentes públicos e gerações – explica Cathyelle Schroeder, CMO da Riachuelo

Mas existem outras categorias que estão em franco crescimento no país, como a Stock Car e a NASCAR, que começam a ser contempladas pelas campanhas de moda. Com longa tradição nos esportes a motor, a Chevrolet se une à BAW para lançar uma linha exclusiva de peças com elementos das pistas por meio de uma estética urbana, contemporânea e conectada à moda. Segunda collab entre a Chevrolet e a BAW Clothing, a coleção BAW Racing by Chevrolet Motorsports está disponível ao público, e parte da autoridade e da trajetória da montadora no automobilismo para reinterpretar elementos das pistas por meio de uma estética urbana, contemporânea e conectada à moda.

– Queremos estar perto das pessoas também em seu estilo de vida e da forma como se manifestam. A coleção reflete todo o legado da Chevrolet no automobilismo com uma pegada moderna e ousada – explica Gustavo Aguiar, CMO da General Motors América do Sul.

As nove peças foram desenvolvidas pelos estilistas da BAW ao lado de Lucas Karra, um dos fundadores da marca, para traduzir o universo Chevrolet de forma autêntica, desejável e relevante para a cultura urbana. A releitura combina referências vintage, uma das principais tendências atuais, a códigos do streetwear e da cultura jovem.

Esta é a segunda parceria entre as marcas. A estreia foi em 2025, com a collab "BAW + Opala", que celebrou os 100 anos da GM no Brasil e reinterpretou diferentes fases do Opala em camisetas, bermudas, calças, jaquetas e acessórios, com gráficos, fotos e logotipos dos arquivos da Chevrolet.

> *"O momento para essa collab foi ideal. Trazer essa pegada racing retrô das corridas para peças do streetwear faz o drop ganhar uma outra dimensão, sendo quase uma viagem no tempo"*
>
> **Lucas Karra**
> Cofundador da BAW Clothing

Coleção que celebra a parceria entre F1, Disney e Riachuelo traz peças para todas as idades

DESTAQUES

As peças hero são a jaqueta e a calça de sarja, com bordados e aplicações personalizadas da collab. Usadas em conjunto, elas remetem ao macacão dos pilotos. Também fazem parte da coleção duas camisetas unissex em modelagem oversized, de malhão premium e com estampa personalizada, duas babylooks em tecido leve e respirável, uma camiseta unissex, um boné e uma tote bag.

– O momento para essa collab foi ideal. Trazer essa pegada racing retrô das corridas para peças do streetwear faz o drop ganhar uma outra dimensão, sendo quase uma viagem no tempo. Além disso, conseguimos trazer um detalhe muito diferente na jaqueta, que eu nunca vi ser explorado no Brasil, e que proporciona uma experiência inusitada: você recebe a peça de um jeito e depois pode usá-la de outro. Tenho certeza de que o pessoal vai gostar – comenta Lucas Karra, cofundador da BAW Clothing.

A experiência da coleção também chega ao ambiente digital. Em parceria com a BrandsDecoded, a BAW criou um jogo online em que o público entra no universo do motorsport vestindo as peças da coleção e interage com os pilotos, interpretados pelos apresentadores e convidados do Podpah. No game, o jogador escolhe seu piloto e o circuito que deseja sentir a emoção das pistas. Ao completar a corrida, ele destrava cupons de desconto para comprar os itens do drop BAW Racing by Chevrolet Motorsport. O jogo está disponível em **bawchevroletracing.com.br**.

POP-UP STORE

As peças estão disponíveis no e-commerce da BAW e na pop up store da coleção, que acompanha a reta final das temporadas da Stock Car e da NASCAR. A loja estará na etapa da NASCAR, em Brasília, em 28 e 29 de novembro; e encerra o circuito na etapa da Stock Car em São Paulo, em 12 e 13 de dezembro. A proposta é transformar o lançamento em experiência para quem acompanha as corridas e levar a moda para dentro do ambiente que inspirou a coleção.

– Moda é um dos termômetros mais honestos de relevância. Quando alguém escolhe vestir uma marca, está dizendo que ela faz parte de quem é. Queremos que a coleção BAW Racing by Chevrolet Motorsports seja um símbolo de pertencimento para quem vive o automobilismo dentro e fora das pistas e mais um passo de uma Chevrolet que quer estar onde a cultura acontece – conclui Gustavo Aguiar.