

Moda

POR ANA MILETTI*

Com a popularização das redes sociais, as tendências são rapidamente criadas e disseminadas pelo mundo. No entanto, na mesma velocidade em que elas são lançadas, muitas vezes, as peças logo são consideradas “bregas” e acabam parando no fundo do guarda-roupa. Nesse sentido, o consumo consciente e sustentável é o que podemos chamar de realmente fashion, nos dias atuais.

No mundo dos calçados, as ideias inovadoras — que nem sempre são criadas do zero, mas reinvenções de silhuetas consolidadas — tomam as redes sociais com os vídeos de unboxing (ato de filmar a abertura de caixas ou embalagens de produtos) e get ready with me (arrume-se comigo). Gostando ou não, os itens que saem dos pés das modelos de passarela começam a dar as caras nas ruas pelo mundo. Nem sempre por muito tempo.

Sara Giordana, professora de design de calçados, explica como os sapatos são consolidados no mercado. “Os estilos perenes estão normalmente ligados a comportamentos ou culturas, e vão aparecendo em diferentes marcas e em públicos diversos. Diferentemente das tendências, que sofrem um boom e desaparecem.”

Um exemplo são as Tabis, modelo criado pela Maison Margiela, em 1989, que nunca saiu dos eventos de moda e da boca dos fashionistas. Em 2025, no entanto, a bolha estourou e os sapatos passaram a ser famosos entre influencers e celebridades, como Dua Lipa e Pedro Pascal. O modelo exótico, com a ponta dividida entre os dedos, antes era restrito a um nicho específico dos fãs de moda e virou um símbolo de como o algoritmo é capaz de transformar o incomum em um desejo massificado.

Além das Tabis, houve recentemente o renascimento das ballet flats, as sapatilhas. Temidas por muito tempo, elas voltam com novos estilos, compondo os looks até das pessoas que eram contra. A marca Jimmy Choo apresentou uma categoria bem conhecida pelos brasileiros: os sapatos de plástico. Tamancos e sapatilhas, nos quais os pés aparecem, voltam aos holofotes das fashion weeks. A moda se inventa e se reforma: a história nunca fica para trás.

Consumismo exagerado

Todas essas tendências refletem um problema: a crise do consumismo extremo. A criação de modelos gera uma necessidade de consumo, muitas vezes influenciada por celebridades que são patrocinadas, em um público que cede às tentações. Essas micro-tendências contribuem para a produção de mais lixo, porque depois do hype, as peças são deixadas de lado por muitos usuários.

COM DATA DE VALIDADE?



Sapatos clássicos são pensados para várias roupas e ocasiões.

Consumo desenfreado de sapatos estimulado, sobretudo, pelas redes sociais torna-se tendência. Mas os modelos clássicos são os que resistem fora das passarelas. Veja como montar um armário cápsula de calçados

Segundo dados divulgados pela consultoria internacional S2F Partners, cerca de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis são descartadas a cada ano pelos domicílios brasileiros. E apenas 1% desse quantitativo é destinado à reciclagem — o resto dos resíduos se acumula em lixões e aterros.

Yamê Reis, diretora executiva do Instituto Muda, explica sobre a reutilização dos resíduos dos sapatos é ainda mais problemática. “A reciclagem de

calçados é mais complexa porque eles são compostos por diversos materiais diferentes, como couro, poliéster, PVC, EVA, metais e algodão, entre outros. Isso exige uma cadeia de reciclagem mais estruturada, com parceiros especializados em cada tipo de material. É um processo que demanda investimentos, tanto na qualificação de profissionais quanto no desenvolvimento de uma cadeia de valor capaz de dar destino adequado a todos esses componentes.”

A diretora analisa como a moda circular e de reuso de materiais podem ser alternativas de consumo. “É fundamental ampliar o olhar para outros modelos de negócio, como reparo, revenda, recompra de peças vintage e outras iniciativas que prolonguem o ciclo de vida dos produtos. Esses modelos complementares, quando monetizados, tornam as empresas menos dependentes do varejo linear tradicional e já vêm sendo adotados por empreendedores com uma visão mais alinhada ao futuro da moda.”

Yamê é especialista em ESG (Environmental, Social e Governance), sigla que se refere a um conjunto de critérios corporativos que avaliam o impacto não apenas no lucro, mas em sustentabilidade, ética social e administrativa. Nesse contexto, a prática de reutilização de materiais descartáveis e a produção de peças atemporais freia o consumo acelerado. Para ela, antes de uma compra, perguntas devem ser feitas, como: “vou usar essa peça muitas vezes?” e “ela cabe no meu orçamento?”, para que um desejo passageiro se transforme em uma compra consciente.