

The Minimalist Lifestyle X The consumption of Fashion Clothing.

O estilo de vida minimalista x consumo do vestuário de moda.



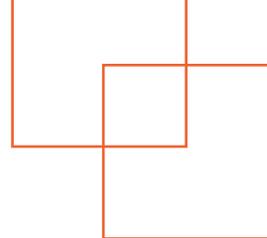
Lourdes Maria Puls

Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina
Doutora em Design pela PUC-RIO
Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
lurdinhapuls@gmail.com



Camila Becker

Bacharel em Moda na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
camiladjbecker@gmail.com



Abstract

This theoretical study aims to understand the possible impacts of the minimalistic lifestyle above the excessive consumption of fashion clothing. Based on the research and interpretation of several bibliographic and documentary sources that talk about subjects such as consumption and minimalism, it was possible to structure a knowledge base on both subjects, allowing the reader to understand the influences that one have on each other. At the end of the research, it was concluded that the adoption of minimalistic habits can lead to a very positive repercussion over the consumption of clothes and other fashion goods, allowing the transformation of the production industry, besides de current market model, in order to regain the main essence of fashion: the personal expression. Other benefits of minimalism are linked to the social and ambiental spectrum, since there is a bigger concern above ethical and sustainable issues that surround this universe, even if this is not the main focus of minimalism.

Keywords

Minimalism; Lifestyle; Consumption; Consumerism.

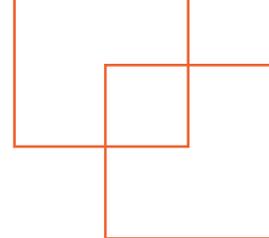
Resumo

Este estudo de cunho teórico tem como objetivo compreender os possíveis impactos do estilo de vida minimalista sobre o consumo exacerbado de produtos de moda e vestuário. A partir da leitura e interpretação de fontes bibliográficas e documentais que abordam temas como consumo e minimalismo foi possível estruturar uma base de conhecimento sobre os dois assuntos, a fim de proporcionar ao leitor o entendimento das influências que um exerce sobre o outro. Ao final da pesquisa concluiu-se que a adoção dos hábitos minimalistas gera uma repercussão bastante positiva em relação ao consumo de roupas e artigos de moda, possibilitando a transformação da indústria de produção, além do modelo de mercado atual, de modo a reconquistar a principal essência da moda: a expressão pessoal. Outros benefícios recorrentes do minimalismo estão ligados à esfera social e ambiental, visto que existe uma maior preocupação com as questões éticas e sustentáveis que envolvem este universo, mesmo que este não seja o principal foco do minimalismo.

Palavras-chave

Consumo; consumismo; estilo de vida; minimalismo.





1 Introdução

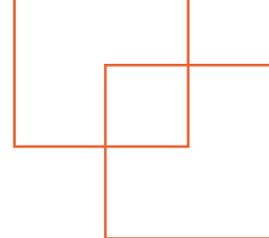
Diferente do que muita gente pensa sobre o estilo de vida minimalista, ele não trata apenas de reduzir o consumo de um ou outro produto ou usar vestimentas com formas mais retas, poucas cores ou acessórios, mas trata sobre como trabalhar a vivência diária com o entorno de forma consciente e significativa. Pode-se dizer que se tem a preocupação com o meio ambiente e com a sustentabilidade, porém, segundo Millburn e Necedemus (2016), é uma questão mais pessoal sobre o que faz cada um feliz e o que dá sentido à sua vida. É sobre libertar-se dos excessos para focar no que realmente importa e finalmente encontrar a felicidade e a realização.

Neste sentido, entende-se que a sociedade em geral tem um longo caminho a ser percorrido, pois, de maneira geral, o consumo está profundamente arraigado na vida das pessoas, refletindo de maneira considerável tanto positiva quanto negativamente. Essa relação é reforçada quase que diariamente, devido ao aumento de ofertas de produtos inovadores em segmentos como moda, arte, indústria automobilística e em outros diferentes setores que produzem e vendem bens materiais. Isso se dá pelo volume de ofertas como pelas constantes propagandas e mensagens de incentivo a compra, as quais mexem significativamente com os desejos e aspirações das pessoas.

Dessa forma, compreender os possíveis impactos do estilo de vida minimalista em relação ao consumo excessivo de produtos de vestuário e moda é o objetivo principal deste estudo, levando-se em consideração que o estilo de vida minimalista poderá ter um vínculo diferenciado com a criação, produção e consumo na área da moda, principalmente direcionada à diminuição do consumo. É preciso ressaltar, porém, que paralelamente a isso vem crescendo progressivamente a preocupação com uma vida mais saudável e com mais propósito, bem como a busca pelo bem-estar individual e coletivo, o que também faz parte dos valores do estilo de vida minimalista, objeto deste estudo.

Em todos os setores da sociedade se notam mudanças de comportamento, principalmente tocante a área da moda. Conforme Carvalhal (2016), a última tendência apontada pelos maiores laboratórios especialistas do mundo é o fim da moda como conhecemos. De acordo com o autor, cada vez mais as pessoas estão se perguntando se realmente precisam de suas roupas, de onde elas vieram e quem as fez. Em muitos casos, a resposta para estes questionamentos pode modificar o contato do consumidor com determinadas marcas.

Assim, para discorrer sobre um assunto relevante e relativamen-



te novo, ainda que contemporâneo e bastante discutido, seguiu-se os preceitos de uma pesquisa básica, exploratória e descritiva. De acordo com Gil (2002), as pesquisas descritivas possuem como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. Como por exemplo, quais as características de um determinado grupo em relação ao minimalismo. Para tanto, utilizou-se bibliografias (pesquisa bibliográfica) que expõem temas como moda, consumo e comportamento do consumidor e minimalismo como estilo de vida. Além de obras e artigos publicados por diferentes autores sobre o assunto, buscou-se informações em fontes documentais (pesquisa documental) em sites – como por exemplo o theminimalists.com, onde Millburn e Necdemus reúnem obras próprias e outras indicações sobre o tema.

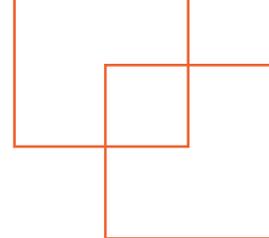
De caráter qualitativo, o estudo tem seu foco voltado para o objeto pesquisado, fazendo uma análise subjetiva das referências coletadas, sem utilizar de técnicas quantitativas, mas com variadas fontes de dados. Segundo Minayo (2001), a pesquisa qualitativa responde questões mais particulares, preocupando-se com um nível de realidade que não pode ser quantificado, trabalha então com significados, crenças, valores e atitudes.

Dessa forma, foi possível demonstrar que o estilo de vida minimalista, baseado em enfoques e em visões de diferentes autores, poderá servir como um pontapé para a mudança na indústria e mercado de moda e vestuário, podendo trazer diversas melhorias, além de uma maior qualidade de vida tanto para aqueles que fazem a moda, quanto para quem a consome, bem como a redução de problemas econômicos, sociais e ambientais.

2 APRESENTANDO O MINIMALISMO

Na língua portuguesa, de acordo com o Dicionário Aurélio (2018), minimalismo significa “sistema, doutrina ou tendência que defende a redução ao mínimo do que compõe algo., Técnica, estilo ou movimento artístico que tende para a simplicidade e para formas geométricas básicas”. Como descreve Negretto em sua monografia “As Relações Entre A Dinâmica Pós- Moderna e o Consumo Minimalista”, o minimalismo foi uma corrente artística do século XX que focava nos elementos de expressão essenciais, influenciando campos como a literatura, música e artes plásticas.

A expressão vem do inglês “minimal art” e faz referência aos movimentos nascidos em Nova York nas décadas de 1950 e 1960. Nas



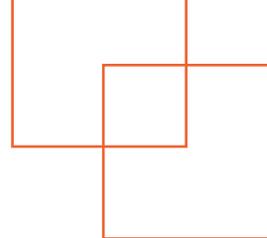
artes, ele é caracterizado basicamente por poucos elementos e cores, formas geométricas e simples. Na música e literatura qualifica-se pela pequena quantidade de notas musicais e palavras. Já no âmbito de moda e vestuário a tendência segue a mesma linha vista nas artes e no design: roupas com modelagens e padronagens mais amplas, assim como tonalidades mais sóbrias, com pouca informação visual.

Porém, o minimalismo hoje é muito mais do que um movimento artístico ou uma tendência de moda. Millburn e Necedemus, criadores do site The Minimalists, resumem minimalismo como “uma ferramenta para te livrar dos excessos da vida a favor de focar no que é importante - para que você possa achar felicidade, satisfação e liberdade”. Os autores ainda comentam que esse modelo permite a tomada de decisões de forma mais consciente:

O minimalismo é uma ferramenta que pode te ajudar a encontrar a liberdade. Liberdade do medo. Liberdade das preocupações. Liberdade da opressão. Liberdade da culpa. Liberdade da depressão. Liberdade das armadilhas da cultura de consumo na qual construímos nossas vidas. Liberdade real. Isso não significa que existe algo errado em ter posses materiais. O problema de hoje parece ser o significado que damos para as coisas: nós tendemos a dar muito significado para as nossas coisas, ao invés de cuidar da nossa saúde, nossos relacionamentos, paixões, crescimento pessoal ou desejo de contribuir para além da gente. [...] O minimalismo simplesmente te permite fazer essas decisões mais conscientemente, mais deliberadamente. (MILLBURN; NECODEMUS, 2016, s.p., tradução nossa)

Neste contexto, o escritor e orador Wright (2017), afirma que desfazer-se de bens materiais é geralmente um resultado do minimalismo, e não a sua principal finalidade. Já para Freire (2006), o estilo de vida é um reflexo da atitude dos indivíduos em relação à escolha de mercadorias e à reprodução de padrões de consumo, tal como o aproveitamento dos recursos culturais como forma de expressão pessoal e distinção social, ou seja, é como o sujeito escolhe comportar-se perante a sociedade de acordo com suas crenças e ideologias. Assim, o minimalismo se caracteriza como um novo estilo de vida que trata de reavaliar as prioridades para abandonar os excessos que não agregam valor à vida pessoal dos indivíduos.

Cabe aqui demonstrar resumidamente o conceito de minimalismo na visão de cinco diferentes autores que discorrem sobre este assunto



(Tabela 1), sendo eles Joshua Millburn e Ryan Necedemus (the-minimalists.com), Joshua Becker (becomingminimalist.com), Leo Babauta (zenhabits.net) e Cortney Carvers (bemorewithless.com).

Tabela 1: O que é minimalismo

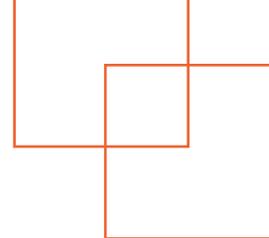
MINIMALISMO			
J. Millburn e R. Necedemus	J. Becker	L. Babauta	C. Carver
Desfazer-se do desnecessário para abrir espaço para o necessário em busca da satisfação.	A promoção do que é verdadeiramente importante, removendo o que desvia a atenção daquilo. (2009)	Um jeito de evitar o não essencial para focar naquilo que traz valor à vida.	Simplificar a vida e viver com menos. "Você pode ser um minimalista, o você só é feliz vivendo com menos. Mas qual a diferença?" (2011)

Fonte: a autora (2018)

Ao comparar as diferentes visões, nota-se que apresentam pouquíssimas ou quase nenhuma divergências ou contradições, pois todas as definições convergem para um mesmo ponto: a busca do que é verdadeiro, da essência do viver com o que nos faz feliz, do ser e não do ter. Corroborando com o que foi mencionado pelos autores na tabela anterior, Carvalhal (2016) cita a obra "Capitalismo Consciente" de Mackey (2014), onde ele descreve que o dia mais importante da vida do ser humano é aquele quando ele descobre o sentido da sua existência e entende por que e para que está vivo:

Nada continua igual depois que você compreende seu verdadeiro propósito. As cores da vida mudam, você consegue extrair energia e inspiração de lugares que não imaginava. O trabalho torna-se gratificante, uma fonte de satisfação e alegria. (MACKEY, apud CARVALHAL, 2016, p. 115)

Portanto, descobrir o propósito de cada um significa descobrir as coisas que mais importam, sendo esse um dos principais intuídos dos minimalistas. Para essas pessoas, o consumo exacerbado é uma forma de atraso, é ocupar um espaço com coisas desnecessárias que poderia estar sendo melhor aproveitado. Pode-se deduzir, neste caso, que o consumismo passa a ser um impedimento à liberdade, pois muitas pessoas se tornam escravas de consumo por não satisfazerem seus impulsos e desejos.



3 Uma Visão sobre o consumo

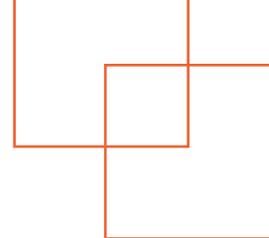
Ultimamente se ouve falar muito sobre como a sociedade está cada dia mais consumista e prisioneira do capitalismo, ao mesmo tempo em que cresce a preocupação com o quanto essa compra exagerada pode ser problemática. É inquestionável que as pessoas estão se vendo mais e mais preocupadas com o quanto e o que consomem. Discursos sobre responsabilidade de compra, consumo consciente, sustentabilidade, falta de ética dentro da indústria da moda têm tomado força. Porém pouco se ouve falar sobre o que essas duas palavras realmente significam: consumo e consumismo.

O sociólogo Bauman (2008) trata consumo como uma atividade banal e rotineira, uma característica dos seres humanos. O autor traz o termo “revolução consumista” e cita Campbell, que por sua vez descreve como aconteceu a transformação de consumo em consumismo e quando o consumo passou a ocupar um papel majoritariamente significativo na vida dos indivíduos. Bauman (2008) classifica consumismo como um “atributo da sociedade”, que “chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho”:

De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade. Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser [...] destacada (“alienada”) dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a “sociedade de consumidores” em movimento e mantém em curso como uma forma específica de convívio humano (BAUMAN, 2008, p. 41).

É importante ressaltar que o popular conceito de que a vida consumista busca pelo conforto está diretamente ligada à ideia de uma sociedade de produtores, que foi direcionada e impulsionada à segurança a longo prazo. Nessa perspectiva, os desejos de posse eram canalizados a bens que pudessem, de certa forma, garantir conforto e solidez por muito tempo, ou seja, adquirir produtos resistentes e duráveis.

Bauman (2008), discute as noções de consumo em duas fases: a era sólido-moderna e a líquido-moderna, sendo a primeira fase pertencente ao modelo societário dos produtores e voltada aos propósitos de estabilidade. Porém, essa concepção não condiz com a sociedade de consumidores da segunda fase, a líquido-moderna, já que o consumismo, segundo o autor, não traz a felicidade associada



à satisfação de necessidades, mas sim a um volume de vontades que está sempre se multiplicando, o que acarreta, diferentemente da fase anterior, no desfrute imediato dos bens que possam satisfazer esses desejos e sua rápida substituição. Esse período prediz, conforme ele, uma “era de obsolescência embutida” do que existe no mercado e “assinala um aumento espetacular na indústria da remoção do lixo”.

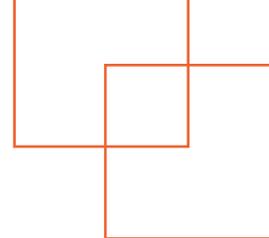
Bauman (2008) ainda discorre sobre a resignificação de tempo que o consumismo líquido-moderno desperta. Chamado de pontilhista - termo criado por Maffesoli (2003) - esse novo tempo é inconsistente e descontínuo, gerando então a ideia de vida “agorista”, onde a urgência dos consumidores não se dá só pelo anseio de adquirir, mas sobretudo pela “necessidade de descartar e substituir”. Para conseguir acatar todas as novas necessidades dos indivíduos dessa sociedade consumista, a economia baseia-se no excesso e desperdício:

Na economia consumista, a regra é que primeiro os produtos apareçam (sejam inventados, descobertos por acaso ou planejados pelas agências de pesquisa e desenvolvimento), para só depois encontrar suas aplicações (BAUMAN, 2008, p. 53-54)

Como pode ser visto, o autor ainda fundamenta a ideia de que a efemeridade ressaltada pelo consumismo se encaixa muito bem nesse tempo pontilhista, reduzindo o espaço de tempo que separa não apenas a vontade de sua realização, mas o momento de nascimento da vontade e o momento de sua morte. A sociedade de consumo é uma sociedade de excessos e desperdícios, onde se necessita aprender rápido e esquecer ainda mais rápido. “Para um tipo de sociedade que proclama que a satisfação do consumidor é seu único motivo e seu maior propósito, um consumidor satisfeito não é motivo nem propósito – e sim a ameaça mais apavorante.” (BAUMAN, 2008, p. 126).

A preocupação do autor é direcionada para o que ele chama de “consumidor satisfeito” no sentido de querer sempre mais para sentir-se pleno, impulsionando ao consumismo pelo simples prazer de compra, em querer “permanecer” sempre à frente. Maffesoli (2000) apud Bauman (2008, p. 107) “sou o que sou porque os outros me reconhecem como tal”, o que significa dizer que estar à frente ostentando as tendências de estilo realmente atribui ao indivíduo o reconhecimento e aceitação almejados.

Slater (2002) observa que a cultura de consumo associou satisfação



à estagnação econômica, impondo que as necessidades dos indivíduos sejam insaciáveis ao mesmo tempo que busquem aquilo que as satisfaçam. Bauman (2008, p.127) complementa ao afirmar que “somos impulsionados e/ou atraídos a procurar incessantemente por satisfação, mas também a temer o tipo de satisfação que nos faria interromper essa procura”. Isso significa que a principal preocupação da sociedade de consumidores não é a criação de novas necessidades, mas o “desprezo pelas necessidades de ontem”.

Por conseguinte, observa-se que já existe a preocupação por parte das pessoas com questões como o consumo desenfreado. O minimalismo se identifica com essa mudança de atitude, que engloba também pessoas ligadas a setores ambientais, sociais e econômicos e envolve diretamente o mundo da moda, cujos clientes já estão ensaiando alterar seu comportamento em relação ao consumo, podendo até mudar a maneira como as marcas procedem nas vendas de seus produtos.

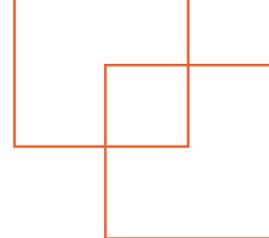
3.1 Comportamento de Consumo

A sociedade atual vivencia um período de grande incentivo ao consumo, tanto pelo apelo da mídia direcionado ao público, como também pela necessidade de satisfazer novos desejos e suprir a urgência das pessoas pelo sentimento de pertencimento.

Segundo Carli (2002, p.38), apud Ribeiro (2013) “a sociedade de consumo tende a alienar o objeto do sentido original de necessidade, tratando de multiplicar aceleradamente, ad infinitum [ao infinito], as necessidades de outras naturezas que não as primárias”, ao direcionar-se este conceito para o indivíduo consumidor de roupas pode-se dizer que ele busca suprir não apenas a necessidade de proteção, mas sim aquelas provenientes do meio social, de pertencimento e de reconhecimento pessoal.

Outra afirmação que a autora ressalta é que, por viverem cercados de olhares alheios, as pessoas consomem pensando não apenas em expressar-se individualmente, mas com a preocupação de continuarem inseridas na identidade social da qual fazem parte. Neste sentido, Ribeiro corrobora com o argumento de Bauman de que o tempo de vida dessas peças vem sendo reduzido, já que a renovação estimulada pelo capitalismo instiga nos consumidores o gosto pela mudança e que “o capitalismo criou a ‘obsolescência estilística’ onde o produto ainda novo, funcionando adequadamente é logo considerado ultrapassado, fora de moda”.

Como se pode notar, dentro do espectro do minimalismo encontra-



-se inserido um novo modelo de consumo, onde a compra não é realizada de forma a preencher com bens materiais um vazio pessoal, sob o pretexto de que quanto mais posses os indivíduos têm, mais felizes e plenas são as suas vidas, mas baseado na compra consciente de artigos essenciais.

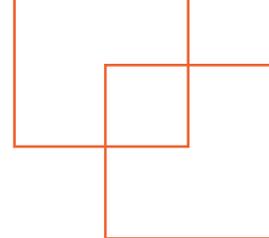
3.1.1 O consumo dentro do minimalismo

Negretto (2013, pg. 60) sugere que esse modelo de minimalismo como escolha pessoal “não surge apenas de motivações interiores de indivíduos que questionam a sociedade de consumo em que vivem”, mas que existe um contexto macro que incentiva esse estilo de vida. O primeiro desses motivos, segundo ela, é a preocupação com o meio ambiente. A indústria do consumo está diretamente relacionada às causas do aquecimento global e desastres naturais e, assim como Bauman (2008) diz em seu relato sobre a efemeridade do consumismo, a sociedade consumista vive sob o fundamento da obsolescência programada, resultando numa quantidade exagerada de resíduos de lixo e emissão de gases poluentes.

Isso acaba por contribuir para o surgimento de novas formas de pensar consumo, como por exemplo o minimalismo. O segundo lugar é ocupado pela overdose de informação trazida pelos avanços tecnológicos, piorando o “sentimento de excesso” que o minimalismo tenta minimizar ou eliminar. E, por último, o terceiro motivo seria a crise de 2008. Os efeitos da crise culminaram em novas propostas e formas de consumir. O desemprego ocasionado por ela gerou a reflexão sobre o que é necessário e o que é supérfluo, um questionamento que está sempre presente na rotina de quem vivencia o minimalismo.

Os princípios do minimalismo preocupam-se com a eliminação dos supérfluos focando no que é essencial. Mas não é certo tomar o minimalismo apenas como um estilo de vida onde se evita consumir, já que ele não diz respeito só à bens materiais, pois esse tipo de consumidor sente a necessidade realmente de desfazer-se do que não lhe é mais útil, fazendo deste um processo também mental.

Assim, o acúmulo de bens demandaria muito de nossa energia, que deixaria de ser investida em coisas consideradas realmente importantes [...] Como destacou Tyler Durken em ‘Clube da Luta’: ‘as coisas que você possui acabam possuindo você’. Outro aspecto relevante é que, além da energia e do tempo necessários para ganhar dinheiro e adquirir os bens, é preciso mantê-los. [...] É nessa perspectiva que muitas vezes po-



demos considerar que vivemos para resolver os problemas que os bens materiais criam, sendo que estes deveriam nos proporcionar o extremo oposto [...] o consumidor minimalista reflete até que ponto a aquisição de bens é uma soma com resultado positivo para sua vida [...] (NEGRETTO, 2013, p.66)

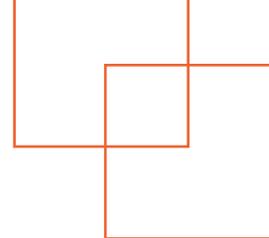
Dessa maneira, o minimalismo pode ser considerado então “uma forma que as pessoas encontraram de achar mais sentido em suas vidas, o que reflete no comportamento de consumo desse grupo. Ele não rompe com o capitalismo e o consumo, mas questiona a sociedade consumidora” (NEGRETTO, 2013, p. 67).

É importante deixar claro que o minimalismo se preocupa sim com questões sociais, econômicas e ambientais, mas estes não são seus principais propósitos, pois, o “consumo minimalista é um comportamento de consumo inserido em uma sociedade de consumo e que possui uma perspectiva individualista de autoconhecimento muito forte concomitante a consciência coletiva” (NEGRETTO, 2013, p.67). Esse estilo de vida e de consumo é também uma forma de autoconhecimento. Ao desfazer-se daquilo que não está em uso, o indivíduo reflete sobre o valor das coisas e a importância dos bens materiais, percebendo o que de fato afeta positivamente a sua vida e o que apenas ocupa tempo e espaço desnecessários.

Em suma, o minimalismo é tratado como sendo uma ferramenta para simplificar a vida dos indivíduos, que buscam o consumo consciente como forma de entender a si mesmo. Pode-se dizer que as pessoas adeptas a esse estilo de vida então, tendo maior conhecimento sobre seus desejos e necessidades, passam a ter um novo comportamento de consumo, chamado de consumo minimalista. O consumidor minimalista não vai deixar de consumir, ele quer apenas ter o poder de decidir sobre o que comprar e, também, sobre o que cada objeto significa para seu bem-estar.

4. Moda e Minimalismo

Para muitos, vestir-se é comunicar. Exteriorizar sua personalidade, seu humor e até seus objetivos diante de diferentes contextos. A roupa é a extensão do ser. Ela muda e se transforma constantemente de acordo com o momento presente, representando condições sociais, econômicas e políticas. Porém, o ser humano tem a necessidade de sentir-se parte de um grupo e por esse motivo a moda se tornou também uma forma de pertencimento. Sendo assim, a moda ocupa um papel



quase que dual, usada tanto para individualizar-se quanto para ser aceito e permanecer inserto em um grupo social.

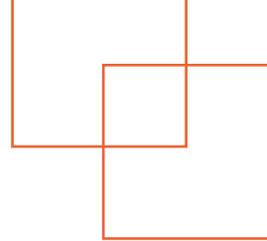
A moda enquanto indústria é a segunda maior atividade econômica do mundo, mas seu papel é muito maior do que produzir roupas. Carvalho (2016) indica que, desde os primórdios, ela cumpre uma série de propósitos, tais como proteção, adorno, diferenciação. Essas peças tinham o fim de servir às pessoas, seus sonhos, construir suas identidades, estabelecer diálogos e laços sociais. Porém essa capacidade de servir parece ter se perdido e a negligência das marcas com esse propósito resultou em deslizamentos éticos, queda de faturamento e até mesmo da reputação da própria indústria, que passou a ser considerada banal e fútil. Com isso, coisas demais são criadas, acabando por gerar impactos sociais e ambientais que prejudicam a vida das pessoas. Conforme o autor, é agora que a moda precisa resgatar sua essência, começando por aqueles que a fazem.

Para Carvalho (2016), acompanhar o ritmo dessa indústria se tornou humanamente impossível, não apenas para quem compra, mas também para quem produz. Dessa forma, a relação que se tem com as roupas e outros bens de consumo passará a ser muito mais emocional.

Como sugere o estilo de vida minimalista já adotado por alguns, Carvalho (2016) também acredita que o comprar por comprar e ficar na moda será logo substituído pela empatia e colaboração, ou seja, a resposta para as perguntas já existente sobre quem faz as roupas, como elas são feitas e tantos outros questionamentos serão cruciais na hora da decisão de compra pelo consumidor. Ainda pelo seu discurso, continua-se comprando porque se muda muito ao longo da vida, logo, as marcas não vão deixar de vender. O que mudaria é o modo com que elas criam seus produtos. Sendo assim, criar não somente roupas para vestir, mas que tenham sentido e façam sentir, para inspirar, gerar identificação e desejo, nada pode ser criado em vão, tudo precisa de um motivo real.

Acredito que daqui para a frente as marcas que quiserem garantir seu lugar no mundo terão que trilhar o caminho da iluminação, realizando ações com propósito. [...] No Brasil, 71% das pessoas só consomem produtos e serviços que se relacionem com seus valores, ideais e crenças, de acordo com a Global GFK. (CARVALHAL, 2016, p.67)

Por conseguinte, pode-se dizer que não é correto tratar a moda como superficial ou trivial, é preciso muita responsabilidade e consciência no



processo de criá-la. “Usar a moda para olhar para dentro (e reagir ao que vemos) pode ajudar-nos a retomar partes faltantes da nossa personalidade ou reforçar outras já existentes.” (CARVALHAL, 2016, p.84).

Um dos principais objetivos do minimalismo é o autoconhecimento e usar a moda como aliada talvez seja um ponto favorável para a tomada de decisões futuras quanto ao uso ou a compra de determinados produtos.

Como se apresentou anteriormente, na sociedade consumista de Bauman (2008) a felicidade está diretamente associada ao volume de bens acumulados, conceito que vai de encontro ao pensamento minimalista. Entretanto, o sociólogo corrobora com os ideais minimalistas ao afirmar que, segundo Layard, o crescimento da renda não aumenta necessariamente o volume de felicidade e, com muita frequência, o consumo se mostra desafortunado como “fator de felicidade” quando se trata das “necessidades do ser” ou da “auto-realização”. Bauman (2008) ainda utiliza das palavras de Manbiot sobre Oswald (2006) alegando que os moradores de países bem desenvolvidos e com economias voltadas para o consumo sofrem mais com os resultados negativos do desconforto e infelicidade, tais como depressão e estresse.

Uma economia orientada para o consumo promove ativamente a deslealdade, solapa a confiança e aprofunda o sentimento de insegurança, tornando-se ela própria fonte de medo [...] o medo que satura a vida líquido moderna e é a causa principal da variedade líquido moderna de infelicidade. (BAUMAN, 2008, p. 63).

A partir dessa noção de Oswald (2006), é possível cogitar que, ao adotar o minimalismo, os cidadãos desses países poderiam caminhar cada dia mais em direção à felicidade e ao abandono dos problemas causados pelo consumismo desenfreado. Se reconhece que essa não é uma tarefa fácil, porém, ao abrir-se mão das sobras prescindíveis e irrelevantes, geraria espaço para aquilo que realmente faz bem.

Para se ter uma visão mais ampla sobre as consequências da adoção do estilo de vida minimalista, construiu-se o infográfico (Figura 1), que traz um esquema sobre os possíveis impactos da adoção do estilo de vida minimalista sobre a indústria e o mercado do vestuário de moda, baseado nos preceitos de autores que contribuíram para este estudo.

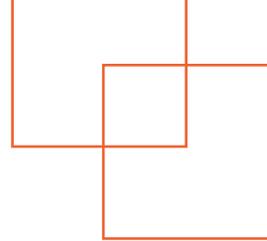


Figura 1: Infográfico

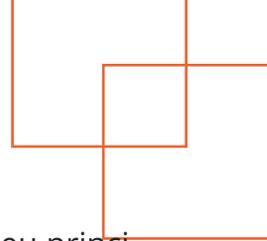


Fonte: a autora (2018)

Para uma melhor compreensão dos impactos descritos na Figura 3, descreve-se resumidamente um cada um dos cinco tópicos:

01 MINIMALISMO - As pessoas que aderem ao minimalismo estão geralmente passando por momentos de grandes mudanças, o que o comprova verdadeiramente o minimalismo como uma filosofia de vida. Ligado, portanto, ao desejo dos seres humanos de encontrarem-se. Utilizando-se para isso ferramentas do minimalismo como um suporte para encontrar seu propósito maior de se descobrir como indivíduo. Como exemplo pode-se citar Joshua F. Millburn, profissional bem sucedido que ainda não se sentia completamente satisfeito. Assim, em 2009, depois da morte de sua mãe e o fim do seu casamento, passou a se questionar sobre tudo. Foi quando conheceu o minimalismo e decidiu mudar de vida. Seu amigo de longa data e parceiro no The Minimalists, site que reúne diversas informações sobre o tema, Ryan Necodemus, diz que estava vivendo o “sonho americano” até ser demitido, a melhor coisa que poderia ter lhe acontecido, segundo ele, e desde então se dedica a viver uma vida repleta de significados com menos objetos materiais e em busca de suas paixões. Este depoimento vem ao encontro do que foi tratado neste trabalho, sobre encontrar significados e descobertas, do estar em paz consigo mesmo e com o entorno.

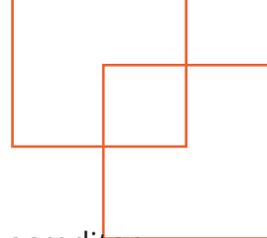
02 CONSUMO CONSCIENTE - Na maioria dos casos em que se fala sobre responsabilidade de consumo, esta está ligada às causas sociais e ambientais, porém, dentro do contexto deste estudo, ela é mais ampla e inclui também o bem estar pessoal. Apesar dos minimalis-



tas terem preocupação com a sustentabilidade, este não é o seu principal compromisso. Quando o minimalismo se refere à consumo consciente, ele está diretamente ligado a questões pessoais. Suas realizações e desejos individuais, não pensando apenas no coletivo. Isso não significa dizer que todos os minimalistas vivem de forma igual e praticam - ou deixam de praticar - as mesmas atividades. Alguns abrem mão de grande parte dos seus bens materiais, mudam-se para lugares afastados em busca de uma vida mais tranquila e longe do caos das grandes cidades, enquanto outras continuam em seus empregos, com seu carro e objetos de valor. Não existe receita pronta e nem regras pré-estabelecidas, é tudo uma questão de encontrar o que faz sentido na vida de cada um, livrando-se dos excessos que uma vez serviram para atender carências e desejos inexplicáveis, que até então não se sabia de onde vinham.

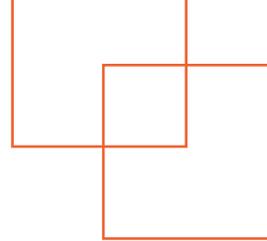
03 ELIMINAÇÃO DE SOBRAS - Essa etapa está diretamente ligada ao momento de auto realização, quando o sujeito começa a entender o que realmente faz diferença na sua vida, aquilo que de fato traz plena felicidade e o que apenas oferece uma euforia momentânea. Negretto (2013) diz que o instante de eliminação dos excessos se torna um momento de reflexão sobre o papel e importância que os consumidores gostariam que os objetos ocupassem em suas vidas. Ao livrar-se daquilo que está ocupando espaço sem nenhuma utilidade, abre-se caminho para o que vai ser bem aproveitado, seja material ou imaterial, como o tempo perdido fazendo a manutenção das coisas insignificantes, ou o dinheiro gasto com supérfluos que poderá ser investido de diferentes maneiras, trazendo sensações de felicidade e alívio ao perceber que não se é mais prisioneiro de um sistema o qual coloca o consumo em primeiro lugar. São atitudes do minimalismo que tornam o ser humano mais livre para fazer suas próprias escolhas e viver da forma que mais lhe agrada.

04 ADAPTAÇÃO DO MERCADO - O processo de adaptação da indústria e do mercado talvez seja o mais demorado. Assim como Carvalhal apontou em seu livro *Moda Com Propósito* (2016) e já assinalado neste artigo, o papel da moda mudou muito ao longo dos anos. Passa de vestimenta, com o intuito de apenas cobrir o corpo para uma ferramenta de diferenciação social e expressão individual. Todavia; nos últimos anos se converteu em uma grande indústria cujo único objetivo é



vender mais e mais roupas e outros acessórios. É possível acreditar que o minimalismo possa vir a auxiliar no trajeto de transformação da indústria de moda e na recuperação da sua essência, uma vez que já se vivencia uma crescente preocupação com o propósito inicial da moda (diferenciação, identificação, expressão) e a busca por algo além das vestimentas. Os minimalistas não consomem sem motivo concreto, porém estão inseridos numa sociedade de consumo que vai continuar comprando, a grande diferença está no modo como os consumidores vão agir. Marcas com propostas interessantes, como as veganas, sustentáveis e até brechós estão ganhando cada vez mais espaço no mercado, por possuírem um apelo que engloba os conceitos de uma vida saudável, além de fazer fluir o lado sentimental de quem compra. Quando se olha por esse lado, não é difícil entender para onde a moda deveria estar encaminhando-se: atenção às reais necessidades dos clientes é o ponto chave para o sucesso. Preocupar-se mais com as pessoas e menos com as vendas em si é o caminho para garantir a satisfação e felicidade daqueles que as marcas querem atingir. Tocando o emocional e conquistando mais do que clientes, mas aliados que acreditam e defendem a mesma causa. A partir do momento que a indústria da moda perceber isso, acabam os deslizamentos éticos tão prejudiciais e que ainda estão presentes em grande parte desse setor, resgatando-se o prestígio há muito perdido.

05 IMPACTO SUSTENTÁVEL – Em toda a sua complexidade, não é simples discutir sustentabilidade, mas se faz necessário abordá-la de forma resumida. Depois da adoção de pequenas mudanças realizadas pelo mercado de moda, nota-se que se caminha a passos lentos. Abrangendo a produção, confecção e venda, espera-se que as indústrias têxteis e de vestuário estejam se adaptando a um sistema de diminuição de volume de produção e aquisição de matérias primas não sustentáveis. Consequentemente o fast fashion começará a ceder lugar ao modelo slow, onde a demanda é menor pelo próprio sistema do modelo em si, existindo maiores cuidados com os detalhamentos, desde a fabricação até a finalização da venda e do descarte consciente. Além disso, com a adoção do minimalismo por parte dos consumidores, as roupas compradas terão um ciclo de vida maior, diminuindo o descarte dessas peças. Deste modo, torna-se menor a exploração de matérias primas vindas de fontes finitas, bem como a redução de lixo e poluentes liberados não só pelas fábricas, mas também pelos usuários, permitindo



que essa indústria caminhe para um futuro mais ético e ecologicamente mais saudável.

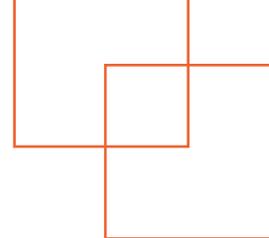
Estes são os pontos do mercado de moda que seriam influenciados com a adoção dos princípios defendidos pelo estilo de vida minimalista. Vale aqui ressaltar que toda e qualquer mudança mencionada não acontece de uma hora para outra e é necessário tempo até que não só a indústria e o mercado se adaptem, mas o consumidor também, pois é um processo de busca do seu autoconhecimento, uma experiência de reflexão e autoaprendizado. O modelo de consumo vivido atualmente está enraizado e é perpetuado pela sociedade há décadas, de forma que as pessoas precisam de tempo para se acostumar com esse tipo de transformação.

5 CONCLUSÃO

Os estudos realizados possibilitaram a investigação dos possíveis impactos do minimalismo sobre a indústria da moda e de vestuário, ao encontro da satisfação individual, autoconhecimento e felicidade plena em detrimento ao consumo exagerado. Foi possível concluir que a diferença entre consumo e consumismo se dá porque o primeiro está intrínseco no ser humano, estando presente na rotina dos cidadãos como algo banal, enquanto o segundo acontece quando a vontade de consumir se coloca em primeiro plano em uma sociedade. Não se trata apenas de ser um comportamento de consumo, e sim de um estilo de vida.

Para os minimalistas a principal meta é a realização pessoal, é encontrar o equilíbrio, a plenitude que o ser humano tanto busca. Diferentemente do que é pregado pela sociedade de consumo, os minimalistas não pensam que essa felicidade pode ser alcançada por meio de posses materiais, ou seja, para esse grupo de indivíduos a realização não está diretamente ligada à quantidade de bens que adquirimos ao longo da vida.

Portanto, há mudanças no padrão de compra por parte do consumidor que é influenciado pelo estilo minimalista de viver, o que certamente forçará as marcas a reinventarem a forma com que se relacionam com seus clientes e com o mercado em si. Ademais, essas transformações por parte dos consumidores, seguidas das mudanças na indústria e mercado da moda e vestuário, acarretam outros benefícios na esfera ambiental e social, visto que a diminuição do consumo de bens materiais, assim como a fabricação de produtos com mais qualida-



de, faz crescer a vida útil das peças, possibilitando a redução de descartes de lixo e resíduos poluentes. O estilo de vida minimalista faz parte de todo esse processo de mudanças e transformações.

Em relação ao espectro social da moda, é possível afirmar que a adoção das noções minimalistas auxilia no combate dos problemas éticos que a indústria vem enfrentando, mais uma vez por conta da diminuição do consumo. Conclui-se, que as transformações que estão sendo vivenciadas pelo ser humano no tocante ao consumo, prioriza o repensar as necessidades e preza pelo bem estar, tanto individual como coletivo.

É importante ressaltar que o presente estudo não esgota o assunto proposto. É possível, por exemplo, mapear os consumidores minimalistas, revelando se, de fato, existe um cenário econômico mais propício na indústria de moda e vestuário que consiga se adequar a um possível modelo de consumo com características não fundamentadas somente na compra excessiva, mas no bem estar individual do ser humano, bem como do seu entorno.

6 REFERÊNCIAS

BABAUTA, Leo. **mnmlist: minimalist faqs**. Disponível em: < <http://mnmlist.com/minimalist-faqs/> > Acesso em: 15 mai. 2018.

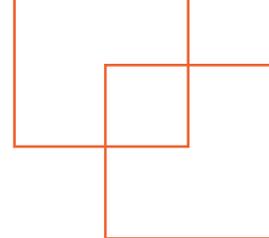
BECKER, Joshua. **Display What You Value Most**. Disponível em: < <https://www.becomingminimalist.com/benefit-display-what-you-value-most/> > Acesso em: 15 mai. 2018.

CARVALHAL, André. **Moda com Propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2016.

CARVER, Courtney. **25 Reasons You Might Be A Minimalist**. Disponível em: < <https://bemorewithless.com/25-reasons-you-might-be-a-minimalist/> > Acesso em: 15 mai. 2018.

DICIONÁRIO AURÉLIO. **Significado de minimalismo**. Disponível em: < <https://dicionariodoaurelio.com/minimalismo> > Acesso em: 22 mai. 2018.

GIL, Antônio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4a Ed., São Paulo: Atlas, 2002.



HOLBROOK, Morris B. ; HIRSCHMAN, Elizabeth C. **The Experimental Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun.** The Journal of Consumer Research, 1982, vol.9, No.2, p.132-140.

MANBIOT, George. **How The Harmless Wanderer In The Woods Became A Mortal Enemy.** Disponível em: < <https://www.theguardian.com/uk/2006/jan/31/ruralaffairs.comment> > Acesso em: 21. Mai. 2018.

MILLBURN, Joshua F. ; NECODEMUS, Ryan. **What Is Minimalism?** Disponível em: < <https://www.theminimalists.com/minimalism/> > Acesso em: 26 out. 2017.

MILLBURN, Joshua F.; NECODEMUS, Ryan. **About Joshua & Ryan.** Disponível em: < <https://www.theminimalists.com/about/#jfm> > Acesso em: 14 mai. 2018.

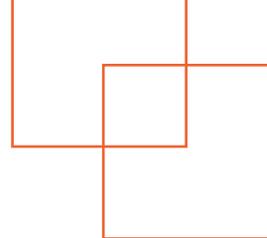
MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MINIMALISM: A Documentary About the Important Things. Direção: Matt D'Avella. Ryan Necodemus, Matt D'Avella, Joshua Fields Millburn. Estados Unidos. 2016.

NEGRETTO, Luciane W. **As Relações Entre A Dinâmica Pós-Moderna e o Consumo Minimalista.** 2013. Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do curso e obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda da Pontificada Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2013.

OPTIMAL LIVING DAILY. 062: **Minimalism Explained by Colin Wright of Exile Lifestyle.** 2017. (8m36s). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=sz3HGH5sGrg> > Acesso em: 23 abr. 2018.

RIBEIRO, Ludmille D. **Moda, Consumo e Compulsão: Um Estudo dos Fatores que Influenciam no Comportamento do Consumidor de Moda e Na Compra Compulsiva.** 2013. Monografia apresentada para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade Federal de Goiás, Goiás, 2013.



SLATER, Dan. **Cultura do Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002. SOUZA, Bruno de. Como Ter Um Estilo de Vida Minimalista: Guia Para Iniciantes. 2016. Disponível em: < <https://minus.life/minimalismo/estilo-vida-minimalista.html> > Acesso em: 26 out. 2017.

TODA MATÉRIA. **Minimalismo**. 2016. Disponível em: < <https://www.todamateria.com.br/minimalismo/> > Acesso em: 23 abr. 2018.

VILLANÇA, Nízia; CASTILHO, Kathia. **Plugados na Moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

WRIGHT, Collin. **Minimalism Explained**. Disponível em: < <http://exilelifestyle.com/minimalism-explained/> > Acesso em: 19 mai. 2018.

Camila Becker

Formanda do curso de Bacharelado em Moda na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Lourdes Maria Puls:

Doutora em Design pela PUC-RIO com pesquisa desenvolvida nas áreas de design, comunicação, cultura e artes. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2003). Professora efetiva e coordenadora do curso de Bacharelado em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina. Professora convidada na Pós-Graduação em Gestão de Moda da Faculdade Estácio de Sá - SC - Tem experiência na área de Desenho e Plástica, com ênfase em Desenho de Moda, atuando principalmente no ensino e aprendizagem de desenho de moda, ilustração de moda e desenho técnico de moda com função projetual para desenvolvimento de produtos de vestuário.

Recebido em 20/08/2018
Aceito em 28/08/2018