



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARA
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

GISELE MOREIRA TAVARES

CONSUMO MINIMALISTA: ANALISANDO MOTIVAÇÕES E ASPECTOS
INFLUENCIADORES

FORTALEZA

2021

GISELE MOREIRA TAVARES

CONSUMO MINIMALISTA: ANALISANDO MOTIVAÇÕES E ASPECTOS
INFLUENCIADORES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração. Orientado pelo Professor Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva.

FORTALEZA

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

T23c Tavares, Gisele Moreira.

Consumo minimalista: analisando motivações e aspectos
influenciadores / Gisele Moreira Tavares. - 2021.
54 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração,
Fortaleza, 2021.

Orientação: Prof. Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva.

1. Minimalismo. 2. Consumo consciente. 3. Estudos do consumo. 4. Estilo de vida simples.
5. Motivações. I. Título.

CDD 658

GISELE MOREIRA TAVARES

CONSUMO MINIMALISTA: ANALISANDO MOTIVAÇÕES E ASPECTOS
INFLUENCIADORES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração. Orientado pelo Professor Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva.

Aprovada em: 12/04/2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Dr.^a Marcia Zabdiele Moreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Jose Carlos Lazaro Da Silva Filho
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Tavares e Auristela, por todo o esforço, apoio, confiança e amor que sempre foi dedicado à mim.

Aos meus irmãos, Thais e Tales, por toda a ajuda.

Aos professores do curso de Administração na Universidade Federal do Ceará, por todo aprendizado que proporcionaram, em especial, ao professor Áurio Lúcio Leocádio da Silva, por todo direcionamento e paciência na orientação deste trabalho.

À banca examinadora, professora Dra. Marcia Zabdiele Moreira e professor Dr. Jose Carlos Lazaro Da Silva Filho pela disponibilidade de tempo e contribuições para a melhoria da pesquisa.

Ao meu amigo Leandro, que sempre esteve comigo em todos os momentos durante a faculdade.

Ao meu namorado Lucas, por toda força e confiança destinada à mim para a realização do projeto.

“O minimalismo não é a liberdade dos bens materiais, mas sim, o fim da necessidade das coisas desnecessárias” (Gio Portella).

RESUMO

Com o crescente aumento do consumo mundial, consumir passou ser considerado uma necessidade na era moderna. Tal fato favoreceu os crescentes impactos na sociedade e no meio ambiente. Desse modo, pensando nas consequências de um consumo exagerado, alguns consumidores, intitulados de minimalistas, optaram por reduzir seu consumo individual, assim como mudaram sua forma de comprar. O objetivo geral da pesquisa é identificar as motivações e aspectos influenciadores para o comportamento de consumo minimalista. Neste trabalho, fez-se uma pesquisa qualitativa e descritiva, com o objetivo de identificar as motivações e aspectos influenciadores consumo minimalista. Inicialmente, foram realizadas 14 entrevistas em profundidade com pessoas que se autodeclaram minimalistas. Além disso, foram feitas análises de três documentários que abordam a temática da redução do consumo. Os resultados mostraram que as motivações e influências são derivadas de diferentes aspectos, o que reflete diretamente no comportamento de consumo dos minimalistas.

Palavras-chave: Minimalismo; Consumo consciente; Estudos do consumo; Estilo de vida simples; Motivações.

ABSTRACT

With the increasing increase in world consumption, consumption has become considered a necessity in the modern era. This fact favored the growing impacts on society and the environment. Some consumers, known as minimalists, were concerned with the consequences of excessive consumption and chose to reduce their individual consumption, as well as to change their way of buying. The general objective of the research is to identify the motivations and influencing aspects for the minimalista consumer behavior. This work conducted a qualitative and descriptive research in order to identify the motivations and influencing factors that explain a minimalist consumption. First, 14 in-depth interviews were conducted with people who declared themselves to be minimalist. Later, three documentaries that address the theme of reduced consumption were analysed. The results showed that the motivations and influences derived from different factors, which directly reflects in the minimalist's consumption behavior.

Keywords: Minimalism; Conscious consumption; Consumption studies; Simple lifestyle; Motivations.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Perfis de motivação do consumo minimalista.....	40
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Métodos utilizados.....	29
Quadro 2 – Categorias de análise	31
Quadro 3 – Perfil dos entrevistados.....	33
Quadro 4 – Entendimento sobre o que é ser minimalista.....	35
Quadro 5 – Meios de conhecimento sobre o termo minimalismo.....	37
Quadro 6 – Principal motivação para aderir ao minimalismo.....	37
Quadro 7 – Influência de amigos e parentes.....	41
Quadro 8 – Influência do poder aquisitivo.....	43
Quadro 9 – Relação entre privação e liberdade.....	44
Quadro 10 – Influências de publicidade e desejos de consumo.....	46
Quadro 11 – Foco no que é considerado como mais importante.....	47
Quadro 12 – Minimalismo relacionado a sustentabilidade.....	48
Quadro 13 – Pontos negativos e dificuldades do minimalismo.....	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	contextualização.....	13
1.2	Justificativa.....	14
1.3	Problema de pesquisa.....	15
1.4	Objetivos	15
1.4.1	<i>Geral</i>	15
1.4.2	<i>Específicos</i>	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	O consumo	16
2.2	Consumo consciente e minimalismo	19
2.2.1	<i>Breve Histórico e definição</i>	20
2.2.2	<i>Minimalismo como cultura material e Estilo de vida</i>	21
2.2.3	<i>Características Socioeconômicas e políticas</i>	23
3	MÉTODO DE PESQUISA	27
3.1	Natureza da pesquisa	27
3.2	Abordagem do problema.....	27
3.3	Objetivos da pesquisa	27
3.4	Procedimentos técnicos adotados.....	27
3.5	Etapas do Estudo	28
4	COLETA DE DADOS	31
5	ANÁLISE DOS RESULTADOS	34
5.1	Entendimento sobre o que é ser minimalista.....	34
5.2	Como conheceu o minimalismo	35
5.3	Motivações para aderir ao estilo de vida minimalista	37
5.4	Influência de parentes e amigos próximos	40
5.5	A influência do poder aquisitivo	41

<i>5.5.1 Impacto do aumento do poder aquisitivo na forma de praticar o minimalismo</i>	42
5.6 Liberdade e privações de consumo.....	44
5.7 Influências de publicidades e desejos de consumo.....	45
5.8 Foco no que é considerado como mais importante	46
5.9 A sustentabilidade relacionada ao minimalismo	47
5.10 Pontos negativos no estilo de vida minimalista	48
<i>5.10.1 Dificuldades enfrentadas para seguir o estilo de vida</i>	49
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS.....	53
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS.....	56

1 INTRODUÇÃO

1.1 contextualização

Na era moderna, o consumo é considerado um desejo intrínseco, que muitas vezes é inconsciente e insaciável. Tendo isso em vista, é possível afirmar que o ser humano não é capaz de satisfazer por completo todos os seus desejos de consumo (BITTENCOURT, 2011).

Bittencourt (2011) considera o consumismo como o ato de adquirir bens materiais de forma descontrolada e compulsiva, muitas vezes possuindo influências externas e fazendo com que o indivíduo consuma para se sentir bem, pois ele passa a acreditar que consumir é uma forma de adquirir bem-estar.

Em oposição ao discurso, geralmente reproduzido pela mídia, de que o consumo é essencial para alcançar uma vida feliz e satisfatória (CRAIG - LEES & HILL, 2002), surgiram as políticas de estilo de vida focadas na redução do consumo (DE MOOR, 2017). Essas políticas defendem uma vida mais simples, marcada por menos consumismo e mais preocupação com o impacto ambiental.

Uma dessas políticas diz respeito ao Movimento Simplicidade Voluntária. Alguns dos pesquisadores do Movimento Simplicidade Voluntária o percebem como uma alternativa às tendências de alienação do mundo moderno. O movimento resulta da importância que pode ser atribuída às relações com os outros, ao envolvimento em questões políticas e a uma maior sensibilidade às questões sociais (DOPIERALA, 2017).

A Simplicidade Voluntária (VS) é frequentemente vista como um termo geral para várias formas de estilos de vida não materialistas que rejeitam o alto consumo (HAUSSEN, 2019). “Voluntário” refere-se a uma escolha intencional com base na compreensão ou consciência crítica de que a sociedade está fora de controle em relação ao seu consumo excessivo e consequente escassez de recursos, resultando em uma conversão orientada para o valor. “Simplicidade” refere-se à atenuação de complicações diárias involuntárias e desnecessárias. Assim, os simplificadores podem escolher voluntariamente consumir de forma sustentável, reciclar e reutilizar, ou preferir formas de vida em menor escala (HAUSSEN, 2019).

O estilo de vida minimalista ou minimalismo pode ser pensado como uma forma específica dentro da ampla construção de Simplicidade Voluntária (VS). Os princípios do minimalismo giram em torno da ideia de que a simplicidade voluntária e de que o consumo de apenas o necessário leva à felicidade e a uma vida simples (HAUSEN 2018). Um dos objetivos das pessoas minimalistas é a redução do consumo impulsivo da sociedade, mas ainda seguir fazendo parte dessa mesma sociedade (ROJAS E MOCARZEL, 2015).

1.2 Justificativa

Muitos consumidores, pensando nos impactos do consumismo, buscam realizar compras conscientes. Geralmente, esse público se preocupa e dedica mais atenção às consequências que a compra em questão pode acarretar, tanto sobre o indivíduo em si, quanto sobre a sociedade e meio ambiente (PINTO; BATINGA, 2016). Porém, alguns autores, como Rojas e Mocarzel (2015) e Dopierala (2017) sugerem que os minimalistas, em sua atenção cuidadosa ao ato de consumir, não defendem uma revolução estrutural, mas sim a mudança individual. Isso acontece porque a maneira exata como o minimalismo é traduzido na vida cotidiana de uma pessoa pode diferir drasticamente de uma pessoa para outra, pois não há um conjunto de regras ou um manual a seguir. O que cada um considera valioso na vida e o que não é essencial é subjetivo (MILBURN & NICODEMUS, 2016.).

Desse modo, por se tratar de uma mudança individual e um estilo de vida, são variadas as motivações para adentrar no estilo de vida minimalista. Por essa razão, o caminho de desenvolvimento para os minimalistas ainda não está claro. Haussen (2019) em seu trabalho, explica os processos de tomada de decisões envolvidos na transição de um materialista para um minimalista. Porém, ainda são poucas as pesquisas que tentam explicar as motivações de quem leva tal estilo de vida (HAUSSEN, 2019). Esta pesquisa interpretativa busca preencher esse *gap*, fornecendo informações sobre o estilo de vida minimalista e revelando *insights* para o campo do comportamento do consumidor.

1.3 Problema de pesquisa

Dessa forma, o presente trabalho se propõe a responder a seguinte questão: quais são as motivações e os aspectos influenciadores do consumidor minimalista?

1.4 Objetivos

Nesta seção, serão apresentados os objetivos gerais e específicos deste estudo.

1.4.1 Geral

Esse estudo tem como objetivo geral identificar as motivações e aspectos influenciadores para o comportamento de consumo minimalista.

1.4.2 Específicos

Para que o objetivo geral seja atingido foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Verificar quais aspectos motivam o consumidor à aderir ao estilo de vida minimalista;
- Analisar as características e as decisões de compra de pessoas minimalistas;
- Identificar as características influenciadoras do estilo de vida minimalista

1.5 Estrutura do trabalho

O trabalho está organizado da seguinte forma: na seção 2 é apresentado o referencial teórico, em que serão abordados os conceitos teóricos sobre o estudo, na seção 3 é apresentada a metodologia, em que será descrito o método utilizado na pesquisa, seguida pela seção 4, onde será apresentada a forma de coleta de dados utilizada, na seção 5, será apresentada a análise dos resultados obtidos, na seção 6, as considerações finais e, por fim, as referências e o apêndice.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nessa seção serão apresentadas as principais definições sobre o consumo, assim como algumas visões relevantes da literatura sobre o consumo consciente, o minimalismo, e suas características.

2.1 O consumo

Para Barbosa (2006) e Bauman (2008) consumir é essencial para os seres humanos e é um ato de sobrevivência, sendo uma condição de dependência à vida humana, pois é impossível viver sem consumir.

O estudo do consumo, segundo Pinto e Batinga (2016), pode ter relações entre diversas áreas, como sociologia, antropologia, história, geografia, administração, psicologia e outras. Por esse motivo, é uma temática que não deve ser estudada isoladamente em alguma dessas áreas de conhecimento, pois mesmo com suas diferenças entre elas, não se trata de um assunto independente.

O consumo é uma necessidade na era moderna, pois mesmo não se tratando de um desejo consciente, a cultura sempre atua como um incentivador do consumo (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013).

Barbosa e Campbell (2006) veem o consumo de três diferentes formas. A primeira delas é como uma forma de adquirir sentido ou firmar identidades individuais, a segunda é como formas de definir estilos de vida e identidades em grupo dentro da sociedade e, por fim, a terceira diz respeito à uma forma de apenas adquirir produtos e serviços.

Douglas e Isherwood (2013) e Rocha (2006) explicam que o consumo pode ser percebido em três diferentes tipos de visões, a primeira é sendo considerado como uma necessidade intrínseca ao ser humano, a segunda é como uma forma de obter realização pessoal, necessária para a felicidade e a terceira como uma relação negativa de crítica com os problemas sociais, em que o consumidor contribui para a desigualdade social.

O consumo possui 3 motivações mais importantes, sendo elas: buscar satisfazer as necessidades que estão relacionadas à função dos produtos, buscar o prazer emocional sem a intenção de firmar posição social e buscar o

prazer emocional por intermédio das marcas com o objetivo de transmitir alguma mensagem para a sociedade (CAMPBELL, 2006).

Bragaglia (2010) descreve a primeira motivação como consumir para gozar das funções que o produto em questão pode proporcionar. Sobre a segunda motivação, a autora atribui o significado de vivenciar uma emoção por meio do produto que, na maioria das vezes, é o bem-estar. A terceira motivação é descrita como um “prazer emocional imaginativo”, pois o consumidor tem a intenção de comunicar algo diante de consumir aquela compra.

Bragaglia (2010) faz uma reflexão sobre a diferença em que o tema consumo é abordado pelos diferentes autores. Segundo ela, há um grupo de autores, que são mais voltados para a área da antropologia do consumo, eles afirmam que o consumo não está ligado ao status ou ao interesse de obter aprovação social, mas sim à busca de uma identidade e de suas preferências, atuando como uma forma de conhecer a si mesmas. Campbell (2006) afirma que as pessoas não são vítimas de um sistema materialista, mas buscam um sentido para sua vida, fato que gera mais autoconhecimento.

Ainda segundo Bragaglia (2010), há um outro grupo de autores que defendem que o consumo é um comportamento voltado para o lado negativo e que leva consequências prejudiciais para a vida das pessoas. Eles afirmam que as marcas e mercadorias são sim uma forma de definição de identidade, mas os comportamentos de consumo podem causar um efeito contrário e deixar a pessoa mais longe do que ela é ou deseja ser. Muitas vezes ocorre essa distorção de ideias, pois os indivíduos buscam no consumo um prazer emocional de ter a aprovação de outras pessoas e, também, a sensação de felicidade momentânea, causando a ilusão de um problema resolvido, sendo um comportamento não benéfico.

De acordo com esse posicionamento, Barbosa (2004) afirma que apenas as atribuições físicas e técnicas dos produtos não são suficientes para o consumidor na hora da compra, pois ele é motivado também pela sensação de prazer e bem-estar que a compra propicia. Souzi (2013) afirma que no ato da compra não são levados em consideração apenas o preço, a qualidade e os atributos físicos, mas outros aspectos também são levados em consideração, como o meio ambiente, aspectos sociais e espirituais, por exemplo.

Tendo isso em vista, é possível afirmar que o ser humano não é capaz de satisfazer por completo os seus desejos e quando inserido em uma sociedade consumista, essa incapacidade também é contemplada, sendo o indivíduo, um ser que não sacia seus desejos de consumo (BITTENCOURT, 2011).

Para Pires e Pompermeyer (2018) existe uma diferença clara entre o consumo e o consumismo, uma vez que o consumo é adquirir o que é necessário para as pessoas, enquanto o consumismo é adquirir além do essencial, tornando-se um consumo excessivo.

O aumento do consumo no mundo não aconteceu de forma repentina, mas com a introdução da terceirização no processo de produção dos países emergentes, foi possível produzir mais com custos menores, o que barateou o preço de muitos produtos. Tal situação foi favorável para o crescimento do consumismo e, conseqüentemente, o lucro das grandes empresas (PIRES; POMPERMEYER, 2018).

O aumento do consumismo também foi um fator responsável para que as pessoas consumissem apenas visando a quantidade e o baixo preço das coisas, mas não levassem em consideração todo o processo de produção e a qualidade das matérias primas (PIRES; POMPERMEYER, 2018).

Um exemplo disso é a produção de roupas das marcas *Zara*, *H&M* e *Forever 21*, que produzem em larga escala, mas seus custos são baixos por possuírem mão de obra barata e qualidade baixa da matéria prima. Lojas como essa vendem produtos que estão em alta no mercado por preços baixos e lançam novidades constantemente, o que corrobora com o consumo em massa (PUCCINI; ROBIC, 2015).

Bittencourt (2011) explica que não consumir pode ser um problema que parte de um indivíduo e leva conseqüências para o sistema econômico, uma vez que quando uma pessoa não sente desejo por consumir, isso pode representar uma incapacidade de receber os estímulos externos que faz com que as pessoas consumam o ato da compra. Tal situação é prejudicial para a sociedade no aspecto econômico, pois a ordem econômica demanda cidadãos que consumam para continuar funcionando normalmente.

Bittencourt (2011) compreende o consumismo como o ato de adquirir bens materiais de forma descontrolada e compulsiva, muitas vezes possuindo

influências externas e fazendo com que o indivíduo consuma para se sentir bem, pois ele passa a acreditar que consumir é uma forma de adquirir bem-estar.

Para Puls e Becker (2018), o consumismo é uma forma de atrasar a vida e tirar a liberdade das pessoas, pois elas ocupam espaços com coisas que não precisam e não utilizam seu tempo e espaço de forma proveitosa, pois muitas dessas pessoas satisfazem seus desejos comprando por impulso.

Lipovetsky (2007) considera a sociedade atual como hiperconsumista que busca uma felicidade através de bens e serviços, tornando o bem-estar e a felicidade um objeto de consumo que atinge a sociedade como um todo.

Muitos consumidores, pensando nos impactos do consumismo, buscam realizar compras conscientes. Geralmente, esse público se preocupa e dedica mais atenção às consequências que a compra em questão pode acarretar, tanto sobre o indivíduo em si, quanto sobre a sociedade e meio ambiente (PINTO; BATINGA, 2016).

2.2 Consumo consciente e minimalismo

Willis e Schor (2012) definem o consumo consciente como qualquer escolha sobre produtos ou serviços feita de modo a expressar valores de sustentabilidade, justiça social, responsabilidade corporativa ou direitos dos trabalhadores e que leve em consideração o contexto mais amplo de produção, distribuição ou impactos de bens e serviços. Consumidores conscientes acreditam que esse engajamento leva a resultados positivos para a vida humana, combinando transformação pessoal e social.

Dessa forma, uma compra consciente leva em consideração os meios e efeitos externos, como o meio ambiente, por exemplo. Por esse motivo, as compras que possuem como motivação apenas o benefício próprio, não podem ser consideradas conscientes (SOUZI, 2013).

Consumir conscientemente não implica diretamente em um indivíduo social e ecologicamente correto, pois existem outros fatores que influenciam seu comportamento (Lages & Neto, 2002), mas consumir de forma consciente é um ato de cidadania (Akatu, 2002, p. 9), mesmo que não seja essa a principal motivação do consumidor.

Essa forma de consumir demonstra uma preocupação que vai além do patamar individual, ela envolve o nível de consciência social (SANTOS et al.,

2008). Porém, para despertar essa consciência é necessário observar as características dos indivíduos que tomam essa iniciativa, como: o estilo de vida do indivíduo, a cultura em que está inserido, a renda e a educação obtida (SILVA; GÓMEZ, 2010).

2.2.1 Breve Histórico e definição

O minimalismo surgiu como movimento artístico, referência do modernismo, com objetivo de concentrar ao máximo a variedade em uma única imagem, reduzida em si mesma. Nesse movimento, as formas geométricas são potencializadas ao extremo, eliminando qualquer referência figurativa ou subjetiva. Outra característica é a escolha do padrão cromático, cujas variações são por vezes quase imperceptíveis, o que reforça a intenção dessa proposta artística (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

O movimento minimalista surgiu nos Estados Unidos nos anos 1940, após o ápice do expressionismo abstrato, marcando o deslocamento do eixo artístico mundial da Europa para os Estados Unidos. O movimento exerceu grande influência em vários campos de atividades, como nas artes visuais, na música, no *design* e até mesmo na tecnologia (ROJAS; MOCARZEL, 2015), sempre de modo a transformar o componente material que existe à margem de qualquer conteúdo, o que muitos vieram a chamar de “economia de expressão”.

De acordo com Puls e Becker (2018), O nome “minimalismo” teve sua origem do inglês “minimal art”, sendo caracterizados por artes com poucos elementos, cores, formas geométricas, palavras, notas musicais. Ou seja, no geral, resume-se à pouca informação visual. Dessa forma, a arte não é mais uma questão de conteúdo (formas, cores, visões, interpretações da realidade, maneira ou estilo), mas de percepção. Assim, apaga-se a distinção clássica entre mensagem e canal de transmissão para estabelecer uma unicidade na comunicação através do meio.

A segunda fase do movimento, e também considerada por muitos como a mais importante, foi composta por artistas como Sol LeWitt, Frank Stella, Donald Judd e Robert Smithson, que procuravam estudar as possibilidades estéticas a partir de estruturas bi ou tridimensionais (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

A arte traz junto ao ato de criação um processo de redefinição de sentidos e de criação de significados, se configurando cada vez mais como instrumento

de disseminação de ideias e padrões. Dentro da arte minimalista há essa capacidade de remeter a transcendência da arte como sentido do sensível e como comunicação plena de significados e associações (DOPIERALA, 2017).

Como se percebe, no mundo das artes o minimalismo e sua definição foram construídos ao longo de décadas com base em experimentações de artistas relevantes. O termo procurou descrever o uso de "os meios mínimos necessários para atingir um resultado desejado". A seguir, é apresentado como o minimalismo é encarado na cultura material e como estilo de vida.

2.2.2 Minimalismo como cultura material e Estilo de vida

Na cultura material, o minimalismo ainda não conta com o mesmo acabamento teórico que possui na cultura visual e ainda se encontra como um termo em construção. Alguns grupos, como hippies e os punks pregavam sociedades alternativas, causando desconstrução no status quo, mas os minimalistas apenas desejam reduzir os ímpetus da sociedade de consumo, sem necessariamente deixar de fazer parte dela. Eles não pregam uma revolução estrutural, mas a mudança individual. Portanto não trata-se de uma subcultura, mas sim de um estilo de vida (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

Embora o termo minimalismo, em relação a estilos de vida frugais, não seja amplamente reconhecido no registro acadêmico, ele aparece ocasionalmente no registro popular e parece ser o melhor termo abrangente disponível para denotar uma variedade de estilos de vida que valorizam a escolha de baixo custo, baixo custo alternativas de impacto sobre opções caras, luxuosas ou materialistas (POLLAK, 2016). A ideia gira em torno de uma simplicidade voluntária, que se inicia a partir da redução do consumo e chega às outras esferas da vida: trabalho, alimentação, relações, saúde. A ideia, portanto, é viver com somente o necessário, deixando de lado o supérfluo (ROJAS; MOCARZEL, 2015). Millburn e Necdemus (2016), relatam que o minimalismo funciona como uma ferramenta que tem como objetivo livrar as pessoas dos excessos da vida e incentiva a focar no que traz felicidade, satisfação e liberdade.

Dessa forma, a característica comum que define todas as narrativas do minimalismo do estilo de vida é que elas rejeitam implicitamente os ideais estabelecidos de maximizar o consumo e a produtividade do trabalho,

lamentando um chamado "mundo de muito", defendendo a ética da simplicidade e ociosidade e renunciando ao trabalho em tempo integral e ocupação (MEISSNER, 2019).

Ao fazer certas escolhas e renúncias ao “demais”, ocorre uma redução e reorganização profundas dos bens materiais, o que deve gerar um ganho ou aumento em outras dimensões da vida. Esses ganhos incluem maior felicidade, confiança, determinação e produtividade; melhor amor e relacionamentos pessoais; bem como determinação em alcançar seus objetivos. (MEISSNER, 2019). Por esses motivos, os estudos até o momento deram origem à suposição comum de que o minimalismo é multidimensional, internamente inconsistente e efêmero. Como partem de escolhas individuais, não há uma versão canônica ou definição existente de minimalismo - cada indivíduo cria seu conjunto único de crenças e ações, que diferem em seu escopo e intensidade de mudança (DOPIELARA, 2017).

Apesar das escolhas serem individuais, as narrativas sugerem técnicas específicas para reduzir o consumo e as ocupações cotidianas. As técnicas propostas são versáteis e envolvem, por exemplo, a desobstrução organizada de casas particulares a partir de bens materiais acumulados; a reorganização das famílias de acordo com uma estética minimalista; a redução seletiva de trabalho, comunicação e compromissos sociais para liberar tempo pessoal; bem como a “economia” geral de estilos de vida individuais de acordo com as prioridades de “o que realmente importa na vida” (MEISSNER, 2019). Essas narrativas de estilo de vida minimalistas retomam e popularizam aspectos do anticonsumo existente e simplicidade voluntária. As narrativas, portanto, fornecem aos indivíduos "manuais de estilo de vida minimalistas" (MEISSNER, 2019).

São muitas as motivações para adentrar no estilo de vida minimalista pois se trata de uma mudança individual. As pessoas sentem que são muito influenciadas pelas publicidades e pelas próprias cobranças do mercado de trabalho. Além disso, com o aumento do consumismo, e o aumento da produção, houve uma queda da qualidade de vida, que é considerado mais um motivo para mais pessoas conhecerem e aderirem ao estilo de vida minimalista (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

Tornar-se minimalista e construir e sustentar a própria autodefinição é um processo. O que importa aqui é a busca de moderação e equilíbrio a ser encontrada individualmente. O minimalismo torna essas explorações mais fáceis, pois é tratado principalmente como uma ferramenta necessária para atingir os objetivos definidos pelo indivíduo (DOPIERALA, 2017). Conforme enfatizado nas postagens publicadas por minimalistas em blogs e livros, cada um os entende de forma diferente e escolhe individualmente os elementos correspondentes e os adapta às suas próprias necessidades. (DOPIERALA, 2017).

Dessa forma, a Internet é um importante veículo para o crescimento e proliferação de ideias minimalistas. No entanto, embora os discursos recentes tenham trazido um certo frescor ao tema, os princípios do minimalismo não são novos (MENDONÇA; ROCHA, 2020). Gregg (2009) apontou décadas atrás que grandes líderes religiosos e espirituais como Jesus, Buda, Moisés e Gandhi defendiam o desapego como um caminho para encontrar o propósito de uma vida.

Alguns autores vêem o minimalismo como uma “segunda onda”, ou seja, como uma continuação da simplicidade voluntária, embora mais banalizada, principalmente pela Internet (como o meio em que as mensagens sobre ele eram produzido inicialmente). Essa banalização muitas vezes distorce e distancia os seguidores dos ideais do movimento. Fagan (2017) faz uma crítica a fetichização da “simplicidade” dos ultra-ricos: seus lofts limpos, seus guarda-roupas cápsula de design e suas dietas elaboradamente reduzidas. Segundo a autora, essas pessoas ainda estão consumindo visivelmente de maneiras alucinantes, elas estão apenas filtrando através do prisma conveniente da simplicidade, e isso permite que seus guarda-roupas de milhões de dólares sejam de alguma forma aspiracionais para alguém que defende o "minimalismo". Este minimalista "quase anti-consumismo" e "quase anti-materialismo" é, portanto, determinado pela classe e é um indicador de status elevado e um sinal de distanciamento.

2.2.3 Características Socioeconômicas e políticas

Meissner (2019) destaca que as narrativas minimalistas do estilo de vida conseguem propagar valores e princípios de decrescimento, mas falham em desafiar a lógica do capitalismo institucional. Em vez disso, embora defendam

práticas anticonsumo, tais narrativas alimentam a lógica do capitalismo ao individualizar as percepções de “demais” e perpetuar o ideal de autoexpressão por meio do consumo. Em seu trabalho, o referido autor, oferece *insights* sobre os mecanismos discursivos do pós-ecologismo do minimalismo de estilo de vida, mostrando como seu fracasso em contestar o crescimento capitalista está enraizado nas narrativas que seus defensores constroem sobre os problemas contemporâneos de “demais”.

Meissner (2019) também destaca que as narrativas pressupõem que ‘demais’ é, acima de tudo, um problema que afeta as pessoas em um nível pessoal, e convidam os indivíduos a fazerem escolhas emocionais sobre como se comprometer ou consumir de forma diferente para neutralizar “demais”. Os indivíduos são convidados a se perguntar se uma determinada mercadoria ou atividade “desperta alegria”. Ao fazer isso, as narrativas minimalistas perpetuam a tendência do consumismo de girar em torno da autoexpressão dos indivíduos, em vez de questões de necessidade. O minimalismo do estilo de vida, portanto, transfere as ideologias existentes de auto-extensão consumista e fetichismo da mercadoria para práticas de anticonsumo (MEISSNER, 2019).

Uma característica social intrigante apontado por alguns autores sobre os seguidores do estilo de vida minimalista, é que estes dificilmente experimentam limitações financeiras. Craig - Lees e Hill (2002) conduziram pesquisas baseadas em temas e suposições encontradas em grande parte da literatura sobre simplicidade voluntária. Os indivíduos entrevistados por Craig - Lees e Hill não experimentaram limitações financeiras. Afirmavam buscar uma vida mais simples porque se preocupavam com o meio ambiente, queriam gastar o mínimo possível em compras, tinham preferência por produtos naturais ou desejavam limitar a renda do trabalho e ganhar mais tempo para as atividades pessoais. Dopierala (2017) reforça a ideia de que o minimalismo é um estilo de vida associado às classes média e alta, voltado para a elevação individual e espiritual.

Dopierala (2017) e Meissner (2019) concordam no que se refere ao fracasso do minimalismo em contestar o crescimento capitalista. Para a autora, é seguro presumir que o minimalismo é caracterizado pela ambivalência. Por um lado, é uma negação do hiperconsumo. Por outro lado, permanece no reino da lógica do consumidor, com o vetor mudando para bens, experiências e

sensações de alta qualidade. O minimalismo não rejeita todas as compras materiais, mas fornece a oportunidade (e o desejo) de possuir itens de alta qualidade. Em uma economia minimalista, itens bem projetados, multifuncionais e de qualidade serão desejados e comprados. Essa alta qualidade se justifica nas múltiplas possibilidades de utilização de itens e dispositivos, na maior vida útil do produto (maior durabilidade), com foco nos materiais aplicados e na forma como um determinado item foi feito. A seleção de tais produtos é, portanto, uma estratégia de consumo, opondo-se à aquisição de bens produzidos em massa, baratos e de baixa qualidade. Esse fato só confirma as associações entre minimalismo e economia capitalista e como esta última está inserida na realidade minimalista (DOPIERALA, 2017).

Ainda, pode ser considerado comovente o apelo a compras mais conscientes e éticas, mas dentro do movimento notam-se as raras reflexões sobre, entre outras coisas, questões relacionadas com as desigualdades sociais. Porém, isso não significa que temas críticos da sociedade de consumo sejam totalmente inexistentes no minimalismo (DOPIERALA, 2017). Hwang e Kim (2015) acreditam que embora o impacto de um indivíduo decidir reduzir o consumo seja menor do que se a sociedade em geral o fizesse, essas decisões pessoais podem se tornar coletivas e gerar mais impacto com a mobilização dos consumidores.

Dopierala (2017) afirma que essas críticas ao sistema capitalista poderiam ser implementadas, mas exigiriam a politização das ações. Isso indica que os esforços para reformar o sistema não podem se restringir a transformações individuais. Seria necessário incluir mecanismos básicos e ascendentes para alterar as políticas descendentes. Para a autora, surge então a questão: é mesmo possível falar de um movimento social dentro do contexto da vida simples?

Mendonça e Rocha (2019) também exploraram a literatura sobre política de estilo de vida e minimalismo perceberam menos nuances comparado a Meissner (2019). Enquanto o autor desafia a lógica do capitalismo institucional, as autoras destacam que a literatura sobre política de estilo de vida faz referência ao consumo político intrinsecamente. A literatura sobre minimalismo e temas análogos explora o estilo de vida como ferramenta para atingir objetivos pessoais, como o autoaperfeiçoamento, mas o retrata como algo

descompromissado em seus objetivos políticos, privilegiando o caráter instrumental subjacente à adoção de um determinado estilo de vida.

Nesta pesquisa, os participantes não desafiaram a lógica institucional mas expressaram mudanças conscientes nas práticas de consumo diário em um nível microssocial, com aspectos políticos subjacentes às narrativas de estilo de vida minimalistas.

O detalhamento bibliográfico explica a delimitação da pesquisa no que se refere ao consumismo e ao movimento que surgiu em decorrência dele, o minimalismo. Tornando possível o entendimento deste fenômeno e como ele será compreendido neste estudo enquanto estilo de vida, consumo e características individuais.

Diante do exposto, a seção seguinte visa detalhar a metodologia e a coleta de dados utilizadas na pesquisa com o objetivo de relacionar os conceitos teóricos com a vivência prática do minimalismo.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Segundo Silva e Menezes (2005), existem muitas formas de classificar uma pesquisa, dentre elas, as formas clássicas são: quanto à natureza, quanto à abordagem do problema, quanto aos objetivos e quanto aos procedimentos técnicos. Desse modo, nesta seção, será apresentada a classificação da pesquisa, assim como as etapas realizadas no estudo.

3.1 Natureza da pesquisa

Do ponto de vista da sua natureza este trabalho é classificado como pesquisa aplicada, pois tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática e orientados a solucionar problemas específicos.

3.2 Abordagem do problema

Do ponto de vista da abordagem do problema, este trabalho é classificado como uma pesquisa qualitativa, pois busca uma compreensão para a situação que foi estabelecida pelo pesquisador (MALHOTRA, 2012).

3.3 Objetivos da pesquisa

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é descritiva, pois de acordo Triviños (1987), esse tipo de pesquisa exige que o investigador obtenha uma série de informações sobre o que deseja pesquisar, pois é um tipo de estudo que objetiva descrever fatos e sobre uma determinada população, experiência, fenômeno ou estabelecimento entre variáveis. Além disso, faz o uso de técnicas padronizadas para coleta de dados (TRIVIÑOS, 1987).

3.4 Procedimentos técnicos adotados

Com relação aos procedimentos técnicos, emprega-se a pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade. Os materiais que abordam os conceitos de consumo, consumismo, consumo consciente e minimalismo apresentarão a pesquisa bibliográfica. Já as entrevistas em profundidade, são descritas pelo questionamento direto, através de perguntas, aos indivíduos do qual o comportamento se deseja conhecer.

Nessa pesquisa tratamos de pessoas que são adeptas ao estilo de vida minimalista, com o objetivo de analisar suas características pessoais e motivações para o consumo minimalista.

3.5 Etapas do Estudo

Para esta pesquisa, foi utilizado um método qualitativo, com o objetivo de compreender como os consumidores tornam-se minimalistas. Desse modo, foram utilizados duas técnicas de coleta de dados para interpretar os elementos subjetivos do comportamento humano que estão vinculados ao consumo minimalista. A realização das técnicas ocorreu simultaneamente.

Foram feitas entrevistas em profundidade, em que o alvo foram pessoas que se autodeclaram minimalistas, que são membros de comunidades do Facebook em que são discutidos diversos assuntos sobre esse estilo de vida. Para a realização do método, utilizou-se questionários semiestruturados, que está disponível no Apêndice.

Foi feita a análise de 3 documentários que abordam a temática, com o objetivo de assimilar as crenças, valores e culturas que são atribuídos ao consumidor minimalista, além de ser objeto de comparação com os entrevistados.

No quadro 1 está apresentado um resumo dos métodos que foram utilizados na pesquisa, assim como a descrição individual, informando a data em que o método foi aplicado, o foco e a amostra.

Quadro 1 – Métodos utilizados

Data	Método	Foco	Amostra resumida
De Dezembro de 2020 a Março de 2021	Análise de documentários	Verificar as crenças e valores associados ao termo minimalismo.	• Minimalismo: um documentário sobre as coisas importantes; • Minimalismo Já; • Mente minimalista: um documentário sobre minimalismo.
Março de 2021	Entrevistas em profundidade	Estudar as perspectivas e experiências pessoais daqueles que se declaram minimalistas	Entrevista com minimalistas autodeclarados, 14 entrevistados

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Rubin e Rubin (2004) afirmam que é possível aumentar a credibilidade da pesquisa quando se busca participantes que tenham a capacidade de contribuir efetivamente com conhecimentos e experiências sobre o tema abordado. Dessa forma, os respondentes da pesquisa são pessoas que se autodenominam minimalistas, o que as torna mais adequadas para responder à entrevista.

Os entrevistados foram encontrados através de grupos na rede social Facebook, que tinham como foco postagens, discussões e compartilhamentos de vivências sobre o minimalismo. Após um levantamento dos grupos relacionados ao tema, foram selecionados alguns grupos referentes à temática em questão, sendo eles: “Minimalismo inteligente” (22.286 membros), “Mente minimalista” (6.688 membros), “Minimalismo na minha vida” (120 membros), “Minimalismo (grupo moderado)” (18.569 membros) e “Minimalismo Brasil” (37.411 membros).

A seleção dos participantes ocorreu através de postagens públicas em todos os grupos, em que foi explicado o objetivo geral da pesquisa e solicitado a disponibilidade das pessoas para a realização de uma entrevista. Aqueles participantes que demonstraram interesse através dos comentários da publicação, receberam uma mensagem privada na própria rede social Facebook.

De um total de 30 mensagens enviadas, apenas 15 foram respondidas com interesse em marcar uma entrevista. Desse modo, efetivamente 14 pessoas foram entrevistadas, pois uma das possíveis respondentes desmarcou a entrevista.

Em relação aos documentários assistidos, a escolha foi feita com base na disponibilidade dos mesmos na Internet. Desse modo, diante de 5 documentários assistidos na *Netflix* e no *Youtube* sobre o tema, apenas 3 foram escolhidos por exibirem relatos pessoais dos participantes, e informações congruentes com as estudadas, permitindo que seja feita uma relação entre a realidade mostrada nos documentários e as entrevistas realizadas.

Desse modo, os documentários utilizados na pesquisa foram: *Minimalismo Já*, *Minimalismo*: um documentário sobre coisas importantes e *Mente minimalista*: um documentário sobre minimalismo.

4. COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados através de entrevistas em profundidade e, como instrumento de coleta, foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado, que teve como base a estrutura teórica sobre o minimalismo, consumo consciente e consumo sustentável. Abaixo, encontra-se a estruturação do questionário que foi utilizado:

Quadro 2 – Categorias de análise

Temática	Assuntos a serem abordados
Estilo de vida minimalista	• Entendimento sobre o que é ser minimalista; • Como conheceu o minimalismo, • Motivação para aderir ao estilo de vida minimalista; • Influência de terceiros; • Influência financeira; • Liberdade e privações de consumo; • Influências de publicidade e desejos de consumo; • Foco no que é considerado como mais importante; • Decisões de compra sustentáveis; • Sentimento de liberdade; • Empecilhos encontrados no estilo de vida. • Pontos negativos no minimalismo
	• Idade; • Gênero;

Perfil demográfico	• Estado civil; • Escolaridade; • Profissão; • Cidade/estado em que reside; • Renda familiar mensal média
--------------------	---

Fonte: elaborado pela autora (2021).

As entrevistas em profundidade ocorreram com 14 pessoas que se autodomina minimistas e foram conduzidas através do *google meets*. Antes de iniciar a entrevista, foi explicado como ocorreria o processo e que, apesar de ser realizada através de uma plataforma de áudio e vídeo, não havia a obrigatoriedade de utilizar a função do vídeo, apenas o áudio, pois este seria gravado para posterior análise. Além disso, foi explicado também que alguns dados sociodemográficos seriam coletados, mas o nome não seria exposto na pesquisa.

As entrevistas ocorreram no período de 15 de março de 2021 a 19 de março de 2021 e tiveram duração de 10 a 20 minutos cada, resultando em um total de três horas e vinte minutos de entrevistas. Todas foram gravadas e transcritas, resultando em quarenta páginas de depoimentos.

Ainda em relação ao processo de coleta, houveram dificuldades quanto a disponibilidade de horários para as entrevistas, pois houveram muitas remarcações.

Sobre perfil dos entrevistados, não houveram restrições relacionadas a nenhum tipo de característica sociodemográfica, podendo haver pessoas com qualquer idade, gênero ou profissão, desde que fosse adepta do estilo de vida minimalista. Segue abaixo o perfil dos entrevistados.

Quadro 3 – Perfil dos entrevistados

Entrevistado	Cidade/estado	Idade	Gênero	Estado civil	Escolaridade	Profissão	Renda mensal
Entrevistado 1	São Lourenço da Serra - SP	38 anos	Masculino	Solteiro	Ensino Médio completo	Vendedor	R\$2.000,00
Entrevistado 2	Fortaleza - CE	40 anos	Masculino	Divorciado	Superior cursando	Motoboy	R\$1.500,00
Entrevistado 3	Campinas - SP	42 anos	Feminino	Casada	Superior completo	Dentista	R\$8.000,00
Entrevistado 4	Campinas - SP	44 anos	Feminino	Solteira	Superior cursando	Agente de segurança	R\$4.000,00
Entrevistado 5	Itapema - SC	47 anos	Feminino	Casada	Superior completo	Comerciante	R\$15.000,00
Entrevistado 6	Burititis - MG	33 anos	Feminino	Casada	Pós graduada	Professora	R\$4.000,00
Entrevistado 7	Natal - RN	23 anos	Feminino	Solteira	Superior cursando	Estudante	R\$6.000,00
Entrevistado 8	Fortaleza - CE	30 anos	Masculino	Casado	Pós graduado	Agente de compliance	R\$5.000,00
Entrevistado 9	Rio de Janeiro - RJ	24 anos	Masculino	Solteiro	Superior cursando	Bancário	R\$6.000,00
Entrevistado 10	Curitiba - PR	23 anos	Masculino	Solteiro	Superior cursando	Qualificador de vendas	R\$3.000,00
Entrevistado 11	Fortaleza - CE	59 anos	Feminino	Casada	Superior completo	Professora aposentada	R\$15.000,00
Entrevistado 12	São Luis - MA	26 anos	Masculino	Solteiro	Cursando o mestrado	Estudante	R\$10.000,00
Entrevistado 13	Fortaleza - CE	58 anos	Feminino	Solteira	Superior completo	Servidora pública	R\$10.000,00
Entrevistado 14	Sengés - PR	41 anos	Feminino	Casada	Superior completo	Professora	R\$5.000,00

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Relativo aos documentários, a coleta de dados ocorreu de acordo com as temáticas estabelecidas para a entrevista, em que foram destacados os trechos que abordavam os objetivos geral e específicos da pesquisa, com o objetivo de relacionar com a análise das entrevistas.

Para a análise do conteúdo dos documentários, foram selecionados trechos dos relatos que destacavam as temáticas da pesquisa, sendo necessário transcrever as principais falas dos participantes. A transcrição resultou em um total de 6 páginas, subdivididas em tópicos, seguindo a mesma estrutura das entrevistas.

Para a analisar o conteúdo coletado, foi realizada uma pré-análise do material, assim como a exploração do mesmo para, por fim, tratar os resultados, com o objetivo de obter as possíveis interpretações (BARDIN, 2016).

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, serão apresentados os principais resultados da pesquisa, sendo abordados os tópicos definidos no roteiro das entrevistas. Consecutivamente à apresentação dos resultados, serão abordados os pontos relevantes que foram observados nos documentários analisados. Após a explanação dos resultados, será feita uma análise resumida sobre cada tema abordado.

5.1 Entendimento sobre o que é ser minimalista

De início, buscou-se compreender o que torna os entrevistados pessoas consideradas minimalistas. Assim, quando questionados sobre o porquê pertencem a esse estilo de vida, muito entrevistados afirmaram que vivem apenas com o que é essencial para eles e não compram nada além do necessário, como os trechos a seguir destacam:

Eu procuro aproveitar o pouco do que eu tenho, tornar bem útil mesmo e não acumular tanta coisa inútil. (Entrevistado 2).

Eu consumo apenas o que é necessário, evito comprar coisas que não usarei com frequência(...). (Entrevistado 12).

Tento viver com poucas coisas materiais e tento valorizar mais as pequenas coisas e fatos diários. (Entrevistada 13).

Alguns entrevistados relataram ainda, que se autodeclaram minimalistas por não sentirem nenhum tipo de prazer em realizar novas compras e, com isso, não possuem grandes desejos de consumo, como indicam os relatos abaixo:

Nunca gostei de extravagancias. Não vejo necessidade de ter mais do que o necessário (entrevistada 11).

Sempre tive um consumo bem tranquilo, de realmente não comprar só por comprar (entrevistado 9).

Ainda sobre essa temática, houveram pessoas que relataram que ainda se consideram em um processo para se tornarem minimalistas, pois acreditam que já desapegaram de muitos bens materiais, mas ainda precisam ter menos objetos, conforme a fala a seguir:

Eu acho que não podemos afirmar que somos minimalistas porque é um processo que vamos construindo, então eu diria que estou em processo de ser. (entrevistada 6).

Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus, realizam palestras pelos Estados Unidos com o objetivo de fornecer mais informações sobre o Minimalismo. Desse modo, durante um discurso, eles explicam que minimalistas são pessoas que possuem menos objetos, desordem, dívidas, insatisfações e distrações. Em contrapartida, possuem mais tempo, relacionamentos importantes e satisfação (MINIMALISMO,...,2015).

Abaixo encontra-se um resumo sobre os motivos pelo qual os entrevistados se consideram pessoas minimalistas, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 4 – Entendimento sobre o que é ser minimalista

- Consomem apenas o necessário;
- Não possuem grandes desejos de consumo;
- Tornam a vida mais prática;
- Estão em um constante processo para tornar-se minimalista;
- Fazem melhores escolhas;
- Tornam úteis os objetos que já possuem;
- Não acumulam objetos sem necessidade;
- Valorizam o que consideram como mais importante.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

O entendimento sobre o que é ser minimalista possui algumas variações, mas todas convergem para o principal aspecto da redução do consumo. Atitude que inclui outras variáveis, como a reutilização e o não acúmulo, por exemplo.

5.2 Como conheceu o minimalismo

No que se refere à forma como os entrevistados conheceram o minimalismo, ela ocorreu de diferentes maneira, mas sendo a principal, através de pesquisas na Internet, como é possível verificar abaixo:

Gosto de ler sobre vários assuntos e o minimalismo foi um deles. Na época não significou muita coisa, não dei muita atenção, mas depois ele alterou completamente a minha vida. (Entrevistado 1)

Eu conheci através de mídias sociais e me identifiquei. (Entrevistada 5).

Através do Facebook, eu vi uma vez uma propaganda do termo e fui atrás de saber mais. (...) (Entrevistada 3)

Para outros entrevistados, o minimalismo já era uma realidade, mas essas pessoas não o conheciam como estilo de vida, conforme indicam os trechos:

Apesar de já praticar há algum tempo, eu não conhecia como filosofia de vida, mas pesquisando na Internet eu me identifiquei. (Entrevistado 2).

Quando vi o termo nas redes sociais eu já apreciava essa forma de viver. (Entrevistada 11).

Outras entrevistadas mencionaram que foram apresentadas ao estilo de vida através de outras pessoas, como é possível observar nos trechos abaixo:

Através da minha namorada, partir de uma conversa com ela eu consegui atrelar o estilo de vida que eu já tinha com o conceito. (Entrevistado 9).

Eu vi na Internet algumas pessoas falando e amigos próximos também já tinham comentado sobre, foi tudo na mesma época, então eu não percebi muito que eu estava sendo inserido nisso. (Entrevistado 10).

Gianini Ferreira, em seu documentário, relata que conheceu o minimalismo aos 44 anos, quando questionava a si próprio o que o mantinha motivado. Foi na oportunidade em questão, que leu um livro sobre como viver com apenas 100 objetos e decidiu colocar em prática os ensinamentos do livro (MENTE MINIMALISTA,...,2020).

Os dois amigos, Millbum e Nicodemus, conhecidos como “Os Minimalistas”, se sentem responsáveis pela difusão deste estilo de vida. Eles iniciaram a propagação do minimalismo através de palestras realizadas nos Estados Unidos, mas possibilitam o acesso da informação também através de livros e documentários (MINIMALISMO,...,2015).

Abaixo encontra-se um resumo sobre como entrevistados conheceram o minimalismo, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 5 – Meios de conhecimento sobre o termo minimalismo

- Através das redes sociais;
- Pela influência de outras pessoas;
- Já eram adeptos do estilo de vida antes de saber sobre o conceito;
- Através de estudos sobre outras temáticas, que levaram ao minimalismo.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Diante das informações acima, é possível perceber que a forma de conhecer sobre o minimalismo ocorre de forma bastante individual, mas a maior parte das pessoas que foram entrevistadas, tem acesso ao termo a partir de livros e da Internet.

5.3 Motivações para aderir ao estilo de vida minimalista

Indagados sobre qual a principal razão pela qual se tornaram pessoas minimalistas, os motivos foram variados e distintos entre si. Desta forma, foram traçados perfis para cada entrevistado, de acordo com o que despertou a vontade de ter hábitos minimalistas.

Quadro 6 – Principal motivação para aderir ao minimalismo

Entrevistado	Perfil	Motivação principal
Entrevistado 1	Produtivos	“Tempo, porque quando você percebe que tem muito do que não precisa, acaba sendo um dinheiro parado, uma coisa cara e uma perda de tempo” (Entrevistado 1).
Entrevistada 3		“Trabalhar menos pra precisar de menos dinheiro, pra curtir mais meu filho, curtir mais minha vida, meu marido (...)” (Entrevistado 3).
Entrevistado 2	Espirituosos	“Eu entrei no minimalismo por motivo espiritual, pois eu sigo a filosofia budista” (Entrevistado 2).
Entrevistado 5		“Espiritualidade. Eu não tenho religião, mas diz mais respeito a uma religiosidade minha” (Entrevistado 5).
Entrevistada 11		“Foram minhas verdades de vida, no que eu acredito, a minha filosofia de vida. Foi a procura de ter uma relação harmônica comigo mesma, com a sociedade e com o universo” (Entrevistado 11).

Entrevistada 13		“Percebi que a felicidade não está em bens materiais mas nas coisas simples do dia a dia” (Entrevistado 13).
Entrevistado 12	Práticos	“A simplicidade de poder administrar as coisas que eu já tenho, e conseguir priorizar o que é significativo pra mim e para colocar meu dinheiro” (Entrevistado 12).
Entrevistada 7		“Com certeza foi a praticidade e a redução de gastos” (Entrevistado 7).
Entrevistada 4		“Foi por uma questão de saúde, eu não tinha estrutura física pra cuidar das coisas de casa, então vi que precisava reduzir (...)” (Entrevistado 4).
Entrevistada 14	Endividados	“(...)endividamento, eu comprava muito e precisei mudar minha vida porque não estava sendo saudável” (Entrevistado 14).
Entrevistada 6		“Iniciei com a minha vida financeira, que estava muito bagunçada, mas depois vi que poderia aplicar em outras áreas” (Entrevistado 6).
Entrevistado 8	Poupadores	“Eu tenho um perfil investidor, eu só gasto dinheiro quando eu tenho necessidade, se não, eu guardo” (Entrevistado 8).
Entrevistado 9		“Pra juntar dinheiro mesmo, não acho que é viver com menos produtos por viver. É ter produtos bons, mas ser consciente” (Entrevistado 9).
Entrevistado 10		“Foi a questão financeira, foi eu ver que antes eu comprava coisas que eu não utilizava muito (...)” (Entrevistado 10).

Fonte: elaborado pela autora (2021).

O perfil dos produtivos foi focado nos entrevistados que relataram não acharem necessário despende tempo trabalhando bastante apenas com o intuito de ter um maior salário, levando em consideração que o tempo pode ser destinado a outras atividades consideradas como mais importantes por eles.

O constante desejo por crescer profissionalmente é bastante questionado. Por alguns praticantes do minimalismo, uma vez que a ascensão profissional é motivada pelo aumento do salário e do poder de compra, o que muitos consideram como um desperdício de tempo, que poderia ser dedicado à outras atividades (MENTE MINIMALISTA,..., 2020).

Os grupo dos espirituosos são os entrevistados que apontaram a esfera espiritual como um fator de grande importância e, por suas crenças pregarem uma filosofia de menos consumo, o minimalismo também se tornou parte do estilo de vida deles.

Paulo Alves relata que sempre se considerou uma pessoa minimalista, mesmo antes de deter conhecimento sobre o termo, mas diz ter sido um processo natural, apenas com interferências internas e filosóficas, algo intrínseco de sua personalidade, que reflete em suas crenças e modo de viver. (MENTE MINIMALISTA,...,2020).

Os práticos são pessoas que mencionaram ter mais facilidade em administrar suas atividades do dia a dia se não houverem muitas distrações no seu cotidiano. Sendo assim, consideraram o consumismo como uma forma de tirar o foco do que consideram essencial.

Gianini Ferreira relata que, para ele, o minimalismo é uma forma de focar nos prazeres da rotina e utilizar os recursos de forma que a vida se torne menos estressante (MENTE MINIMALISTA,...,2020).

Os endividados é um grupo de entrevistados que relataram, no passado, ter tido dificuldades financeiras por excesso de consumo, mas que após um processo de educação financeira, encontraram no minimalismo uma forma de sanar essa dificuldade.

A sociedade de consumo é, muitas vezes, ditada pela publicidade, pelo crédito e pelo tempo de vida útil dos objetos de consumo. Tais fatores facilitam o processo de compra e, conseqüentemente, o endividamento. (MENTE MINIMALISTA,...,2020).

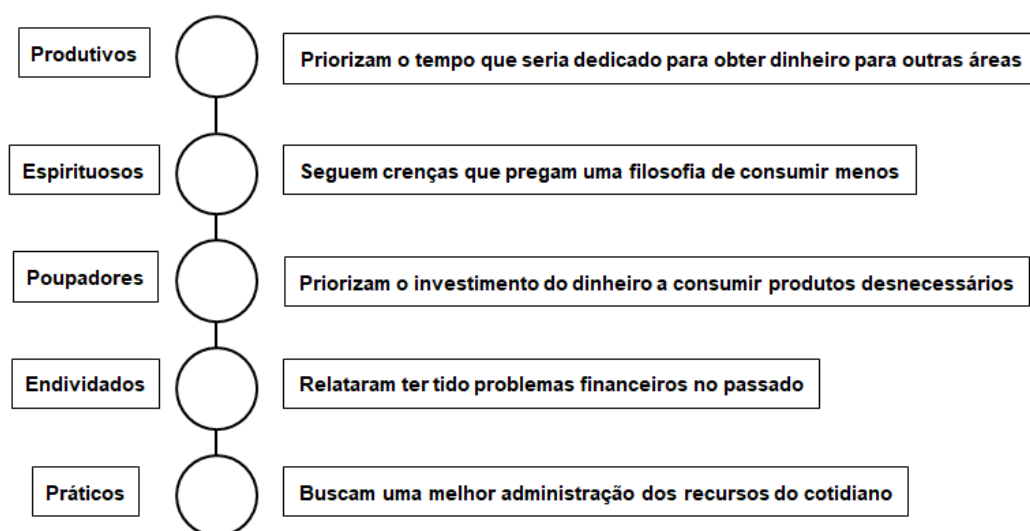
Por fim, os poupadores, são pessoas que demonstraram não possuir desejos de consumo, pois não consideram como importante. Desse modo, optam por priorizar o investimento do dinheiro a consumir produtos que não julgam como necessários.

A redução do consumo por motivos financeiros nem sempre é pautada pelo endividamento, mas por necessidade ou desejo de reduzir os gastos com compras com o objetivo de investir em outros âmbitos da vida, como na educação da família, por exemplo (MINIMALISMO,...,2015).

Por fim, é importante ressaltar que os entrevistados, em sua maioria, explicaram ter tido mais de uma motivação para aderir ao minimalismo, mas as repostas obtidas no quadro 7 foram em relação a sua motivação principal.

Abaixo encontra-se um resumo sobre os perfis de motivações para aderir ao estilo de vida minimalista, de acordo com as entrevistas realizadas:

Figura 1 – Perfis de motivação do consumo minimalista



Fonte: elaborado pela autora (2021).

5.4 Influência de parentes e amigos próximos

Em relação à visão sobre a influência de amigos e familiares, foi notado que a maioria dos entrevistados não relataram ter tido nenhum tipo de influência de pessoas próximas. Foi mencionado inclusive que muitos se consideram influenciadores para as pessoas com quem convivem, conforme a seguir:

Não tive influência de ninguém, foi por mim mesmo procurando e buscando (...). (Entrevistado 1).

Eu acho que eu é quem influencio as pessoas. Ao meu redor as pessoas tendem a ser mais acumuladoras. (Entrevistada 3).

Na verdade, eu é que tenho influenciado bastante porque eu não tenho um parente que sequer conhecia isso. (Entrevistado 6)

Houveram também alguns entrevistados que disseram ter sido influenciados por pessoas próximas, mas informaram que não foi sua principal motivação para tornarem-se minimalistas, segundo os relatos a seguir:

Uma amiga minha, ela já vinha desse processo naturalmente, ela pratica mais do que o minimalismo, ela pratica o essencialismo mesmo (...). (Entrevistado 4)

O meu marido e a família dele consomem apenas o que precisam, isso também me inspirou a querer ser assim. (Entrevistada 14).

Observando o comportamento consumista dos parentes, alguns entrevistados relataram que o consumo excessivo praticado por seus familiares,

foi um fator que agregou na decisão de consumir apenas o necessário, segundo os depoimentos:

Observando ao meu redor, vi que o excesso me influenciou a querer viver com menos. (Entrevistado 8).

Pelo contrário, minha família consumista sempre me incomodou, então acredito que isso fez foi me ajudar a ser minimalista. (Entrevistado 9).

Durante o documentário “Mente minimalista”, a esposa de Gianini, Patricia Herrera, relata como foi influenciada pelo marido, por observar como a redução do consumo influenciou na sua relação com o trabalho e com o estresse (MENTE MINIMALISTA,...,2020).

A influência do minimalismo sobre um parente pode ser bastante comum, principalmente quando se trata de um relacionamento conjugal ou, até mesmo, uma relação entre pais e filhos. Entretanto, é fundamental não tornar as decisões unilaterais (MINIMALISMO,...,2015).

Abaixo encontra-se um resumo sobre a influência de amigos e parentes, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 7 – Influência de amigos e parentes

- Sem influência de amigos ou parentes;
- Alguns amigos ou parentes influenciaram no processo;
- O consumo exagerado de familiares exerceu influência.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Isto posto, torna possível a percepção sobre a influência de pessoas próximas sobre o comportamento de compra, uma vez que a redução do consumo e até mesmo o excesso dele, podem ser influenciar uma pessoa a tornar-se minimalista.

5.5 A influência do poder aquisitivo

Ao serem questionados sobre a influência do poder de compra de cada entrevistado, alguns informaram que a sua renda exerceu influência para aderirem ao minimalismo. Entretanto, é possível verificar que essa influência

ocorre em diferentes níveis para cada pessoa, como é possível verificar nos relatos abaixo:

Influencia muito, principalmente no custo de vida atual, não da pra ficar consumindo muito e ficar gastando com aquilo que é supérfluo sendo que vai faltar pra aquilo que é necessário. (Entrevistada 4).

Eu não tenho uma renda muito alta, então vejo que se consumisse mais do que eu tenho agora, continuaria endividada (...) (Entrevistada 14).

Eu acho que o meu poder aquisitivo hoje influência de certa forma, porque eu tenho vontade de guardar mais dinheiro para planos a longo prazo, mas não é um fator determinante. (Entrevistado 10).

Diante do exposto, é relevante que os entrevistados que apontaram a renda como um fator de influência também mencionaram ter tido problemas financeiros no passado, além de relatarem como o minimalismo se tornou importante no processo de controle financeiro.

As dívidas, em sua maioria, são ocasionadas por uma má administração dos recursos financeiros. Nestes casos, os problemas financeiros se originam de um consumo exagerado, principalmente por compras desnecessárias e por falta de controle dos desejos de consumo (MINIMALISMO JÁ,...,2021).

Em contrapartida, alguns entrevistados também disseram que não consideram o seu poder aquisitivo como um fator decisivo para a adoção do minimalismo como estilo de vida, como evidenciam as falas a seguir:

Eu poderia comprar mais, mas eu não tenho vontade. Aquela bolsa, aquela sandália não me encanta, raramente. (Entrevistada 3).

Acho que a renda tem um impacto na forma como o minimalismo é praticado ou até mesmo na forma como a pessoa entende o minimalismo" (Entrevistado 12).

5.5.1 Impacto do aumento do poder aquisitivo na forma de praticar o minimalismo

Os entrevistados foram indagados sobre uma situação hipotética em que, caso o poder aquisitivo aumentasse significativamente, como tal situação iria alterar a forma como eles praticam o minimalismo. Diante dessa situação, alguns entrevistados relataram que não aumentariam o seu nível de consumo. Alguns trechos ilustrativos:

Desde que comecei a trabalhar, tive um aumento da minha renda, mas não foi proporcional com o meu consumo. Pelo contrário, eu fui ganhando mais, gastando menos e investindo mais (...). (Entrevistado 9).

Com toda certeza do mundo não, consigo ver um aumento de poder financeiro que não justificasse mais o minimalismo, pelo contrário, eu acho que seria mais do que sou hoje. (Entrevistado 1).

Eu já tenho um poder de compra bom, mas não tenho vontade de ficar gastando. Se fosse maior ou menor agiria da mesma forma (Entrevistada 5).

Outros entrevistados mencionaram ainda que continuariam sendo minimalistas, apenas melhorariam a qualidade dos produtos que consomem, como se observa a seguir:

Eu acredito que eu compraria o pouco que eu compro, talvez um produto de mais qualidade, um pouco mais caro (...). (Entrevistada 3).

Com certeza eu continuaria sendo minimalista, talvez compraria produtos com mais qualidade, mas não aumentaria a quantidade. (Entrevistada 6).

Em relação à renda e ao aumento do poder aquisitivo das pessoas minimalistas, Paulo Alves faz as seguintes considerações:

(...) as pessoas acham que pelo fato de terem uma vida austera por razões financeiras, são minimalistas. Eu não considero que isso seja minimalismo. Isso é realmente uma situação de precariedade financeira, debilidade em termos financeiros, e não uma atitude voluntária. Um minimalista, independente da sua situação financeira, se ele, de um dia para o outro, ficar multimilionário, ele vai continuar sendo minimalista. Ele não vai querer ter mais coisas pelo fato de realmente ter condições quase infinitas. (MENTE MINIMALISTA,...2020).

Abaixo encontra-se um resumo sobre a influência do poder aquisitivo nas práticas minimalistas, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 8 – Influência do poder aquisitivo

Influência do poder aquisitivo	Aumento do poder aquisitivo
• É um fator que influencia; • É um fator de influência, mas não é determinante; • Não é um fator de influência	• Não altera em nada o estilo de vida minimalista; • Melhora da qualidade dos produtos consumidos.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

O poder aquisitivo, na maioria dos casos relatados, é levada em consideração no comportamento minimalista, mas tornar-se minimalista

exclusivamente em virtude de um poder de compra reduzido não está em conformidade com a definição deste estilo de vida.

5.6 Liberdade e privações de consumo

Para os entrevistados, consumir apenas o necessário não ocasiona nenhum tipo de privação. Muitos deles relacionaram o minimalismo com a sensação de liberdade nos mais diversos âmbitos da vida, conforme as falas a seguir:

Não me privo de nada porque se eu tenho menos coisas, eu preciso de menos tempo pra manter tudo arrumadinho e com isso eu tenho oportunidade pra fazer alguma coisa que eu gosto. (Entrevistada 6).

Eu não viro escravo de promoção, eu não viro escravo do consumismo, eu não viro escravo da moda. Isso com certeza me dá mais liberdade, sem contar que eu não fico devendo. (Entrevistado 8).

Financeiramente me traz muita tranquilidade por eu conseguir guardar mais recursos, além do espaço que eu economizo, sem ter uma poluição visual na minha casa, menos carga gera mais leveza. (Entrevistado 10).

O estilo de vida minimalista é baseado em equilíbrio e autoconhecimento, em que não se trata possuir menos que o necessário, mas viver com o suficiente para se ter conforto, felicidade, satisfação e liberdade (MENTE MINIMALISTA,...2020).

Paulo Alves relata que sua vida é preenchida com muitas atividades, não sendo restritiva nem limitada no minimalismo, pois, para ele, esse estilo de vida é uma forma de se sentir mais livre (MENTE MINIMALISTA,...2020).

No documentário Minimalismo Já (2021), Dave Ramsey afirma que consumir em excesso é o mesmo que renunciar da liberdade e independência, apenas em troca de objetos que perdem o valor rapidamente.

Abaixo encontra-se um resumo sobre a relação entre privação e liberdade no consumo minimalista, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 9 – Relação entre privação e liberdade

- Não é uma privação;
- Gera mais sentimento de liberdade;

- É uma forma de tornar a vida mais prática;
- Proporciona liberdade financeira;
- É uma forma de autoconhecimento;

Fonte: elaborado pela autora (2021).

No que tange ao sentimento de liberdade relatado pelos entrevistados, ele está relacionado as consequências que o estilo de vida minimalista causam, não sendo diretamente ligado ao consumo. Por outro lado, a privação está relacionada com a redução da quantidade de compras.

5.7 Influências de publicidades e desejos de consumo

Quando questionados sobre como lidam com os desejos de consumo, apesar de alguns entrevistados afirmarem não ter nenhuma tipo de desejo de compra, a maior parte relatou possuir vontade de consumir alguns produtos que não consideram como essenciais, mas exercem controle sobre esse sentimento, como evidenciam as falas a seguir:

Sinto vontade de comprar sim, mas eu tento usar o racional pra entender que aquela vontade é momentânea e as vezes está sendo causada por algum outro tipo de sentimento (Entrevistada 7).

Quando eu tenho vontade de comprar algo novo, primeiro eu vejo se eu realmente preciso ou se eu só estou desejando. Se for a segunda opção, eu analiso se é algo que vai fazer muita diferença eu ter ou não e, se não fizer, eu não compro. (Entrevistado 10).

No que se refere às influências e os desejos de consumo, Miguel Prata relata o que se segue:

Também sinto influências. Eu também tenho ambição, as vezes tenho vontade, mas aquilo que eu tenho que fazer para ter determinadas coisas valerá a pena esse meu esforço, meu empenho? É assim tão importante ter estas coisas? (MENTE MINIMALISTA,...2020).

Abaixo encontra-se um resumo sobre como as propagandas e desejos influenciam os minimalistas no momento da compra, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

- A publicidade exerce influência até mesmo nos minimalistas;
- O desejo de consumo pode ser controlado;
- Existe uma ponderação para realizar uma nova compra;

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Desse modo, os relatos mostraram que a influência de publicidades ainda causam desejos de consumo em pessoas minimalistas, uma vez que elas não deixam de consumir, apenas reduzem a quantidade.

5.8 Foco no que é considerado como mais importante

Josh Millbum, um dos difusores do minimalismo reflete sobre o minimalismo na seguinte afirmação:

Minimalismo nos ajuda a superar coisas e abrir espaço para as coisas mais importantes na vida, o que na verdade, nem coisas são (MINIMALISMO JÁ,...2021).

No que se refere a relação entre o minimalismo e o fato destacado no trecho acima, a maior parte dos respondentes concordaram com a afirmação, destacando ainda que o minimalismo auxilia no gerenciamento dos recursos pessoais, conforme indicam os trechos:

Eu não perco tempo querendo agradar os outros, questão de aparência, de algumas cobranças. Tudo isso me poupa tempo e dinheiro e consigo fazer outras coisas que eu gosto mais. (Entrevistada 3).

Você acaba que vai transformando a realidade e dá o enfoque a outras coisas. Você também muda muito a visão de mundo, muda as suas perspectivas (...) (Entrevistada 7).

Eu vejo que por ser uma pessoa muito ambiciosa com relação ao meu crescimento profissional, me sobra recursos pra investir, em capacitações, certificações, eu vejo que me faz crescer. (Entrevistado 10).

Abaixo encontra-se um resumo sobre como o minimalismo auxilia a focar no que é considerado como mais importante, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 11 – Foco no que é considerado como mais importante

- O que é importante não são as coisas;
- Otimização dos recursos;
- Auxilia no reconhecimento das prioridades;
- Ajuda a ter foco.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Focar no que é considerado como mais importante está relacionado com as motivações para aderir ao estilo de vida minimalista, uma vez que o que é considerado como mais importante para cada pessoa é um motivo individual e pessoal.

5.9 A sustentabilidade relacionada ao minimalismo

Diante do questionamento sobre como a sustentabilidade impacta nas decisões de compra dos entrevistados, foi possível observar que todos eles levam em consideração os aspectos sustentáveis no momento de compra, mas não é um fator decisivo para um produto ser ou não consumido, como evidenciam as falas a seguir:

Eu sempre procuro o mais sustentável possível, mas eu não deixo de comprar um produto que eu estou precisando porque não é sustentável, mas eu dou prioridade. (Entrevistada 3).

Eu analiso o custo benefício, mas principalmente a necessidade de ter, não é algo fechado, mas é algo cada vez mais presente nas minhas decisões (Entrevistada 5)

(...) levo em consideração, mas se eu realmente gostar de um produto, se ele for ou não, eu vou comprar porque eu gostei (Entrevistado 9).

Para mim, reduzir o consumo já é uma medida a favor da sustentabilidade, mas se eu decido comprar algo, avalio a possibilidade de compra local, evito sacolas plásticas, desperdício (...) (Entrevistado 10).

O consumo mundial não está proporcional ao tamanho do planeta Terra, uma vez que, para manter o padrão de consumo atual, seria necessário 1,6 planetas. Tal situação é decorrente dos rastros e consequências deixados pela atividade humana no planeta e, principalmente, pelo excesso de consumo (MENTE MINIMALISTA,...2020).

Todavia, exercer um consumo 100% sustentável se torna inviável para muitas realidades, pois a dificuldade está em garantir que todo o processo de produção, utilização e descarte de um produto seja correto em termos ambientais (MENTE MINIMALISTA,...2020).

Abaixo encontra-se um resumo sobre a relação o minimalismo e a sustentabilidade, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 12 – Minimalismo relacionado a sustentabilidade

- A sustentabilidade é um fator importante na decisão de compra;
- A sustentabilidade não é um fator decisivo para aderir ao estilo de vida minimalista;
- Reduzir o consumo já é uma forma de sustentabilidade.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

A sustentabilidade está amplamente relacionada com o minimalismo, mesmo que seja praticada de forma indireta por alguns indivíduos, pois nem todos consomem conscientemente, embora o minimalismo por si só já cause impactos bastante positivos no meio ambiental e social.

5.10 Pontos negativos no estilo de vida minimalista

Quando questionados sobre o que os entrevistados consideravam como ponto negativo no minimalismo, uma parte informou que não haviam nenhum tipo de ressalva, como indicam os trechos:

Se a sua intenção e motivos de adotar um estilo de vida minimalista forem claros pra você, as limitações de adotar o minimalismo não serão encaradas como pontos negativos. (Entrevistado 12).

Eu não vejo nada, absolutamente nada de negativo, nada mesmo. (Entrevistada 4).

Todavia, foi possível identificar alguns relatos que consideram negativa a forma como pessoas próximas lidam com o minimalismo, conforme apresentado a seguir:

O único ponto negativo é as pessoas entenderem que o que é importante pra você não é pros outros. Acho que é a única coisa que eu me deparo de estranhamento. (Entrevistada 3).

O que seria negativo é o pessoal achar que a pessoa é relaxada, achar que a pessoa não quer prosperar, não tem ambição em querer ser rico, o que não é o caso. (Entrevistada 14).

Ademais, durante as entrevistas, também foi levado em consideração pelos entrevistados, o extremismo de alguns adeptos da prática, que decidem viver com menos que o necessário, segundo os depoimentos:

É difícil você achar um ponto negativo no minimalismo, mas a única coisa negativa que eu consigo apontar na minha realidade, seria me desfazer de alguma coisa que eu posso precisar posteriormente, pois seria uma coisa que você comprou, depois vendeu ou doou, mas quando viu que precisava daquilo, teve que comprar novamente (Entrevistado 1)

Eu acabo passando muito tempo com um produto, uso coisas muito antigas, tenho a renda e tudo, mas acabo não trocando por não querer gastar, acabo pecando pelo excesso. (Entrevistado 9).

Eu acho que qualquer tipo de extremismo é prejudicial, mas eu já vi pessoas que levam isso ao extremo e vivem com até menos do que precisam pra viver. (Entrevistado 2).

5.10.1 Dificuldades enfrentadas para seguir o estilo de vida

Além dos pontos negativos, alguns entrevistados compartilharam algumas dificuldades que enfrentam na prática diária do minimalismo. Diante disso, muitos associaram à falta de conhecimento sobre como aplicar o estilo de vida no âmbito profissional, uma vez que o exercício de muitas profissões não permitem a redução significativa do consumo.

Outra dificuldade relatada foi a maternidade, pois se trata de um momento de mudanças rápidas e que demandam um maior consumo, como pode ser observado nos relatos abaixo:

Não seria um ponto negativo, mas uma dificuldade porque eu sou dona de uma loja de roupas e acessórios, então eu tenho que vender para as pessoas e ao mesmo tempo eu não quero consumir (Entrevistada 5)

Eu sou professora e tinha muito material, então eu tento, mas sinto dificuldade em aplicar o minimalismo na minha vida profissional também (Entrevistada 6).

Quando eu tive filho, eu me vi meio perdida, questão de fraude, que eu ia poluir mais o planeta. A criança ganhando mil presentes, a maioria coisa inútil, roupinha que não ia dar conta de usar, eu fiquei meio desesperada. Foi algo que me atrapalhou, foi um momento que eu vivi uma vida que não era minha (...) (Entrevistada 11).

Jacqueline Schmidt vivenciou uma outra dificuldade relacionada ao minimalismo. Ela relata que quando estava grávida, surgiu a necessidade de

adquirir novas roupas que fossem adequadas às mudanças em seu corpo, mas não as possuía (MINIMALISMO,...,2015).

Abaixo encontra-se um resumo sobre os pontos negativos e dificuldades encontrados no Minimalismo, de acordo com as entrevistas realizadas e a análise dos documentários:

Quadro 13 – Pontos negativos e dificuldades do minimalismo

Pontos negativos	Dificuldades
• Para algumas pessoas, não há pontos negativos, • A crítica de terceiros; • A redução de consumo exagerada.	• Conciliação do minimalismo com a vida profissional; • Redução do consumo na maternidade; • Lidar com os desejos de consumo.

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Por fim, com base nas análises realizadas a partir das entrevistas e dos documentários, foram identificados alguns aspectos que influenciam e motivam algumas pessoas a tornarem-se minimalistas. Entretanto, é importante destacar que cada aspecto exerce influência de diferentes modos e em diferentes intensidades.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou através de um embasamento teórico responder ao seguinte questionamento: quais são as motivações e os aspectos influenciadores do consumidor minimalista? O objetivo geral do trabalho foi identificar as motivações e aspectos influenciadores do minimalismo. Desse modo, para que esse objetivo seja atingido, foram traçados objetivos específicos: verificar quais aspectos motivam o consumidor à aderir ao estilo de vida minimalista; analisar as características e as decisões de compra de pessoas minimalistas e identificar os características influenciadoras do estilo de vida minimalista.

Em relação ao primeiro objetivo específico, os dados coletados nas entrevistas e nos documentários permitiram identificar as principais motivações para aderir ao estilo de vida minimalista, sendo elas bastante diversificadas. Por este motivo, elas foram reunidas em cinco diferentes grupos que sintetizaram a motivação dos entrevistados, sendo eles: os práticos, os endividados, os produtivos, os espirituosos e os poupadores.

No que tange ao segundo objetivo específico, as decisões de compras minimalistas são consideradas mais conscientes, uma vez que são levadas em consideração as questões ambientais, o impacto das publicidades no consumo minimalista, assim como o fato de não consumir além da necessidade.

Sobre o terceiro objetivo específico, foi possível verificar alguns aspectos principais de influência para um consumo minimalista. Dentre eles, foram destacados a publicidade, os desejos de consumo, a influência de amigos e parentes, o poder aquisitivo, o sentimento de liberdade e a disposição de mais tempo destinado em atividades, pessoas e objetos que são considerados como mais importantes para aquele que detém o estilo de vida minimalista.

De modo geral, os resultados mostraram que os minimalistas são impactados por mais de um tipo de influência para o seu modo de consumo, assim como os motivos pelo qual aderiram a este estilo de vida são bastante diversos.

Isto posto, as análises das entrevistas em profundidade e dos documentários sugerem que o estilo de vida minimalista abrange não apenas a redução do consumo, mas a aplicação do conceito em outros âmbitos da vida,

tornando possível uma melhor gestão do tempo, do dinheiro, da qualidade de vida, assim como das relações pessoais.

É possível verificar também que as diferentes motivações para tornar-se minimalista impactam nos hábitos de consumo e na valorização do que é considerado como importante para cada indivíduo, uma vez que o minimalismo impacta diretamente na forma como as pessoas vivem.

Como contribuição, o estudo permitiu compreender como as motivações para o consumo minimalista se apresentam de diferentes maneiras, para além das práticas sustentáveis, possibilitando o estudo mais aprofundado dos diversos aspectos de influência. Além disso, a pesquisa contribui ainda para o mercado, uma vez que permite conhecer as características do consumidor minimalista, possibilitando a construção de estratégias focadas neste perfil.

Considera-se que uma das limitações da pesquisa está relacionada ao não relacionamento dos dados obtidos no perfil dos entrevistados com suas respectivas contribuições qualitativas. Isso não permitiu mostrar como os aspectos de escolaridade, renda mensal, estado civil e outros aspectos influenciam no comportamento minimalista.

Como futura extensão do trabalho, sugere-se que sejam verificados os impactos do minimalismo no consumo atual, uma vez que a quantidade de pessoas que consomem apenas o necessário está em crescimento. Além disso, propõe-se que seja feita uma pesquisa focada em como os desafios enfrentados pelos minimalistas são superados.

REFERÊNCIAS

AKATU, (2002). Diálogos Akatu. **Consumidor, o poder da consciência**. São Paulo: Instituto Akatu.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. O Estudo do Consumo nas Ciências Sociais Contemporâneas. IN: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BITTENCOURT, Renato Nunes. Os dispositivos existenciais do consumismo. **Revista Espaço Acadêmico**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 118, p. 103-113, mar. 2011.

BRAGAGLIA, Ana Paula. Comunicação, mídia e consumo sã o paulo v o l . 7 n . 1 9 p. 1 0 7 - 1 2 4 j u l . 2010 a r t i g o Comportamentos de consumo na contemporaneidade. **Comunicação, M Í D I A e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 19, p. 107-124, jul. 2010

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno.

COLÓQUIO DE MODA, 14., 2018, Ribeirão Preto. **CONSUMO E CONSCIÊNCIA NA NOVA ERA DA MODA**. Viçosa, Mg: Abepem, 2018.

CRAIG-LEES, Margaret; HILL, Constance. Understanding voluntary simplifiers. **Psychology & Marketing**, v. 19, n. 2, p. 187-210, 2002.

DE MOOR, Joost. Lifestyle politics and the concept of political participation. **Acta Politica**, v. 52, n. 2, p. 179-197, 2017.

DOPIERAŁA, Renata et al. Minimalism—a new mode of consumption?. **Przegląd Socjologiczny**, v. 66, n. 4, p. 67-83, 2017.

DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de janeiro, 2013.

FAGAN, Chelsea. Minimalism: another boring product wealthy people can buy. The Guardian. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/mar/04/minimalism-conspicuous-consumption-class>, 2017.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2.

FURTADO, Beatriz dos Anjos; SAMPAIO, Danilo de Oliveira. Cosméticos sustentáveis: quais fatores influenciam o consumo destes

produtos? **International Journal Of Business & Marketing**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 36-54, jun. 2020.

GREGG, Richard B. **The value of voluntary simplicity**. The Floating Press, 2009.

HAUSEN, Jennifer E. Minimalist life orientations as a dialogical tool for happiness. **British Journal of Guidance & Counselling**, v. 47, n. 2, p. 168-179, 2019.

HWANG, Hyesun; KIM, Kee-Ok. Social media as a tool for social movements: The effect of social media use and social capital on intention to participate in social movements. **International Journal of Consumer Studies**, v. 39, n. 5, p. 478-488, 2015.

In: BARBOSA, Livia & CAMPBELL, Colin (org). *Consumo, cultura e identidade*.

Lages, N. S. & Neto, A. V. (2002). Mensurando a consciência ecológica do consumidor: um estudo realizado na cidade de Porto Alegre. In **Encontro Nacional da Anpad**, 26. Anais... Salvador.

LIMA JÚNIOR, Célio Gomes de; CASTELO, José Sarto Freire. Atitudes do Consumidor Frente ao Consumo de Marcas de Cosméticos. **Revista Brasileira de Marketing**, [s.l.], v. 17, n. 4, p. 561-574, 10 set. 2018. University Nove de Julho. <http://dx.doi.org/10.5585/remark.v17i4.3892>.

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade Paradoxal**: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. [S.L.]: **BOOKMAN EDITORA**, 2012.

MEISSNER, Miriam. Against accumulation: lifestyle minimalism, de-growth and the present post-ecological condition. **Journal of Cultural Economy**, v. 12, n. 3, p. 185-200, 2019.

MENDONÇA, Gabrielle; ROCHA, Ana Raquel; BOGÉA DA COSTA TAYT-SON, Débora. The minimalist process: An interpretivist study. **Journal of Consumer Behaviour**, 2020.

MENTE MINIMALISTA: um documentário sobre minimalismo. Direção: Gianini Ferreira. Produção: Gianini Ferreira. [S. l.: s. n.], 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eYU7Affc5H8>. Acesso em: 17 mar. 2021.

MILLBURN, Joshua F.; NECODEMUS, Ryan. **What Is Minimalism?** Disponível em: < <https://www.theminimalists.com/minimalism/> > Acesso em: 07 jul. 2020.

MINIMALISMO Já. Direção: Matt D'Avella. Produção: Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81074662>. Acesso em: 16 mar. 2021.

MINIMALISMO, um documentário sobre coisas importantes. Direção: Matt D'Avella. Produção: Joshua Fields Millburn e Ryan Nicodemus. Estados Unidos: Catalyst, 2015. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/80114460>. Acesso em: 1 mar. 2021.

PINTO, Marcelo de Rezende; BATINGA, Georgiana Luna. O consumo Consciente no Contexto do Consumismo Moderno: Algumas Reflexões. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, Pernambuco, v. 14, n., p. 30-43, 10 maio 2016

POLLAK, Angela. Information seeking and use in the context of minimalist lifestyles. **Journal of Documentation**, 2016.

PULS, Lourdes Maria; BECKER, Camila. O estilo de vida minimalista x consumo do vestuário de moda. **E-revista Logo**, Santa Catarina, v. 7, n. 2, p. 100-119, ago. 2018. Disponível em: <http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/5313>. Acesso em: 08 jul. 2020.

ROCHA, E. Introdução. In: DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O Mundo dos Bens**: Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ROJAS, Angelina Accetta; MOCARZEL, Marcelo Maia Vinagre. Da cultura visual à cultura material: o minimalismo como forma de expressão na sociedade de consumo. **Revista Alceu**, Petrópolis, v. 16, n. 31, p. 131-140, jul. 2015.

RUBIN, H. J.; RUBIN, I. S. Qualitative Research: The art of Hearing Data. Thousand Oaks: Sage Publication, 2004.

SANTOS, Thais C.; LEITE, Ana P. R.; TACCONI, Marli F. F. S.; ALEXANDRE, M. L. Movimento do Consumo Consciente: do Cidadão Consumidor ao Consumidor Cidadão? In Anais... **Encontro de Administração Pública e Governança** – EnAPG. Salvador, 2008.

SEMANA DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO, 6., 2015, Porto Alegre. **Lowsumerism: o consumo consciente no mercado da moda**. Porto Alegre: Sepesq, 2015.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muskat. **Metodologia da pesquisa e elaboração da dissertação**. 4. Ed. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2005. 139 p.

SILVA, Minelle Enéas da; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. CONSUMO CONSCIENTE: O PAPEL CONTRIBUTIVO DA EDUCAÇÃO. **Revista Reuna**, Belo Horizonte, v. 15, n. 3, p. 43-54, dez. 2010.

TAMASHIRO, H. et al. Aspectos determinantes do consumo de produtos cosméticos verdes. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 1, p. 238-262, 2014.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Roteiro semiestruturado de entrevista

Estilo de vida Minimalista

1. O que te faz ser minimalista?
2. Como você conheceu o minimalismo?
3. O que te motivou a aderir a esse estilo de vida?
4. Você acha que teve a influência de algum parente ou amigo próximo nesse processo?
5. O seu poder aquisitivo te influenciaram de alguma forma a adotar esse estilo de vida?
6. Caso você possuísse um poder aquisitivo consideravelmente superior, como funcionaria sua dinâmica com o minimalismo?
7. Você considera que o fato de consumir menos te traz mais privações ou mais liberdade? Porquê?
8. Como você lida com as influências da publicidade e os desejos de consumo?
9. Você considera que o minimalismo te faz focar no que é realmente importante? Porque?
10. Como a sustentabilidade influencia suas decisões de compra?
11. Quais pontos você considera como negativos no minimalismo?

Perfil socioeconômico e demográfico:

1. Qual sua Cidade e Estado?
2. Com o que você trabalha?
3. Qual sua idade?
4. Qual seu estado civil?
5. Com que gênero você se identifica?
6. Qual o seu grau de escolaridade?
7. Qual sua renda familiar mensal?