



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

RAFAELA MELO DE OLIVEIRA

UMA ANÁLISE DOS ELEMENTOS EM COMUM ENTRE AS PRÁTICAS
DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E DO MINIMALISMO

Fortaleza

2022

RAFAELA MELO DE OLIVEIRA

UMA ANÁLISE DOS ELEMENTOS EM COMUM ENTRE AS PRÁTICAS
DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E DO MINIMALISMO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração e Controladoria. Área de concentração: Sustentabilidade. Linha de pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

Fortaleza

2022

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)

- O51a Oliveira, Rafaela Melo de.
Uma análise dos elementos em comum entre as práticas do consumo sustentável e do minimalismo /
Rafaela Melo de Oliveira. – 2022.
102 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração,
Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2022.
Orientação: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.
1. Consumo sustentável. 2. Minimalismo. 3. Prática. I. Título.

CDD 658

RAFAELA MELO DE OLIVEIRA

UMA ANÁLISE DOS ELEMENTOS EM COMUM ENTRE AS PRÁTICAS
DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E DO MINIMALISMO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração e Controladoria. Área de concentração: Sustentabilidade. Linha de pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

Aprovada em: 05/04/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Cláudia Buhamra Abreu Romero
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Fátima Regina Ney Matos
Instituto Superior Miguel Torga (ISMT)

“Sem a curiosidade que me move, que me inquieta,
que me insere na busca, não aprendo nem ensino”.

Paulo Freire

AGRADECIMENTOS

À minha mãe pelo amor e suporte incondicional.

Aos meus amigos que tornaram o caminho mais ameno.

Às entrevistadas por compartilharem suas histórias, tornando essa dissertação possível.

Aos Professores por compartilharem o conhecimento.

À Banca pelas contribuições.

Ao Orientador pela parceria e paciência desde a graduação.

À Capes pelo apoio financeiro.

RESUMO

O minimalismo e o consumo sustentável podem contribuir para um processo de formação de uma nova consciência pautada em novos hábitos de consumo, uma vez que muitos problemas socioambientais são consequências de padrões impostos pelo mercado e pelos meios de comunicação. Assim, o objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar as relações entre os elementos das práticas do consumo sustentável e do minimalismo. Durante a realização desta pesquisa, o mundo foi surpreendido pela pandemia do novo coronavírus, o que gerou mudanças na rotina das pessoas devido às medidas de restrição adotadas para conter a disseminação. Para tanto, o contexto da pandemia foi incluído no estudo. Foi realizada uma pesquisa qualitativa e interpretativista. As entrevistadas são consumidoras que adotaram o estilo de vida minimalista e foram selecionadas através de redes sociais *Whatsapp* ou *Instagram* e através de indicação. A pesquisa foi conduzida através de uma entrevista aberta e as perguntas são baseadas na revisão de literatura de consumo sustentável, teorias da prática e minimalismo. Foram entrevistadas 10 mulheres. As respostas foram analisadas conforme a análise de conteúdo de Bardin. As categorias foram determinadas através da análise das práticas de minimalismo e consumo sustentável, trazendo os elementos materiais, o significado e o conhecimento prático. Entende-se que o minimalismo é multifacetado e trata de racionalizar a quantidade de bens e o nível de consumo, sendo possível identificá-lo como uma prática em construção. Pode ser relacionado ao consumo sustentável de forma que os minimalistas atribuem significados, identificam os elementos materiais e apresentam habilidades e conhecimentos que muitas vezes se misturam aos praticados no consumo sustentável. No que se refere ao consumo durante a pandemia, foi mencionada a frustração pela restrição da experiência do consumo, assim como o crescimento do consumo digital. Assim, através deste trabalho, é possível contribuir para a literatura de administração e de estudos sobre o minimalismo no campo de consumo sustentável e nortear as organizações para o desenvolvimento de estratégias comerciais e de marketing, que visam captar esse tipo de consumidor.

Palavras-chave: Consumo sustentável. Minimalismo. Prática.

ABSTRACT

Minimalism and sustainable consumption can contribute to a process of formation of a new conscience based on new consumption habits, since many socio-environmental problems are consequences of standards imposed by the market and the media. Thus, the general objective of this research is to analyze the relationships between the elements of sustainable consumption practices and minimalism. During this research, the world was surprised by the new coronavirus pandemic, which generated changes in people's routine due to the restriction measures adopted to contain the spread. To this end, the context of the pandemic was included in the study. A qualitative and interpretive research was carried out. The interviewees are consumers who have adopted the minimalist lifestyle and were selected through social networks Whatsapp or Instagram and through referral. The research was conducted through an open-ended interview and the questions are based on a review of sustainable consumption literature, theories of practice and minimalism. 10 women were interviewed. The responses were analyzed according to Bardin's content analysis. The categories were determined through the analysis of minimalism and sustainable consumption practices, bringing material elements, meaning and practical knowledge. It is understood that minimalism is multifaceted and tries to rationalize the quantity of goods and the level of consumption, being possible to identify it as a practice under construction. It can be related to sustainable consumption in a way that minimalists assign meanings, identify material elements and present skills and knowledge that are often mixed with those practiced in sustainable consumption. With regard to consumption during the pandemic, frustration with the restriction of the consumption experience was mentioned, as well as the growth of digital consumption. Thus, through this work, it is possible to contribute to the management literature and studies on minimalism in the field of sustainable consumption and guide organizations for the development of commercial and marketing strategies, which aim to capture this type of consumer.

Keywords: Sustainable consumption. Minimalism. Practice.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Elementos da prática.....	40
Figura 2 - Proto-práticas, práticas e ex-práticas.....	41
Figura 3 - Participantes da Pesquisa, bola de neve.....	50
Figura 4 - Personagens escolhidos pelas entrevistadas.....	56
Figura 5 - Figura do ATLAS.ti sobre práticas do consumo sustentável.....	66
Figura 6 - Subgrupos do consumo sustentável e magnitude.....	66
Figura 7 – Rede dos elementos das práticas do consumo sustentável.....	67
Figura 8 - Figura do ATLAS.ti sobre práticas do minimalismo.....	78
Figura 9 - Subgrupos do minimalismo e magnitude.....	78
Figura 10 - Rede dos elementos das práticas minimalistas.....	79

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dimensões do consumo sustentável.....	21
Quadro 2 – Os elementos da prática.....	42
Quadro 3 – Tópicos gerais da entrevista.....	52
Quadro 4 – Fenômenos e elementos das práticas analisadas.....	53
Quadro 5 - Protocolo de Pesquisa.....	54
Quadro 6 - Caracterização das entrevistadas.....	56
Quadro 7- Quadro resumo da prática do consumo sustentável.....	67
Quadro 8 - Quadro resumo da prática do minimalismo.....	79
Quadro 9 - Quadro resumo da relação entre as práticas do consumo sustentável e do minimalismo.....	84
Quadro 10 - Quadro resumo da prática do consumo sustentável e do minimalismo durante a pandemia.....	89

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO	11
1.2	PROBLEMATIZAÇÃO	13
1.3	OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.4	BASES METODOLÓGICAS	14
1.5	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1	CONSUMO SUSTENTÁVEL	16
2.1.1	<i>Origem e evolução</i>	16
2.1.2	<i>Conceitos</i>	18
2.1.3	<i>Modelos/Dimensões do consumo sustentável</i>	21
2.1.3.1	Consciência ecológica	22
2.1.3.2	Economia de recursos	23
2.1.3.3	Reciclagem	24
2.1.3.4	Frugalidade	25
2.1.4	<i>Benefícios e dificuldades</i>	26
2.2	MINIMALISMO	28
2.2.1	<i>Origem e evolução</i>	28
2.2.2	<i>Conceitos</i>	29
2.2.3	<i>Benefícios e dificuldades</i>	33
2.2.4	<i>Estudos sobre minimalismo</i>	35
2.3	TEORIAS DA PRÁTICA	37
2.3.1	<i>Conceitos de práticas</i>	37
2.3.2	<i>Elementos das práticas</i>	39
2.3.2.1	Significado	41
2.3.2.2	Conhecimentos práticos	42
2.3.2.3	Elementos materiais	42
2.3.3	<i>Estudos de consumo com teorias da prática</i>	43
2.4	O CONSUMO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19	44

3	METODOLOGIA	49
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA	49
3.2	PARTICIPANTES DA PESQUISA	50
3.3	COLETA DE DADOS	51
3.4	ANÁLISE DE DADOS	53
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	55
4.1	CARACTERIZAÇÃO DAS ENTREVISTADAS	55
4.2	A PRÁTICA DO CONSUMO SUSTENTÁVEL	57
4.2.1	<i>O significado do consumo sustentável</i>	58
4.2.2	<i>O conhecimento prático do consumo sustentável</i>	60
4.2.3	<i>Os elementos materiais do consumo sustentável</i>	64
4.3	A PRÁTICA DO MINIMALISMO	69
4.3.1	<i>O significado do minimalismo</i>	69
4.3.2	<i>O conhecimento prático do minimalismo</i>	72
4.3.3	<i>Os elementos materiais do minimalismo</i>	77
4.4	A RELAÇÃO ENTRE AS PRÁTICAS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E MINIMALISTA	81
4.4.1	<i>O significado na relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista</i>	82
4.4.2	<i>O conhecimento prático na relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista</i>	82
4.4.3	<i>Os elementos materiais na relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista</i>	83
4.5	A PRÁTICA DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E MINIMALISTA DURANTE A PANDEMIA	85
4.5.1	<i>O significado do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia</i>	85
4.5.2	<i>O conhecimento prático do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia</i>	87
4.5.3	<i>Os elementos materiais do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia</i>	89
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
	REFERÊNCIAS	93
	APÊNDICE A	101
	APÊNDICE B	102

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

A sociedade do consumo tem como alicerce de seus argumentos a promessa de realizar os desejos das pessoas em um grau que nenhuma sociedade do passado pode alcançar. Porém a promessa de satisfação só se mantém ativa enquanto o desejo continua insatisfeito, ou ainda, quando o cliente ainda não se encontra “plenamente satisfeito”; ou seja, é uma busca incessante por uma satisfação que, de modo geral, nunca será alcançada (BAUMAN, 2008).

As necessidades humanas e as culturas evoluíram com o passar do tempo. O mundo material e a cultura de massa fazem do consumo um projeto de uma vida de sucesso. Assim, o consumo pode ser explicado através da realização pessoal, da crítica sobre as relações de consumo ou apresentar uma visão naturalista. Algumas culturas instigam os indivíduos ou os grupos a consumirem, ainda que não seja um desejo consciente. “A sociedade de consumo se consome ao consumir” (ROJAS; MOCARZEL, 2015, p.138).

O consumo é facilmente identificado como um dos maiores problemas para o alcance dos fins propostos pelo princípio do desenvolvimento sustentável (OLIVEIRA, 2012). Além da forma desordenada do uso de recursos naturais, há a preocupação quanto a geração de resíduos sólidos, que é diretamente proporcional ao consumo, ou seja, quanto mais se consome e quanto mais recursos são utilizados, mais resíduos são produzidos (OLIVEIRA; CANDIDO, 2010).

Silva et al. (2017) revelam que o modelo desenfreado de consumo da sociedade e o uso contínuo e exagerado dos recursos naturais conduzem à situação de degeneração ambiental, sendo um paradoxo ao crescimento sustentável e exigindo a adoção de novas formas de produção e consumo responsável de toda a sociedade.

A maximização do consumo e da produtividade são essenciais para o crescimento econômico, mas, embora o estímulo à demanda e à produtividade do consumidor continue sendo um objetivo primordial na política econômica dominante, atualmente há uma proliferação de narrativas na cultura popular que criticam explicitamente a acumulação no nível micro do estilo de vida individual. Então, é preciso abandonar o atual modelo de desenvolvimento que visa apenas o crescimento econômico e investir em um modelo de desenvolvimento que respeite o meio-ambiente (MEISSNER, 2019).

Questões ecológicas, sustentabilidade e consciência ambiental são assuntos debatidos mundialmente. Anteriormente, os motivos de preocupação ambiental se voltavam para as práticas organizacionais, hoje em dia, os hábitos de consumo da sociedade e do

indivíduo permeiam os discursos ambientalistas com igual intensidade. Com isso, a prática do consumo sustentável vem ganhando adeptos (TAMBOSI et al., 2014).

Os consumidores que possuem uma postura sustentável estão preocupados em relação aos seus hábitos de consumo, tanto na esfera individual, como na coletiva e ambiental, privilegiando uma visão global e buscando uma postura ética, responsável e conseqüentemente solidária (GOMES, 2006).

Conforme Carvalhal (2016) a sociedade do consumo está em decadência. O acúmulo e o desperdício devem desaparecer e dar lugar ao consumo consciente, mínimo e de melhor qualidade. O autor afirma que o consumo não é ruim, mas que todo consumo tem um impacto e que o consumo sem consciência acaba por gerar impactos negativos.

Diante das desvantagens do consumismo, surge um movimento que contraria o atual sistema. A ideia do minimalismo está na simplicidade voluntária, que se inicia a partir da redução do consumo e acaba por modificar o estilo de vida de seus adeptos. A proposta é viver com menos e comprar somente o necessário, eliminando o supérfluo (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

O minimalismo é um movimento de contracultura. Tornou-se, para seus seguidores, um estilo de vida. É caracterizado por uma abordagem anticonsumista que busca significado para a vida por outros meios, que não as atitudes orientadas para o consumo (DONATELLI, 2019).

O minimalismo, enquanto prática social, pode se estabelecer e conquistar adeptos em um contexto pautado pela ideia de consumo sustentável. Portanto, evidencia como as práticas são socialmente concebidas e como as pessoas se engajam com práticas que conduzem à sustentabilidade (ALMEIDA, 2018).

Dessa forma, o foco de entendimento da sustentabilidade deixa de ser o indivíduo e passa a ser as práticas, visto que o engajamento das pessoas se dá no nível das práticas disseminadas no tempo e espaço no contexto sociocultural, utilizando os elementos das práticas (SHOVE, PANTZAR, WATSON, 2012).

Para Shove, Pantzar e Watson (2012), a prática é entendida como um comportamento consolidado composto por elementos interconectados entre si: materiais, significados e conhecimentos. As práticas são padrões de comportamento que influenciam o pensamento e a ação humana, podendo envolver saberes, culturas, valores, crenças e artefatos (WHITTINGTON, 2006).

Durante a realização desta pesquisa, o mundo inteiro foi surpreendido por uma pandemia. Tal situação não poderia deixar de ser incluída no presente estudo, em consequência das importantes mudanças na rotina das pessoas devido à Covid-19.

O confinamento, o distanciamento social, o *lockdown* foram algumas das medidas tomadas pelos governos a fim de conter a disseminação do vírus. Porém, essas situações acabam por alterar o consumo diário de produtos, serviços e atividades que a população normalmente realiza. Então, é importante entender como essas mudanças sociais, e culturais, são capazes de impactar em novos hábitos de comportamento e consumo. (ORTEGA-VIVANCO, 2020).

Estudos apontam que muitos consumidores, durante a pandemia, passaram a refletir sobre seu papel na sociedade e sobre os impactos do consumo no meio ambiente. Essa reflexão pode implicar tanto uma mudança no estilo de vida com foco em um consumo mais sustentável quanto na valorização de empresas socialmente responsáveis (TERRES et al., 2020).

1.2 Problematização

Em um contexto ambiental caótico, o minimalismo surge como uma iniciativa que questiona a lógica do hiperconsumo. Nessa perspectiva, tanto o minimalismo como o consumo sustentável podem contribuir para um processo de formação de uma nova consciência pautada em novos hábitos de consumo, uma vez que muitos problemas sociais e ambientais são consequências de padrões impostos pela economia de mercado e pelos meios de comunicação em massa, os quais contribuem para a manutenção de um estilo de vida insustentável dos indivíduos (MEISSNER, 2019).

Diante da problemática exposta, a questão norteadora da pesquisa é: Como se dão as relações entre os elementos das práticas do consumo sustentável e do minimalismo?

1.3 Objetivo Geral e Objetivos Específicos

O objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar as relações entre os elementos das práticas do consumo sustentável e do minimalismo.

Para o atendimento deste objetivo geral, têm-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar a percepção dos minimalistas sobre consumo sustentável;
- b) Identificar a percepção dos minimalistas em relação ao minimalismo;
- c) Identificar as mudanças nas relações de consumo dos minimalistas durante a pandemia da COVID-19.

1.4 Bases metodológicas

O minimalismo está relacionado ao comportamento do consumidor e é estudado por diversas vertentes do conhecimento, como a administração, arquitetura, economia e, até mesmo, a psicologia (CONTI; OURIVES; FIGUEIREDO, 2017).

O estudo do minimalismo, como uma prática para o consumo sustentável, voltado para a redução da degradação ambiental e promoção de uma maior conscientização sobre os danos da sociedade de consumo e seus excessos, ainda é pouco explorado no âmbito acadêmico quando relacionado à teoria das práticas do consumo, trazendo os elementos materiais, o significado e o conhecimento prático. Os termos de busca foram pesquisados nas seguintes bases de dados: Scopus, Google Acadêmico e Periódicos Capes. O período de coleta iniciou-se em 2019, momento da confecção do projeto, sendo finalizado em julho de 2021 devido a inclusão do tópico sobre o consumo minimalista na pandemia de COVID-19.

Nessa conjuntura, a proposta dessa pesquisa é analisar como o minimalismo se relaciona à prática do consumo sustentável. Assim, acredita-se que através deste trabalho, é possível contribuir para a literatura de administração e de estudos sobre o minimalismo, no campo de consumo sustentável.

A sociedade em geral poderá se beneficiar do estudo através de uma perspectiva macro, levando em consideração o amadurecimento, a evolução e a consciência de que todo esse conhecimento pode levar a uma mudança na visão geral do consumo sobre o que é realmente necessário. Além de ser valiosa para os consumidores, que conhecerão novas formas de atingir o bem-estar afora o consumo e nortear as organizações para o desenvolvimento de estratégias comerciais e de marketing, que visam captar esse tipo de consumidor durante e após a pandemia de COVID-19.

A pesquisa é do tipo qualitativa e interpretativista pela necessidade de aprofundar o conhecimento no campo do minimalismo. As participantes da pesquisa são mulheres que se autodeclararam minimalistas. Os dados primários foram coletados por meio de entrevistas em profundidade e posteriormente comparadas com a literatura. As participantes foram contactadas diretamente através de convite por meio de redes sociais e, ainda, por indicação. O instrumento de coleta de dados consistiu numa entrevista aberta baseada nas dimensões do consumo sustentável de Ribeiro e Veiga (2011) que são: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade. Na literatura sobre minimalismo, as perguntas base encontram-se no apêndice A. A análise dos dados foi realizada com o auxílio do software ATLAS.ti versão 9.0

e foram estabelecidas suas relações entre os elementos da prática de Shove, Pantzar e Watson (2012) através da análise de conteúdo de Bardin (2006) por meio da categorização.

1.5 Estrutura da Dissertação

Esta pesquisa é dividida em cinco seções. A primeira seção apresenta os aspectos introdutórios da pesquisa, em que são apresentadas a contextualização, questão de pesquisa, os objetivos, as justificativas, os aspectos metodológicos, e a estrutura do trabalho.

A segunda seção aborda a fundamentação teórica que embasou esta pesquisa dividida em três partes. A primeira parte apresenta o consumo sustentável, sua origem, conceitos e dimensões. A segunda parte se dedica ao minimalismo, abordando a origem, conceitos, benefícios e dificuldades desse estilo de vida. A terceira parte contribui com a discussão sobre a teoria das práticas, apresentando as principais correntes teóricas, os elementos da prática que serão usados neste estudo e alguns estudos anteriores envolvendo o consumo e a teoria das práticas.

A terceira seção descreve a metodologia utilizada, o delineamento da pesquisa, as participantes da pesquisa, o instrumento utilizado para a coleta dos dados e os métodos para a análise e tratamento dos dados.

A quarta seção apresenta a análise e discussão dos dados, buscando atender aos objetivos propostos. No primeiro momento é uma caracterização das participantes e, posteriormente, os dados são analisados com base nos elementos da prática e discutidos com base na literatura existente.

A quinta seção é referente às considerações finais. Nesta parte são expostos os principais achados da pesquisa, bem como suas contribuições, limitações e sugestões para pesquisas futuras. Ainda, é possível encontrar ao final da dissertação, a lista de referências e apêndices utilizados no desenvolvimento da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção é feita a exposição da fundamentação teórica referente ao consumo sustentável, minimalismo e teoria da prática.

2.1 Consumo Sustentável

A abundância dos bens de consumo, produzidos pelo sistema industrial, considerada normalmente uma representação do sucesso das economias capitalistas modernas, passou a receber uma conotação negativa, sendo alvo de críticas que consideram o consumismo um dos principais problemas da sociedade moderna (BRASIL, 2005).

O consumo se transformou em uma compulsão e um vício, estimulado pelas forças do mercado. Os indivíduos passam a ser reconhecidos e julgados por aquilo que possuem. Entretanto, a crise ambiental mostrou que é impossível a incorporação de toda a sociedade ao universo de consumo em função da finitude dos recursos naturais. Desse modo, o padrão de consumo das sociedades modernas, além de ser socialmente injusto e moralmente indefensável, é ambientalmente insustentável (BRASIL, 2005).

Os consumidores estão cada vez mais cientes da necessidade de comprar de forma socialmente responsável e exigir das empresas comportamentos ecológicos adequados. Assim, o consumo sustentável deve ser compreendido através das atividades e práticas cotidianas do consumidor. Na perspectiva do conceito de comportamento do consumidor, estão as ações diretamente envolvidas no ciclo do consumo, ou seja, compra, consumo e descarte de produtos e serviços, incluindo os processos de decisão que precedem e seguem essas ações (RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI, 2016). Segundo Baudrillard (2010) vivemos o tempo dos objetos e, assim existimos de acordo com o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente.

Portanto, de acordo com Silva e Pedrozo (2016), para que o consumo sustentável possa ser praticado, deve ser observado um conjunto de interações sociais, não apenas as ações desenvolvidas pelos consumidores. Assim, é necessária uma adequação dos padrões de consumo à nova realidade social.

2.1.1 Origem e evolução

A partir da década de 1980, o consumo passou a ser citado nos discursos sobre a crise ambiental, tendo como destaque o impacto que o ser humano causa sobre o meio ambiente

em face da crescente evolução dos hábitos de consumo. Constatou-se que os níveis de consumo da época não consideravam a finitude dos recursos naturais (OLIVEIRA; CANDIDO, 2010).

Em 1987, um relatório da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecido como Relatório Brundtland, cita a necessidade de se alcançar padrões sustentáveis de consumo ao defender que, para que haja um desenvolvimento global sustentável, é necessário que os mais ricos adotem estilos de vida compatíveis com os recursos do planeta, introduzindo, assim, o termo desenvolvimento sustentável (FRANCO, 2019).

Já na década de 1990 intensificaram a percepção do impacto ambiental dos altos padrões de consumo, surgindo um novo discurso dentro do ambientalismo internacional que passa a focalizar o consumo sustentável como o centro das questões ambientais (OLIVEIRA; CANDIDO, 2010).

Na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio92, o tema do impacto ambiental do consumo surgiu como uma questão de política ambiental relacionada às propostas de sustentabilidade. A Conferência revelou que estilos de vida diferentes contribuem de forma diferente para a degradação ambiental. A partir daí, diversas organizações ambientalistas começaram a considerar o impacto dos indivíduos e suas tarefas cotidianas na crise ambiental (BRASIL, 2005).

A Agenda 21, documento assinado na Rio92, refletia a necessidade de alterar os padrões insustentáveis de consumo, afirmando que a sociedade era escassa de ações eficazes para a proteção ambiental. Governos, indústria, famílias e cidadãos deveriam realizar esforços conjuntos, estimulando a reciclagem, a redução do desperdício de embalagens, a introdução de produtos sustentáveis e o apoio aos indivíduos na decisão de compra sustentável (SILVA et al., 2017).

Dessa forma, o consumo sustentável começa a ter destaque, promovendo uma mudança nas práticas de consumo. Ele está relacionado ao contexto cultural vivenciado na busca pela sustentabilidade através de mudanças da atitude dos consumidores. Consumidores estes, que utilizam os recursos naturais para satisfazer as necessidades de agora, porém sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações do amanhã (SILVA; PEDROZO, 2016).

Quando ligado à noções mais amplas, como a de desenvolvimento sustentável, o consumo sustentável se refere a uma orientação para a eco-eficiência de produtos e serviços, processos mais eficientes e eficazes de produção, produtos mais sustentáveis, e à minimização dos impactos negativos ao meio ambiente (COSTA, 2015).

Os Ministérios do Meio Ambiente e da Educação através do Manual de Educação para o consumo sustentável identifica seis características essenciais que devem fazer parte de qualquer estratégia de consumo sustentável, são elas: deve ser parte de um estilo de vida sustentável em uma sociedade sustentável; deve contribuir para nossa capacidade de aprimoramento, enquanto indivíduo e sociedade; requer justiça no acesso ao capital natural, econômico e social para as presentes e futuras gerações; o consumo material deve se tornar cada vez menos importante em relação a outros componentes da felicidade e da qualidade de vida; deve ser consistente e consciente com a conservação e melhoria do ambiente natural e deve acarretar um processo de aprendizagem, criatividade e adaptação (BRASIL, 2005, p. 16).

2.1.2 Conceitos

O consumo sustentável é percebido como um padrão de consumo resultante de um conjunto de inter-relações entre diferentes atores sociais ao passo que se busca o alcance do desenvolvimento sustentável (SILVA; PEDROZO, 2016). Já o termo consumo sustentável não apresenta um consenso quanto à sua definição, o que constitui um desafio para a literatura sobre o tema (RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI, 2016; SILVA; PEDROZO, 2016; FRANCO, 2019).

Ribeiro, Veiga e Higuchi (2016) defendem que o consumo sustentável deve ser entendido sob perspectiva do conceito de comportamento do consumidor, que é definido como as ações diretamente envolvidas na obtenção, consumo e descarte de produtos e serviços, incluindo os processos de decisão que precedem e seguem estas ações. Ações essas que incluem as práticas diárias do consumidor, como a redução de consumo de água, de materiais e de energia, a participação ativa na reciclagem, o apoio às empresas que respeitam o meio ambiente e a economia de recursos financeiros e ambientais.

O consumo sustentável não deve ser atrelado apenas ao ciclo de consumo, ou seja, aquisição, uso e eliminação, mas também como um estilo de vida consciente com conotações políticas. É sobre apoiar empresas e instituições ecologicamente responsáveis, mas, também, incluir ações como economizar recursos naturais e reciclagem de materiais. Em essência, a perspectiva de consumo sustentável implica em um estilo de vida mais cuidadoso e menos consumista, que conseqüentemente, tem um menor impacto ambiental (RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI, 2016).

Quoquab e Mohammad (2016) listam cinco categorias de consumo sustentável com as seguintes características a seguir: tentativas conscientes de atender às necessidades básicas; moderação nos gastos; foco na qualidade de vida e não no materialismo; preocupações com as

gerações futuras; preocupações com as consequências ambientais. Enquanto Lim (2017) busca entender como os consumidores podem se engajar no consumo sustentável, da seguinte forma: consumo consciente, baseado na mentalidade voltada para a sustentabilidade e práticas associadas; consumo responsável, relacionados às responsabilidades ambientais, éticas e sociais, e anticonsumo.

O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, defende a visão de que o consumo sustentável não está relacionado, apenas, ao ato de consumir menos, mas sim a consumir de uma forma diferente, com maior eficiência, melhores escolhas com o objetivo de melhorar a qualidade de vida (UNEP/CDG, 2000).

Para Sobreira (2020) as abordagens dos estudos sobre consumo sustentável apresentam diferentes visões. A primeira visão se dá a partir de uma perspectiva de responsabilidade individual quanto às decisões de consumo, vistas como de natureza racional e comumente empregadas em estudos do comportamento do consumidor. A segunda visão apresenta o consumo com base em aspectos sociais e culturais. O consumo sustentável é conhecido por ser uma medida de integração de assuntos relativos às necessidades humanas, à equidade, à qualidade de vida, à eficiência de recursos, à minimização de resíduos, ao pensamento sobre o ciclo de vida, à saúde e à segurança do consumidor (SOBREIRA, 2020).

Como destacam Silva e Pedrozo (2016), o consumo verde considera o impacto ambiental do produto/serviço consumido, passando pelo consumo consciente que está relacionado à reflexão individual sobre seu impacto na sociedade, finalizando no consumo sustentável que é considerado como uma abordagem basilar, mais macro, considerando a mudança nas ações, práticas e comportamentos. Para Franco (2019) existem diferentes tipos de consumo mais sustentáveis que buscam criar nos consumidores uma consciência ecologicamente seletiva, promovendo novos hábitos de consumo responsáveis. Pode-se citar o consumo verde, o consumo responsável e o consumo consciente como exemplos de um consumo mais sustentável.

O Consumo verde é aquele em que o consumidor, além de buscar melhor qualidade e preço, inclui em seu processo de escolha, a variável ambiental, dando preferência a produtos/serviços que não agridam o meio ambiente, tanto em relação à produção, quanto em relação à distribuição, ao consumo propriamente dito e ao descarte. Nesta estratégia os cidadãos visualizam na prática, que podem ajudar a reduzir os problemas ambientais. Ademais, os consumidores verdes fazem parte de um grupo crescente de pessoas preocupadas com o impacto ambiental de suas escolhas (SILVA; PEDROZO, 2016).

Ainda sobre o consumo verde, para Silva e Pedrozo (2016), a possibilidade de escolha se resumiu à compra de diferentes marcas e não entre a questão do consumismo e anticonsumo. Fazendo com que diversas empresas passassem a mapear o comportamento de compra de pessoas interessadas em um estilo de vida de baixo impacto ambiental, percebendo-as como um possível nicho de mercado. Deste modo, a necessidade de redução e modificação dos padrões de consumo foi substituída pelo simples “esverdeamento” dos produtos e serviços. Assim, o conceito de consumo verde resolveria apenas uma parte do problema, destacando o desenvolvimento de produtos verdes para uma parcela da sociedade mais abastada, enquanto os pobres teriam acesso a produtos inferiores. O tema da desigualdade no acesso aos produtos ecológicos desapareceu dos debates e das propostas de consumo verde.

O consumo consciente, também conhecido como consumo ético ou responsável, surgiu como uma forma de incluir a preocupação com aspectos sociais, e não só ecológicos, nas atividades de consumo. Desta forma, os consumidores devem incluir em suas escolhas um compromisso ético, uma consciência e uma responsabilidade quanto aos impactos sociais e ambientais, visto que suas escolhas e comportamentos podem causar danos em ecossistemas e outros grupos sociais (Franco, 2019).

Há ainda o conceito de suficiência ecológica ou eco-suficiência. A proposta deste conceito está ligada à redução do consumo em níveis absolutos, e mesmo que não se possa provar sua efetividade enquanto instrumento de proteção ambiental. A incerteza associada aos impactos ecológicos do crescimento econômico justificaria sua criação como mais uma possibilidade de ação e política em favor da sustentabilidade. Além da redução no consumo, a suficiência ecológica aponta para um aumento no consumo de bens e serviços não poluentes e à margem do sistema de mercado, o que leva à caracterização de indivíduos mais autossuficientes quanto ao seu consumo (FRANCO, 2019).

Para o Ministério do Meio Ambiente o consumo sustentável se propõe a ser mais amplo que os tipos de consumo vistos anteriormente, pois, afora as inovações tecnológicas e as mudanças nas escolhas individuais de consumo, ele enfatiza ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais com o objetivo de que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis (BRASIL, 2005).

Conforme Franco (2019) o meio ambiente não está relacionado apenas a uma questão de como usamos os recursos, mas também uma preocupação com o quanto usamos, se convertendo em uma questão de acesso, distribuição, justiça social e ambiental. A ideia de um consumo sustentável, portanto, vai além das mudanças comportamentais de consumidores individuais ou, ainda, das mudanças tecnológicas de produtos e serviços para atender a este

novo nicho de mercado. Assim, é preciso envolver o processo de implementação de políticas públicas e o fortalecimento dos movimentos sociais (BRASIL,2005).

De acordo com Silva e Pedrozo (2016) as políticas de consumo sustentável devem contribuir para eliminar as desigualdades. Para tanto, é possível afirmar que as relações entre o meio ambiente e o desenvolvimento estão diretamente relacionadas aos padrões de produção e consumo de uma sociedade. Por isso, o debate sobre padrões e níveis de consumo precisa ser ampliado a fim de incluir o processo de formulação e implementação de políticas públicas, formando um elo de ligação entre os diferentes setores da sociedade.

Por fim, a criação de padrões e níveis de consumo mais sustentáveis envolve a construção de relações mais solidárias entre diversos setores sociais, como produtores, varejistas e consumidores. Portanto, a busca de formas alternativas e solidárias na produção, visando “mercados limpos e justos”, pode e deve se aliar aos movimentos de consumidores, organizados na articulação de mecanismos de resistência, reorientação dos modelos produtivos. As práticas de consumo sustentáveis têm o potencial de criação de redes de informação e de aprendizagem no exercício da cidadania (BRASIL, 2005, p.18).

2.1.3 Modelos/Dimensões do consumo sustentável

Segundo Ribeiro e Veiga (2011), são quatro as dimensões que compõem o consumo sustentável. São elas: a consciência ecológica; a economia de recursos; a reciclagem, e a frugalidade. Para os autores, a escala de consumo sustentável associa o uso dos bens ao ciclo de consumo, envolvendo a compra, uso e descarte final. Os autores, também, associam ao consumo sustentável a adoção do estilo de vida minimalista e o apoio às empresas pró-ecológicas pelos consumidores.

Quadro 1 - Dimensões do consumo sustentável

Dimensão	Itens
Consciência Ecológica	Nas eleições para cargos públicos, prefiro votar em candidatos que têm posições firmes em defesa do meio ambiente. Paro de comprar de uma empresa que mostra desrespeito pelo meio ambiente. Mudo de marca para comprar de empresas que demonstram maior cuidado com o meio ambiente.
Economia de recursos	Não deixo aparelhos como televisão e computador ligados mesmo quando não os estou utilizando. Fecho as torneiras da pia ou do chuveiro quando estou ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos.

	Não deixo luzes acesas sem necessidade.
Reciclagem	<p>Separo objetos de metal (latas de alumínio, óleo, extrato de tomate etc.) para reciclagem.</p> <p>Separo vidro (garrafas de cerveja, refrigerante, frascos de perfumes etc.) para reciclagem.</p> <p>Separo papéis (jornais, revistas, livros, cadernos etc.) para reciclagem.</p> <p>Separo embalagens de plástico (sacolas, garrafas PET, copos descartáveis etc.) para reciclagem.</p>
Frugalidade	<p>Busco maneiras de reutilizar os objetos.</p> <p>Tento consertar as coisas em vez de jogá-las fora.</p> <p>Compro produtos usados.</p>

Fonte: Adaptado de Ribeiro e Veiga (2011).

2.1.3.1 Consciência ecológica

A consciência ecológica se refere aos consumidores que se esforçam para entender os conceitos utilizados no mercado acerca de produtos pró-ecológicos, como, por exemplo, produtos biodegradáveis e recicláveis, e por consequência, buscam por produtos ou serviços que causem um menor ou nenhum impacto ambiental (MONTEIRO et al., 2012).

Para Monteiro et al. (2012) os consumidores inseridos nesta dimensão estão atentos às causas ambientais, de modo que avaliam criteriosamente os produtos que serão comprados, pois compreendem a relação entre seus hábitos de consumo e a degradação do meio ambiente. Pessoas com esta consciência, buscam diversas fontes de informações e realizam comparativos entre a utilidade dos produtos selecionados e seus custos ambientais, influenciando diretamente em seu consumo.

Conforme Júnior et al. (2012) aspectos como a atitude, percepção do consumidor e instrumentos de avaliação são estudados e analisados para serem relacionados à consciência ecológica ou como uma forma de buscar evidências de um consumo que seja focado na redução de impactos ambientais e sociais. Os autores ressaltaram a importância da consciência ecológica, do voluntarismo e da adoção de um modo de vida simples para um maior envolvimento com “produtos verdes”.

Dias (2007) expõe que o consumidor ecologicamente correto manifesta certas preocupações ambientais no seu comportamento de compra, comprando produtos ou serviços de organizações com políticas ambientais objetivas e transparentes. Deste modo, é possível que a preocupação ambiental possa ser entendida como um processo subjetivo, que compreenda a consciência do consumidor, desencadeando comportamentos e atitudes favoráveis ao meio ambiente.

A estratégia ecológica de uma empresa presume desde a concepção dos objetivos a serem alcançados até a definição das ações a serem desenvolvidas, sendo feito a partir de um ponto de vista ambiental. Tal estratégia requer objetivos que envolvam o mix mercadológico por meio de uma visão de atitudes ecologicamente corretas, tratando de produtos, preços, promoção e distribuição ecológica, sob a mira da decisão de compra do “consumidor verde”. Relativo ao meio ambiente, estudos sobre o comportamento do consumidor destacam a importância dos aspectos relacionados às crenças e aos valores presentes no ambiente em que ele está inserido (MONTEIRO et al., 2012).

Os consumidores, em resposta às boas práticas de responsabilidade social das empresas que incentivam o consumo sustentável, também cobram por uma sociedade com mais engajamento. Transformando-se em multiplicadores da consciência ecológica. Porém, uma possível barreira é a crença de que produtos que ditos “normais” são mais baratos e os sustentáveis são, inevitavelmente, mais caros. Diante disso, os indivíduos não conseguem perceber os benefícios vinculados à substituição dos produtos em longo prazo (AKATU, 2015)

2.1.3.2 Economia de recursos

A economia de recursos reflete uma das bases da sustentabilidade, na medida em que trata de aspectos diretamente envolvidos com a racionalização ou a redução do desperdício, destaca, por exemplo, o não desperdício de água e energia elétrica (RIBEIRO; VEIGA, 2011; TELOCKEN et al., 2017).

A redução do consumo de água e energia elétrica traz benefícios ao consumidor. O retorno dessas ações é imediato e direto ao indivíduo, pode ser visto facilmente na redução dos valores a pagar das contas. Porém, a redução nesse tipo de consumo pode apresentar dificuldades, pois para atividades de higiene e limpeza estes ainda são necessários, de forma que a redução da quantidade e frequência pode se tornar um entrave (AKATU, 2015).

Inserido no consumo sustentável, a economia de recursos surge como uma alternativa que propõe assegurar uma relação saudável entre as cadeias produtivas da sociedade e os ciclos de vida naturais. É necessário que o incentivo à conservação do meio ambiente através do uso sustentável dos ecossistemas aconteça em níveis institucionais público e privado, além do consumidor (INSTITUTO ETHOS, 2011).

Conforme Telocken et al. (2017), é necessário que haja um processo de conscientização do desenvolvimento sustentável, pois o uso dos recursos devem estar alinhados com as necessidades atuais e futuras. Para isto, torna-se necessário que as pessoas desempenhem hábitos e atitudes de consumo sustentável.

2.1.3.3 Reciclagem

Os consumidores entendem a reciclagem como uma ação diretamente ligada ao descarte, reuso e aproveitamento de materiais, tendo em vista um retorno coletivo para a sociedade a médio e longo prazo (AKATU, 2015).

Souza (2008) define a reciclagem como o conjunto de técnicas que aproveitam os rejeitos de um determinado produto em outro ciclo produtivo. É uma atividade em que materiais que foram descartados, são coletados, separados e processados para serem utilizados como base para um novo artefato.

Leal et al. (2015) reiteram que a reciclagem, ou seja, a reintrodução dos resíduos sólidos no circuito produtivo da economia, especialmente a realizada em grande escala, apesar de se beneficiar do discurso da preservação ambiental, não dispõe dessa ideia no seu objetivo principal. Seu objetivo principal é o retorno do capital empregado. Para que essa situação seja visualizada, é necessário que se observe o dogma em torno do lixo, pois a grandiosidade do estranhamento da sociedade em geral, tem como resultante o afastamento da compreensão dos processos produtivos e das formas pelas quais a sociedade de consumo, se movimenta diante das transformações tecnológicas que são responsáveis pela alteração da durabilidade, toxicidade, volume e descartabilidade, que influem diretamente na produção de lixo.

De acordo com Leal et al. (2015) a reciclagem, além de ser uma atividade lucrativa, é amplamente difundida como uma ação essencialmente benéfica, que ajuda a diminuir danos ambientais, pois possibilita o reaproveitamento de parte dos resíduos sólidos, principalmente os domésticos. A ideia dos benefícios da reciclagem é pautada na preservação dos recursos naturais que seriam gastos na fabricação de novos produtos.

Diante disso, os resíduos domésticos ganham destaque, visto que em sua composição básica, encontram-se geralmente materiais orgânicos, papel, papelão, metais, plásticos e vidros. Este conteúdo, se identificado e coletado de maneira adequada sendo destinado para as instituições competentes, contribui para a redução do desperdício e diminui a quantidade de resíduos que precisará ser tratado (AKATU, 2015).

Dentre as ações de reciclagem, a separação do resíduo doméstico muitas vezes é o ponto de partida para os consumidores iniciarem a adoção de práticas sustentáveis, isto é, a adoção do descarte correto do lixo indica uma predisposição para ampliar as atitudes sustentáveis, operando como um condutor para adesão de outras atitudes sustentáveis (AKATU, 2015).

2.1.3.4 Frugalidade

Em princípio, a frugalidade pode ser conceituada como “um traço unidimensional de estilo de vida caracterizado pelo grau com que consumidores são ao mesmo tempo contidos em adquirir e utilizar bens econômicos e serviços para atingir objetivos de longo prazo” (LASTOVICKA et al., 1999, p. 1).

Pepper, Jackson e Uzzell (2009) indicam que o comportamento frugal do consumidor está relacionado ao materialismo pessoal, ou seja, à importância da propriedade e aquisição de bens materiais como objetivos de vida. Os autores evidenciam que, embora se saiba que o materialismo pessoal está relacionado negativamente com o universalismo e o pós-materialismo (compra consciente), a frugalidade ainda não está associada a considerações de justiça social ou ecológica, permanecendo como um valor ainda a ser totalmente desenvolvido como um desafio moral ao consumismo.

A frugalidade, numa visão mais ampla, se caracteriza pela restrição voluntária e pelo consumo moderado, além de conservação de recursos, produção e consumo sustentável, cuidado e manutenção de seus bens (BOVE; NAGPAL; DORSETT, 2009), sendo exercitada a partir do uso consciente dos recursos financeiros e, por conseguinte, com o seu poder aquisitivo, a considerar ainda que o contexto social na qual o indivíduo está inserido pode, em maior ou menor grau, influenciar seu comportamento frugal (LEE, 2016).

Caracterizado pelo grau em que os consumidores são limitados na aquisição e no uso de bens e serviços, a frugalidade reflete um estilo de vida ou traços de personalidade de pessoas que têm atitudes positivas em relação ao comportamento frugal, pois os consumidores voluntariamente frugais escolhem viver de forma a rejeitar gastos excessivos. O significado de frugalidade está associado a um estilo de vida simples e sem excessos e, do ponto de vista do consumo de bens e serviços, o comportamento frugal importa numa ação inibida de aquisições. Assim, a frugalidade não necessariamente está relacionada com a restrição ou falta de renda para a aquisição de bens ou serviços, podendo ser uma decisão voluntária do consumidor em não adquirir o que julgue desnecessário ou supérfluo (LASTOVICKA et al., 1999).

Há pelo menos três fatores presentes na frugalidade. Os fatores psicológicos, sociológicos e culturais. Apesar de ser enquadrada em um estilo de vida anticonsumo, indivíduos frugais podem reduzir o consumo em determinada área e aumentar em outra. Goldsmith, Flynn e Clark (2014) identificaram que consumidores frugais são menos materialistas, menos preocupados com status, e menos envolvidos com marcas do que outros

consumidores, sendo, portanto, mais independentes com relação à opinião dos outros quanto à sua tomada de decisão como consumidor.

2.1.4 Benefícios e dificuldades

Para Oliveira (2012), a sustentabilidade do consumo é o segredo para se alcançar um nível de bem-estar social e material que possa ser reproduzido pelas futuras gerações, sem que haja o esgotamento ou dissipação dos recursos naturais. Ropke (2009) revela que o consumo está inserido na vida social e cultural, não sendo algo que possa ser isolado ou reduzido sem interferir nas bases da vida diária. O consumo não está apenas relacionado ao individualismo, mas pode também estar ligado às manifestações coletivas. Assim, há um confronto quando defendemos que a redução do consumo é algo extremamente necessário.

Nesse sentido, destaca-se que, mesmo diante da finitude de recursos na terra, consumir de forma sustentável não está compulsoriamente ligado à ideia de consumir menos, mas de consumir melhor. Isto significa uma busca por uma melhoria na qualidade de vida dos indivíduos e preservação do meio ambiente, através de um consumo mais eficiente com menos desperdício (UNEP, 2015).

A sustentabilidade, quando presente como elemento cultural na sociedade, eleva a exigência dos cidadãos e das organizações na produção, compra de bens e serviços, aumentando o espaço destinado a distinção dos produtos e comportamentos das empresas (AKATU, 2015).

O consumo responsável e sustentável é a principal manifestação de responsabilidade social do cidadão. Sob esta perspectiva, é fundamental entender se a conscientização acerca de questões ecológicas e hábitos de consumo sustentáveis estão presentes no cotidiano e na prática dos consumidores, visto que sem uma relação harmônica e equilibrada entre o ser humano e o meio ambiente resta comprometida a existência das futuras gerações. Sendo assim, o consumidor deve fazer com que sua prática de consumo também seja um ato de cidadania, escolhendo produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades sem prejudicar o bem-estar da coletividade (OLIVEIRA, 2012; TAMBOSI et al., 2014).

Para Silva e Pedrozo (2016) vale destacar que a preocupação com o desenvolvimento sustentável pode produzir ganhos de imagem e visibilidade gerando benefícios para as organizações, além dos riscos trabalhistas serem menores e menos propícios a problemas judiciais. Assim sendo, é fundamental “adotar uma estratégia de gestão que atenda

às demandas pela sustentabilidade, de modo que o resultado destas práticas seja favorável à otimização dos resultados organizacionais” (BIANCHI et al., 2013, p. 5).

Diante do exposto, o Instituto Akatu (2015) considera que o maior desafio enfrentado para a conscientização de um mundo sustentável reside na dificuldade de influenciar o comportamento dos indivíduos, a forma de viver e consumir, visto que as sociedades de consumo, por influência do capitalismo, apresentam uma forte cultura em adquirir, frequentemente, novos produtos e serviços.

A responsabilidade social parte da ideia de que as empresas devem adotar princípios e assumir práticas que vão além da legislação, contribuindo para a construção de sociedades sustentáveis. As empresas devem agir de forma socialmente e ambientalmente responsáveis em todas as suas atividades produtivas. Bem como o consumidor deve cobrar, incessantemente, uma postura ética e responsável de empresas, governos e, até mesmo, de outros consumidores. O consumidor deve, ainda, buscar informações sobre os impactos dos seus hábitos de consumo e agir como cidadão consciente de sua responsabilidade para com outras pessoas e seres do planeta (BRASIL, 2005).

Para o Ministério do Meio Ambiente:

“Os governos devem garantir os direitos civis, sociais e políticos de todos os cidadãos; elaborar e fazer cumprir a Agenda 21, por meio de políticas públicas, de programas de educação ambiental e de incentivo ao consumo sustentável. Além disso, devem incentivar a pesquisa científica voltada para a mudança dos níveis e padrões de consumo e fiscalizar o cumprimento das leis ambientais” (BRASIL, 2005, p. 20).

Os consumidores não detêm de fato o controle sobre a economia ou mesmo de seu papel nela. Suas escolhas e preferências são construções sociais e culturais, sujeitas a discursos dominantes postos em prática por meio da imposição de quem controla o capital político, intelectual ou social. Em contrapartida, atos legislativos, manifestações de pensamentos, direcionamento de inovações tecnológicas e dogmatismo científico são ferramentas poderosas no processo de mudança dos hábitos dos consumidores a fim de promover uma ruptura na ordem estabelecida (FRANCO, 2019).

Dessa forma, o consumo sustentável é um caminho para o alcance do desenvolvimento sustentável, através da consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade, visto que, os consumidores, através de seus hábitos de consumo individuais e sociais, contribuem, imensamente, para a devastação do meio-ambiente. Assim, o consumo sustentável não envolve, apenas, dar preferência aos produtos mais sustentáveis, ele também considera o viés econômico e social.

2.2 Minimalismo

Esta seção aborda as diversas visões acerca do minimalismo. Sendo ele, neste estudo, considerado um estilo de vida.

2.2.1 Origem e evolução

O minimalismo, historicamente, surgiu no século XIX e atingiu seu ápice na década de 1980 por meio da arquitetura. Foi uma corrente artística que primava nos elementos de expressão essenciais, influenciando a literatura, música e, fortemente, as artes plásticas. Ele transmite a ideia de que a liberdade e essência da vida são inerentes aos materiais e objetos consumidos. As expressões “menos é mais” e “Deus está nos detalhes” são do arquiteto e professor alemão Ludwig Mies van der Rohe, um dos precursores do racionalismo e do estilo minimalista (CONTI; OURIVES; FIGUEIREDO, 2017).

O minimalismo se manifestou em outros ramos da arte, da arquitetura à literatura, música e moda, agregando seu conceito de evitar excessos. A arquitetura minimalista revelou uma linguagem estética voltada para um aspecto mais límpido no visual dos objetos, trazendo formas mais orgânicas e mantendo a neutralidade das cores. Na música, utilizavam maior repetição de trechos ou notas e ênfase nas pausas. Os literatos escreviam suas obras com uma quantidade mínima de palavras, sem rebuscamentos, além de representar a realidade em que viviam (PULS; BECKER, 2018).

Tanto na arquitetura quanto em outras áreas, o minimalismo se tornou uma ferramenta que ajuda os indivíduos a se libertarem de excessos em prol da concentração no que é de real importância e no momento presente. O minimalismo transmite modernidade, pureza, simplicidade, requinte e usabilidade (CONTI; OURIVES; FIGUEIREDO, 2017).

O primeiro contato com o termo “Minimalista” pode invocar o pensamento de indivíduos engajados com as causas sociais e ambientais, que boicotam empresas capitalistas. Porém, diferentemente do que muitos pensam, o minimalismo não propõe apenas a redução do consumo, mas trata sobre como trabalhar diariamente com o entorno de forma consciente e significativa. É possível afirmar que existe uma preocupação com o meio ambiente e com a sustentabilidade, mas, além disso, é uma questão pessoal sobre a felicidade e o que dá sentido à vida. É sobre libertar-se dos exageros e focar no que realmente importa (PULS; BECKER, 2018).

O estudo acerca do consumo minimalista ainda não dispõe da vastidão da contribuição teórica existente no campo artístico. A arte minimalista construiu seu conceito ao longo de décadas e o estudo do minimalismo voltado para uma cultura do consumo é recente. Para Rojas e Morcazel (2015) o minimalismo ainda não pode ser considerado uma subcultura, pois este conceito aplicado precisa transgredir organizações com predomínios contemporâneos (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

2.2.2 Conceitos

O minimalismo foi descrito como uma filosofia que elimina intencionalmente o excesso de coisas a fim de viver uma vida simples, focando em itens de importância e valor. Embora a maior parte do que se sabe sobre o minimalismo venha de livros não acadêmicos, artigos de notícias e blogs, essas fontes são importantes para se obter informação (MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

De forma prática, pode-se definir o minimalismo como um estilo de vida que tem como objetivo identificar o essencial e eliminar os excessos. Os minimalistas visam reduzir os impulsos da sociedade de consumo, sem necessariamente deixar de fazer parte dela. A essência do minimalismo pode ser percebida através da negação da ostentação e da compulsão, criticando a quantidade de objetos que têm valor dentro do círculo social. Eles manifestam uma mudança individual e estrutural, além de priorizar a qualidade ao invés de quantidade (ROJAS; MOCARZEL, 2015; UGREEN, 2021).

“...os minimalistas querem apenas reduzir os ímpetus da sociedade de consumo, sem necessariamente deixar de fazer parte dela. Eles não pregam a revolução estrutural, mas a mudança individual. Portanto, não estamos falando de uma subcultura, mas sim de um estilo de vida (ROJAS; MOCARZEL, 2015, p. 135).

O estilo de vida é um conjunto de práticas que preenche necessidades utilitárias, promove forma e narrativa característica a sua própria identidade, isto é, o estilo de vida minimalista vai além do consumo como ato de comprar algo, é o ato de consumir significado e propósito (GIDDENS, 2002).

O estilo de vida minimalista ganha cada vez mais adeptos, justamente pelo bombardeio de informações disponíveis diariamente, pela lógica implacável do hiperconsumo, pelas exigências cada vez maiores do mercado de trabalho e pela redução da qualidade de vida em função da necessidade de se produzir mais para se consumir mais (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

A adoção do minimalismo é um processo que implica aprender novos comportamentos e adesão a um conjunto de valores que se diferenciam em vários aspectos da sociedade de consumo. Envolve, entre outras coisas, a diminuição da importância das preocupações materiais e a limitação do tempo de trabalho, a fim de dedicar recursos e energia a aspectos da vida que são considerados mais essenciais, como relações interpessoais, espiritualidade, envolvimento na comunidade e voluntariado (BOUJBEL; D'ASTOUS, 2012).

A característica comum que define todas as narrativas do minimalismo como estilo de vida é que elas rejeitam, implicitamente, os ideais estabelecidos de maximizar o consumo e a produtividade do trabalho. O minimalista defende a ética da simplicidade e ociosidade, renunciando à ocupação em tempo integral. Em segundo lugar, todas as narrativas sugerem técnicas específicas de redução do consumo. Tais técnicas são versáteis e envolvem, por exemplo, a desobstrução de casas a partir de bens materiais acumulados; a reorganização de acordo com uma estética minimalista; a redução seletiva de trabalho, comunicação e compromissos sociais para liberar tempo pessoal; assim como a “economia geral de estilos de vida individuais de acordo com as prioridades do que realmente importa na vida” (MEISSNER, 2019, p.3).

Para Hausen (2018) o minimalismo é uma ferramenta que ajuda a encontrar a liberdade das armadilhas da cultura de consumo em torno da qual construímos nossas vidas e, portanto, pode ser usada para viver uma vida significativa. No entanto, não há nada errado em possuir bens materiais, mas, tendemos a atribuir muito significado às posses materiais em vez de saúde, relacionamentos e crescimento pessoal. O minimalismo, como uma escolha voluntária de estilo de vida, permite que um indivíduo tome decisões conscientes sobre o que é importante na vida para torná-la significativa.

Essa visão do minimalismo fornece instrumentos abrangentes para realizar mudanças na vida de acordo com um padrão específico. Incluindo: crítica ao consumismo, redirecionamento pós-materialista de aspirações (descoberta de valores "reais") e métodos de reestruturação do estilo de vida (minimalismo como ferramenta) (DOPIERALA, 2017).

Há quem diga que o movimento minimalista é uma resposta individual focada na redução do consumo, porém falta o potencial radical para desafiar coletivamente o sistema capitalista que, muitas vezes, aprisiona os consumidores em uma paisagem inicialmente materialista (MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

De acordo com Rodriguez (2017) e contrapondo Mangold e Zschau (2019) existem aspectos da prática minimalista que se enquadram nessa estrutura de ação política radical. Pois o minimalismo representa uma contrarrazão e um conjunto de contra-práticas ao

status quo do capitalismo de consumo, implicando uma rejeição das “necessidades” que reproduzem as relações salariais e vislumbrando uma sociedade com menos trabalho obrigatório e menos degradação ambiental. Além disso, o minimalismo permite a redistribuição social, pois a recusa em comprar bens desnecessários libera dinheiro para projetos sociais e instituições de caridade (BECKER, 2016; RODRIGUEZ, 2017).

O minimalismo pode ser visto de várias formas: como exemplo de cultura consultiva e terapêutica; como tendência de marketing, cujos elementos são utilizados em diferentes aspectos da vida; como ilustração de uma nova espiritualidade anticonsumista; como um estilo de consumo em que a quantidade de bens é limitada, mas ainda assim são consumidos escolhendo produtos de maior valor e qualidade ou focando em determinantes não materiais da existência (experiências, emoções) e como uma forma alternativa de satisfazer as próprias necessidades (DOPIERALA, 2017).

Há autores que afirmam que o comportamento minimalista pode ocorrer de forma voluntária ou não. Juntamente com razões ou fatores voluntários, os indivíduos podem ser forçados a resistir ao consumo por causa da limitação da renda ou crise econômica. A renda limitada influencia diretamente nas práticas de consumo e na percepção de bens de consumo, o que também interfere na maneira como os consumidores justificam seus padrões de consumo (EL KHATIB, 2020).

O minimalismo não rompe com a sociedade de consumo e nem com o capitalismo, ele os questiona. Ao criticar o consumo, o minimalismo como estilo de vida se opõe à base essencial da acumulação de capital. Ao mesmo tempo, no entanto, evita formular uma crítica explícita. O consumidor minimalista reflete até que ponto a aquisição de bens traz resultados positivos para a sua existência e quanto do tempo, energia e dinheiro são investidos no consumo (MEISSNER, 2019).

Semelhante ao minimalismo, a simplicidade voluntária visa fornecer um projeto para uma “vida mais gratificante”, “reduzindo a desordem e minimizando atividades” que não “consideramos significativas”, ou seja, pode ser vista como uma filosofia que defende uma posição contracultural baseada em noções de suficiência, frugalidade, moderação, contenção, localismo e atenção plena (HAJDAS, 2019; MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

A simplicidade voluntária é uma estratégia de vida de oposição que rejeita os estilos de vida materialistas e de alto consumo das culturas de consumo, afirma o que muitas vezes é apenas chamado de “vida simples” ou “redução de marcha”. Às vezes chamada de “revolução silenciosa”, esta abordagem da vida envolve o atendimento das necessidades materiais da forma mais simples e direta possível, minimizando gastos com bens de consumo

e serviços e direcionando progressivamente mais tempo e energia para a busca de fontes não materialistas de satisfação e significado " (DOPIERALA, 2017).

Rodriguez (2017), usa o termo minimalismo para descrever uma ampla gama de práticas que foram rotuladas de forma diferente em diferentes momentos históricos. O autor revela que outras nomenclaturas, incluindo "movimento de simplicidade voluntária", "vida simples", "movimento de organização", "redução de marcha", "movimento de localização" e "novo puritanismo", têm, basicamente, o mesmo sentido e são vistos frequentemente na literatura.

Andrzej Kasperek (2018) vê o minimalismo como uma "segunda onda", ou seja, como uma continuação da simplicidade voluntária. Ele afirma que é difícil indicar uma fronteira entre a simplicidade voluntária e minimalismo; alguns de seus representantes igualam esses dois fenômenos e usam esses termos alternadamente, enquanto outros os colocam em uma perspectiva relacional, com a simplicidade voluntária tendo um significado mais amplo. Já o essencialismo distingue de maneira deliberada as poucas coisas vitais das muitas triviais, elimina o que não é essencial e remove obstáculos para que o essencial tenha passagem livre (MCKEOWN, 2012).

Outra vertente que aborda o baixo consumo e o consumo sustentável é conhecida como *Degrowth*. O decrescimento é definido como uma redução na produção e consumo com o objetivo de aumentar o bem-estar humano e elevar as condições ecológicas em níveis local e global, em curto e longo prazo, servindo como salvaguarda dos direitos humanos e dos ecossistemas (SCHNEIDER et al., 2010; PAIVA, 2020).

Para D'Alisa (2019) o *Degrowth* é uma crítica radical sobre a ideologia do crescimento. Esta ideologia foi construída em torno do senso comum de que "para nos sentirmos bem, precisamos de mais (coisas) "; ou que "para nos sentirmos melhor precisamos cada vez mais". Tal censo se espalhou em paralelo com a expansão do desenvolvimento econômico industrial e da democracia liberal; que legitima cada indivíduo a mobilizar todos os recursos necessários para o alcance de seus desejos e vontades pessoais. O diagnóstico deste modelo societário, baseado no crescimento, esclarece alguns dilemas, são eles: é ecologicamente insustentável, pois promove a expansão contínua da extração de materiais e do uso de energia ao mesmo tempo, danificando a capacidade de recuperação dos ecossistemas e é socialmente injusto porque (re)produz desigualdades de classe, gênero e raça.

Kallis (2011), compreende que o decrescimento, assim como o minimalismo, apresenta uma estrutura multifacetada que dá propósito e conecta diferentes políticas e iniciativas de cidadania.

O significado do minimalismo 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 ou supérfluo é subjetivo. Ainda que os indivíduos possam vivenciar o minimalismo de maneiras diferentes, cada caminho leva aos mesmos benefícios (MILLBURN; NICODEMOS, 2014; HAUSEN, 2018).

Alguns críticos argumentam que o minimalismo oferece um hedonismo estreito, pois é reservada para um pequeno número de indivíduos privilegiados e, devido à sua própria natureza, é professada e praticada principalmente por aqueles que podem facilmente regular os níveis materiais de suas vidas (DOPIERALA, 2017). Nesta pesquisa, são considerados minimalistas, pessoas que possuem condições financeiras para comprar seus “objetos de desejos”, mas optam por não comprar.

2.2.3 Benefícios e dificuldades

No estilo de vida minimalista cada objeto que se tem serve para um propósito ou traz alegria. Parte das seguintes premissas: “quando você tem menos coisas você utiliza melhor o que tem” e “há mais coisas na vida do que contas, dinheiro e trabalho”. Preza, também, pela acessibilidade, simplicidade e sustentabilidade, ou seja, o minimalismo reflete na maneira de consumir, entretanto, não é apenas isso. É um caminho encontrado por pessoas que buscam a vida com mais sentido e menos objetos (MINIMALISM, 2016).

Para os minimalistas, focar no essencial e eliminar os excessos não se aplica, apenas, aos objetos materiais. O processo de desapego não é apenas físico, mas também mental. As narrativas minimalistas ilustram os benefícios que surgem da redução do consumo e da produtividade. O acúmulo de bens demanda muita energia, que deixa de ser investida em valores que são considerados importantes pelos minimalistas como concentração e tempo de qualidade (MEISSNER, 2019).

Para Millburn e Nicodemos (2014) a felicidade é uma consequência do estilo de vida minimalista. Possuir muitos objetos como carros, casas e roupas, é sinônimo de preocupação, falta de tempo e muitas contas. Quando o indivíduo escolhe consumir o essencial ele carrega menos preocupações e isso abre mais espaço para a felicidade.

As narrativas minimalistas ilustram os benefícios que emergem da redução do consumo e da produtividade, como concentração, tempo de qualidade e preservação ambiental. Os agentes políticos que buscam implementar uma mudança para sistemas mais econômicos de decrescimento devem enfatizar os benefícios que essa mudança pode trazer.

Um estilo de vida anticonsumista tem potencial para fornecer a alavanca cultural para uma transição democrática em direção ao decrescimento (MEISSNER, 2019).

Segundo McKeown (2015) e Babauta (2009), perdemos a capacidade de filtrar o que é importante e o que não é, fazendo emergir a “fadiga decisória”, ou seja, quanto mais escolhas somos forçados a fazer, mais a qualidade das decisões se deteriora. Não foi só o número de escolhas que aumentou exponencialmente, mas também a força e o número de influências externas sobre as decisões. Para que isso não aconteça é importante saber o que é essencial e eliminar o resto. Tudo muda quando nos damos permissão para eliminar o que não é essencial. (MCKEOWN, 2015).

Babauta (2009) descreve os benefícios do minimalismo como menos estresse, menos dívidas, mais tempo para amor, paz e alegria. Da mesma forma, Millburn e Nicodemos (2014) afirmam que o minimalismo os ajudou a crescer como indivíduos, a perseguir suas paixões, a experimentar a verdadeira liberdade, a descobrir um propósito em suas vidas e, o mais importante, a encontrar uma felicidade duradoura. Assim, o minimalismo é uma ferramenta para se livrar dos excessos da vida em favor de focar no que é importante, para que o indivíduo possa encontrar felicidade, realização e liberdade.

Agora com tempo e dinheiro para fazer o que deseja, o minimalista preconiza que não quer deixar de comprar. Ele quer ter controle sobre a compra e sobre o significado que dá aos objetos (MINIMALISM, 2016). Portanto, os minimalistas consideram que o consumo exacerbado é uma forma de atraso. O consumismo é considerado um impedimento à liberdade, visto que muitas pessoas se tornam escravas do consumo. O consumidor minimalista não para de consumir, ele foca em atividades e objetos mais duradouros e menos supérfluos (PULS; BECKER, 2018).

Meissner (2019) afirma que o minimalismo promove a redução do consumo e do excesso de produção do trabalho, ao mesmo tempo que questiona o sistema econômico capitalista. Com isso, a autora evidencia uma contradição desse estilo de vida, pois, seguindo a tendência do capitalismo, o minimalismo está mercantilizando sua própria contracultura.

Mangold e Zschau (2019) identificaram que os minimalistas começam suas jornadas para uma vida mais simples com um ato consciente de rebelião. Frequentemente vindos de origens mais privilegiadas, eles exercem sua autonomia estrutural para se rebelar contra o vazio percebido da cultura do consumo, não porque precisam, mas porque podem.

Meissner (2019) ainda admite que o minimalismo pode ser caro, mas que esse estilo de vida precisa de mais do que dinheiro. Exige convicção inabalável. O minimalismo, não é um meio de viver uma vida menos custosa, mas sim um método de aumentar a qualidade

estética da cultura material pessoal e doméstica. O minimalismo tem a intenção de maximizar as qualidades individuais de vida e estimula novas formas de consumo.

“Viver é consumir”. É necessário comida, abrigo e roupas, além das paixões e propósitos que as pessoas desejam. Essas necessidades e esses propósitos requerem bens materiais. Então, o minimalismo não rejeita todas as compras de materiais, mas fornece a oportunidade de possuir itens de alta qualidade. Produtos de vida curta, baixa qualidade ou que tenham seus prazos de validade reduzidos estimulam compras desnecessárias e agravam o sentimento de excesso que é repudiado pelos minimalistas. Assim pode-se observar que em uma economia minimalista, itens bem projetados, multifuncionais e de qualidade serão desejados e comprados (BECKER, 2016).

Mota (2017) afirma que o minimalismo não gera grandes impactos na economia, o estilo de vida vai contra o hiperconsumo e não o consumo. Porém, não se pode esconder que alguns setores seriam diretamente afetados, como os de lojas de *fast fashion*, que produzem quantidade em detrimento da qualidade. Entretanto, outros setores da economia poderiam se beneficiar. O turismo, a gastronomia, os shows, seriam mais prestigiados, pois o indivíduo que segue este estilo de vida valoriza experiências que possibilitem uma maior conexão interpessoal.

São dispensados aos produtos qualidades virtuais: desejos, anseios, medos, angústias e necessidades; estes são referenciados de tal forma que consumir certos produtos passa a ser visto como a melhor opção para alcançar a felicidade, a realização, a concretização dos desejos, a superação de obstáculos, a conquista do sucesso e, ainda, o reconhecimento. Isso revela o poder simbólico que criamos dos objetos. E para romper com essa dependência de consumo é primordial que se reaprenda a lição de que o bem-estar e a felicidade podem ser encontrados além dos bens materiais (KANAN, 2011; OLIVEIRA, 2012).

2.2.4 Estudos sobre minimalismo

Embora escassa, a ideia da discussão sobre o consumo minimalista não é inédita. Dalfovo, Ignácio e Brod (2021) criaram um podcast para introduzir o estilo de vida minimalista, com foco em sustentabilidade baseado na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas, para o público acadêmico. A Agenda 2030 é um plano de ação que envolve pessoas, o planeta e a prosperidade da vida, e busca fortalecer a paz universal com mais liberdade e igualdade. Eles acreditam que o minimalismo é uma ferramenta para a sustentabilidade e a criação do podcast acaba gerando debates sobre os impactos do consumo em excesso.

Em seu estudo, Meissner (2019) questiona a narrativa do consumo defendendo a ética do minimalismo. O artigo analisa uma seleção de cinco livros de autoajuda e um blog que promovem o minimalismo como estilo de vida, com o objetivo de interrogar seu potencial em estimular a eco política de decrescimento através da cultura popular. Com base na teoria pós-ecológica, argumenta que as narrativas do minimalismo como estilo de vida são paradoxais, pois resistem e, ao mesmo tempo, promovem culturas de crescimento capitalistas.

Villagómez (2019) relata que o minimalismo existencial é uma filosofia de vida que foca no que é importante e elimina tudo o que é desnecessário para ser feliz. A autora revela que para muitas pessoas, o estilo de vida de hoje se tornou um gerador de estresse e pressão desnecessários. O desenvolvimento dessa tendência está sendo fortalecido principalmente pela crise econômica, pois sua proposta de consumir menos, gastar menos e investir em coisas que proporcionem experiências ou relacionamentos, se encaixa nas incertezas da instabilidade da economia mundial.

Donatelli (2019) analisa as diferentes vertentes do consumo. Ela aborda os sentimentos, principalmente a felicidade, que são transmitidos por objetos adquiridos. Através de sua análise, é possível perceber a consequência da criação de movimentos de contracultura e analisar como determinadas marcas, neste caso a Marie Kondo, aproveitam-se de ideologias anti-consumo e minimalista para vender uma ideia de uma vida feliz.

Para Cerbasi (2019) o minimalismo não se trata de aquisição de objetos, mas sim de uma conscientização social de mudanças de hábitos. O autor cita o compartilhamento de quartos para pessoas que buscam por moradia, assim, economizando dinheiro, espaço e tempo de procura. As caronas compartilhadas, também, são uma alternativa, visto que diminuem o tempo da viagem e se revelam financeiramente vantajosas para o consumidor.

Hausen (2018) expõe que estilos de vida materialmente mais simples, como o minimalismo, com foco em valores intrínsecos, contribuem para a felicidade e a realização. Sua pesquisa exemplifica como os indivíduos adotam o minimalismo através da Teoria Dialógica do Eu para explicar os processos de tomada de decisão na transição de um estilo de vida materialista para um minimalista. Suas considerações sugerem que as relações dialógicas de diferentes posições do “eu” servem como uma forma de auto orientação que leva o “eu” a se transformar em um indivíduo minimalista.

Rodriguez (2017) revela que o movimento minimalista dos Estados Unidos da América (EUA) representa uma reflexão crítica cada vez mais popular sobre os males do consumismo e um esforço para criar formas de vida em meio ao capitalismo. Diante do aumento do consumo e da degradação ambiental, os minimalistas pedem que as pessoas repensem suas

“necessidades”. A pesquisa explora as ideias sociais e teóricas dos minimalistas e a resistência ao consumismo, considerando em qual medida o minimalismo representa um movimento radical e anticapitalista.

Leo Babauta (2009), autor do “O Guia Simples para uma Vida Minimalista” resume o minimalismo em cinco princípios filosóficos fundamentais, estes se destinam a fornecer um manual simples de como fazer uma jornada para uma vida mais significativa. São eles: omitir coisas desnecessárias, identificar o essencial, fazer tudo valer, encher a vida de alegria, e entender que o envolvimento neste processo é contínuo.

Assim, o minimalismo tem muito a ser explorado, devido aos seus conceitos multifacetados e, por vezes, multidisciplinares. Não se trata, apenas, da aquisição de objetos, mas sim de uma conscientização social de mudanças de hábitos de seus adeptos. Um de seus principais objetivos é desvincular a felicidade do consumo, destarte promovendo uma vida com mais sentido e propósito.

2.3 Teorias da prática

Nesta seção são abordadas as teorias da prática, que permitem a investigação das ações dos indivíduos, bem como sua relação com o cotidiano e as experiências coletivas e individuais.

2.3.1 Conceitos de práticas

A prática consiste em fluxos de atividades coordenados por uma configuração de entendimentos, procedimentos e compromissos. Esses fluxos são continuamente feitos e refeitos de uma maneira sutilmente diferente. Ao mesmo tempo que, são consideradas entidades reconhecíveis no tempo e no espaço, suportando uma certa regularidade e repetição, se concentrando nas rotinas da vida cotidiana (RØPKE, 2009; CALÍOPE; LÁZARO, 2018).

A ênfase das teorias da prática para Bourdieu (1977, 1979) e Giddens (1984) estava na superação do dualismo estrutura-agência existentes na sociologia geral, que separava as abordagens micro e macro de maneira improdutiva. Então, Bourdieu, introduzindo conceitos como prática, *habitus* e campo e Giddens, renovando os conceitos de agência, sistema e estrutura, tentaram contribuir para a “fusão” entre escolas estruturalistas e interpretativistas de pensamento nas ciências sociais (SPAARGAREN, 2011).

Para a compreensão da vida social como uma série de práticas, os agentes recorrem à conjuntos de regras e recursos ligados às práticas sociais situadas, ou seja, estão envolvidos na reprodução de séries de práticas dentro de áreas designadas da vida, recorrendo à conjuntos específicos de regras e recursos para tais práticas. Assim, devido ao destaque das práticas como rotinas comportamentais compartilhadas, o indivíduo não está mais no centro da análise; são as práticas que formam os indivíduos e seus valores, conhecimentos e capacidades, e não o contrário. As teorias da prática possibilitam uma compreensão não individualista dos comportamentos (SPAARGAREN, 2011).

A teoria da prática trata de entender a vida social como um produto das condições materiais e culturais, assim como das práticas e experiências coletivas e individuais (CASANOVA, 1995).

Schatzki (1996) identifica duas noções de prática. A primeira é a prática como entidade, como um nexos de fazer e dizer. A segunda é a prática como desempenho, que entende a execução de práticas como entidades. As práticas são o principal motivo das ordens sociais, operando de forma a moldar ações e significados. Para o autor, as práticas regulam as atividades e estabelecem os significados das ações do indivíduo. Porém, tais atividades também estão relacionadas aos aspectos materiais (SCHATZKI, 2002).

Em contrapartida, Reckwitz (2002) entende a prática como um comportamento rotineiro que representa vários elementos interconectados: formas de atividades corporais e mentais, coisas e seu uso, conhecimento, estados emocionais. Reckwitz contribuiu, principalmente, para a incorporação da tecnologia nas teorias de práticas, defendendo a necessidade de conciliar o impacto da tecnologia com o estruturalismo, como fator primordial para fazer a diferença no mundo.

O impacto das coisas na ordem social deve ser reconhecido e conceituado, tanto em termos de representações, como nos significados atribuídos por agentes. Os impactos e efeitos dos próprios objetos e a ideia de objetos sendo construídos para práticas sociais, devem ser considerados. Reckwitz propõe complementar o trabalho de Schatzki com papel constitutivo das coisas para práticas sociais. Ele revela que as coisas manipuladas são importantes para as teorias de práticas sociais, assim como as mentes e corpos atuando (SPAARGAREN, 2011).

Para Shove (2012) a prática se refere ao hábito. O hábito se relaciona às práticas que os indivíduos se comprometem a reproduzir de forma consistente e recorrente. É necessário a compreensão de quais hábitos levam as pessoas a fazerem o que fazem e, também, de como as pessoas disseminam esses hábitos (ALMEIDA, 2018).

Portanto, a mudança social não é um processo que ocorre manipulando e forçando as mentes humanas, mas como um conjunto de práticas sociais transformadoras que emergem, estabilizam e desaparecem à medida que as conexões entre entendimentos, habilidades e artefatos são formadas e interrompidas (HARGREAVES, 2011; CALÍOPE; LÁZARO, 2018).

Sendo assim, a própria existência de uma prática, como o minimalismo, por exemplo, só é possível se houver uma articulação de corpos, mentes, tecnologias e recursos. Não se pode reduzi-la a algum destes itens isoladamente. Então, a compreensão da dinâmica de uma prática requer todos esses elementos, das relações entre eles e da integração entre eles na composição da mesma (ALMEIDA, 2018).

2.3.2 Elementos das práticas

Inicialmente, os elementos das práticas foram propostos por Schatzki (2002, 2003). O autor revela que as práticas são vistas como ações humanas organizadas de forma complexa. Essas ações são organizadas por três fenômenos, são eles: as regras, os entendimentos e as estruturas teleoafetivas (SCHATZKI, 2002).

As regras são princípios, preceitos e instruções que obrigam, direcionam, determinam ou coagem as pessoas a realizarem ações específicas. São compostas por um conjunto de documentos que normatizam a agência, por exemplo, os regulamentos e as normas. São parâmetros formais que servem como guia para as ações empreendidas no contexto de determinada prática (SCHATZKI, 2002).

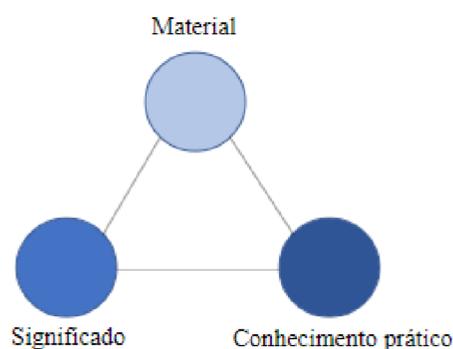
Os entendimentos são assimilados como um aspecto, inerente à prática, que os praticantes dão continuidade, ou seja, são os significados existentes no contexto da prática que seus praticantes propagam, sendo considerados mais relevantes aqueles que têm sua continuidade perpetuada por mais tempo (SCHATZKI, 2003).

As estruturas teleoafetivas agrupam finalidades, projetos e ações normatizados e ordenados, capazes de, inclusive, estarem atrelados a emoções. É o conjunto de ações que tem como foco uma finalidade, quer dizer, o grupo percebe que certas tarefas são meios para alcançar um fim proposto no contexto da prática que está sendo continuada (SCHATZKI, 2003).

Reckwitz (2002) também deu sua contribuição com a proposição de elementos da prática, como: corpo, mente, conhecimento, coisas, agente, estrutura, discurso e linguagem. E Warde (2005) declarou que os elementos das práticas seriam: os entendimentos, os engajamentos, os procedimentos e os itens de consumo.

Shove, Pantzar e Watson (2012), analisam a prática com base em três elementos que se apresentam de forma interligada, figura 1, são eles: os elementos materiais, constituídos pelos objetos, pela infraestrutura, pelas ferramentas, pela parte física dos equipamentos e pelo próprio corpo; o significado, que envolve as atividades mentais, as emoções e o conhecimento motivacional; e o conhecimento prático, formado pelos entendimentos compartilhados sobre o desempenho e as competências necessárias a esse desempenho. Os elementos da prática existem isoladamente, mas somente se estabelecem enquanto prática quando estão interligados.

Figura 1 – Elementos da prática

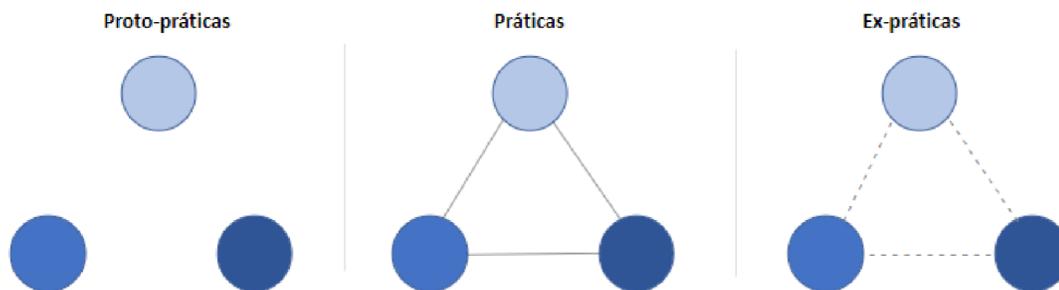


Fonte: Adaptado de Shove, Pantzar e Watson (2012).

Cada vez que uma prática é realizada, elementos dessas três categorias são combinados e não é possível realizar uma prática a menos que todos os elementos necessários estejam disponíveis. A gama de elementos varia no tempo e no espaço e, portanto, a mesma prática poderá ter diferentes formas em diferentes momentos de sua história. Nessa visão, a prática é conceituada como uma mudança por meio de alterações em seus elementos constitutivos (SPURLING; MCMEEKIN, 2015).

Shove, Pantzar e Watson (2012) apresentam três cenários possíveis de configurações entre elementos: proto-práticas, práticas e ex-práticas. A figura 2 demonstra como as práticas estão sujeitas a processos de surgimento, estabilidade, mudança ou desaparecimento.

Figura 2 - Proto-práticas, práticas e ex-práticas



Fonte: Adaptado de Shove, Pantzar e Watson (2012, p. 25).

No contexto da proto-prática, os elementos existem, mas não estão conectados, não existe interação, portanto, ela ainda não foi constituída. Os elementos estão desconectados e assim permanecerão até as conexões serem feitas no momento adequado para a composição da prática (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012).

Na prática em si, as conexões entre elementos possibilitam a reprodução e sustentação dessa “prática”. O material usado para a realização de algo por meio dos conhecimentos que o ator possui, fazendo uso de uma significação atribuída a este algo. Assim, a prática existe a partir do momento em que material, conhecimento e significado são integrados (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012; ALMEIDA, 2018).

A ex-prática ocorre no momento de enfraquecimento e quebra das ligações entre os elementos, acarretando desconexões, seja pela saída ou entrada de outros elementos. As mudanças no tempo e espaço podem ocasionar a desintegração destes elementos, ocasionando o rompimento da prática, podendo levar ao surgimento de outra prática. A própria vida pode ser entendida como uma sucessão de práticas (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012; ALMEIDA, 2018).

2.3.2.1 Significado

O significado representa as significações atribuídas pelo indivíduo. Simboliza os sentidos e as imagens compartilhadas pelos atores. São as aspirações, emoções e motivações. Reproduz o “significado social e simbólico de participar a qualquer momento”. Assim, o significado configura a significação atribuída pelo indivíduo à sua participação em algo (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012).

2.3.2.2 Conhecimentos práticos

Para Shove, Pantzar e Watson (2012), o conhecimento prático é relativo à competência, representa o conjunto de conhecimentos, habilidades e experiências que os indivíduos desenvolvem para a prática de certas atividades. Engloba as variadas formas de entendimento e compreensão cognitiva, ou seja, representa tudo o que o indivíduo assimila e interpreta sobre o que faz.

2.3.2.3 Elementos materiais

Em relação aos elementos materiais é possível dizer que são os recursos palpáveis a que o indivíduo tem acesso. São compreendidos como o conjunto de todos os elementos inanimados que participam da constituição da prática em si, são os recursos tangíveis à disposição (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012).

Os materiais são constituídos por “objetos, infraestruturas, ferramentas, hardwares e do próprio corpo” do indivíduo, ou seja, são os recursos concretos disponíveis para o praticante (SHOVE, PANTZAR, WATSON, 2012, p. 23).

Para Schatzki (2005) os arranjos materiais envolvem as configurações de objetos, artefatos, pessoas, organismos e coisas. O conjunto destes artefatos constitui os arranjos materiais. Os arranjos formam as configurações das práticas e são, em diferentes graus, configurados e alterados dentro delas, ou seja, à medida que as práticas são possibilitadas e modeladas pelos arranjos materiais, elas atuam de forma a promover sua ressignificação e reestruturação. Tais artefatos podem ser: organogramas e fluxogramas, layouts, escritórios, mesas e cadeiras, pessoas, entre outros (ALMEIDA, 2018).

Quadro 2 - Os elementos da prática

Significado	Sentidos, imagens compartilhadas, aspirações, emoções e motivações.
Conhecimentos práticos	Competência, conjunto de conhecimentos, habilidades e experiências.
Elementos materiais	Objetos, infraestruturas, ferramentas, hardwares e próprio corpo do indivíduo.

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Shove, Pantzar e Watson (2012).

2.3.3 Estudos de consumo com teorias da prática

As pesquisas relacionadas ao consumo com teoria das práticas se concentram em estudos voltados à degradação ambiental, mudança climática e sustentabilidade (WARDE, 2014). Shove, Pantzar e Watson (2012), Warde (2014) e outros pesquisadores estudaram a análise do consumo e da sustentabilidade no campo da vida cotidiana com base na teoria das práticas sociais impulsionado por Schatzki e Reckwitz. Quando associada à sustentabilidade, a teoria das práticas se desenvolve em três circunstâncias, são elas: a economia ecológica (RØPKE, 2009), a mudança tecnológica e social (SHOVE, 2003) e as rotinas de consumo (NYE; HARGREAVES, 2010).

Martin, Shaheen e Lidicker (2010) realizaram uma pesquisa acerca dos carros compartilhados. O estudo contou com mais de seis mil participantes da América do Norte e evidenciou que a adesão ao compartilhamento de carros propiciou uma redução de mais de 50% no número de carros por residência. Com o compartilhamento de carros, as pessoas possuem acesso a um automóvel, sem que, efetivamente, precisem possuir um.

Spaargaren (2011), em seu estudo, aponta que algumas práticas são mais relevantes do que outras, dependendo da região geográfica observada, bem como alguns domínios de consumo se mostram mais fortes do que outros. Os domínios relevantes para o consumo sustentável ocorrem por meio de práticas específicas da vida cotidiana. Os domínios como habitação e alimentação se mostraram com os níveis mais relevantes do que os domínios de lazer e turismo, por exemplo.

Shove, Pantzar e Watson (2012) estudaram a reinserção da bicicleta como meio de transporte para ir ao trabalho e percorrer pequenas distâncias. Esta experiência está sendo mais bem sucedida na Dinamarca e Holanda, visto que, nestes países o significado da bicicleta como um meio de transporte é bastante difundido e a própria cidade propicia espaço para o uso do ciclismo com esta finalidade.

Outro estudo de Shove, Pantzar e Watson (2012) fala sobre a caminhada nórdica. A caminhada nórdica surgiu nos países nórdicos da Europa com o objetivo de melhorar o desempenho dos atletas que apreciam esqui. Esta atividade se popularizou por estar associada aos significados que as pessoas atribuíram ao exercício. Inicialmente a caminhada foi relacionada com bem-estar e natureza, ao passar do tempo houve uma ressignificação associando-a à saúde, pois, verificou-se uma melhora em pacientes com problemas nas articulações.

Warde (2014) enfatiza atividades da vida cotidiana, por exemplo, o uso de água e de energia nas práticas de limpeza, abordando aspectos sociais e materiais, levantando o questionamento de como modificar os padrões de consumo atuais nestes aspectos a fim de torná-los mais sustentáveis. Complementando Warde (2014) com o objetivo de modificar as práticas de utilização de recursos é necessário promover a renegociação dos hábitos, impulsionando o surgimento de hábitos sustentáveis. O processo de mudança nas práticas cotidianas é subjetivo, convidando as pessoas a refletirem e se questionarem sobre suas ações e seus estilos de vida. Através deste questionamento é possível negociar os significados atribuídos ao modo como os recursos são utilizados e discutir meios e modos para uma vida sustentável (CHAPPELLS; MEDD; SHOVE, 2011).

Posto isto, é possível afirmar que a existência das práticas se dá através da conexão entre seus elementos. Neste estudo será utilizada a perspectiva de Shove, Pantzar e Watson (2012) e os elementos constituintes das práticas: o significado, o conhecimento prático e os elementos materiais.

2.4 O consumo durante a pandemia da COVID-19

Em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, província de Hubei, na China, um novo coronavírus humano foi descoberto e denominado SARS-CoV-2 ou Covid-19. Em março de 2020 foi considerado uma pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS), tornando-se uma emergência de saúde pública internacional. O vírus, semelhante a uma gripe, causa complicações pulmonares, circulatórias, e tem uma taxa de transmissibilidade altíssima (BEZERRA et al., 2020; TERRES et al., 2020).

A partir dessa situação foi iniciado uma série de quarentenas em diferentes locais do mundo. Governos, das mais variadas partes e esferas (federal, estadual e municipal), com o intuito de conter a rápida disseminação do vírus e evitar aglomerações, tomaram medidas como: o isolamento e distanciamento social, *lockdown* de cidades, bloqueio de aeroportos, controle do fluxo de pessoas nas ruas, uso obrigatório de máscaras em público, medição da temperatura corporal nas entradas dos estabelecimentos, educação virtual, trabalho remoto, fechamento do comércio não essencial; resultando em efeitos na economia do país e nas populações mais vulneráveis. Os procedimentos de contingência para combater a doença fazem jus à carência de dados e evidências científicas, os protocolos adotados, vistos como

procedimentos severos, são uma possibilidade de pecar por excesso para vencer a pandemia (MAMEDE, 2020).

Segundo o estudo da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), a Covid-19 está trazendo graves efeitos econômicos e sociais no curto e longo prazo. A intensidade e profundidade desses efeitos dependerão das condições de cada economia. Empresas dos mais diversos setores, independentemente do porte, estão sendo afetadas pela suspensão da atividade produtiva nacional, gerando desemprego e menor crescimento econômico (CEPAL, 2020; ORTEGA-VIVANCO, 2020).

Além da crise econômica e da saúde, a Covid-19 afeta negativamente o bem-estar da população, uma vez que é orientado que as pessoas permaneçam em suas residências a fim de evitar o aumento do número de casos, o que pode gerar, entre outros efeitos, transtornos psicossomáticos, como ansiedade e depressão. Segundo a OMS, os momentos de crise, somados ao medo de contrair a doença e às mudanças no cotidiano, acabam gerando emoções negativas (TERRES et al., 2020; WHO, 2020).

Do ponto de vista do consumo, a ansiedade e a depressão podem influenciar o comportamento do consumidor, de forma a tornar mais atrativas escolhas menos saudáveis, ou, até mesmo, a levar a uma compra compulsiva. No contexto da pandemia de Covid-19, já se sabe que os distúrbios psicossomáticos podem gerar compras motivadas pelo pânico, fadiga com relação ao consumo de serviços virtuais, aumento o consumo de álcool e drogas, além do comprometimento da capacidade de realização de tarefas, frustração e procrastinação (TERRES et al., 2020).

A ideia de um novo estilo de vida em decorrência da pandemia mostrou que mesmo quando os países começaram a flexibilizar as medidas, um novo normal foi aceito, portanto, essas novas formas de realização de diferentes atividades podem permanecer a longo prazo, pois até o momento não se sabe até quando irão seus efeitos adversos na sociedade, ainda que com o incremento da vacinação (URDAN, 2020).

Diversos estudos sobre o consumo durante a pandemia foram realizados. Em seu estudo, Ortega-Vivanco (2020) determinou como as medidas de confinamento causadas pela Covid-19 impactam no comportamento do consumidor. Por meio da medição de variáveis relacionadas a fatores pessoais, sociais, psicológicos e culturais, com o objetivo de construir um modelo de comportamento do consumidor que explique os elementos relevantes no comportamento do consumidor em tempos de crise.

Terres et al. (2020) estudaram as diversas formas de consumo pró-social. Eles revelaram que os consumidores, na tentativa de diminuir as emoções negativas causadas

pela crise, se engajariam em projetos sociais e comprariam mais de empresas que possuam um posicionamento claro e alinhado com o consumo sustentável. Como consequência dessas ações, seu bem-estar emocional durante a crise seria maior do que aquele de consumidores que não se engajaram nesse tipo de ação (TERRES et al., 2020).

A pesquisa *EY Future Consumer Index*, realizada pela EY Parthenon consultoria, mostra uma aceleração do comportamento social e ambientalmente responsável dos brasileiros. A maior parte dos entrevistados, afirma que cuidarão melhor de sua saúde física e mental. A tomada de decisões de compra mais saudáveis está nos planos de 75% dos entrevistados e 70% afirmaram que prestarão mais atenção aos impactos ambientais e sociais dos produtos que compram. A pesquisa ainda revela que os entrevistados estarão mais atentos às necessidades da comunidade em que vivem. Por último, revela que a pandemia serviu como um alerta para a necessidade de um pensamento mais coletivo, avaliando melhor os impactos do consumo na sociedade e no meio ambiente (EY Parthenon, 2020).

Já Zwanka e Buff (2021) visualizaram que o impacto da pandemia trará mudanças no comportamento do consumidor e apontam que as compras online serão uma prática durante e após esse problema de saúde pública.

Em estudo de Bezerra et al. (2020), realizado no Brasil com 16.440 pessoas foi questionado o impacto do isolamento/distanciamento social na renda/gastos familiar, obtendo-se as seguintes respostas: para 32% das pessoas, o isolamento não está impactando a renda/gastos, já 34% dos respondentes afirmam que estão economizando dinheiro, 13% das pessoas estão gastando mais dinheiro nesse período, enquanto 20% afirmaram que pararam de ganhar dinheiro em função do isolamento social.

Para El Kathib (2020), durante a pandemia no novo coronavírus, alguns consumidores limitaram a quantidade de itens que compram ou a frequência de suas compras, enquanto outros reduzem os gastos no total ou limitam seu orçamento de compras. O autor, ainda, reflete que o processo de tomada de decisão de compra, que antes era eficaz e instantâneo, tornou-se cognitivo, racional e deliberado. Ele observou que na fase de pré-compra, os consumidores passaram a pensar mais antes de comprar e questionar se realmente precisavam do produto, uma prática muito comum entre os minimalistas.

Fanelli (2021) afirma que durante o período de confinamento, o acesso limitado às compras diárias causou uma redução no consumo de alimentos frescos, especialmente frutas, vegetais e peixes. Ao mesmo tempo, houve uma reação instintiva imediata para acumular alimentos, com os consumidores tendendo a comprar produtos em conserva e duráveis, como massas, arroz, alimentos congelados.

A Universidade Federal de Juiz de Fora publicou uma reportagem acerca das mudanças ambientais geradas pelo isolamento social causado pela pandemia. No geral as mudanças são positivas pois melhoraram a qualidade do ar e diminuíram a poluição nos maiores centros comerciais. Porém, há também impactos negativos. Especialistas revelam que o maior está na produção de alimentos e que com as pessoas mais tempo em casa, conseqüentemente consomem mais comida, água, energia, o que acaba gerando muitos resíduos (UFJF,2020).

Belk (2020), em seu trabalho intitulado *Consumo pós-pandemia: um portal para o novo mundo?*, compila previsões e opiniões de especialistas do campo do comportamento do consumidor. O pesquisador avalia as mudanças relacionadas à práticas de consumo pré-pandemia no curto, médio e longo prazo com o pós-pandemia. Essas atividades incluem fazer compras online, trabalhar em casa, viagens ao exterior, ir a restaurantes e clubes.

A pesquisa de Garcia e Sanchez (2020) revelou o aumento do consumo de álcool durante a pandemia no Brasil. A pesquisa realizada com 44.062 participantes revelou que 18% da população com 18 anos ou mais de idade relataram aumento do uso de bebidas alcoólicas durante a pandemia. Revelou, também, que com o fechamento de bares e restaurantes e a proibição da aglomeração de pessoas, o consumo passou a ser realizado predominantemente no ambiente doméstico, incentivado também por eventos online, como as *lives* de cantores sertanejos, por exemplo (GARCIA; SANCHEZ, 2020).

Uma reportagem realizada pela revista inglesa *The Economist* (2021) traz o “índice de normalidade” que mostra o quão perto estamos de um mundo pré-pandemia. Ela revela que com o avanço da vacinação, escolas, comércios e universidades estão reabrindo com menos restrições. Alguns países com baixos índices de contágio estão fazendo eventos teste com aglomerações controladas a fim de detectar uma possível transmissão do vírus, mesmo após o ciclo completo de vacinação. O resultado da pesquisa mostra que o mundo nunca mais voltará ao que era antes e que viveremos em um sistema híbrido. O trabalho remoto, as compras online e aulas à distância serão mescladas às atividades presenciais (LODER,2021).

Em recente entrevista à revista VEJA (2021), o minimalista Joshua Millburn, revela que a pandemia fez com que as pessoas questionassem o que é, realmente, essencial para suas vidas, entendendo que o que realmente importa vai além de bens materiais (ALMEIDA; CONCEIÇÃO, 2021).

Para tanto, este estudo observou as mudanças nas práticas de consumo dos minimalistas ocasionadas pela pandemia da COVID-19. As percepções e os hábitos dos consumidores minimalistas encontram-se numa condição adaptação perante as transformações provocadas pela pandemia.

Diante do referencial exposto, visando o atendimento do objetivo geral proposto pelo estudo, é apresentada a metodologia a ser empregada na seção a seguir.

3 METODOLOGIA

Esta seção é referente ao detalhamento da pesquisa que foi aplicada com o objetivo de analisar como o minimalismo se relaciona à prática do consumo sustentável.

3.1 Delineamento da Pesquisa

A pesquisa em questão é do tipo qualitativa e interpretativista. Na pesquisa qualitativa, um fenômeno pode ser mais bem compreendido no contexto em que ocorre do qual é parte, ou seja, deve ser analisado numa perspectiva integrada. Assim o pesquisador capta o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes (GODOY,1995). O paradigma interpretativista, com o objetivo de compreender os significados subjetivos da ação social, entende o mundo sob a perspectiva dos indivíduos diretamente ligados ao fenômeno (CHAEBE; GUIMARÃES, 2014).

A pesquisa qualitativa é uma pesquisa interpretativa, com o investigador tipicamente envolvido em uma experiência sustentada e intensiva com os participantes. Ela emprega diferentes concepções filosóficas, estratégias de investigação, métodos de coleta, análise e interpretação de dados; os procedimentos se baseiam em dados de texto e imagem (CRESWELL, 2014). Os métodos qualitativos não são construídos a partir de uma teoria ou uma abordagem metodológica unificada, pode adotar várias posturas e técnicas, incluindo o uso de observação, entrevista, questionários e análise de documentos (GRAY, 2012). É influenciada pelo tipo de paradigma de pesquisa adotado pelo pesquisador (YIN, 2016).

O valor da pesquisa qualitativa está na descrição específica e nos temas desenvolvidos no contexto local empírico (CRESWELL, 2014). A relevância para o estudo das relações sociais deve-se ao fato da pluralização das esferas da vida. É orientada para a análise de casos concretos em sua particularidade temporal e local, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais (FLICK, 2009).

São características da pesquisa qualitativa: o ambiente natural, o pesquisador como instrumento fundamental, as múltiplas fontes de dados, a análise de dados indutiva, os significados dos participantes, o projeto emergente, a lente teórica, o interpretativismo e o relato histórico (CRESWELL, 2014; YIN, 2016). A pesquisa qualitativa trabalha essencialmente com dois tipos de dados; os dados verbais, que são coletados em entrevistas semi-estruturadas e, com as narrativas (FLICK, 2009).

Os aspectos essenciais da pesquisa qualitativa consistem na escolha correta de métodos e teorias oportunos, no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas, nas reflexões dos pesquisadores a respeito de sua pesquisa como parte do processo de produção de conhecimento, e na variedade de abordagens e métodos (FLICK, 2009). Oferece maior liberdade na seleção de temas de interesse (YIN, 2016).

3.2 Participantes da Pesquisa

As participantes da pesquisa são mulheres que adotaram o estilo de vida minimalista. O estilo de vida minimalista tem foco na redução do consumo. As participantes se voluntariam a viver com menos bens materiais (ROJAS; MOCARZEL, 2015).

As entrevistadas foram selecionadas pessoalmente ou através de redes sociais *Whatsapp* ou *Instagram*. Algumas entrevistas se deram por meio de indicações, isto é, utilizando a técnica de bola de neve, figura 3. O sujeito externo à pesquisa, que pode ser visualizado na figura 3, não faz parte do estudo, mas é parte essencial para o acesso à próxima entrevistada. Foram escolhidas participantes femininas, pois existem estudos que comprovam que mulheres apresentam comportamentos mais sustentáveis e conscientes que homens.

Figura 3 - Participantes da pesquisa, bola de neve



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Motta e Oliveira (2007) investigaram o interesse em adquirir produtos baseado em fatores ecológicos. O resultado da pesquisa revelou que há uma predisposição de mulheres

gastarem mais em produtos ecologicamente corretos, reconhecendo o valor superior desses produtos.

Tódero, Macke e Biasuz (2011) descobriram que pessoas do sexo feminino predominam no consumo consciente, pois, normalmente, são as mulheres que fazem as compras da família e são mais atraídas por pequenos detalhes, além de terem mais disposição para pesquisar. Geralmente, as tarefas do lar são de responsabilidade das mulheres, e esses fatores têm peso significativo no conjunto total de práticas conscientes.

Gorni, Gomes e Dreher (2012) analisaram o comportamento dos gêneros masculino e feminino com o consumo sustentável. Foi observado que as mulheres demonstraram mais preocupação e compromisso com o consumo sustentável. Os resultados evidenciaram que as mulheres estão mais preocupadas com a consciência ambiental; que há maior incidência de mulheres que valorizam a aquisição de produtos recicláveis.

As participantes, autodeclaradas minimalistas, foram contatadas através de mensagens privativas em suas redes sociais. As que aceitaram participar da pesquisa, foram entrevistadas. As entrevistadas não tiveram seus nomes divulgados. Para manter o sigilo, foram escolhidos nomes de personagens de filmes e desenhos animados de acordo com a preferência de cada entrevistado.

Foram selecionadas, inicialmente, 12 participantes. As entrevistas ocorreram no período entre junho e agosto de 2020, com uma duração média de 50 minutos. A idade das respondentes variou de 25 a 71 anos. Posteriormente, foram eliminadas 2 participantes, uma por apresentar respostas incompletas e outra por ser a única entrevista realizada com brasileira no exterior.

3.3 Coleta de Dados

Durante o procedimento de coleta de dados o pesquisador deve: identificar os locais ou os indivíduos intencionalmente selecionados para o estudo proposto, deve indicar o tipo ou os tipos de dados a serem coletados, deve usar um protocolo para registrar os dados observacionais, deve ser específico sobre os tipos de coleta de dados e incluir argumentos relacionados aos pontos fortes e fracos, por último, é ideal que se inclua os tipos de coletas que vão além da observação (CRESWELL, 2014). As entrevistas podem ser usadas como principal instrumento de coleta de dados ou em conjunto com observação, análise documental ou, ainda, outro tipo de técnica de coleta (GRAY, 2012).

A pesquisa foi conduzida através de uma entrevista aberta, composta de questões de fácil entendimento e resolução. As perguntas são baseadas na revisão de literatura de

consumo sustentável, teorias da prática e minimalismo, as perguntas base da entrevista aberta estão localizadas no apêndice A. As entrevistas tiveram início após a leitura do termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice B) e aceitação do mesmo por parte dos participantes. A entrevista tem como objetivo obter informações sobre determinado assunto, através de uma conversa de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para coleta de dados, para ajudar no diagnóstico ou, ainda, no tratamento de um problema social (LAKATOS, MARCONI, 2003).

Todas as entrevistas foram realizadas à distância, através dos aplicativos Skype, Whatsapp e Google Meet, devido ao contexto do isolamento social causado pela pandemia do COVID-19 no ano de 2020. As entrevistas foram feitas em dia e hora marcados previamente de forma que fosse mais conveniente para o participante da pesquisa e o pesquisador. As conversas foram gravadas e posteriormente transcritas para uma melhor compreensão. No total foram 7h 42min e 5s de entrevistas transcritas em 104 páginas. As entrevistas continuaram até que respostas e comentários semelhantes e comparações significativas entre indivíduos pudessem ser realizados, sem que se tenha certeza de que houve saturação.

Foram coletados dados sobre a relação do indivíduo com o consumo sustentável, o comportamento minimalista e informações sociodemográficas, quadro 3.

Quadro 3 - Tópicos gerais da entrevista

Tópicos	Descrição	Suporte teórico
Consumo Sustentável	Constitui uma seção específica da entrevista. São quatro as dimensões que compõem o consumo sustentável nesta pesquisa. São elas: a consciência ecológica; a economia de recursos; a reciclagem, e a frugalidade. Os autores associam ao consumo sustentável a adoção do estilo de vida minimalista e o apoio às empresas pró-ecológicas pelos consumidores.	Ribeiro e Veiga (2011) Ribeiro, Veiga e Higuchi (2016)
Minimalismo	Constitui uma seção específica da entrevista. O minimalismo, nesta pesquisa, é estudado como um estilo de vida que tem como objetivo identificar o essencial e eliminar os excessos, visa reduzir os impulsos da sociedade de consumo, sem necessariamente deixar de fazer parte dela.	Milburn e Nicodemos (2014) Rojas e Morcazel (2015) Becker (2016) Dopierala (2017) Mangold e Zschau (2019) Meissner (2019)
Práticas do consumo	Os questionamentos sobre as práticas de consumo estão incluídas nas seções sobre minimalismo e consumo sustentável. Elementos materiais: constituídos pelos objetos, pela infraestrutura, pelas	Schatzki (2002, 2003) Warde (2014) Shove, Pantzar e Watson (2012)

	ferramentas, pela parte física dos equipamentos e pelo próprio corpo. Significado: envolve as atividades mentais, as emoções e o conhecimento motivacional. Conhecimento prático: formado pelos entendimentos compartilhados sobre o desempenho e as competências necessárias a esse desempenho.	
Dados sociodemográficos	Gênero, idade, grau de escolaridade, profissão, cidade e renda familiar.	

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4 Análise de Dados

A análise dos dados é um processo contínuo durante a pesquisa. Envolve analisar as informações do participante, e os pesquisadores geralmente empregam os passos da análise geral e, também, aqueles encontrados em uma estratégia de investigação científica (CRESWELL, 2014).

As respostas foram analisadas conforme a análise de conteúdo de Bardin com o auxílio do software ATLAS.ti versão 9.0. Godoy (1995) explica que análise de conteúdo caracteriza um conjunto de técnicas de análise das comunicações desejando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que possibilitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de formação destas mensagens. A análise se deu, ainda, por meio da categorização que possibilita e facilita as interpretações e inferências coletadas nas entrevistas (BARDIN, 2006). As categorias, apresentadas no quadro 4, foram determinadas através da análise das práticas de minimalismo e consumo sustentável inspiradas nos elementos das práticas de Shove, Pantzar e Watson (2012), que traz os elementos materiais, o significado e o conhecimento prático. Posteriormente, após a análise das entrevistas, surgiram inúmeras subcategorias.

Quadro 4 – Fenômenos e elementos das práticas analisadas

Consumo Sustentável	Significado do consumo sustentável
	Conhecimento prático do consumo sustentável
	Elementos materiais do consumo sustentável
Minimalismo	Significado do minimalismo
	Conhecimento prático do minimalismo
	Elementos materiais do minimalismo

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O protocolo de pesquisa está evidenciado no quadro 5. No quadro é possível visualizar cada objetivo específico, a técnica de coleta de dados utilizada e o respectivo suporte teórico para elucidar cada um.

Quadro 5 - Protocolo de pesquisa

Objetivos Específicos	Suporte Teórico	Técnicas de Coleta
Identificar a percepção dos minimalistas sobre o consumo sustentável	Ribeiro, Veiga, 2011. Ribeiro, Veiga, Higuchi, 2016. Dopierala, 2017. Mangold e Zschau, 2019. El Kathib, 2020. Sobreira, 2020	Entrevista aberta
Identificar a percepção dos minimalistas em relação ao minimalismo	Babauta, 2009. Milburn e Nicodemos, 2014. McKeown, 2015. Becker, 2016. Rodriguez, 2017. Dopierala, 2017. Mangold e Zschau, 2019.	Entrevista aberta
Identificar as mudanças nas relações de consumo dos minimalistas durante a pandemia do COVID-19	Urdan, 2020. Villa, Hilarion e Sastoque, 2020. Ortega-Vivanco, 2020. El Kathib, 2020. Terres et al., 2020. WHO, 2020.	Entrevista aberta

Fonte: Elaborado pela autora.

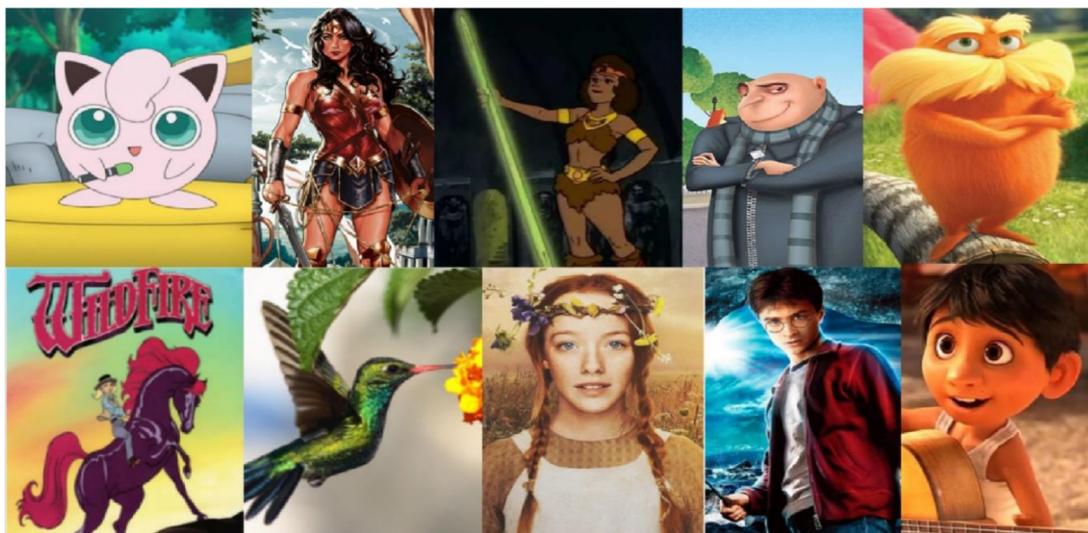
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados da pesquisa, organizados conforme: a caracterização das entrevistadas, as práticas investigadas e seus elementos constituintes. O objetivo dessa seção é apresentar os principais resultados, além de analisá-los à luz da literatura referenciada anteriormente. Os resultados serão demonstrados conforme as categorias apresentadas no Quadro 4, separadas em subseções. A primeira subseção apresenta a caracterização das entrevistadas da pesquisa, em seguida, uma subseção sobre a prática do consumo sustentável e os respectivos elementos da prática. A terceira seção trata da prática do minimalismo e os respectivos elementos da prática. A quarta seção relaciona as práticas do consumo sustentável e minimalista e, por fim, a quinta seção trata práticas do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia de Covid-19.

4.1 Caracterização das entrevistadas

As dez participantes da pesquisa receberam códigos de S1 a S10 para representar a ordem em que se deu a realização das entrevistas, além de um codinome para garantir o anonimato. Os codinomes foram escolhidos pelas participantes e são baseados em personagens de filmes e desenhos animados. Os personagens utilizados para representá-las foram: Jigglypuff (Pokémon), Mulher maravilha (DC Comics), Diana (Caverna do Dragão), Gru (Meu Malvado Favorito), Lorax (O Lorax: em busca da trúfula perdida), Princesa Sarah (Cavalo de Fogo), Beija-flor, Anne de Greengables (Anne with an E), Harry Potter (franquia Harry Potter) e Miguel (Viva - a vida é uma festa), figura 4.

Figura 4 – Personagens escolhidos pelas entrevistadas



Fonte: Google imagens (2022).

Quadro 6 - Caracterização das entrevistadas

Entrevistada: codinome	Idade	Ocupação	Nível de escolaridade	Estado civil	Renda familiar	Cidade/ País de residência
S1: Jigglypuff	37	Contadora	Mestrado em andamento	Divorciada	R\$ 10.000,00	Fortaleza - CE Brasil
S2: Mulher maravilha	25	Estudante	Doutorado em andamento	Solteira	R\$ 7.000,00	Curitiba - PR Brasil
S3: Diana	37	Estudante	Mestrado em andamento	Casada	R\$ 7.000,00	Fortaleza - CE Brasil
S4: Gru	33	Professora de fisioterapia	Doutorado em andamento	Casada	R\$ 8.000,00	Fortaleza - CE Brasil
S5: Lorax	36	Professora de direito	Doutora	Casada	R\$ 13.000,00	Fortaleza - CE Brasil
S6: Princesa Sarah	36	Cozinheira	Superior completo	Solteira	R\$ 3.500,00	Fortaleza - CE Brasil
S7: Beija-flor	71	Funcionária pública aposentada	Especialista	Casada	R\$ 16.000,00	Fortaleza - CE Brasil
S8: Anne de Greengables	38	Enfermeira	Superior completo	Casada	R\$ 7.500,00	Fortaleza - CE Brasil
S9: Harry Potter	31	Estudante de nutrição	Superior em andamento	Casada	R\$ 15.000,00	São Paulo - SP Brasil
S10: Miguel	35	Economista	Doutorado em andamento	Solteira	R\$ 22.000,00	Florianópolis - SC Brasil

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

O quadro 6 apresenta o perfil das entrevistadas. A faixa etária na qual os participantes se encontravam, com idades variando de 25 até 71 anos, pode ser dividida entre três grupos: a) faixa de 20 anos (e.g. S2); b) faixa de 30 anos (e.g. S1, S3, S4, S5, S6, S8, S9, S10); c) faixa de 70 e 80 anos (e.g. S7).

Uma contadora, três estudantes, duas professoras universitárias, uma cozinheira, uma funcionária pública aposentada, uma enfermeira e uma economista compuseram o perfil de ocupação dos entrevistados da pesquisa. Dopierala (2017) revela que os indivíduos minimalistas são, geralmente, indivíduos com uma situação material e profissional favorável, o que pode ser visto nos dados coletados.

O nível de escolaridade de maior destaque foi pós-graduação (n = 8), completa ou em andamento, com ênfase em mestrado e doutorado. O nível superior completo também compôs o perfil com uma participante, assim como, apenas uma apresentou nível superior em andamento.

A distribuição de participantes quanto ao estado civil apresentou uma prevalência de mulheres casadas (n = 6), três solteiras e, apenas, uma divorciada. Por fim, apenas três participantes têm filhos. As participantes S5 e S8 com apenas 1 filho cada, dependentes e menores de idade e a participante S7 com três filhos adultos independentes.

As participantes foram questionadas quanto à renda familiar mensal. De acordo com classificação adotada na Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018 (IBGE, 2019), sete classificações são viáveis, elas variam de “até 1.908 reais mensais” até “mais de 23.850 reais mensais”. O que gerou o seguinte resultado: uma participante se encontram na faixa “mais de 2.862 à 5.724” (e.g. S6), quatro na faixa “mais de 5.724 à 9.540” (e.g. S2, S3, S4 e S8), dois em “mais de 9.540 à 14.310” (e.g. S1 e S5) e três se encaixam na faixa de “mais de 14.310 à 23.850” (e.g. S7, S9 e S10). Na literatura vimos que o minimalismo é um estilo de vida associado principalmente às classes média e alta, que são as classes predominantes das entrevistadas. Portanto, é uma ideologia que consiste em escolher “não ter” e não se identificar pelos bens materiais (DOPIERALA, 2017).

4.2 A prática do consumo sustentável

O consumo sustentável deve ser compreendido através das atividades e práticas cotidianas do consumidor (RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI, 2016).

4.2.1 O significado do consumo sustentável

O consumo sustentável é percebido por cada entrevistada de maneira diferente, mas refletindo no impacto gerado ao meio ambiente e preocupações com as gerações futuras. Visto isso, o significado de consumo sustentável descreve os diferentes sentidos atribuídos por cada uma das entrevistadas.

O papel dos consumidores no consumo sustentável é primordial para as ações individuais ou coletivas enquanto práticas públicas. Por isso os impactos sociais, ambientais e econômicos são vistos em conjunto. A distribuição desigual do acesso aos recursos, relacionados ao “superconsumo” como o “subconsumo” causam degradação social, ambiental e econômica (FRANCO, 2019).

“[...] significa consumir de uma maneira que vai impactar menos no mundo. Que não vai impactar no futuro, em outras pessoas, nos bichos, na natureza.”
(Anne de Greengables, 9:9)

Os aspectos dos discursos assumidos sobre o consumo sustentável acerca dos atuais padrões e níveis de consumo da sociedade visam proteger, no futuro, os interesses das gerações futuras, estimulando reflexões sobre as mudanças sociais, culturais, econômicas e tecnológicas que se tornam essenciais para a construção de uma sociedade sustentável, sob a ótica da solidariedade (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2010).

“O consumo sustentável tem todo um aspecto de impacto social e ambiental, claro! Mas para mim, ele é uma consequência da mudança na vida daquela pessoa, do ambiente ao redor, das pessoas, da família, da comunidade e do mundo. Eu sempre tive aquela ideia de que pequenas ações que levam à grandes mudanças.” (Mulher Maravilha, 2:21)

O planejamento do consumo é parte importante na prática do consumo sustentável, ele pode guiar as ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais com o objetivo de tornar o consumo menos deteriorante. Isso pode fazer com que diferentes empresas mapeiem o comportamento de compra de pessoas interessadas em um estilo de vida de baixo impacto, percebendo-as como um possível mercado futuro. O planejamento, também, está ligado à moderação nos gastos, foco na qualidade de vida, comprar o que realmente necessita e preocupação com as gerações futuras (BRASIL, 2005; SILVA; PEDROZO, 2016; QUOQUAB; MOHAMMAD, 2016).

“[...] ser um consumidor sustentável exige muito planejamento, além da consciência do agir.” (Lorax, 6:5)

“...é procurar planejar como é que vai ser feito esse meu consumo, é você frear os seus impulsos, é você procurar sempre se preocupar com as consequências que tem o seu consumo e não ser imediatista.” (Diana, 3:11)

Um dos significados do consumo sustentável é o equilíbrio, pois, se trata do consumo através da proteção ao meio ambiente, utilizando os recursos naturais com sabedoria e promovendo a qualidade de vida agora, e ainda assim não estragar a vida dos futuros consumidores (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2010).

“O consumo sustentável é você consumir o que você necessita de forma equilibrada. Eu acho que é, justamente, você consumir o que você necessita e utilizá-lo dentro de sua finalidade ou até o fim da vida útil ou, senão, passar para frente.” (Gru, 5:4)

O consumo sustentável encontra como barreira a percepção de que a pessoa sozinha não é capaz de resolver os problemas e o isolamento é um fator de resistência às mudanças no comportamento. A falta de participação da comunidade pode dar a sensação de que não existem outras pessoas seguindo o mesmo caminho, diminuindo a motivação de quem poderia aderir ao consumo sustentável, porém se cada indivíduo fizer a sua parte, logo uma atitude individual pode alcançar níveis macros (AKATU, 2015).

“São os pequenos ganhos, os pequenos avanços e isso inclui o comportamento coletivo, né?! Eu acho que não dá para ser sustentável sozinha.” (Lorax, 6:4)

O consumo sustentável é a principal manifestação de responsabilidade social do cidadão. O consumidor deve fazer com que sua prática de consumo também seja um ato de cidadania, escolhendo produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades sem prejudicar o bem-estar da coletividade, implicando em um estilo de vida mais cuidadoso e menos consumista, assim, com um menor impacto ambiental (OLIVEIRA, 2012; TAMBOSI et al., 2014; RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI, 2016).

A consciência para o consumo sustentável é baseada na mentalidade e práticas associadas; consumo responsável, relacionados às responsabilidades ambientais, éticas e sociais, e anticonsumo. A conscientização para o desenvolvimento sustentável deve estar alinhada às necessidades atuais e futuras (LIM, 2017; TELOCKEN, 2017).

“...é um consumo responsável, ou seja, eu tenho consciência de quais as consequências sociais e consequências ambientais (Miguel, 11:10)

O consumo sustentável e consciente advém de um processo de aprendizagem, criatividade e adaptação do indivíduo. É visto como um processo individual e cada pessoa o encara de uma forma. É um processo subjetivo, que compreende a consciência do consumidor, desencadeando comportamentos e atitudes favoráveis ao meio ambiente como um todo (BRASIL, 2005; DIAS, 2007).

“Consumo sustentável pra mim é pensar em todo o processo. Desde como aquele produto surgiu, quais foram os impactos desse processo para natureza, é pensar na etapa do consumo e, também, no descarte. (Lorax, 6:7)

Todas as entrevistadas tentam cada vez mais ser sustentáveis, pois acreditam que a sustentabilidade é maior do que as atitudes e hábitos que praticam. As entrevistadas ainda relataram sentimentos como a solidariedade e equilíbrio, revelam a consciência e a responsabilidade de deixar um mundo melhor para as gerações futuras, assim como acreditam que o consumo sustentável deve ser parte de um comportamento coletivo.

4.2.2 O conhecimento prático do consumo sustentável

O conhecimento prático está vinculado aos significados apresentados anteriormente. É relativo à competência, representando o conjunto de conhecimentos, habilidades e experiências que os indivíduos desenvolvem para a prática de certas atividades (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012).

O consumo sustentável assume a centralidade das questões culturais e sociais da sociedade moderna em processo de evolução. Pois, se não há vida sem consumo, o consumo acarreta, necessariamente, em diminuição ou esgotamento de recursos naturais necessários à produção. Desta forma, o cerne, então, transfere-se para a ocorrência de um consumo moderado e consciente, ou seja, o consumo de objetos de segunda mão, conserto de objetos danificados ou, mesmo, a doação podem diminuir os problemas ambientais e sociais resultantes deste processo (OLIVEIRA, CÂNDIDO, 2010).

Quando interrogadas sobre as práticas, atitudes e hábitos para levar uma vida sustentável, as respostas que mais se destacaram foram: boicote, reciclagem, doação e incentivo ao produtor local.

Um tópico importante está relacionado à reciclagem e descarte correto do lixo. No Brasil, por exemplo, em média, apenas um em cada três os consumidores estão preocupados em separar o lixo para reciclar, comprar produtos feitos com material reciclado, evitar o

desperdício de água e de energia ou execução de outros tipos de comportamentos ecologicamente orientados, como o uso de *ecobags* (RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI, 2016).

Eu separo o lixo. Plástico, vidro, metal, papel, papelão e eu levo aqui pra Ecoenel, que é um posto de coleta seletiva e tem um incentivo econômico, né?! Um desconto na conta de luz. Ai, no começo eu dava o meu cpf e dava um desconto na minha conta de luz, com o tempo eu comecei a permitir que esse desconto fosse pro Lar Torres de Melo e, assim, eu fico imaginando que várias pessoas fazendo isso, pode impactar de alguma forma.” (Lorax, 6:6)

O reaproveitamento está intimamente ligado aos benefícios da reciclagem. Objetos reaproveitados quando identificados, coletados de maneira adequada e destinados para as instituições competentes, contribui para a redução do desperdício e diminui a quantidade de resíduos que precisará ser tratado, além da preservação dos recursos naturais que seriam gastos na fabricação de novos produtos (AKATU, 2015; LEAL et al., 2015).

“Roupa eu transformo bastante, tipo, calça jeans, eu já tenho 3 calças jeans que eu transformei em shorts... eu fiz umas máscaras aqui de resto de tecido...” (Jigglypuff, 1:1)

“O saquinho do supermercado eu uso pra colocar o lixo, né?! A gente reaproveita saco, vidro que serve de depósito, então eu vou guardando ou dou para alguém que vai usar. (Beija-flor, 8:1)

Dopierala (2017) afirma que a doação é uma ótima estratégia para obter e manter o controle sobre a vida. Doar os itens desnecessários às pessoas ou instituições necessitadas, vendê-los, trocar com outras pessoas, substituir coisas velhas por coisas novas, avaliar sua utilidade, utilizar itens até a exaustão, consertar, não desperdiçar (especialmente comida); e não se apegar às coisas, fazem parte do que pode ser feito para promover uma vida mais sustentável.

Um dos achados da pesquisa foi em relação à prática da doação quando o objeto não é mais utilizado ou desejado pelo consumidor. É possível observar, também, que o ato de doar é um hábito passado entre gerações. Então, 100% das entrevistadas afirmam doar os objetos que não lhes servem mais.

“Na minha casa já tinham uma cultura de doação, meu pai e meu avô, cada um sempre teve o costume de andar dentro do carro com coisas para dar. Meu pai, às vezes, ia no supermercado, e comprava vários biscoitos e deixava no porta-malas, ou ali no porta-luvas do carro, e quando aparece uma criança na rua, ele dá um pacote de biscoito. Ele sempre deu, o que ele chamava, o pão dos velhinhos. (Mulher Maravilha, 2:7)

“Eu utilizo o que eu consumo até praticamente exaustão do material. Roupas eu faço ajustes, eu tento adaptar, eu tento fazer alguns ajustes para poder mudar tudo que eu não uso, eu tenho a tendência de doar. Assim, eu não mantenho muita coisa aqui em casa e eu dou outra utilidade para material.” (Gru, 5:1)

Para a pergunta relacionada ao consumo em lojas ou marcas que apresentam práticas sustentáveis, as entrevistadas relataram a preferência em comprar do produtor local a fim de estimular o comércio regional.

A contribuição social e econômica para produtores locais foi um significado central relacionado ao conhecimento prático do consumo sustentável. As entrevistadas se referiram aos produtores locais, à economia ou ao mercado local por meio de termos que remetiam à ideia de contribuição por meio de apoio, valorização, ajuda e fortalecimento (SOBREIRA, 2020).

O fenômeno do consumo sustentável, aliado a uma forma de resistência aos comportamentos de consumo dominantes, também está apoiando o movimento em direção à manufatura local, buscando informações sobre as empresas e sua “reputação”, evitando produtos de corporações globais (DOPIERALA, 2017).

“... claro que tem todo componente sustentável de valorização de comércio local, não beneficiar as grandes corporações, evitar comprar coisas no supermercado e comprar do menorzinho.” (Mulher maravilha, 2:1)

“Uma coisa que eu sempre procuro é o comércio local. Até por já ter trabalhado com as feiras colaborativas, eu acabei conhecendo muitas marcas boas daqui de Fortaleza, né?! Que produzem, que tem toda aquela coisa do pequeno empreendedor.” (Princesa Sarah, 7:3)

Na estratégia do consumo sustentável, é interessante que haja investimentos em políticas públicas com o objetivo de melhorar os transportes coletivos e incentivar aos consumidores para que utilizem esses transportes. Deve haver um desestímulo, também, para que evitem o uso de transporte individual (FRANCO,2019).

“Antes da pandemia eu procurava andar sempre, né!? Então eu andava muito a pé e de ônibus. A pé e de ônibus quando eu via necessidade, mas eu sempre procurava andar a pé.” (Diana, 3:3)

As entrevistadas relataram que boicotam marcas que não possuem uma atitude sustentável, a vertente política surgiu nessa questão.

O boicote pode ser definido como uma recusa planejada e organizada a comprar bens ou serviços de empresas. Boicotes podem servir para vários propósitos, por exemplo: protesto contra aumentos injustificáveis de preços, pressão complementar fortalecendo uma greve, fortalecimento de organizações de trabalhadores, demonstração de descontentamento com a política salarial. O sucesso de um boicote depende de alguns fatores, tais como o nível de organização, o tamanho do mercado boicotado, a natureza e o número de mercadorias boicotadas (BRASIL, 2005).

“Eu abandonei completamente aquelas que para mim tão envolvidas tanto com escândalo, tipo de trabalho escravo, quanto questões políticas mesmo que eu não concordo, questões trabalhistas que eu não concordo.” (Mulher maravilha, 2:9)

“... a gente boicota marcas e lugares que de uma certa forma prejudicam a sociedade, principalmente a sociedade... assim, não só a sustentabilidade, mas principalmente a questão política.” (Diana, 3:5)

Uma reclamação recorrente dos consumidores é a dificuldade de acesso à produtos considerados sustentáveis. Muitas vezes, tais produtos são difíceis de achar no mercado ou mesmo são super valorados e inviáveis no orçamento familiar. Os produtos considerados ecológicos são acessíveis para, apenas, uma parte da população, o que retoma o tema da desigualdade no acesso aos produtos sustentáveis (SILVA; PEDROZO, 2016).

“... a minha preferência é pra coisas sustentáveis, mas, às vezes não é possível por conta da disponibilidade no supermercado que eu frequento, né?! Porque o que eu frequento não é grande, é de bairro, então o que a gente consome é de bairro e não necessariamente tem muitas opções. (Diana, 3:4)

A falta de estrutura, também é uma queixa das entrevistadas. O conhecimento prático constituinte da prática do consumo sustentável está associado à infraestrutura das cidades, recursos disponíveis e pessoas envolvidas. É possível afirmar que quando não há estrutura para o desenvolvimento sustentável, torna-se inviável à prática do consumo sustentável (AKATU, 2015; SILVA; PEDROZO, 2016).

“Eu tô muito feliz porque eu tô conseguindo ser sustentável numa coisa que eu queria ser. Eu sou uma pessoa que está coletando lixo de forma correta entre tantas outras que estão fazendo e isso tem um impacto. Então, quando eu junto o meu com o todo, eu vejo que aquilo tem um impacto positivo. Cada um fazendo a sua parte.” (Mulher Maravilha, 2:11)

Consumir de forma sustentável não está, obrigatoriamente, ligado à ideia de consumir menos, mas de consumir de forma eficiente. Isto é, significa uma busca por uma melhoria na qualidade de vida dos cidadãos e preservação do meio ambiente, através do planejamento do consumo, conseqüentemente, gerando um menor desperdício. Ações como a redução de consumo de água e de energia, além da participação ativa na reciclagem, (UNEP, 2015; RIBEIRO; VEIGA; HIGUCHI,2016).

“...tanto essa questão do desperdício de alimento, de energia eu me preocupo muito com água. Assim, eu sempre sou muito preocupada com o desperdício, com a questão das embalagens, eu sempre procuro reaproveitar as embalagens, inclusive até de papel de presente, eu reaproveito todas”. (Diana, 3:1)

A compostagem está relacionada ao reaproveitamento de parte dos resíduos domésticos, principalmente restos de frutas. Ela influencia no volume e no descarte da produção de lixo, além de diminuir a quantidade de resíduos que precisa ser tratado. É uma atividade que vem crescendo e objetiva a preservação dos recursos naturais e redução do desperdício (AKATU, 2015).

“O lixo orgânico não tem como reciclar, mas tem como fazer compostagem. (Miguel, 11:12)

A questão que permanece é: em que grau as ações acima mencionadas podem levar a uma mudança real do sistema social? Até que ponto a prática individual resulta no cuidado com o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável? (DOPIERALA, 2017).

4.2.3 Os elementos materiais do consumo sustentável

Os elementos materiais da prática do consumo sustentável, também se misturam com o conhecimento prático atribuído, pois a matéria é tida como instrumento para a aplicação do consumo sustentável.

Entre os objetos citados pelas entrevistadas se destacaram o copo reutilizável, as calcinhas menstruais reutilizáveis, o uso de baldes para facilitar a separação do que pode ser reciclado, além das garrafas reutilizáveis a fim de evitar a compra de garrafas plásticas.

“Eu ando com copinho de plástico, daqueles que diminui o tamanho, mas eu não uso porque eu não estou saindo.” (Jigglypuff, 1:11)

“Eu já estou tentando fazer isso em outras áreas da minha vida, por exemplo, menstruação. As calcinhas absorventes, elas são caras, R\$ 90, eu comprei, pela sustentabilidade e, também, pelo produto ser confortável, sabe?” (Mulher Maravilha, 2:19)

“Aqui tem balde para... são 6 baldes se não me engano..., tem o balde do metal, o balde do vidro, do papel, do plástico, do pet... peraí... metal, vidro, plástico, pet, papel e papelão. O fato é que a gente descarta essas 6 coisas separadas (Diana, 3:10)

“Eu trouxe uma caneca de casa, eu trouxe minha garrafa sustentável, e aí é nela que eu bebo água.” (Mulher Maravilha, 2:18)

Assim, para termos a sustentabilidade, mostra-se necessário que atitudes sustentáveis passem a fazer parte do dia a dia das pessoas, como ações cotidianas e rotineiras, que compõem seus hábitos. Sabendo-se que o exercício das tarefas diárias está condicionado à existência de materiais e infraestruturas adequados, e que a incorporação de novos hábitos ocorre por meio do processo de significação de entendimentos a respeito das práticas existentes. Defende-se que uma das formas de possibilitar que as pessoas adotem atividades mais sustentáveis é lhes proporcionar a vivência com tarefas menos intensivas em recursos (ALMEIDA, 2018).

Também foram citados: o reaproveitamento de embalagens, o uso de sacolas retornáveis para diminuir o consumo de sacos plásticos, o uso de produtos em barra e refil para diminuir o consumo de embalagens plásticas e a fabricação de desodorante caseiro com menos produtos químicos.

“Aqui em casa a gente reutiliza muito vidrinho também, nada vai para fora tudo vira pote de vidro para alguma coisa, é lavado e vira alguma coisa.” (Jigglypuff, 1:3)

“No supermercado a gente criou o hábito de levar as sacolas, com isso aí a gente já sentiu essa diminuição de plástico.” (Harry Potter, 10:1)

“Eu procuro comprar produtos que tenham refil. Sou fã da natureza e zelo por ela. Comprei escovas de dente bambu, com o intuito de sair do plástico, se bem que não sei até que ponto eles tiram o bambu de maneira sustentável.” (Beija-flor, 8:1)

“...xampu em barra, desodorante... hoje eu faço meu desodorante, eu já não compro mais. Alguns produtos são tão processados, eles tem tanto químico que eles começam a agredir o corpo humano.” (Miguel, 10:1)

A arara de roupas em substituição ao guarda-roupas, a compra de objetos de segunda mão, diminuindo o uso de novas matérias primas e a composteira, para o reaproveitamento de lixo orgânico, podem ser observados nas falas das entrevistadas.

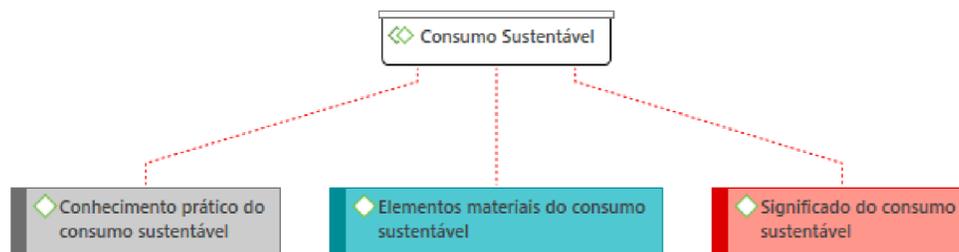
“Quando eu compro alguma coisa, esse resíduo, como é que depois vai ser tratado em termos de destinação, né?! Hoje eu não tenho composteira, mas eu já estou projetando, vou ter um esqueminha, se Deus quiser, de compostagem dentro de casa.” (Lorax, 6:3)

“Roupa e sapato, primeiro a gente faz uma triagem entre a gente mesmo, por exemplo, o que vem das minhas irmãs passa por mim, eu pego o possível e o que sobra vai para o interior ou vai para doação (Jigglypuff, 1:5)

“... comecei a olhar de uma forma diferente para as minhas próprias roupas, aí: Será que eu gosto mesmo disso? Será que eu preciso mesmo disso? Será que isso me reflete quem eu sou? Aí eu “joguei fora” o meu guarda-roupa, comprei uma arara, mudei e fui percebendo que eu tinha muita roupa que não me refletia.” (Mulher Maravilha, 2:17)

Os elementos materiais destacam a grande quantidade de objetos necessários para que o consumidor seja considerado sustentável.

Figura 5 - Figura do ATLAS.ti sobre práticas do consumo sustentável



Fonte: Dados da Pesquisa.

A figura 5, retrata a ligação entre os elementos da prática e o consumo sustentável. O consumo sustentável constitui o grupo e elementos da prática são os subgrupos. Cada subgrupo possui elementos que podem ser identificados no quadro resumo, quadro 7, e na figura 7 que representa a rede dos elementos das práticas do consumo sustentável.

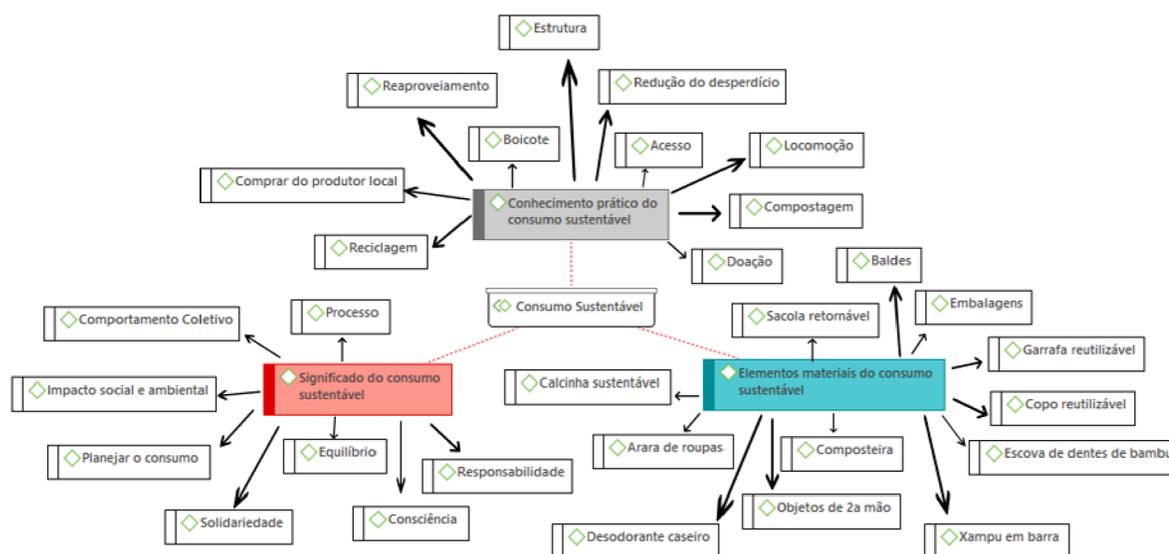
Figura 6 - Subgrupos do consumo sustentável e magnitude

●	◇ Conhecimento prático do consumo sustentável	92
●	◇ Elementos materiais do consumo sustentável	23
●	◇ Significado do consumo sustentável	20

Fonte: Dados da Pesquisa.

A figura acima, figura 6, retrata o quantitativo de quantos trechos fizeram referência a cada elemento das práticas encontradas nas entrevistas acerca do consumo sustentável. É possível destacar que o conhecimento prático obteve o maior número de aparições, resultando em 92 citações. As interações que mais se destacaram estão na consciência, impacto social e ambiental, além da reciclagem e reaproveitamento, corroborando com a visão de Ribeiro e Veiga (2011) e suas dimensões que compõem o consumo sustentável. Para os autores, o consumo sustentável associa o uso dos bens ao ciclo de consumo, envolvendo desde a compra, até o descarte final.

Figura 7 – Rede dos elementos das práticas do consumo sustentável



Fonte: Dados da Pesquisa.

A rede de comentários das práticas do consumo sustentável, figura 7, contribui para a fácil visualização dos diferentes subgrupos e suas categorias. Percebe-se que apesar de serem comentários complementares não há interligações entre as subcategorias.

Quadro 7 - Quadro resumo da prática do consumo sustentável

Significado	
Impacto social e ambiental	Não comprometer as gerações futuras, não gerar danos, pensar nas consequências do consumo.
Solidariedade	Compaixão pelo próximo.

Planejar o consumo	Comprar somente o necessário.
Equilíbrio	Possuir o suficiente para suprir suas necessidades.
Comportamento Coletivo	É difícil ser sustentável só. Cada um deve fazer a sua parte.
Responsabilidade	Com o consumo e o descarte.
Consciência	Comprar de maneira “inteligente”.
Processo	Processo constante de mudança e adaptação.
Conhecimento Prático	
Reciclagem	Separação do lixo (papel, plástico, metal).
Reaproveitamento	Reutilização dos objetos, customização de roupas, reuso de embalagens.
Doação	Doação de roupas e acessórios, prática familiar, solidariedade, desapego
Comprar do produtor local	Comprar do pequeno produtor, valorização do comércio local.
Boicote	Boicote às marcas devido ao posicionamento político, denúncias de trabalho escravo, denúncias de poluição.
Estrutura	Dificuldade de acesso à coleta seletiva.
Acesso	Dificuldade de achar produtos sustentáveis
Redução do desperdício	Redução do consumo de água e energia. Aproveitamento de todo o alimento.
Locomoção	Utilizar transporte coletivo ou andar a pé.
Compostagem	Transformar matéria orgânica em adubo.
Elementos Materiais	
Copo reutilizável	Copo de silicone, evita o uso de copo descartável.
Calcinha sustentável	Calcinha menstrual, evita o uso e descarte de absorventes no meio ambiente.
Baldes	Para separação de lixo.
Garrafa reutilizável	Evita o descarte de garrafa plástica e economia de recursos.
Embalagens	Reaproveitamento de embalagens.
Sacola retornável	Sacola de pano, evita o uso de sacolas plásticas.
Composteira	Transforma o lixo orgânico em adubo.
Xampu em barra	Diminui o descarte de garrafas plásticas.
Desodorante Caseiro	Livre de químicos que prejudicam a pele e o meio ambiente.
Escova de dente de bambu	Diminui o uso e descarte de plásticos.
Objetos de segunda mão	Diminui o uso de novos recursos, reaproveitamento, reciclagem e sustentabilidade.

Arara de roupas	Substitui o guarda-roupas.
-----------------	----------------------------

Fonte: Elaborado pela autora.

A preocupação com o impacto social e ambiental é apresentado no significado juntamente com o equilíbrio e planejamento, revelando o viés econômico e evidenciando o *triple bottom line*, que não foi utilizado nesta pesquisa, mas é um dos principais conceitos de sustentabilidade. Foi criado por John Elkington no ano de 1994 e indica que as três dimensões devem interagir de forma holística, assim como os elementos das práticas.

Em relação ao conhecimento prático, a subcategoria boicote chama atenção, pois não está, apenas, voltada às denúncias de poluição e trabalho escravo. O posicionamento político das empresas vêm se destacando em uma sociedade cada vez mais polarizada. O apoio às “minorias” e às lutas sociais é visto como uma vantagem competitiva para os consumidores “mais conscientes” de seu papel na coletividade.

Os elementos materiais realçam a grande quantidade de objetos necessários para que o consumidor seja sustentável, portanto, ainda que o volume de descarte de lixo seja reduzido, as empresas devem implantar uma logística reversa para receber seus produtos usados e destiná-los ao descarte correto, ou, mesmo, reaproveitar a matéria-prima para a confecção de um novo produto. Os consumidores, mesmo que visem a economia financeira, possuem atitudes sustentáveis na compra de roupas de segunda-mão, fazendo o produto circular e diminuindo o uso de matéria-prima virgem e o volume de lixo.

4.3 A prática do minimalismo

A prática do minimalismo, geralmente, envolve a rejeição das visões de senso comum de que o consumo resulta em maior felicidade (RODRIGUEZ, 2017).

4.3.1 O significado do minimalismo

Visto que o minimalismo significa coisas diferentes para pessoas diferentes, encontrar uma definição clara e abrangente continua sendo um desafio. Cada pessoa entende de forma diferente e escolhe individualmente os elementos correspondentes e os adapta às suas próprias necessidades (DOPIERALA, 2017; MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

A prática do minimalismo está atrelada a diversos significados atribuídos pelos entrevistados. Essa prática foi percebida como uma busca de moderação e equilíbrio a ser encontrada por cada um de nós individualmente (DOPIERALA, 2017).

“A palavra-chave que eu usei é o que define melhor: equilíbrio. quando está equilibrado não tem mais nem menos, tá no ponto certo, entendeu? É o suficiente para você se sentir bem.” (Mulher Maravilha, 2:22)

Becker (2016), autor do blog “*becoming minimalist*”, em português, “se tornando minimalista”, afirma que o minimalismo permite ao indivíduo o redirecionamento dos recursos finitos para longe dos desejos e começa a usá-los de maneiras práticas e solidárias a fim de atender às necessidades das pessoas. Seja alimentando os famintos, preservando o meio ambiente, protegendo os animais ou defendendo os menos privilegiados, assim tornando o mundo um lugar melhor.

“...esse dinheiro que eu ganho eu começo a entender que ele não precisa ser todo meu, eu posso entregar em outras frentes, eu passei a sentir mais o sentimento de solidariedade, de compaixão pelo outro, então, se eu tenho 10 blusas e tem pessoas que não tem nenhuma, porque é que eu tenho 10? eu só tenho um corpo.” (Miguel, 11:40)

Segundo Mangold e Zschau (2019), as pessoas resolvem se tornar minimalistas para retomar o controle sobre suas vidas (liberdade e autonomia), nutrir relacionamentos mais profundos com amigos e familiares, viver de forma mais simples (simplicidade voluntária) e, por fim, buscar atividades que promovem prazer, satisfação e felicidade, assim como proporcionar novas experiências.

“Você se sente cada vez mais livre de não precisar se encaixar em nenhum padrão, é você se aceitar e se descobrir até. Se descobrir mais sobre você, o que você é realmente, fora daquilo que tentam te rotular.” (Diana, 3:21)

Os minimalistas veem o *downsizing* como um processo contínuo. É um desejo de tornar a vida menos estressante, menos complicada, e mais eficiente. Porém para algumas pessoas é um processo dolorido (MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

Segundo Dopierala (2017) tornar-se minimalista é um processo. Os minimalistas não desistem do consumo, mas procuram mantê-lo dentro de limites adequados e razoáveis. Os minimalistas rejeitam a ganância da busca desenfreada por mais e as compras sem pensar.

“É dar valor a outras coisas que não necessariamente são coisas. Foi um processo tão natural que eu nem senti que estava passando” (Anne de Greengables, 9:19)

As pessoas, geralmente, expressam três razões principais para justificar a adesão ao minimalismo. A primeira é a fuga do consumismo, seguida de um anseio por retornar à uma vida mais simples e, por último, encontrar a si mesmo e realização pessoal (HAJDAS, 2019; MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

“É a simplicidade, é viver no mais simples, no mínimo que eu preciso.” (Beija-flor, 8:7)

Para Dopierala (2017), o minimalismo é frequentemente combinado com práticas religiosas e espirituais, entre outros, mas eles não são praticados por todos os minimalistas.

“Como se tudo tivesse um sentido no pouco mais espiritual, eu acho que é porque você acaba dando mais valor às poucas coisas que você tem, não que sejam poucas, mas reduzidas. Então, você acaba tendo um apego maior a essas coisas e você acaba dando simbolismos maiores.” (Jigglypuff, 1:26)

McKeown (2012) revela que todos podem eliminar da vida o que não é essencial, cada um à sua maneira e no seu tempo. Todos podem levar uma vida com propósito e com grande contribuição e significado. Segundo o autor, as pessoas se sentem livres quando aprendem que podem eliminar o que não é essencial, que não são mais controladas pelos interesses dos outros e que tem como escolher. Com isso, elas descobrem qual contribuição elas podem deixar para o mundo. (MCKEOWN, 2015).

“O minimalismo é um propósito. Tem um autor que chama Enrique Leff que fala que o propósito é a ordem vital do ser. Quando a gente consegue alcançar essa essência e traz isso pro mundo dos fatos, pra mim a gente começa a vivenciar o minimalismo.” (Lorax, 6:16)

Millburn e Nicodemus (2014) declaram que ser minimalista é uma forma de conscientização que busca questionar o que as coisas trazem de valor para a vida. Os dois princípios básicos da prática minimalista são identificar o essencial e eliminar o resto (Rodriguez, 2017).

“Com a educação eu tive um pouco dessa consciência, até com o passar dos anos quando eu fui ganhando mais consciência, então, cada vez mais, eu procuro incorporar bem menos coisas na minha vida,” (Diana, 3:17)

“...sobra mais dinheiro para a gente fazer outras coisas. A gente olhava o tanto de coisa que a gente tinha, que passava anos sem usar e aí ficava guardando para alguma vez que fosse usar e esse dia nunca chegava.” (Anne de Greengables, 9:16)

O minimalismo preza pela tranquilidade e simplicidade. É a busca por uma vida com mais sentido e menos objetos, porém o desapego não é, apenas, material, mas também mental. O acúmulo de bens, de tarefas e de responsabilidades requer muita energia, que deixa de ser investida em valores que são considerados importantes pelos consumidores minimalistas como a qualidade (MINIMALISM, 2016; MEISSNER, 2019).

“Leveza, tranquilidade... assim, um estado de calma, eu sempre fui uma pessoa calma, mas, desde então, quando eu fui me livrando e me libertando de certas coisas, eu me sinto tão mais leve, em todos os sentidos. Isso tira muito o peso de eu olhar as coisas da vida.” (Mulher Maravilha, 2:29)

O consumidor minimalista detém o poder através da consciência e autoconhecimento do ato de consumir, seja no momento da escolha, da compra ou do descarte. O minimalista se propõe a maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos do consumo, contribuindo com seu poder para construir um mundo melhor (AKATU, 2015).

“Quando você passa a ser minimalista, você começa a olhar mais para si, tentar ser feliz consigo mesma... iniciar esse autoconhecimento de você estar bem consigo mesmo, independente do que você usa.” (Gru, 5:17)

4.3.2 O conhecimento prático do minimalismo

O conhecimento prático no minimalismo aponta as competências, o conhecimento mais aprofundado na forma de *know-how* e a compreensão para fazer algo. Nesse sentido, tais competências e formas de conhecimento identificadas nas entrevistadas tratam da percepção de como o minimalismo pode afetar a vida do indivíduo em si, de como afeta a vida do outro e de como trata das questões ambientais atreladas a esse estilo de vida.

Ao serem perguntadas sobre o conhecimento prático do minimalismo, as entrevistadas apresentaram respostas variadas.

O minimalismo é um estilo de vida que se baseia principalmente na restrição e redução da quantidade excessiva de bens recolhidos e na reflexão sobre as compras, por exemplo, perguntando a si mesmo a seguinte pergunta: "Eu realmente preciso disso?" (DOPIERALA, 2017).

“Eu já fui muito consumista, eu passava a tarde em shopping, gastava horrores, me enchia de dívidas, só que aí eu fui mudando o meu estilo de vida. Eu comecei, por exemplo, quando fui dar aula. Eu dava aula em favela e aí eu comecei a ver a realidade das pessoas... eu comecei a refletir se eu precisava realmente daquilo, se eu precisava gastar tanto com uma roupa sendo que eu já tinha tantas. Eu compro quando eu realmente preciso (Princesa Sarah, 7:12)

A restrição econômica influencia diretamente nas práticas de consumo. O comportamento minimalista gera economia para seus adeptos, ainda que de forma voluntária ou não. O fato de o consumidor minimalista planejar seu consumo acarreta economia financeira. O dinheiro economizado pode propiciar novas experiências, como viagens; ou, até mesmo, doações para os mais carentes, promovendo uma redistribuição social (BECKER, 2016; RODRIGUEZ, 2017; EL KHATIB, 2020).

“Não é porque eu posso, que eu vá gastar de forma desnecessária e, também, eu acho que você se sente melhor consigo mesma... Às vezes eu acho que as pessoas descontam algo no consumismo, né?!” (Gru, 5:16)

Segundo McKeown (2015) é preciso planejar o consumo, desde o momento da compra até o descarte. O descarte deve ser feito de forma intencional, deliberada e estratégica, do que não é essencial, de forma a, também, se livrar de desperdícios óbvios de tempo. Para o autor, devemos aprender a reduzir, simplificar e focalizar o que é essencial e eliminar todo o resto.

“Tanto a gente começa a observar mais de quem eu estou comprando, o que eu estou comprando e o porquê eu estou comprando, como as escolhas também, elas passam a ser mais fáceis, porque elas são planejadas.” (Princesa Sarah, 7:21)

Para os minimalistas, quanto menos você consome, menos coisas você precisa gerenciar e mais tempo você tem para aproveitar o que é realmente importante. Viver para o que efetivamente tem valor, família, diversão em viagens e produtos de qualidade. Passar mais tempo ou despender energia em coisas que realmente importam. Satisfação com aquilo que engrandece a vida (Millburn e Nicodemus, 2014).

Eliminar o que não é essencial é crucial, pois irá liberar muito do seu tempo, deixá-lo com menos estresse e permitir que você se concentre no essencial. Nunca tem tempo suficiente para os projetos verdadeiramente importantes, ou sua família, ou sua paixão na vida? Agora você vai, se eliminar o que não é essencial e usar o tempo liberado para o essencial (BABAUTA, 2009).

“Eu passei a olhar o tempo que eu perdia com as coisas e tomar decisões diferentes a partir do fator tempo, eu passei a valorizar mais o meu tempo com a família, principalmente depois da maternidade.” (Lorax, 6:21)

A redução dos impactos ambientais e sociais negativos é outra vertente deste tipo de consumidor. É um fator que motiva as pessoas a seguirem este estilo de vida. Ao serem questionadas sobre a redução das desigualdades sociais atreladas à adesão ao minimalismo, as entrevistadas afirmaram que o minimalismo auxilia na redução das desigualdades, pois promove uma ideia de consumo justo e solidário (RODRIGUEZ, 2017).

“Para o meio ambiente acho que consumir menos, vai sujar menos, vai poluir menos... é a questão da poluição. No impacto social, eu penso no outro, por exemplo, o que eu tenho no momento que tá sobrando, eu vou compartilhar... eu acho que é uma pequena parte, mas é uma. Você começa a pensar mais em quem não tem nem o mínimo (Beija-flor, 8:14)

Corroborando com McKeown (2015) e Babauta (2009), a variável fadiga decisória é um achado entre as falas das entrevistadas, quanto mais escolhas somos forçados a fazer, mais a qualidade das decisões se deteriora. Por isso é primordial saber o que é essencial e eliminar o resto.

A fadiga decisória também diz respeito ao fato de estarmos hiper conectados. A tensão que essa sobrecarga de informações pode causar, aumentou a força da pressão social. O lado bom é que a tecnologia aproximou as pessoas, o lado ruim é que agora estamos muito mais vulneráveis às opiniões alheias sobre o que deveríamos fazer. Não é apenas sobrecarga de informações; é sobrecarga de opiniões (MCKEOWN, 2015).

“Eu não quero ter que ficar me desgastando, para decidir a roupa que eu quero usar. Então, tem muito a ver com isso, você ter essa consciência de estar dependendo energia com aquela decisão. entendeu? E associado a isso vem muita coisa, você se sente mais leve, a sua mente muda, você começa a pensar de forma diferente (Mulher Maravilha, 2:23)

A mensagem minimalista de Becker (2016) continua a se mover na direção de apresentar o minimalismo como uma tática para promover a justiça social e aborda a desigualdade. O autor enfatiza a venda e doação de posses em excesso, assim como o compartilhamento dos rendimentos aos mais pobres e se contentando apenas com o que você precisa.

“Eu não tô usando isso, eu doo, aí eu ofereço para a moça que faz diária aqui, se ela não quiser, eu ofereço para minha mãe, não tenho apego.” (Gru, 5:14)

Eliminar o supérfluo é crucial, pois irá liberar o seu tempo, diminuir o estresse e permitir que você se concentre no essencial. Através disso os minimalistas conseguem focar nos projetos verdadeiramente importantes, na família e nos amigos (BABAUTA, 2009).

“Quando eu retiro esse entulho da minha vida, eu começo a abrir espaço para o que realmente importa, para o essencial. O que importa realmente? A minha saúde importa, os meus relacionamentos importam. Não é só a questão de comprar bens, mas de ser minimalista em tudo. O que é que realmente agrega valor em sua vida enquanto consumidor? (Miguel,11:23)

Rodriguez (2017) revela que estilo de vida minimalista representa uma reflexão crítica sobre os males do consumismo. Como um movimento radical e anticapitalista, alguns de seus adeptos boicotam instituições que têm denúncias de poluição e trabalho escravo e, até mesmo, posicionamento político contrário (EL KHATIB, 2020).

“...Principalmente quando eu boicoto empresas que estimulam o trabalho escravo, já é um ponto, não é?! Naquelas empresas que você tem informação, já é uma forma de você tentar frear situações que possam estimular a desigualdade.” (Diana, 3:15)

Meissner (2019) afirma que os indivíduos adeptos ao minimalismo, tendem a procurar por itens mais simples, porém de melhor qualidade, pretendendo mais eficiência e evitando o desperdício. Ainda, promove a autossuficiência e o reaproveitamento de itens de segunda mão.

“Eu cresci com a minha mãe dando prioridade à qualidade, à uma boa alimentação e à uma boa educação e eu sempre tento trazer isso para minha vida.” (Harry Potter, 10:14)

Gastar dinheiro em "experiências de vida" pode produzir maior felicidade do que gastar dinheiro em novas posses (MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

“Eu sempre gostei muito de viajar, então isso foi algo que eu não cortei da minha vida. Enquanto eu podia, eu sempre estava viajando, eu estava mais ligada às questões de experiências do que comprar coisas. (Diana, 3:12)

A adoção do minimalismo é um processo que implica na adesão a um conjunto de valores que se diferenciam em vários aspectos da sociedade de consumo. Envolve, entre outras coisas, a valorização do produtor local, que acaba gerando um envolvimento na comunidade. Os minimalistas acabam buscando informações sobre a reputação de empresas e instituições, em um movimento que apoia a produção regional e evita a compra de produtos de corporações globais (BOUJBEL; D’ASTOUS, 2012; DOPIERALA, 2017).

“...lá no Titanzinho, tem muita gente que produz coisinhas. Então, eu comecei a valorizar mais, né?! Tipo, comprar um bolo. Vou comprar da mãe daquela aluna que faz, entende? Melhor do que comprar da marca grande, porque, às vezes, é tão saboroso quanto e você tá contribuindo com uma família, com a economia local.” (Princesa Sarah, 7:18)

Para alguns, o minimalismo se manifesta como mudar para uma casa pequena, ou ficar sem carro. Para outros, envolve um processo constante de organizar ou eliminar itens considerados não essenciais e, ainda, possuir um guarda-roupa limitado, ou comprar itens usados ao invés de novos. (RODRIGUEZ, 2017).

“...foi um cuidado de dentro pra fora, e agora eu analiso as minhas atitudes e procuro fazer um processo no sentido contrário, tipo de fora pra dentro pra ver o que é que vai entrar e me organizo assim.” (Lorax, 6:19)

Além de propor a redução do consumo de forma consciente e sustentável, o minimalismo promove a racionalização e a redução do desperdício. O propósito de se libertar de exageros faz com que os consumidores minimalistas se atentem à questões como a redução no consumo de água e economia de energia elétrica (PULS; BECKER, 2018).

“...esse nome minimalismo veio aparecer agora. É coisa recente (risos), mas já é uma prática de muito tempo. A gente era uma família muito grande, então naturalmente já se vem criando os hábitos de não se estragar, não desperdiçar.” (Beija-flor, 8:6)

O consumo é necessário para que haja vida. Roupas, comida, abrigo são objetos de consumo. É importante ressaltar que o minimalismo não é contra o consumo, mas oferece a oportunidade de escolha de itens de melhor qualidade e sem excessos. Conseqüentemente, a diminuição das compras gera uma menor produção de resíduos e, assim, diminuindo o desgaste ambiental (BECKER, 2016).

“Consumindo menos, destruindo e degradando a menor quantidade de coisas, né?! Então, tudo o que a gente consome, se a gente consome muito, vai produzir uma maior quantidade de resíduos.” (Gru, 5: 19)

4.3.3 Os elementos materiais do minimalismo

Os elementos materiais constituintes da prática do minimalismo foram aqueles associados à infraestrutura, recursos e pessoas envolvidas na prática e que estavam ligados aos significados atribuídos pelos entrevistados e às suas competências. Minimalismo é um estilo de vida que, de acordo com seus seguidores e alguns pesquisadores, é caracterizada por uma abordagem anticonsumista combinada com a demanda por buscar sentido na vida por outros meios que não as atitudes orientadas para o consumismo e sim para alcançar mais os aspectos não materiais da vida (DOPIERALA, 2017).

Os consumidores minimalistas não se atêm apenas aos aspectos funcionais dos produtos materiais pois estes possuem um papel simbólico em suas vidas, além disso, é possível afirmar que as restrições econômicas, as barreiras institucionais, ou as desigualdades no acesso incentivam ativamente muitas pessoas a manterem comportamentos de consumo insustentáveis. É notório que o comportamento cotidiano dos consumidores é incitado por normas sociais (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2010).

Visto que o minimalismo foca no essencial, existem poucos elementos materiais que representam o consumo minimalista. Foram citados: arrara de roupas, compras de objetos de segunda mão e a posse de poucos objetos.

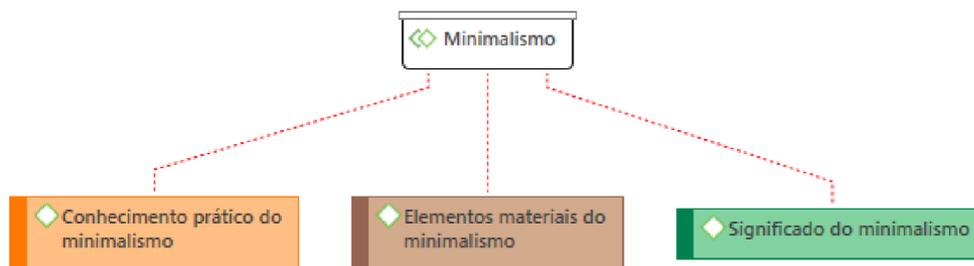
“A questão é ter poucos objetos. Eu posso? Eu realmente preciso disso?”
(Jigglypuff, 1:23)

“Meu guarda-roupa é uma arara e tem umas coisas ali dobradas numa estante e só.” (Princesa Sarah, 7:20)

“Coloquei umas coisas num brechó na época que minha amiga abriu um e, às vezes, eu fazia muita troca com ela e, geralmente, hoje pra mim é assim, tá se acabando eu vou no brechó dela. (Princesa Sarah, 7: 14)

Ao contrário da ideologia consumista dominante, os minimalistas declaram que não se concentram em objetos materiais. Eles não estão interessados em possuir, coletar e acumular coisas.

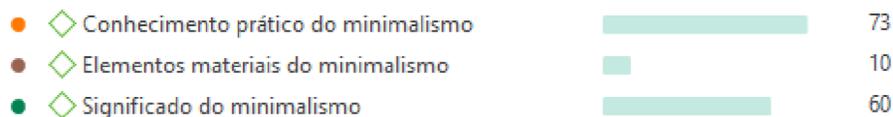
Figura 8 - Figura do ATLAS.ti sobre práticas do minimalismo



Fonte: Dados da pesquisa.

A figura 8, retrata a ligação entre os elementos da prática e o minimalismo. O minimalismo constitui o grupo e elementos da prática são os subgrupos. Cada subgrupo possui elementos que podem ser identificados no quadro resumo, quadro 8 e na figura 10, que representa a rede dos elementos das práticas minimalistas.

Figura 9 - Subgrupos do minimalismo e magnitude

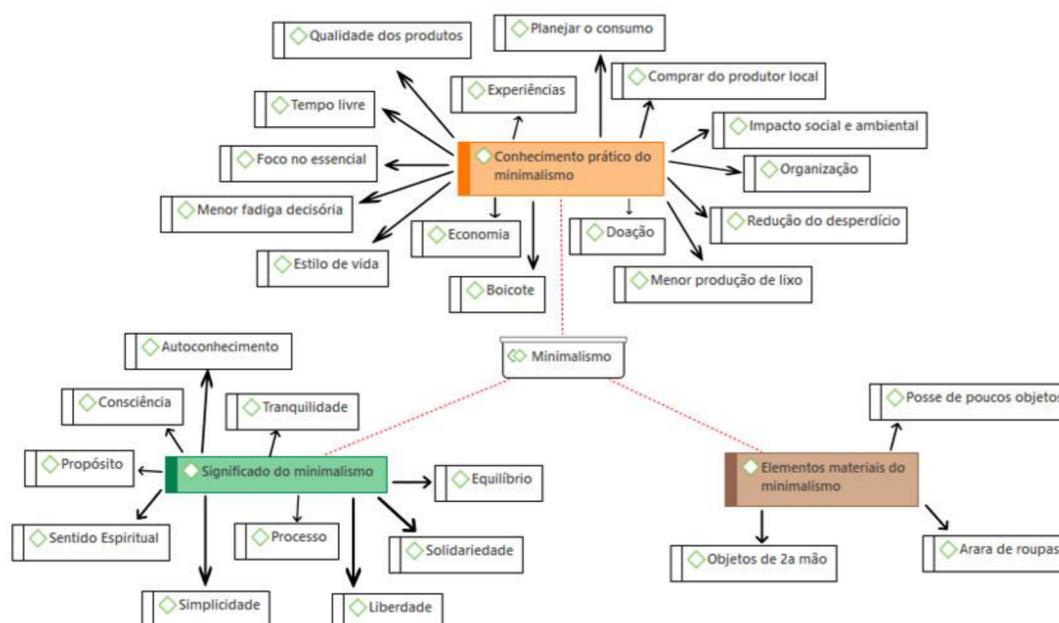


Fonte: Dados da pesquisa.

A figura acima, figura 9, retrata o quantitativo de quantos trechos fizeram referência a cada elemento das práticas encontradas nas entrevistas acerca do minimalismo. É possível observar um certo equilíbrio entre o conhecimento prático e o significado com 73 e 60 citações, respectivamente. Pode-se citar o equilíbrio, a simplicidade e o propósito como destaque no

significado do minimalismo, assim como o estilo de vida no conhecimento prático. Os elementos materiais foram pouco citados, pois o estilo de vida minimalista preza por experiências em detrimento de bens materiais.

Figura 10 - Rede dos elementos das práticas minimalistas



Fonte: Dados da pesquisa.

A rede de comentários das práticas do consumo sustentável, figura 10, contribui para a fácil visualização dos diferentes subgrupos e suas categorias. Percebe-se que apesar de serem comentários complementares não há interligações entre as subcategorias, semelhante ao que acontece no consumo sustentável.

Quadro 8 - Quadro resumo da prática do minimalismo

Significado	
Equilíbrio	Possuir o suficiente para suprir suas necessidades.
Solidariedade	Compaixão pelo próximo.
Liberdade	Liberdade de escolha e das amarras da sociedade, livre arbítrio, paz

Processo	Processo constante de mudança e adaptação.
Simplicidade	Viver com menos
Sentido espiritual	Sensibilidade e simbolismo em relação ao valor que as coisas e pessoas passaram a ter.
Propósito	Evolução, crescimento pessoal, mudança de pensamento, essência
Consciência	Saber o que realmente é necessário, educação familiar.
Tranquilidade	Leveza, menos desgaste na tomada de decisão, redução das preocupações
Autoconhecimento	Olhar para dentro de si, retomar o controle da própria vida
Conhecimento Prático	
Estilo de vida	Forma que o indivíduo vive com menos objetos.
Economia	Menos gastos, economia de recursos financeiros.
Planejar o consumo	Comprar somente o necessário.
Tempo livre	Para usar no que é essencial (família, amigos, viagens).
Impacto social e ambiental	Não gerar danos, pensar nas consequências do consumo, conduta sustentável.
Menor fadiga decisória	Facilidade nas escolhas, menos desgaste na hora de escolher um produto.
Doação	Doação de objetos. Desapego aos bens materiais.
Foco no essencial	Autoconhecimento, fortalecimento da própria identidade, despertar da consciência.
Boicote	Redução das desigualdades sociais, posicionamento político.
Qualidade dos produtos	Prioriza a qualidade para que não precise substituir o(s) objeto(s) com frequência
Experiências	Investimento em experiências (tempo e dinheiro).
Comprar do produtor local	Valorização da economia local/regional.
Organização	Facilidade em arrumar a casa
Redução do desperdício	Redução do consumo de água e energia. Aproveitamento de todo o alimento.
Menor produção de lixo	Menos poluição e menos resíduos
Elementos Materiais	
Posse de poucos objetos	Remete ao conhecimento prático: melhor qualidade dos objetos, planejamento de compras, menor fadiga decisória, foco no essencial
Arara de roupas	Em substituição ao guarda-roupas
Objetos de segunda mão	Consumo de objetos usados em brechós.

Fonte: Elaborado pela autora.

O propósito e a simplicidade são apresentados no significado simultaneamente ao equilíbrio e a consciência. Juntos eles formam os pilares do estilo de vida minimalista.

Em relação ao conhecimento prático, a subcategoria qualidade chama atenção pois os consumidores minimalistas prezam pela qualidade em detrimento da quantidade dos objetos que possuem. A subcategoria boicote visa alertar sobre o posicionamento político de algumas empresas, além procurar empresas que promovam o comércio justo e visem a redução das desigualdades sociais.

Os elementos materiais salienta a pouca quantidade de objetos, pois o estilo de vida minimalista foca no que é essencial e ainda que os consumidores objetivem a economia financeira, há redução do desperdício e uma menor produção de lixo.

4.4 A relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista

O consumo consciente e sustentável é uma das raízes do minimalismo. A vida simples apontada por Mangold e Zschau (2019) significa ser sustentável e ser consciente de que as reduções de consumo aumentam a satisfação da vida pessoal. Assim, a sustentabilidade pode constituir valores de orientação fundamentais para os praticantes do minimalismo (MANGOLD; ZSCHAU, 2019).

Isso acontece, pois as questões de sustentabilidade (social, ambiental e econômico) estão tomando lugar e conscientizando que o consumo minimalista deve ser ecológico e sustentável (PULS; BECKER, 2018; RODRIGUEZ, 2017). Ainda assim, existem questionamentos se uma vida sustentável é, necessariamente, minimalista, devido à grande quantidade de objetos que envolve o consumo sustentável.

“Eu acho que a conduta minimalista, é uma conduta sustentável, né?! Eu não sei se o contrário acontece, porque na sustentabilidade existe um investimento, às vezes, muito grande em material.” (Lorax, 6:22)

Foram encontrados elementos em comum entre o consumo sustentável e o minimalismo. As coincidências podem ser observadas em todos os elementos das práticas, quadro 9.

A solidariedade e o equilíbrio são os elementos que coincidem no significado. A doação e o boicote coincidem no conhecimento prático. O planejamento do consumo e o impacto ambiental e social estão situados no elemento significado no consumo sustentável e

no elemento conhecimento prático no minimalismo. A compra de objetos usados e uso de arara de roupas foram identificados nos elementos materiais.

4.4.1 O significado na relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista

O consumo sustentável, assim como o minimalismo estimulam a solidariedade, fazendo com que pessoas compartilhem suas coisas com mais frequência. Tal atitude se baseia no princípio da economia partilhada, em que o consumidor pode ter uma noção do que pode ser essencial ou supérfluo para sua vida (UGREEN, 2021).

O equilíbrio é percebido através da busca pela moderação e de possuir o suficiente para suprir as necessidades. Parte do princípio da proteção ao meio ambiente, utilizando os recursos naturais com sabedoria, promovendo a qualidade de vida, e preservando a natureza para gerações futuras (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2010; DOPIERALA, 2017).

É possível identificar o minimalismo e o consumo sustentável como práticas em construção. É um processo (DOPIERALA, 2017). Um processo de conscientização que vem da aprendizagem, criatividade e adaptação (BRASIL, 2005). Para Dias (2007) a preocupação com o meio ambiente é vista como um processo subjetivo, que desencadeia comportamentos e atitudes favoráveis à natureza.

Para Babauta (2009), o consumo sustentável e o minimalismo estão ligados à definição de parâmetros através do uso da consciência. A solução está em estabelecer limites para o quanto consumimos e fazemos. O autor sugere que é preciso aproveitar ao máximo o nosso tempo, concentrando-nos nas coisas mais importantes e que tenham significado para a vida, ao invés de em tudo.

4.4.2 O conhecimento prático na relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista

O ato de doar remete a um consumo mais sustentável no momento do descarte, visto que se trata de uma das alternativas de redução de lixo e reaproveitamento. Além de ser um ato solidário, pois existem diversas pessoas em situação precária. Destinar algo que não se usa mais para alguém que vá usar, é uma das principais ideias do minimalismo (UGREEN, 2021).

Os minimalistas acreditam que estão contribuindo para a redução das desigualdades sociais quando deixam de comprar em lojas ou marcas que não apresentam práticas sustentáveis. A rejeição é entendida como a prevenção de um produto, marca ou consumo geral, está relacionada a alguns dos movimentos do consumidor, como resistência do consumidor, prevenção da marca, boicote e consumo político (EL KHATIB, 2020).

Na maioria dos casos, o reconhecimento de uma relação entre indivíduos e práticas exageradas de consumo está interligada à contínua exacerbação dos problemas ambientais no mundo, além dos impactos sociais e econômicos. Denúncias de trabalho escravo, ambientes de trabalho insalubres, poluição contribuem para que o consumismo seja visto de forma negativa (RODRIGUEZ, 2017).

Uma das abordagens encontradas na literatura sobre o consumo sustentável defende que o movimento vai em direção ao minimalismo ou à simplicidade voluntária, enfatizando que é possível viver melhor planejando o consumo e consumindo menos (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2010).

A compra com o produtor local se relaciona à resistência aos comportamentos de consumo de grupos dominantes, dando uma ideia de apoio, ajuda, fortalecimento e valorização do comércio regional. Tal atitude remete tanto ao minimalismo como ao consumo sustentável (DOPIERALA, 2017; SOBREIRA, 2020).

O minimalismo e o consumo sustentável podem corresponder à atitude de “desperdício zero” ou redução do desperdício. Como parte da limitação dos recursos possuídos, um minimalista também pode se esforçar para reduzir os resíduos gerados, a partir de doações, reciclagem e descarte correto de resíduos (DOPIERALA, 2017).

4.4.3 Os elementos materiais na relação entre as práticas do consumo sustentável e minimalista

A relação entre os elementos materiais está associado à infraestrutura e recursos. Durante a análise das entrevistas, apareceram duas interações. A arara de roupas está ligada à facilidade na organização e exposição dos objetos. E os objetos de segunda mão se conectam à ideia de poupar recursos naturais que seriam necessários para a produção de novos produtos (AKATU, 2015).

Uma atitude sustentável cada vez mais comum entre os minimalistas é a compra e venda de objetos usados. Além da possibilidade de trocas com conhecidos e amigos. Eles tendem a procurar por itens mais simples, porém com qualidade superior, que tenham mais

eficiência, que reduzam o desperdício e promovam o reaproveitamento de matéria-prima (DOPIERALA, 2017; MEISSNER, 2019; UGREEN, 2021).

Quadro 9 – Quadro resumo da relação entre as práticas do consumo sustentável e do minimalismo

Significado	
Solidariedade	Compaixão pelo próximo.
Equilíbrio	Possuir o suficiente para suprir suas necessidades.
Processo	Processo constante de mudança e adaptação.
Consciência	Consumo sustentável: Comprar de maneira “inteligente”. Minimalismo: Saber o que realmente é necessário, educação familiar.
Conhecimento Prático	
Doação	Doação de objetos. Desapego aos bens materiais.
Boicote	Boicote à marcas devido ao posicionamento político, denúncias de trabalho escravo, denúncias de poluição.
Impacto social e ambiental	Consumo sustentável: Não comprometer as gerações futuras, não gerar danos, pensar nas consequências do consumo. Situado no significado. Minimalismo: Não gerar danos, pensar nas consequências do consumo, conduta sustentável.
Planejar o consumo	Comprar somente o necessário. Consumo sustentável: Situado no significado.
Comprar do produtor local	Consumo sustentável: Comprar do pequeno produtor, valorização do comércio local. Minimalismo: Valorização da economia local/regional.
Redução do desperdício	Redução do consumo de água e energia. Aproveitamento de todo o alimento.
Elementos Materiais	
Arara de roupas	Em substituição ao guarda-roupas
Objetos de segunda mão	Consumo sustentável: Diminui o uso de novos recursos, reaproveitamento, reciclagem e sustentabilidade. Minimalismo: Consumo de objetos usados em brechós.

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar das subcategorias apresentarem semelhanças entre os elementos das práticas do consumo sustentável e o minimalismo, não necessariamente manifestam o mesmo sentido.

No significado, a consciência apresenta sentidos diferente. No consumo sustentável, a consciência está ligada ao processo de compra inteligente, já no minimalismo, está ligada à educação familiar e a real necessidade de comprar determinado objeto.

No conhecimento prático, o impacto social e ambiental e comprar do produtor local foram as subcategorias mais citadas pelas entrevistadas.

Nos elementos materiais, a compra de objetos de segunda mão ganhou destaque por estar ligada à diminuição de novos recursos, ao reaproveitamento de matéria-prima, estímulo à reciclagem e, conseqüentemente, promoção do comportamento sustentável.

4.5 A prática do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia

A pandemia, apesar da aplicação de vacinas em todo mundo, segue gerando impactos profundos em várias dimensões, sejam elas humanas, sociais, empresariais e governamentais (URDAN, 2020). Diversos países já diminuíram suas restrições em relação à circulação de pessoas e já ensaiam a abertura gradual de suas atividades, porém tantos outros ainda apresentam medidas rígidas de prevenção à disseminação do vírus.

O período em que a população esteve em lockdown acabou refletido na redução das vendas e alterações no consumo. Isso representou grandes desafios para governos e setores produtivos. Muitos comércios e indústrias fecharam e para sair da estagnação econômica gerada pelo estado de exceção foram tomadas medidas de emergência como incentivos econômicos para o setor produtivo e o pagamento de auxílio emergencial para os cidadãos (ORTEGA-VIVANCO, 2020).

Apesar do retorno gradual da economia e do costume com o “novo normal” a prática do consumo segue diferente durante a pandemia e o minimalismo se tornou uma tendência, reforçando o consumo sustentável e cada vez mais consciente (ALMEIDA; CONCEIÇÃO, 2021).

4.5.1 O significado do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia

Quando relacionados ao consumo, os sentimentos negativos causados pela pandemia, como a ansiedade e a depressão, influenciam diretamente o comportamento do consumidor. Tais sentimentos podem levar às compras de forma impulsiva e sem necessidade; e, apesar do aumento das compras em plataformas digitais, o sentimento de frustração está

presente pela forma como a experiência de consumir está sendo realizada (TERRES et al., 2020).

“... se você tirar a experiência do consumo, a pandemia já cortou muito. Quando você vai para plataforma digital, a experiência é totalmente frustrante. Primeiro porque é diferente, você vê uma modelo que não é o seu corpo, você não sabe se vai ficar bem, o caimento, você não tem a questão da textura, de sentir, de pegar, de tocar...” (Jigglypuff, 1:9)

O aprendizado gerado pela pandemia refletiu na funcionalidade da compra. O fato de “adorar um produto” não é mais o suficiente para comprar o produto. Os consumidores passaram a considerar fatores como a frequência com que usarão o produto e se vale o dinheiro que pagam. Além da relação custo-benefício dos produtos, os consumidores passaram a considerar o uso funcional do produto, ou seja, taxa e frequência de uso, facilidade de combinação com outros produtos, multifuncionalidade e probabilidade de se tornar um estilo clássico para o consumidor e ser usado por muitos anos (EL KATHIB, 2020).

“Comprei uma panela elétrica, porque não dava para ficar comprando fogão, comprando coisas para um espaço pequeno e, também, para não ficar gastando energia. A panela elétrica é de arroz, mas nela eu faço tudo, brigadeiro, macarronada, fusilli, de tudo...” (Mulher Maravilha, 2:3)

As mudanças trazidas pela pandemia geraram uma reflexão e modificaram as preferências dos brasileiros, que afirmam que seus valores e a maneira de olhar para a vida foram alterados pela pandemia de COVID-19 e, com isso, as preocupações com a família, com a saúde física e mental e com as finanças pessoais se tornaram prioridade (EY Parthenon, 2020).

“A pandemia trouxe isso, esse ano para mim é um ano muito introspectivo, literalmente, fechado e isolado para todo mundo, então, me fez refletir muito.” (Mulher Maravilha, 2:13)

Bezerra et al. (2020), observaram que a crise econômica provocada pela pandemia de COVID-19 pode ter um resultado positivo na mudança do comportamento de consumo dos consumidores. Eles observaram que a crise econômica pode ajudar a aumentar a conscientização, forçando os consumidores a se tornarem mais racionais em suas decisões de consumo, concluindo que comprar menos leva a algumas emoções positivas, como alívio.

“Nesse momento de pandemia, de isolamento social, que as pessoas não podem mais sair com a frequência com que saiam antes, as pessoas estão começando a rever e ter consciência do seu consumo, você já tem tudo que você precisa para viver na realidade.” (Miguel, 11:8)

4.5.2 O conhecimento prático do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia

A diminuição da atividade humana decorrente do isolamento social, gerou impacto positivo no que diz respeito ao meio ambiente. Houve uma mudança na qualidade do ar e diminuição da poluição pela redução do tráfego de automóveis e inatividade industrial. Foi possível observar na Itália golfinhos nadando no porto de Cagliari, os canais de Veneza mais limpos e cristalinos. Na Índia, os habitantes do norte conseguiram ver o Himalaia a 200 quilômetros de distância pela primeira vez em 30 anos (UFJF,2020).

“Desde que começou a pandemia, saíram umas reportagens dizendo que ambientes naturais estavam ficando mais limpos, ao redor do mundo com o isolamento. Veneza a água estava melhor!” (Mulher Maravilha, 2:14)

Apesar de os consumidores estarem prestando mais atenção nas empresas ambientalmente responsáveis e avaliando de forma coerente os impactos do consumo no meio ambiente, observou-se que apesar de um menor impacto ambiental, foi constatada pelas entrevistadas uma menor sustentabilidade; seja pelo aumento do uso de sacolas plásticas nas entregas por aplicativo, seja pelo fechamento de postos de coleta de material reciclável (EY Parthenon, 2020; TERRES et al., 2020).

“Eu acho que ficou menos sustentável, porque os pontos de coleta fecharam aqui perto. Eu sei que tem os catadores que vem em casa, mas eu não consegui ainda um, então eu separava e mandava pro lixo separado.” (Lorax, 6:25)

“A gente está usando mais saco, tipo a entrega do supermercado, né?! Eles entregam em muitos sacos e quando a gente ia, a gente levava a nossa sacola retornável, então nesse sentido está tendo mais consumo de plástico, embora a gente reaproveite tudo...” (Diana, 3:8)

Com as restrições à livre circulação de pessoas, houve um aumento da disposição de compra em canais on-line, com isso a possibilidade de entrega dos pedidos se tornou muito relevante para os consumidores e gerou empregos durante a pandemia. Os pedidos feitos em sites e aplicativos geraram recordes de venda (EY Parthenon, 2020).

“...as compras aqui passaram a ser muito por aplicativo, já que a gente não podia sair.” (Diana, 3:9)

Durante o isolamento social, alguns consumidores reduziram os gastos familiares; o ponto mais citado pelas entrevistadas foi a redução do consumo de gasolina e diminuição de gastos com restaurantes e cafés. O processo de compra se tornou racional e reflexivo, os consumidores estão pensando mais quanto à necessidade e utilidade antes de comprarem um produto (EL KATHIB, 2020).

“... mais do que 50% dos nossos gastos familiares foram reduzidos na época da pandemia. Primeira coisa foi gasolina. Eu gastava R\$ 800,00 de gasolina por mês, mil reais de gasolina por mês. Eu botei R\$ 100 e passou um mês todinho.” (Gru, 5:20)

O essencialismo durante a pandemia veio para reforçar o ideal minimalista. Além de focar no que é importante para cada indivíduo, o essencialismo exclui o que não agrega valor, evita todo tipo de excesso e ajuda na redescoberta do ser (ALMEIDA; CONCEIÇÃO, 2021).

“O essencial no período de pandemia é você comer, eu acho. Não tem mais do que isso... medicação, se necessário, e deslocamento.” (Princesa Sarah, 7:29)

A qualidade do produto/serviço, por exemplo, ganhou importância assim como a saudabilidade, que é a tendência à alimentação e a hábitos saudáveis. A restrição da livre circulação fez com que as pessoas se alimentassem mais em casa, o que, além, de promover a proximidade entre a família, proporcionou uma escolha mais saudável na alimentação. O medo de adoecer e busca por uma maior imunidade contribuíram para melhores escolhas alimentares (EY Parthenon, 2020).

“A questão alimentar, as escolhas alimentares acabaram se tornando melhores... o aumento na ingestão de frutas, de legumes, de iogurtes.” (Harry Potter, 10:17)

Algumas atividades se desenvolveram ainda mais durante a pandemia no período de quarentena. Essas atividades incluem cozinhar, passar tempo nas mídias sociais, assistir a uma plataforma de streaming e fazer compras online. As atividades de entretenimento podem variar de acordo com o nível socioeconômico das famílias, assim como o nível de educação e a situação de financeira (BELK, 2020).

4.5.3 Os elementos materiais do consumo sustentável e minimalista durante a pandemia

Os elementos materiais envolvidos na prática do consumo sustentável e minimalista durante o isolamento social remetem à objetos que faziam referência à vida pré-pandemia. De forma a tornar a rotina da quarentena mais próxima à vida fora de casa.

“Eu passei a consumir mais em coisas para tentar trazer um pouco do que eu tinha fora do meu ambiente para dentro da minha realidade de casa, por exemplo, eu fazia muito exercício, era algo que eu liberava endorfina, era minha válvula de escape.” (Jigglypuff, 1:10)

O uso e compra de poucas roupas, também, foi um ponto chave do consumo na pandemia. As entrevistadas relataram que, pelo fato de não precisarem sair de casa, usavam a mesma roupa durante um longo período. Outras revelaram que, apesar do trabalho remoto, usavam pijama e trocavam apenas a parte de cima do vestuário para participação em aulas e reuniões.

“... passei 20 dias sem botar o pé para fora de casa, só trocando de pijama. Eu dava aula remota, então eu só usava a parte de cima (risos) a de baixo era um pijaminha. E aí eu pendurava a roupa ali no varal, nem lavava roupa.... aí, daqui há duas semanas eu a usava de novo.” (Gru, 5:22)

No quadro 10, segue um resumo sobre as práticas do consumo sustentável e do minimalismo durante a pandemia.

Quadro 10 - Quadro resumo da prática do consumo sustentável e do minimalismo durante a pandemia

Significado	
Frustração	Frustração de não viver a experiência do consumo.
Aprendizado	Compra de produtos funcionais e de longa duração.
Reflexão	Sobre o que está acontecendo no mundo e introspecção.
Consciência	Compras mais racionais.
Conhecimento Prático	
Menor impacto ambiental	Menor intervenção humana na natureza durante o período da quarentena, recuperação de áreas afetadas.
Menor Sustentabilidade	Postos de coleta fechados, aumento do uso de sacolas plásticas.
Consumo digital	Aumento do consumo através de aplicativos e sites.

Redução dos gastos familiares	Transporte zero, redução do volume de compras.
Essencialismo	Percepção do que é essencial durante a pandemia.
Melhores escolhas alimentares	Consumidor faz a própria comida e escolhe alimentos mais saudáveis.
Elementos Materiais	
Objetos de consumo que remetem à vida pré-pandemia	Compra de objetos que aproximam a rotina de quarentena com um cotidiano pré-pandemia.
Uso de poucas roupas	Reutilização de roupas em casa sem a necessidade de lavar constantemente.

Fonte: Elaborado pela autora.

O significado traz momentos de reflexão e aprendizado entre os minimalistas, assim como uma melhor consciência de compra entre os consumidores e o sentimento de frustração pelo corte da experiência do consumo.

O conhecimento prático reporta-se ao que é vivenciado na prática pelos consumidores. Durante o período de pandemia foi observado a “recuperação” ambiental em diversas áreas do mundo devido à menor intervenção humana. Foi observado o aumento do consumo digital, devido às restrições de circulação de pessoas, assim como a redução dos gastos familiares pela ausência de saídas.

Os elementos materiais remetem à vida antes da pandemia, pois as entrevistadas tentaram tornar o ambiente em que estavam confinadas semelhante à vida externa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O debate acerca do consumo sustentável é um objeto de estudo extremamente rico, porém quando se pesquisa sobre sua relação com o minimalismo, por sua vez, a literatura ainda é escassa. O minimalismo é pautado na eliminação do consumo supérfluo e o foco no essencial, mas essas características são diferentes entre os indivíduos e tal fato dificulta um conceito assertivo sobre a teoria.

Desta forma o objetivo geral desta pesquisa foi analisar as relações entre os elementos das práticas do consumo sustentável e do minimalismo.. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa e interpretativista com consumidoras que se consideram minimalistas. As práticas investigadas foram práticas de consumo sustentável e minimalismo. Para análise, foi utilizada a análise de conteúdo (BARDIN, 2006), através da categorização, e a estrutura de elementos da prática proposta por Shove, Pantzar e Watson (2012), que traz os elementos materiais, o significado e o conhecimento prático, para a análise das práticas.

Os objetivos específicos da pesquisa foram: identificar a percepção dos minimalistas sobre consumo sustentável; identificar a percepção dos minimalistas em relação ao minimalismo e identificar as mudanças nas relações de consumo durante a pandemia de COVID-19. É possível afirmar que todos os objetivos foram atingidos.

A percepção dos minimalistas acerca do consumo sustentável foi baseada na visão de Ribeiro e Veiga (2011) e apresentava quatro dimensões: a consciência ecológica, a economia de recursos, a reciclagem e a frugalidade. No significado, o impacto social e ambiental foi citado com o objetivo de não comprometer as gerações futuras e está ligado à consciência ecológica. No conhecimento prático, a reciclagem, o reaproveitamento e a doação se destacaram e estão ligados à economia de recursos e reciclagem. Porém nos elementos materiais a grande quantidade de objetos necessários, para que um indivíduo seja considerado sustentável, vai de encontro ao conceito de frugalidade.

O minimalismo é multifacetado, não se trata de uma revolução nem de sacrifícios, mas de racionalizar a quantidade de bens e o nível de consumo. Em contrapartida, enquanto os minimalistas são identificados por sua rejeição aos bens materiais, tais bens estão presentes em suas vidas. Portanto, é crucial determinar o papel dos objetos na vida de um minimalista, o status atribuído a eles e a percepção das relações com eles.

Assim sendo, é possível identificar o minimalismo como uma prática em construção, é um processo e vem ganhando adeptos a cada ano. Pode ser relacionada ao consumo sustentável de forma que, baseada na análise da amostra, as minimalistas atribuem

significados, identificam os elementos materiais e apresentam habilidades e conhecimentos que muitas vezes se misturam aos praticados tanto no minimalismo como no consumo sustentável, porém apesar das semelhanças encontradas, o sentido da subcategoria nem sempre é o mesmo.

No que se refere às mudanças da relação de consumo durante a pandemia, foi mencionada a frustração pela restrição da experiência do consumo, assim como o crescimento do consumo digital. Foi relatado uma diminuição dos gastos familiares, causado pela restrição da livre circulação, mas por outro lado, se observarmos o contexto geral, houve aumento no desemprego e muitas famílias não conseguiram o básico para sobreviver.

Devido à rápida mutação do vírus, estão aparecendo novas variantes, como a Delta e a Ômicron, então não há certeza de quando a pandemia irá acabar, apesar da vacinação estar avançada no Brasil. Posto que, é necessário que governos, instituições e indivíduos, ainda, se mantenham em alerta para enfrentar possíveis novas crises e reverter os efeitos danosos da pandemia na sociedade.

Os achados da pesquisa contribuem para a literatura sobre o minimalismo, e podem ser úteis para estudantes, pesquisadores e, até mesmo, comerciantes e varejistas de diferentes localidades. Pois, as mudanças no comportamento do consumidor podem revolucionar e desenvolver novas estratégias de produtos, preços, comunicação e distribuição, principalmente em mercados economicamente em desenvolvimento.

A limitação da pesquisa encontra-se na escassa literatura acadêmica sobre o minimalismo como forma de consumo, tendo a pesquisadora que abrir espaço para blogs, notícias e documentários com o objetivo de referenciar a pesquisa.

Como sugestão de pesquisas futuras, o envolvimento de dados comparativos de diferentes estruturas culturais e econômicas para ajudar a desenvolver uma visão mais ampla. Outra sugestão seria investigar como é realizada a compra minimalista, no sentido de observar quais atributos e características do produto ou serviço são importantes para que a compra seja efetuada. Pode-se, também, analisar as seguintes hipóteses: H0: Todo minimalista é sustentável; H1: Nem todo consumidor sustentável é minimalista. Além de fazer um comparativo com o comportamento masculino: H2: Mulheres são menos minimalistas e mais sustentáveis; H3: Homens são menos sustentáveis e mais minimalistas. No decorrer da entrevista foi citado o movimento essencialista e, também, poderia ser interessante relacionar a prática do minimalismo ao movimento essencialista.

REFERÊNCIAS

- AKATU. **Consumo consciente para um futuro sustentável**. 2015.
- ALMEIDA, Maria Luciana de. Sustentabilidade e práticas sociais: um estudo etnometodológico no festival Bons Sons. **Tese** (Doutorado). Universidade Federal de Pernambuco. Pós-graduação em administração. Recife. 2018.
- ALMEIDA, Tainara; CONCEIÇÃO, André. Minimalismo como um estilo de vida e sua importância para a gestão das finanças. **Gestão-Revista Científica**, v. 3, n. 1, 2021.
- BABAUTA, Leo. **The Simple Guide to a Minimalist Life**. Scotts Valley: CreateSpace, 2009.
- BABAUTA, Leo. *The Power of Less: The Fine Art of Limiting Yourself to the Essential...* in **Business and in Life**. Hay House, Inc, 2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa : Edições 70, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- BECKER, Joshua. A new minimalist economy. **Becoming minimalist**. 2016. Disponível em: www.becomingminimalist.com/minimalist-economy Acesso em: 20 outubro de 2020.
- BELK, Russell William. Consumo pós-pandemia: um portal para um mundo novo?. **Cadernos Ebape**. Br, v. 18, n. 3, p. 639-647, 2020.
- BEZERRA, Anselmo César Vasconcelos et al. Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 2411-2421, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10792020> Acesso em: 05 de dezembro de 2020
- BIANCHI, Enrique et al. Conciencia y acciones de consumo responsable en los jóvenes universitarios. **Escritos Contables y de Administración**, v. 4, n. 1, p. 81-107, 2013.
- BOUJBEL, Lilia; D'ASTOUS, Alain. Voluntary simplicity and life satisfaction: Exploring the mediating role of consumption desires. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 11, n. 6, p. 487-494, 2012.
- BOVE, Liliana L.; NAGPAL, Anish; DORSETT, Adlai David S. Exploring the determinants of the frugal shopper. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 16, n. 4, p. 291-297, 2009.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Ministério da Educação. Consumo Sustentável: Manual de educação. Brasília: Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. 160 p. Disponível em: <https://idec.org.br/publicacao/manual-de-educacao-para-o-consumo-sustentavel-2a-ed-2005>> Acesso em: 22 de janeiro de 2021.
- CALIOPE, Thalita Silva; LÁZARO, José Carlos. From Fast to Slow: Transitions to Sustainable Fashion. A Theoretical Essay. In: **International Sustainability Transitions Conference**. IST Manchester, Uk, 2018.

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

CASANOVA, José Luís. A “teoria da prática” – uma prática menos teorizada? **Problemas e práticas**. n. 17, p. 61- 73, 1995.

CEPAL (2020, julio 15). **Contracción de la actividad económica de la región se profundiza a causa de la pandemia**: Caerá -9,1% en 2020, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2XmFYo2>> Acesso em: 20 jan 2021.

CERBASI, G. **A riqueza da vida simples**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

CHAEBO, G; GUIMARÃES, T. A. Zona de transição dos paradigmas funcionalista e interpretativista. **Desafio Online**, Campo Grande, v. 2, n. 2, mai./ago. 2014.

CHAPPELLS, H.; MEDD, W.; SHOVE, E. Disruption and change: drought and the inconspicuous dynamics of garden lives. **Social & Cultural Geography**, v.12, n.7, p. 701-715, 2011.

CONTI, Flávia Pereira; OURIVES, Eliete Auxiliadora Assunção; FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves. Design com minimalismo para slow fashion. **Colóquio Internacional de Design**, ed. 2017.

COSTA, F. J. **Marketing e Sociedade**. João Pessoa: Editora UFPB, 2015.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo e quantitativo**. 4 ed., Porto Alegre: Artmed, 2014.

DALFOVO, Michael Samir; IGNÁCIO, Bruno César; BROD, Marta. Minimalismo Como Reflexão Para Os Objetivos Da Onu: Pensamentos Após Um Podcast Em Prol Da Sustentabilidade. **Revista De Extensão E Iniciação Científica Da Unisociesc**, V. 8, N. 1, 2021.

D’ALISA, Giacomo. **Degrowth**. CES/ALICE, 2019. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/87061/1/Degrowth_Dicionario%20Alice.pdf> Acesso em: 25 jun. 2021.

DIAS, R. **Marketing Ambiental**. São Paulo: Ed. Atlas. 2007

DONATELLI, Giovana Cordova. Movimentos anti-consumo e o método KonMari. 2019. **Tese** (Doutorado). Universidade Europeia, Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação, 2019.

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

EL KHATIB, Ahmed Sameer. COVID-19 e o Anticonsumo: Uma Análise dos Efeitos da Pandemia na Indústria da Moda. In: **CLAV 2020**. 2020.

EY PARTHENON. COVID-19 no Brasil Impacto no segmento de pequenas e médias empresas (PMEs). EY- PARTHENON consultoria, 2020. Disponível em: <

https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/pt_br/releases/ey-pathernon-pme-v2.pdf>
Acesso em: nov. 2021.

FANELLI, Rosa Maria. Changes in the Food-Related Behaviour of Italian Consumers during the COVID-19 Pandemic. **Foods**, v. 10, n. 1, p. 169, 2021.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed., Porto Alegre: Bookman, 2009.

FRANCO, Marco Paulo Vianna. Uma questão de poder: consumo sustentável e suficiência ecológica como discursos alternativos em prol da sustentabilidade. **Sociedade & Natureza**, v. 31, 2019.

GARCIA, Leila Posenato; SANCHEZ, Zila M. Consumo de álcool durante a pandemia da COVID-19: uma reflexão necessária para o enfrentamento da situação. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, p. e00124520, 2020.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa Qualitativa: Tipos Fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v.35, n.3, p. 20-29, 1995.

GOLDSMITH, Ronald E.; FLYNN, Leisa Reinecke; CLARK, Ronald A. The etiology of the frugal consumer. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 21, n. 2, p. 175-184, 2014.

GOMES, Daniela Vasconcellos. Educação para o Consumo Ético e Sustentável. **REMEA - Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, [S.l.], v. 16, set. 2006.

GORNI, Patrícia Monteiro; GOMES, Giancarlo; DREHER, Marialva Tomio. Consciência ambiental e gênero: os universitários e o consumo sustentável. **RGSA-Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 6, n. 2, p. 165-179, 2012.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. 2. ed., Porto Alegre: Penso, 2012.

HAJDAS, Monika. Cultural codes and brand equity relations—exploratory study and research implications. **Management Sciences**, v. 24, n. 1, p. 19-27, 2019.

HARGREAVES, Tom. Practice-ing behaviour change: applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 1, p. 79-99, 2011.

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.

INSTITUTO ETHOS. Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável. 2011. Disponível em: <Plataforma-por-uma-Economia-Inclusiva-Verde-e-Responsável.pdf (ethos.org.br)> Acesso em: 10 de jan de 2021

JÚNIOR, Sergio Silva Braga et al. Uma análise da consciência ecológica para o consumo “verde” no varejo supermercadista. **Revista de Gestão Social e Ambiental-RGSA**, v. 6, n. 2, p. 134-148, 2012.

KALLIS, G. In defense of degrowth. *Ecological Economics*, v. 70, p. 873-880. 2011.

- KANAN, Lilia. Consumo Sustentável e Economia Solidária. **Revista de Psicologia**, v. 23, p. 607-624, 2011.
- KASPEREK, Andrzej. A minimalist response to the time of crisis. **The Religious Studies Review**, v. 268, no. 2, 2018.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LASTOVICKA, John L. et al. Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. **Journal of consumer research**, v. 26, n. 1, p. 85-98, 1999.
- LEAL, Antonio Cezar et al. A reinserção do lixo na sociedade do capital: uma contribuição ao entendimento do trabalho na catação e na reciclagem. **Terra Livre**, v. 2, n. 19, 2015.
- LEE, Seung Hwan Mark. When are frugal consumers not frugal? The influence of personal networks. **Journal of retailing and consumer services**, v. 30, p. 1-7, 2016.
- LIM, W. M. Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. **Journal Of Business Research**, [s.l.], v. 78, p.69-80, set. 2017. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.001>.
- LODER, Natasha. What to expect in year three of the pandemic. **The Economist**, 2021. Disponível em: <<https://www.economist.com/the-world-ahead/2021/11/08/what-to-expect-in-year-three-of-the-pandemic>> Acesso em: nov. 2021
- MAMEDE, Walner. Quarentena da COVID-19 no Brasil: necessidade ou política do excesso contra o desconhecido? Uma crítica ao plano brasileiro de contingência, frente às orientações do relatório do Imperial College Team. **Revista Sustinere**, v. 8, n. 1, p. 274-299, 2020.
- MANGOLD, Severin; ZSCHAU, Toralf. In Search of the “Good Life”: The Appeal of the Tiny House Lifestyle in the USA. **Social Sciences**, v. 8, n. 1, p. 26, 2019.
- MARTIN, Elliot; SHAHEEN, Susan A.; LIDICKER, Jeffrey. Impact of carsharing on household vehicle holdings: Results from North American shared-use vehicle survey. **Transportation research record**, v. 2143, n. 1, p. 150-158, 2010.
- MCKEOWN, Greg. The Disciplined Pursuit of Less. **Harvard Business Review**. Managing Yourself, 2012. Disponível em: <https://hbr.org/2012/08/the-disciplined-pursuit-of-less> Acesso em: 11/11/2020.
- MCKEOWN, Greg. **Essencialismo** - a disciplinada busca por menos. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.
- MEISSNER, Miriam. Against accumulation: lifestyle minimalism, de-growth and the presente post-ecological condition. **Journal of Cultural Economy**, feb, 2019. DOI: 10.1080/17530350.2019.1570962
- MILLBURN, Joshua. F.; NICODEMUS, Ryan. Everything that remains: a memoir by the Minimalists. **Asymmetrical Press**, 2014.

MINIMALISM - A Documentary About the Important Things. Direção: Matt D'avella. Kino Lorber Studio Classics, 2016. NETFLIX (78 min), color.

MONTEIRO, Thel Augusto et al. Consciência ecológica e atitudes dos consumidores: um estudo exploratório sobre seus impactos diante de produtos e marcas. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 10, n. 3, p. 183-198, 2012.

MOTA, Pedro Lula. O minimalismo prejudica a economia? **Blog Terraço Econômico**. 27 abr. 2017. Disponível em: <<http://terraoeconomico.com.br/ominimalismo-prejudica-economia-2>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

MOTTA, S. L. S.; OLIVEIRA, B. O marketing ecológico como vantagem competitiva. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 49-59, 2007.

NYE, M.; HARGREAVES, T. Exploring the Social Dynamics of Proenvironmental Behavior Change. **Journal Of Industrial Ecology**, [s.l.], v. 14, n. 1, p.137-149, 2010. <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1530-9290.2009.00193.x>>

OLIVEIRA, João Carlos Cabrelon. Consumo sustentável. **Veredas do Direito: Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**, Belo Horizonte, v. 9, n. 17, p. 79, dez. 2012.

OLIVEIRA, Verônica Macário de; CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde. Contemporaneidade do consumo sustentável e as suas correlações com as práticas empresariais e o comportamento do consumidor. **Encontro Nacional Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade**. 2010. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro5/cd/artigos/GT13-492-441-20100902182702.pdf> Acesso em: 30 set. 2018.

ORTEGA-VIVANCO, Mayra. Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. **RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía**, v. 10, n. 20, p. 233-247, 2020.

PAIVA, Marlon Bruno Matos. Materialismo, simplicidade voluntária e decrescimento: vida de rico ou vida rica? **Tese** (Doutorado). Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2020.

PEPPER, Miriam; JACKSON, Tim; UZZELL, David. An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours. **International journal of consumer studies**, v. 33, n. 2, p. 126-136, 2009.

PULS, Lourdes Maria; BECKER, Camila. O estilo de vida minimalista x consumo do vestuário de moda. **e-Revista LOGO**, v. 7, n. 2, 2018. DOI: <http://doi.org/10.26771/e-Revista.LOGO/2018.2.06>

QUOQUAB, F.; MOHAMMAD, J. Sustainable Consumption: Sacrificing for the Future. **Procedia - Social And Behavioral Sciences**, [s.l.], v. 224, p.599-604, jun. 2016. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.449>.

RECKWITZ, Andreas. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. **European journal of social theory**, v. 5, n. 2, p. 243-263, 2002.

- RIBEIRO, J. A.; VEIGA, R. T. Proposição de uma escala de consumo sustentável. **Revista de Administração**, v. 46, n. 1, p. 45-60, 2011.
- RIBEIRO, J. A.; VEIGA, R. T.; HIGUCHI, A. K. Personality traits and sustainable consumption. **REMark: Revista Brasileira de Marketing**, v.15, n. 3, p.297-313, 2016.
- RODRIGUEZ, Jason. The US Minimalist Movement: Radical Political Practice? **Review of Radical Political Economics**, v. 20, n. 2, p 286 – 296, 2017.
- ROJAS, Angelina Accetta; MOCARZEL, Marcelo Maia Vinagre. Da cultura visual à cultura material: o minimalismo como forma de expressão na sociedade de consumo. **ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política**. v.16, n.31, p. 131-140, 2015.
- RØPKE, Inge. Theories of practice - new inspiration for ecological economic studies on consumption. **Ecological Economics**, v. 68, n. 10, p. 2490-2497, 2009.
- SCHATZKI, Theodore. **Social practices: a wittgensteinian approach to human activity and the social**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- SCHATZKI, T. R. **The site of the social: A philosophical exploration of the constitution of social life and change**. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, 2002.
- SCHATZKI, T. R. A new societist social ontology. **Philosophy of the Social Sciences**, v. 33, n.2, p. 174–202, 2003.
- SCHATZKI, T. R. The sites of organizations. **Organization Studies**, v. 26, n. 3, p. 465-84, 2005.
- SCHNEIDER, F.; KALLIS, G; MARTÍNEZ-ALIER, J. Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. **Journal of Cleaner Production**, v. 18, p. 511-518. 2010.
- SHOVE, E. **Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality**. Berg: Oxford, 2003.
- SHOVE, E. The shadowy side of innovation: unmaking and sustainability. **Technology Analysis & Strategic Management**, n. 24, v.4, .p 363-375, 2012.
- SHOVE, Elizabeth; PANTZAR, Matt; WATSON, Mika. **The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes**. California: Sage, 2012.
- SILVA, M. E.; PEDROZO, E. A. Consumo sustentável: um olhar a partir da teoria da complexidade. **Revista Gestão.Org**, v. 14, Edição Especial, p. 1- 15, 2016.
- SILVA, M. V. B.; SANTOS, A. C. M. Z.; PETRINI, M.; SILVEIRA, L. Promovendo o consumo sustentável; um estudo de caso. **Pretexto**, v. 18, n. 3, p 50 – 65, 2017.
- SOBREIRA, Érica Maria Calíope. Slow Food como composto de práticas sustentáveis no consumo de alimentos. **Dissertação** (Mestrado). Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2020.

SOUZA, João Carlos. Reciclagem e Sustentabilidade: A importância da Logística. **SPOLM**. 2008. Disponível em: <https://marinha.mil.br/spolm/sites/files/038_0.pdf> . Acesso em: 4 de jan 2021.

SPAARGAREN, Gert. Theories of practices: Agency, technology, and culture. **Global Environmental Change**, v. 21, n. 3, p. 813–822, 2011.

SPURLING, Nicola; MCMEEKIN, Andrew. Interventions in practices: Sustainable mobility policies in England. **Social Practices, Intervention and Sustainability Beyond behaviour change**, 2015.

TAMBOSI, Silvana Silva Vieira; MONDINI, Vanessa Edy Dagnoni; BORGES, Gustavo da Rosa; HEIN, Nelson. Consciência ambiental, hábitos de consumo sustentável e intenção de compra de produtos ecológicos de alunos de uma IES de Santa Catarina. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, v. 5, n. 3, 2014.

TELOCKEN, S. G. et al. O consumo consciente entre os alunos de administração de uma universidade federal brasileira sob a ótica da educação para a sustentabilidade. **Revista gestão e desenvolvimento**, v. 14, n. 1, p. 100-113, 2017.

TERRES, Mellina da Silva et al. Pandemia de COVID-19: trilhas para pesquisas futuras em marketing envolvendo o papel regulatório do consumo pró-social. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 19, n. 3, p. 611-641, 2020.

TÓDERO, M.; MACKE, J.; BIASUZ, T. S. O consumo consciente e a relação com as ações de responsabilidade social empresarial. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 5, n. 1, 2011.

UNEP. Sustainable Consumption and Production and the SDGs, 2015. Disponível em: <[https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9705/-Sustainable consumption and production and the SDGs UNEP Post 2015 Note 2-2014sustainable consumption and production and the SDG english.pdf.pdf?sequence=8&%3BisAllowed=y%2C%20Chinese%7C%7Chttps%3A/wedoc](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9705/-Sustainable%20consumption%20and%20production%20and%20the%20SDGs%20UNEP%20Post%202015%20Note%202-2014sustainable%20consumption%20and%20production%20and%20the%20SDG%20english.pdf.pdf?sequence=8&%3BisAllowed=y%2C%20Chinese%7C%7Chttps%3A/wedoc)> Acesso em: 26 de dezembro de 2020.

UGREEN. Minimalismo e sua relação com a sustentabilidade. YouTube (8:54 minutos), color.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME / CARL DUISBERG GESELLSCHAFT (UNEP/CDG). **Sustainable production and consumption**: creating opportunities in a changing world. Berlin: CDG, 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF). Pandemia e Meio Ambiente: Impactos momentâneos ou nova normalidade?. Site institucional UFJF, 2020. Disponível em: <<https://www2.ufjf.br/noticias/2020/04/24/pandemia-e-meio-ambiente-impactos-momentaneos-ou-nova-normalidade/>> Acesso em: out. 2021.

URDAN, André Torres. A pesquisa em marketing no Brasil e o desafio/oportunidade de contribuição e legitimação na pandemia. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 19, n. 4, p. 731-737, 2020.

VILLAGÓMEZ, Ivonne Tapia. Del consumo superfluo al consumo minimalista. **Ibero Puebla**, 2019. disponível em:
<<https://repositorio.iberopuebla.mx/handle/20.500.11777/4461>>

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

WARDE, A. Consumption and theories of practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.

WARDE, A. After taste: Culture, consumption and theories of practice. **Journal Of Consumer Culture**, [s.l.], v. 14, n. 3, p.279-303, 25 ago. 2014. SAGE Publications.
<http://dx.doi.org/10.1177/1469540514547828>.

WHITTINGTON, R. Completing the practice turn in strategy research. **Organization Studies**, v. 27, n. 5, p. 613-634, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840606064101>.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID19. 2020. DISPONÍVEL EM: < <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19>> Acesso em: jan 2021.

ZWANKA, Russell J.; BUFF, Cheryl. COVID-19 generation: a conceptual framework of the consumer behavioral shifts to Be caused by the COVID-19 pandemic. **Journal of International Consumer Marketing**, v. 33, n. 1, p. 58-67, 2021.

APÊNDICE A - Perguntas base para a entrevista aberta

Consumo sustentável

1. O que significa consumo sustentável para você? Pedir exemplos.
2. Você se considera um consumidor sustentável? Por quê? Pedir exemplos.
3. Quais suas práticas (atitudes/hábitos) para levar uma vida sustentável?
4. Você consome produtos reciclados? Você consome produtos recicláveis?
5. Você consome em lojas ou marcas que apresentam práticas sustentáveis?
6. Você já deixou de consumir em alguma loja ou marca pelo fato de não apresentarem práticas sustentáveis?
7. Você separa seu lixo?
8. Qual o destino de objetos que você não mais utiliza?

Minimalismo

1. O que significa o minimalismo para você?
2. Por que você resolveu se tornar minimalista?
3. Desde quando você aderiu ao minimalismo?
4. Como foi o processo de aderir ao minimalismo?
5. Aderir ao minimalismo afetou o seu padrão de consumo? De que forma? Pode me dizer alguns exemplos?
6. Aderir ao minimalismo afetou a sua vida financeira? Se sim, de que forma?
7. Você, após aderir ao minimalismo, acha que está contribuindo para a preservação do meio-ambiente? Se sim, como?
8. Você, após aderir ao minimalismo, acha que está contribuindo para a redução das desigualdades sociais? Se sim, como?
9. Que mudanças estruturais você percebeu após assumir-se minimalista?
10. Existe alguma “área específica” em que você se considere minimalista? Por exemplo: guarda-roupas, cozinha...
11. Como a pandemia de Covid-19 alterou suas relações de consumo?

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E
CONTROLADORIA****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, _____, declaro, por meio deste termo, que concordo em participar da pesquisa intitulada O MINIMALISMO COMO PRÁTICA PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL desenvolvida por Rafaela Melo de Oliveira sob orientação do Professor Dr. Diego de Queiroz Machado.

Concordo em ser entrevistado(a) pela pesquisadora através de canais digitais, permitindo o registro escrito e a gravação das entrevistas que serão, posteriormente, transcritas. Compreendo que essa pesquisa possui finalidade acadêmica e que os dados obtidos serão utilizados de forma anônima, preservando minha identidade.

Além disso, fui informado(a) pela pesquisadora que tenho a liberdade de deixar de responder a qualquer pergunta, assim como recusar, a qualquer tempo, participar da pesquisa, interrompendo minha participação, temporária ou definitivamente e que não terei nenhum tipo de ônus ou bônus por esta participação.

Assinatura

Fortaleza, _____ de _____ de _____.