

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA TECNÓLOGO
EM DESIGN DE MODA**

ANIELLY MARIA VIANA DE MACÊDO

**ARMÁRIO CÁPSULA: como aderir ao minimalismo na moda em meio ao
consumo exagerado**

**TERESINA-PI
2022**

ANIELLY MARIA VIANA DE MACEDO

**ARMÁRIO CAPSULA: como aderir ao minimalismo na moda em meio ao
consumo exagerado**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí. Campus Teresina Zona Sul.

Professor(a) Orientador (a): Esp. Caroline Pinto Guedes Ferreira

ARMÁRIO CÁPSULA: como aderir ao minimalismo na moda em meio ao consumo exagerado

Anielly Maria Viana de Macedo¹
Caroline Pinto Guedes Ferreira²

RESUMO

O armário cápsula é uma proposta minimalista de se relacionar com o mundo da moda, seu “eu” interior e o consumo sustentável. Apesar disso, muitos ainda têm receio por achar que os limitam. Assim, este artigo objetiva analisar o armário cápsula como solução ao consumo exagerado com base no minimalismo. Para isso foi realizada uma pesquisa semiestruturada com alunos da área de moda. Os resultados apontam que mesmo fazendo uso do consumo consciente muitos ainda compram peças de roupas por impulso de promoções e influência, e que para outros, a compra tem um significado e só compra quando há necessidade.

Palavras-chave: Minimalismo, Consumo, Armário Cápsula

ABSTRACT

The capsule wardrobe is a minimalist approach to engage with the world of fashion, one's inner self, and sustainable consumption. Despite this, many still hesitate, fearing that it imposes limitations. Thus, this article aims to analyze the capsule wardrobe as a solution to excessive consumption based on minimalism. A semi-structured survey was conducted with students in the fashion field for this purpose. The results indicate that even with conscious consumption practices, many still impulsively buy clothing items due to promotions and influence. On the other hand, for some, purchasing holds significance, and they only buy when there is a genuine need.

Keywords: Minimalism, Consumption, Capsule Wardrobe

Data de aprovação: 03/02/2022

1 INTRODUÇÃO

Diante do atual contexto em que a produção de moda em larga escala e o consumo exagerado impactam negativamente a sustentabilidade, surgem algumas soluções que minimizem esses impactos. Entre elas está o armário cápsula que tem as suas raízes no conceito do minimalismo na moda.

¹ Graduanda de Tecnologia em Design de Moda. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Zona Sul. aniellymaria15@gmail.com

² Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Universidade Federal do Piauí, Graduada em Bacharelado em Administração, Universidade Estadual do Piauí. Professora efetiva do Instituto Federal do Piauí. Orientadora do curso Tecnológico em Design de Moda

Ao contrário do que muitos acreditam sobre o armário cápsula, ele não limita as possibilidades, e sim potencializa e mostra novas formas de fazer combinações das roupas de maneira mais harmoniosa, a partir do conhecimento do seu estilo, contribuindo para adequar o seu guarda-roupa ao seu dia e à sua rotina.

O minimalismo é um conceito baseado no consumo consciente, vestindo roupas atemporais, versáteis e duráveis. Não é fugir da moda, mas refletir uma necessidade real de aquisição na hora de comprar uma peça e está sempre bem vestido, não importa a tendência.

O problema aborda as consequências do consumismo e a busca por soluções mais sustentáveis.

A fim de demonstrar como o minimalismo pode desempenhar um papel na moda sustentável, apresentando assim caminhos para introduzir um guarda-roupa cápsula no dia a dia, mostrando que é possível viver com menos, a pesquisa foi realizada com o corpo discente do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, *Campus* Teresina Zona Sul, analisando seu comportamento diante do consumo de roupas.

A escolha do tema é baseada em uma mudança de percepção, a partir da qual, parando para analisar como as escolhas das novas peças de roupas que são consumidas exageradamente no dia de hoje podem afetar o futuro das novas gerações.

Essas perguntas iniciais levam à questão colocada por este estudo, o que faz com que as pessoas acumulem tanta roupa em seus armários?

2 CONSUMO

“Consumir é preciso para viver, mas viver para consumir pode ser uma das maneiras mais eficazes de transformar a vida em uma morte existencial.” (SILVA, 2014, p. 23). Mesmo o consumo sendo questão essencial para a vida, muitos acabam colocando os seus desejos acima e passando a consumir de forma exagerada e não só para viver.

Segundo Silva (2014) existem dois tipos básicos de consumo: o consumo necessário à satisfação de nossas necessidades essenciais (consciente) e o consumo ligado ao nosso imaginário (exagerado). O consumo consciente está relacionado às necessidades essenciais.

O consumo exagerado, diferente do consciente, não tem por objetivo suprir necessidades essenciais, mas sim as que são criadas e imaginadas no nosso subconsciente alimentando os nossos desejos. Bauman (2007, p.31) reforça esse pensamento ao falar que:

De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade. Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores.

Em uma sociedade consumista, a forma “ser” de existir é dificultada em todos os sentidos porque o “ser” não requer consumo ou lucro. Uma pessoa que está satisfeita com sua aparência, ocupação, valores emocionais e morais não precisa consumir abusivamente e/ou compulsivamente. (SILVA, 2014. p. 12). Logo aqueles bem resolvidos com o “ser” não são desmotivados ou levados a comprar por impulso coisas desnecessárias.

Associando a Colares (2017. p. 33) “pode-se dizer que a partir de Courrèges³ e a moda aberta, o Minimalismo passa a ser entendido como um estilo de vida, onde as pessoas que usam determinado estilo de roupas não buscam somente uma aparência, mas também uma declaração, um aspecto visível da essência.”

Para atender a todas essas novas necessidades, anseios e vícios, e fornecer novos mecanismos para motivar, direcionar e controlar o comportamento humano, a economia do consumo deve ser construída sobre excesso e desperdício. Em contraponto, existe o consumo consciente que dispensa o excesso e a pressa pelo “ser” mais que o “ter”, leva a refletir sobre a importância do *slow fashion* em meio as grandes *fast fashion*.

2.1 SLOW FASHION X FAST FASHION

³ O estilista francês André Courrèges, um dos pioneiros da moda futurista, morreu em sua casa, aos 92 anos, na quinta (07.01) após uma luta de 30 anos contra o mal de Parkinson. Courrèges era engenheiro civil e tinha um fascínio com a ciência e tecnologia, e chamou seu estúdio de “laboratório secreto”. Além da moda, ele voltou suas energias para o design de robôs da Hitachi, patinetes motorizados da Honda e câmeras da Minolta. “Às vezes, um vestido não é capaz de comunicar todas as emoções que eu gostaria de transmitir”, disse ele. CUNHA, Renato. 2016. Disponível em: <https://www.stylourbano.com.br/andre-courreges-foi-o-percussor-da-moda-futurista-dos-anos-60/>> Acesso em: 09.ago.2021

“O *slow fashion*⁴ tem como base desacelerar, despertar a consciência e a prática da sustentabilidade do consumo de roupas quanto da indústria da moda”. (MORI, 2016, p.22).

“A desaceleração do *fast fashion*⁵ em direção ao movimento *slow*, pode ser condição determinante para a transformação do sistema moda em uma indústria sustentável. Passa-se, para tanto, de uma visão de quantidade para qualidade, impelindo mudanças diretas ao processo de projeto.” (FERRONATO, Priscilla Boff; FRANZATO, C. 2015, p. 8).

É preciso enfatizar que a noção popular de viver consumista em busca de conforto está diretamente relacionada à ideia de uma sociedade produtora, que é pautada e movida pela segurança de longo prazo. Deste ponto de vista, a posse é direcionada para bens que possam garantir conforto e resistência por muito tempo, ou seja, obter produtos duráveis e que durem mais tempo. Para Mori (2016, p. 16):

O consumidor engana-se pelo estereótipo criado pelas mídias e os quesitos básicos da vestimenta que é a proteção da pele, ficam muito distantes do que as grandes marcas de moda oferecem como: design, cor, corte e inovação. A verdadeira intenção e o impacto da decisão das compras feitas pelos consumidores quase sempre são nulos, pois para eles, comprar é algo normal e que está inserido em seu cotidiano, influenciado pela sociedade capitalista.

O consumidor utiliza do *slow fashion* quando compra produtos para durar a longo prazo, isso justificaria a ânsia pela compra. O consumidor está sempre querendo acompanhar tendências. Isso o leva a comprar em maior quantidade em *fast fashion* já que seu prazer tem que ser saciado deixando de lado o ser.

Atualmente os produtos acabam se tornando ultrapassados com mais facilidade, principalmente os que são vinculados às tendências de moda, decorrente das *fast fashion*, que acontecem em uma velocidade exorbitante.

⁴ O conceito de *slow fashion* surge como um movimento que promove a cultura e os movimentos lentos. Inspirado no movimento *slow food*, iniciado em 1986 na Itália, que vincula o prazer da comida à consciência e à natureza responsáveis na sua produção. (FERRONATO, Priscilla; FRANZATO, Carlos, **Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda**, 2015).

⁵ O *fast fashion*, por exemplo, articula uma série de inovações no processo de design de moda, de fabricação do produto vestuário e de serviços de distribuição, sem levar a uma economia mais leve. Em contrapartida, resulta em uma proliferação de produtos fabricados em condições sociais precárias e com ciclos de vida cada vez mais pesados sobre o meio ambiente. (FERRONATO, Priscilla; FRANZATO, Carlos, **Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda**, 2015).

“Dessa forma, possuir algo se torna desfavorável, pois encontram-se alternativas que permitem acesso a uma diversidade de produtos, por um preço reduzido.” (SOMARIVA, 2020, p. 27)

O consumo de moda está intrinsecamente relacionado à velocidade proposta por esse sistema, que como mencionado anteriormente, se caracteriza pela busca do novo. Estando o consumo da moda essencialmente ligado à velocidade em que elas são ofertadas, os preços mais acessíveis à maioria da população brasileira são *fast fashion*.

A procura por soluções que desaceleram a larga produção, o *slow fashion* baseia-se no conceito minimalista que resulta em valores mais elevados, porém as roupas se tornam mais resistentes e o trabalho de cada peça é valorizado.

2.2 MINIMALISMO

Com as pessoas cada vez mais preocupadas com o que consomem e em expressar seu “ser” muitos mais do que o “ter” (DANTAS; TEIXEIRA; SOLINO, 2021, p.119) *apud* (MILLBURN; NICODEMUS, 2011) expõe que “Arelado ao consumo consciente, surge o estilo de vida minimalista”.

Um dos estilos presentes nas criações nos campos da arte e do design é o minimalismo. Presente na moda pode dar-se através de vestimentas requintadas, cortadas com simplicidade, mas em tecidos de qualidade; as cores são neutras, em variações escuras e claras; podendo-se notar uma ausência de detalhes ou acessórios.

“Porém, diversos fatores nas esferas sociais, culturais e econômicas, afetam a moda, conseqüentemente suas representações, como o minimalismo” (COLARES, 2017, p. 12). Apesar da definição do minimalismo ir para o lado de vestimentas requintadas, não quer dizer que pessoas de classes baixas não possam aderir, vai depender da cultura, economias e as esferas sociais, isso influencia em como introduzir um estilo de vida com menos roupas e respeitando o estilo do indivíduo.

“Criar uma mentalidade minimalista vai transformar a maneira como tomamos decisões sobre o que temos e o que trazemos para nossas vidas”. (JAY, 2016, p. 7). Além da redução do consumo, o minimalismo discursa sobre o que faz o indivíduo feliz, ajudando a focar no que é realmente importante, libertando-o de preocupações e dando assim um sentido real à vida. Essa filosofia de vida nasce quando o

indivíduo busca por grandes mudanças em sua vida, estando assim, ligado ao desejo do ser humano encontrar-se.

O minimalismo é uma forma de se relacionar com o mundo da moda, seu “eu” interior e o consumo sustentável, como uma das soluções dentro do minimalismo surge o armário cápsula que vem para que seja possível fazer combinações de *looks*⁶ para facilitar na hora de escolher e visualizar as peças que tem.

2.3 ARMÁRIO CÁPSULA

Ao olhar para si, leva muitos a fazerem relatos em redes sociais sobre o quanto tinham de roupas acumuladas comprando em promoções e acompanhando tendências, na maioria das vezes, para ser aceito em um certo padrão.

Ter um armário cápsula não quer dizer que você não poderá usar o que gosta. Ele lhe permite descobrir quem você é, e usar isso para consumir de uma forma mais consciente. Somariva (2020, p. 12) coloca que:

O conceito de armário-cápsula é uma maneira sustentável de consumo, ainda mais quando este é composto por peças originárias de brechós, dando assim, continuidade à vida útil do produto. A criação de um armário-cápsula, composto por roupas e acessórios vindos de brechós, apresenta uma forma de consumo consciente, pois traz uma nova alternativa de reutilização, diminuindo a produção frenética da indústria têxtil e consequentemente os impactos ambientais.

Apesar de originalmente ser formada por peças de brechós, não se fecha só a isso, as peças podem ser compradas em lojas de departamento, desde que seja pensada antes da compra. Assim, tornando o ciclo da moda mais digno e sustentável.

“Pode ser formado de 20 a 30 peças, algumas tendo o brechó como origem, além de ser versátil e funcional, auxiliando o usuário em sua rotina”. (SOMARIVA, 2020, p. 12). Complementando essa linha de pensamento Jay (2016, p. 107) fala que:

⁶ s.m. Estilo próprio de alguém, falando especialmente do modo como essa pessoa se veste ou das escolhas de moda que prefere usar ao se vestir; visual, aspecto, aparência, estilo, característica. (RIBEIRO, D. Dicio: dicionário online de português. 2019. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/look/> > Acesso em: 28.jan.2022)

Para criar um guarda-roupa minimalista, precisamos saber o que é certo para nós. Tire um tempinho para ponderar sobre seu estilo pessoal: ele é clássico, esportivo, engomadinho, punk, boho, hipster, vintage, romântico ou moderno? Você prefere cores pastel, vibrantes ou primárias? Fica melhor com roupas justas ou largas e esvoaçantes? Que tecidos o deixam confortável?

Para a construção do armário cápsula é essencial você descobrir a que estilo pessoal você pertence, o que vai lhe orientar na hora de escolher suas roupas, fazendo com que elas não fiquem encostadas no fundo do guarda-roupa. (AGUIAR, 2015) define 07 estilos universais:

Tabela 01 - Estilos Pessoais Universais

Criativo:	A forma de expressão é o mais importante nesse estilo, a mistura e o mix de acessórios e peças é o que mais caracteriza, pessoas criativas não têm censura na maneira de vestir, adoram cores e misturá-las e customizá-las.
Dramático:	Roupas estruturadas com volume, cores fortes e contrastantes, preto, branco, roxo, cores neon e intensas as estampas são exageradas, formas geométricas, acessórios grandes que causam impacto, e roupas de couro.
Elegante:	Roupas estruturadas com corte e caimento perfeitos, utilizam tecidos fluidos de qualidade e duráveis optam por maquiagem conservadora, cores monocromáticas tom sobre tom; cores neutras e discretas esse estilo assim como o tradicional também optam por peças atemporais.
Esportivo:	Ligado a praticidade a limitação desse estilo está em ocasiões formais e em profissões conservadoras, roupas confortáveis, funcionais, acessórios simples e de fáceis combinações, nenhum ou o mínimo de maquiagem.
Romântico:	Roupas com formato e textura delicadas, leves e fluidas, rendas, laços e fitas. Em questão de estampas elas são florais delicadas, cores sutis, análogas, sem contraste, bolsas pequenas e macias.
Sexy:	Pessoas seguras e carismáticas utilizam de tecidos que marcam o corpo apostam em decote e fendas, transparências e brilho em relação a estampas são usadas na representação da pele de animais como cobra, tigre e maquiagem forte.
Tradicional:	Peças atemporais, cortes, cores neutras, opacas, estampas miúdas e discretas, maquiagem e cabelos discretos, são pessoas conservadoras e não seguem a moda.

Fonte: Baseado em AGUIAR (2015)

“Em essência, um guarda-roupa minimalista é popularmente conhecido como um guarda-roupa básico: um pequeno conjunto de peças essenciais que podem ser misturadas e combinadas numa grande variedade de looks. Primeiro, selecione uma cor de base — como preto, marrom, cinza, azul-marinho, creme ou cáqui — e limite

suas peças fundamentais (como calças e saias) a esse tom”. (JAY, 2016, p. 110).

As cores vão ser de acordo com seu estilo e gosto, podendo optar por análise de coloração⁷ para saber qual cor fica melhor para você e/ou consultoria de estilo⁸, mas como nem todos devem ter condições para pagar, pode ir testando o que tem no guarda-roupa, o que combina com o quê, e fazer suas próximas escolhas de acordo com o que já tem em casa

Os armários cápsula são uma escolha consciente do consumidor que combina simplicidade e praticidade no guarda-roupa com peças atemporais que podem ser combinadas para diferentes looks em diferentes ocasiões. (SOMARIVA, 2020)

3 METODOLOGIA

Foi utilizado o método descritivo - exploratório de natureza básica, com o intuito de mostrar como o armário cápsula e a moda minimalista estão relacionados e como usá-lo em meio ao consumo exagerado.

“Nas pesquisas descritivas, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre eles, [...]” (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 52). Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 52) “A pesquisa exploratória possui planejamento flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos.”

Ligando esses dois estudos, a pesquisa descritiva, juntamente com a pesquisa exploratória, é o que os pesquisadores sociais que se concentram na ação prática normalmente conduzem. Em sua forma mais simples, a pesquisa descritiva aborda a pesquisa exploratória ao fornecer uma nova perspectiva sobre um problema. Para Prodanov e Freitas (2013, p.51) “pesquisa básica objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais”.

⁷ A análise de coloração pessoal, ou ainda, colorimetria, é um teste que, a partir de tecidos, avalia a temperatura e a saturação da pele para descobrir qual é o tom e o subtom e, dessa forma, encontrar a cartela de cores ideal para extrair o melhor dela. (Digital e Têxtil, 2021. Disponível em: <https://www.digitaletextil.com.br/blog/o-que-e-coloracao-pessoal/> > Acesso em: 07.nov.2021.

⁸ É um conjunto de ferramentas que aprimoram o estilo sem interferir na personalidade. (Ganem, Gabriela, 20???. Disponível em: <https://gabrielaganem.com/a-consultoria-de-imagem/> > Acesso em: 07.nov.2021

Baseada em estudos bibliográficos de autores, como ARRUDA (2020), COLARES (2017), MORI (2016), SOMARIVA (2020), entre outros autores consultados ao longo da pesquisa, usando fontes primárias e secundárias. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente por livros e artigos científicos. (GIL, 2002).

Segundo Prodanov e Freitas (2013, p.70). No desenvolvimento da pesquisa de natureza quantitativa, devemos formular hipóteses e classificar a relação entre as variáveis para garantir a precisão dos resultados, evitando contradições no processo de análise e interpretação.

Aplicando uma abordagem quantitativa de coleta de dados através de um questionário pelo Google Forms realizado com os discentes do curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Ciências e Tecnologia do Piauí - *Campus Zona Sul*. A coleta de dados é a etapa do método de pesquisa, cuja finalidade é obter informações da realidade. Nesta etapa, definimos onde e como a pesquisa será conduzida. (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Foram elaborados 02 questionários para a coleta de dados: o primeiro (Questionário 01) para os entrevistados que afirmaram praticar o consumo consciente e o segundo (Questionário 02) para os entrevistados que se consideravam consumistas. “O questionário em uma pesquisa, é uma base de coleta de dados. Se sua elaboração for feita pelo pesquisador, seu preenchimento será realizado pelo entrevistado”. (PRODANOV e FREITAS, 2013).

O universo da pesquisa foram os 82 alunos do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Ciências e Tecnologia do Piauí, que cursam o segundo, quarto e sexto período (227, 427, 627) de 2021.2. O público-alvo foi escolhido por serem estudantes da área e terem um contato maior com a moda e os meios de consumo. Desses, 25 alunos responderam o questionário, uma amostra de 30,48%.

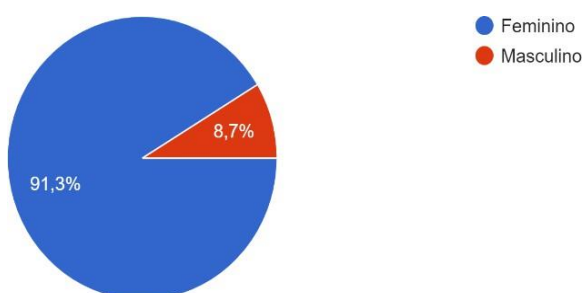
O questionário foi enviado por meio dos grupos das salas no *WhatsApp*, com 15 dias para o preenchimento e coleta de dados, depois de coletados foram analisadas e feitas as considerações comparando os dois questionários, no desenvolver das discussões foram usados pseudônimos⁹ para os alunos.

Foi observado a relação da quantidade de roupas nos armários entre pessoas consumistas e as que praticam o consumo consciente, e se ambos adotariam ou já adotam o armário cápsula, correlacionando aos que já utilizam o mesmo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Do universo de 82 alunos matriculados, 25 responderam os questionários, sendo que 23 alunos responderam ao Questionário 01 que praticam o consumo consciente, dos respondentes 91,3% são do sexo feminino, e 8,7% são do sexo masculino.

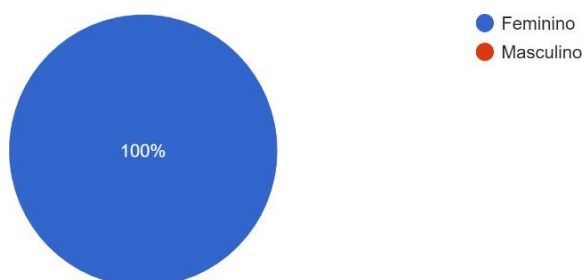
Gráfico 01
Questionário 01



Fonte: Próprio autor, 2021.

O segundo questionário foi respondido por 02 alunos que não praticam o consumo consciente, 100% dos respondentes são do sexo feminino.

Gráfico 02
Questionário 02

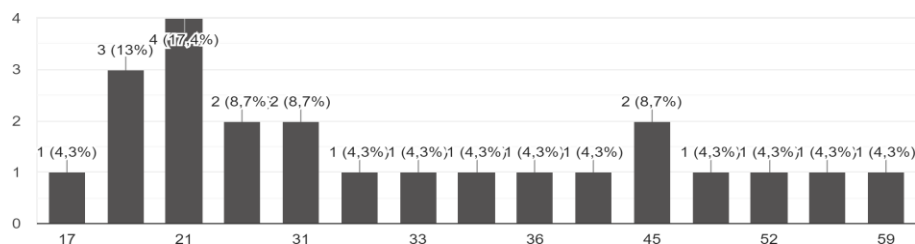


Fonte: Próprio autor, 2021.

Em relação à faixa etária, no primeiro questionário foi obtido um percentual de 43,4% de respondentes com idade entre 17 e 29 anos, 25,9% na faixa de 30 à 39 anos, 30,2% entre 40 e 60 anos.

⁹ s.m. Nome fictício usado pelo autor de uma obra, literária ou não, sendo o seu nome verdadeiro ocultado. (RIBEIRO, D. Dicio: dicionário online de português. 20???. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/pseudonimo/> > Acesso em: 28.jan.2022)

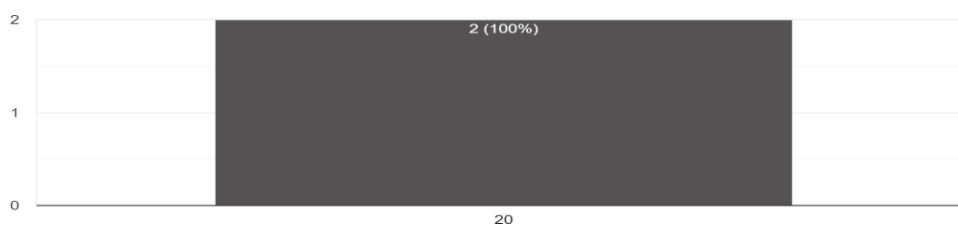
Gráfico 03 – Faixa Etária dos Entrevistados Questionário 01



Fonte: Próprio autor, 2021.

No segundo questionário foi obtido um percentual de 100% de respondentes com idade de 20 anos.

Gráfico 04 – Faixa Etária dos Entrevistados Questionário 02

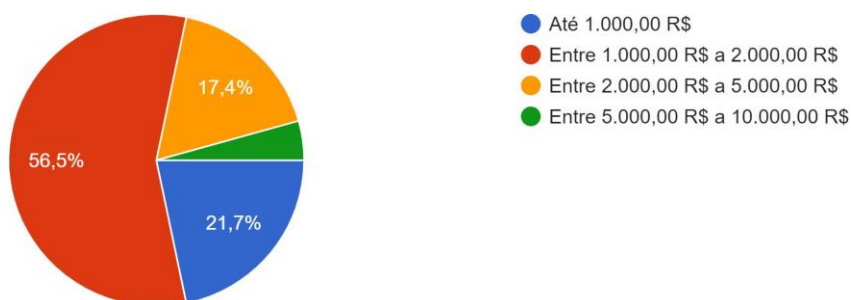


Fonte: Próprio autor, 2021.

a) O consumo em relação a renda

A análise em relação à renda familiar no primeiro questionário mostrou que 56,5 % dos entrevistados possuem renda entre 1.000,00 e 2.000,00. A segunda renda mais expressiva foi a de até 1.000,00 com 21,7% dos pesquisados nessa categoria. Em terceira taxa de renda foi de 2.000,00 a 5.000,00 com 17,4%. E em quarta renda de 5.00,00 a 10.00,00 com 4,3%.

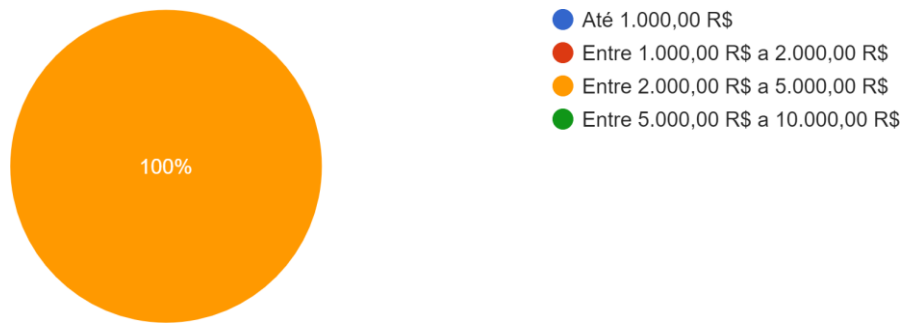
Gráfico 05 – Consumo em Relação a Renda Questionário 01



Fonte: Próprio autor, 2021.

Já no segundo questionário a renda familiar mostrou que 100% dos entrevistados possuem renda entre 2.000,00 a 5.000,00.

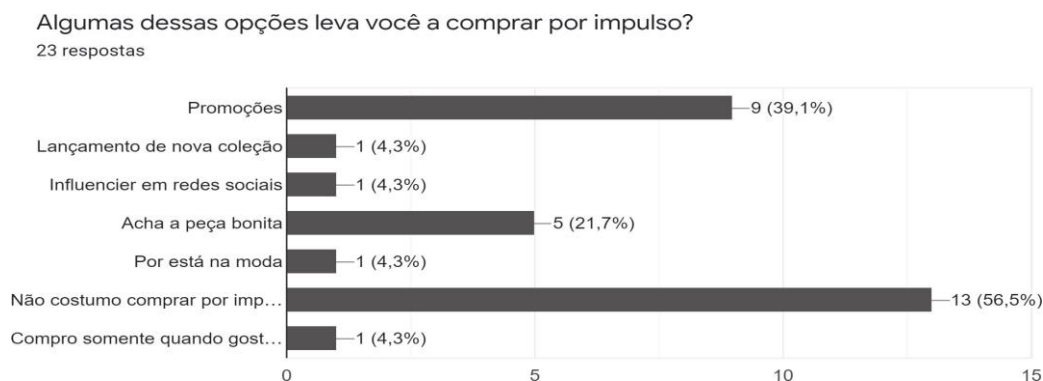
Gráfico 06 – Consumo em Relação a Renda Questionário 02



Fonte: Próprio autor, 2021.

Para que o consumidor chegue ao estado de fissura e caracterize o seu descontrole diante do ato de comprar, ele precisa ter sua mente repleta de pensamentos intrusivos e repetitivos sobre o que deseja ou necessita comprar. (SILVA, 2014, p. 32). A análise do Questionário 01 observou que 13 pessoas independente da renda, analisam a necessidade antes de comprar uma peça nova.

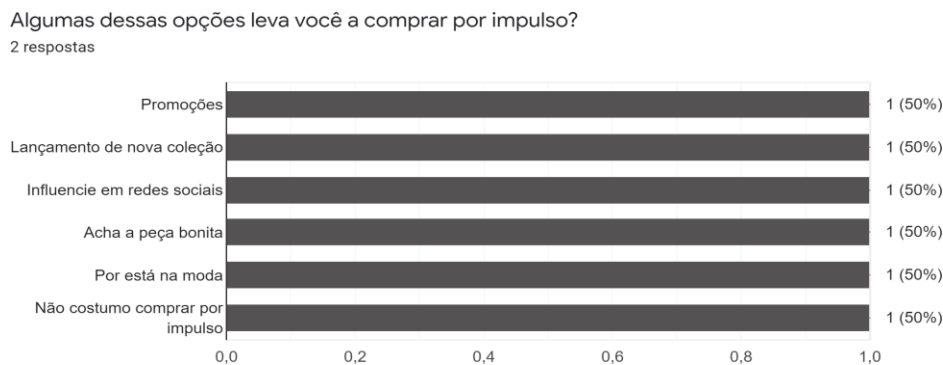
Gráfico 07 – Consumo em Relação a Renda Questionário 01



Fonte: Próprio autor, 2021.

Em contraponto, no segundo questionário onde os entrevistados possuem uma renda maior, nota-se que um dos entrevistados não costuma comprar por impulso, o outro respondente marcou da primeira à quinta opção sobre o que o leva a comprar por impulso.

Gráfico 08 – Consumo em Relação a Renda Questionário 02



Fonte: Próprio autor, 2021.

Sem o impulso, ou seja, racionalidade "cega", permitindo que você compre coisas desnecessárias sem falta de controle, mas só o impulso não pode desencadear o quadro de dependência de compras (ou vício). O que pode acontecer é abusar ou comprar em excesso, permitir que os consumidores atinjam um estado de desejo, e em seguida, o ato de fazer compras. Ele precisa encher sua mente com pensamentos intrusivos e repetitivos sobre o que você quer ou precisa comprar. (SILVA, 2014).

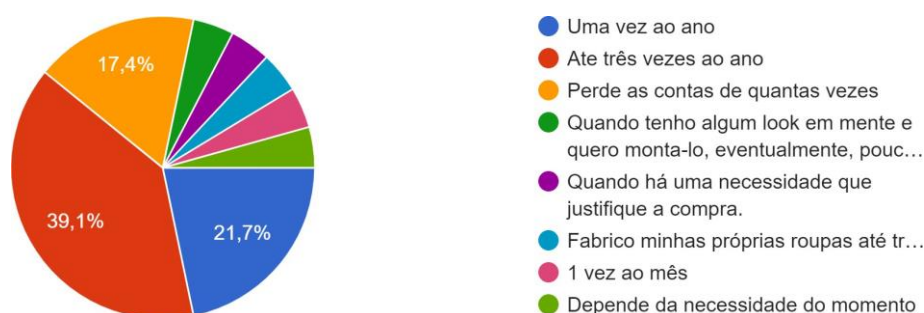
b) Significado da compra de uma peça

Ao analisar o gráfico a seguir, temos um percentual relevante de entrevistados que compram roupas até três vezes ao ano, em segunda análise os que compram uma vez ao ano.

“Se fôssemos comprar qualquer coisa pela lógica (apenas racionalmente), só compraríamos o que de fato é necessário. Mas, infelizmente, no momento de escolher o que comprar, o cérebro recebe influências de todo o nosso saber não consciente (percepções e sentimentos), e o marketing, que entende cada vez mais nosso funcionamento cerebral, se vale justamente disso”. (SILVA, 2014, p.66).

Nota-se que mesmo os entrevistados afirmando que praticam o consumo consciente, 17,4% deles ainda perdem as contas de quantas vezes fazem compras.

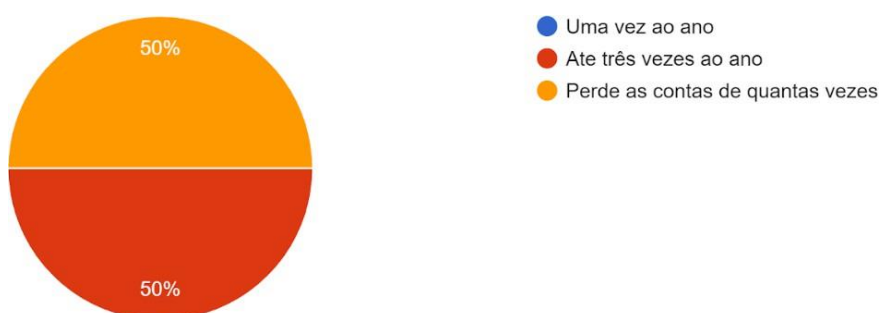
Gráfico 09 – Número de vezes ao ano que o entrevistado faz compras Questionário 01



Fonte: Próprio autor, 2021.

No segundo questionário, podemos observar que 50% dos entrevistados costumam fazer poucas compras ao ano, mesmo não sendo adepto do consumo consciente.

Gráfico 10 – Número de vezes ao ano que o entrevistado faz compras Questionário 02



Fonte: Próprio autor, 2021.

Todas as coisas ou situações que nos despertam algum tipo de anseio ou expectativa, acionam o sistema de recompensa do cérebro – quanto mais expectativa, mais satisfação e prazer sentimos. (SILVA, 2014, p.71).

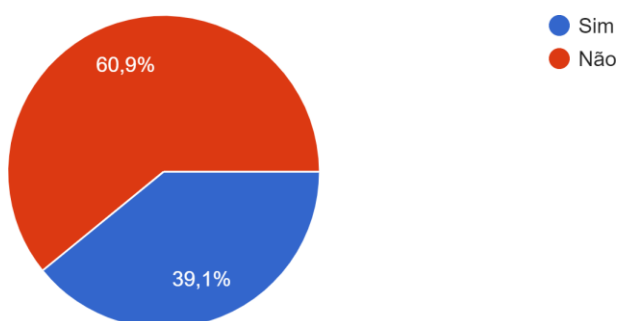
Ao perguntar o significado da compra de uma peça aos entrevistados que praticam o consumo consciente ressalta ter, “Significado de ter mais possibilidades de brincar/ combinar as peças”, “Se realmente irei usar, se conseguirei usar de várias formas”. Outros ressaltam que comprem apenas quando surge a necessidade e grande parte usa da compra para a elevação da autoestima.

c) Organizando seu armário

O princípio do armário cápsula pode ou não ser movido por compras em brechós. Segundo Somariva (2020, p.31) “os brechós surgem como uma alternativa sustentável, sendo estabelecimentos que comercializam artigos de segunda mão, que não supriam mais as necessidades de seus antigos proprietários, consequentemente vendidos por um preço inferior a de um item novo.”

Segundo os dados analisados do primeiro questionário, 60,9% não fazem compras em brechós, e 39,1% não compram.

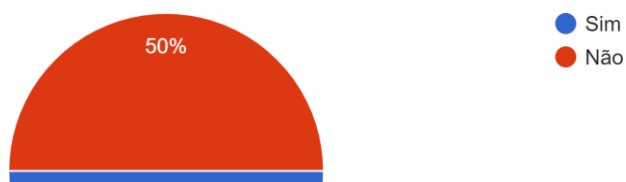
Gráfico 11 – Compras em brechós Questionário 01



Fonte: Próprio autor, 2021.

No segundo questionário, 50% disseram que não compram, e 50% fazem uso do mesmo.

Gráfico 12 – Compras em brechós Questionário 02



Fonte: Próprio autor, 2021.

Dos 23 alunos que dizem praticar consumo consciente, 56,5% poderiam vir a aderir ao armário cápsula, alguns dos entrevistados já praticam os princípios do armário cápsula, e 8,7% não aderiram o uso. Somariva (2020, p. 36) ressalta que “Um armário minimalista e bem organizado além de melhorar a vida, diminuindo o

estresse e aumentando a autoconfiança, deixa o dia mais ordenado”.

Gráfico 13 – Adesão dos entrevistados ao minimalismo ou armário cápsula Questionário 01

Na moda, o minimalismo é mais que uma questão de design. Na realidade, ele surge como uma ideia, um lifestyle a ser seguido, o qual prega um ...s ou já aderem ao minimalismo e o armário capsula?
23 respostas

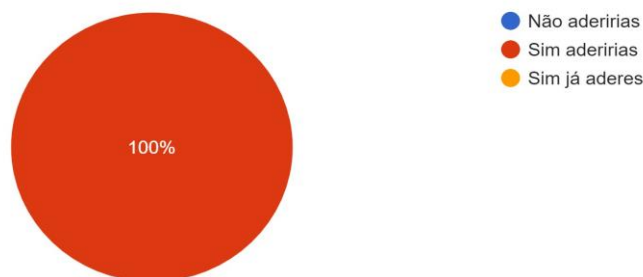


Fonte: Próprio autor, 2021.

No segundo questionário do qual teve 02 respondentes, 100% responderam que aderiram ao armário cápsula.

Gráfico 14 – Adesão dos entrevistados ao minimalismo ou armário cápsula Questionário 02

Na moda, o minimalismo é mais que uma questão de design. Na realidade, ele surge como uma ideia, um lifestyle a ser seguido, o qual prega um ...as ao já aderem o minimalismo e o armário capsula?
2 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

O armário cápsula é uma opção sustentável, que une simplicidade e praticidade em um guarda-roupa com peças atemporais, que possam ser combinadas resultando em diversos looks que consigam ser utilizados em ocasiões variadas.

Outra vantagem de adotar a ideia de armário cápsula, é que o mesmo se torna uma ótima alternativa sustentável, pois reduz a produção de lixo, e conseqüentemente, os impactos que atingem o meio ambiente, já que instigam um

consumo consciente, desestimulando a obtenção de produtos nas redes de *fast fashion*, assim desaprovando a forma de produção e o trabalho indigno da indústria têxtil, decorrente do consumo demasiado.

Nas respostas a seguir de algumas alunas, notou-se que os entrevistados ainda não têm um conhecimento sobre o assunto: Ana: “Eu penso se estou precisando daquela roupa no momento, e se vou continuar usando”, Carolina: “Tenho apenas o necessário, o que financeiramente me é possível ter, e peças básicas que facilitam a coordenação entre as mesmas”. Alison: “Depende se tiver peças que eu possa fazer outras combinações”.

Para uma melhor visualização de suas peças, mantenha todas as suas roupas na área do armário - seja um armário, cômoda, guarda-roupa ou um conjunto de prateleiras. Não deixe os sapatos pendurados na sala de estar e não deixe as camisas se esconderem no armário do seu cônjuge. Para isso, defina um lugar para tudo: dedique alguns cabides para camisetas, outros para roupas íntimas, e algumas áreas do guarda-roupa para casacos, ternos e vestidos. (JAY, 2016)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa feita entre os estudantes do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí - *Campus* Zona Sul, a fim de mostrar como o armário cápsula e a moda minimalista estão relacionados e como usá-lo em meio ao consumo exagerado.

Para isso, foi estudado o comportamento dos alunos do *campus*, mostrando se conheciam o significado e/ou praticavam o minimalismo na moda, e caso pretendiam aderir ou já tinham aderido o armário cápsula como uma solução minimalista e sustentável.

A pesquisa indicou que mesmo fazendo uso do consumo consciente muitos ainda compram peças de roupas promocionais por impulso, influência e que para outros, a compra tem um significado, e só compra quando há necessidade.

Observou-se que os entrevistados com idade acima de 45 anos já praticam o conceito do armário cápsula, já que utilizam combinações possíveis, compram apenas por necessidades, porém mesmo sem conhecer o que é, e como funciona o armário cápsula, e mesmo sendo da área de moda.

Levando a entender que possam ser feitos outros estudos nessa área de

pesquisa, sendo incluído o assunto em matérias da grade curricular que falam sobre sustentabilidade, história do design, as que falam sobre minimalismo.

Os resultados da pesquisa foram satisfatórios, tendo em vista que as análises realizadas demonstraram que alguns entrevistados já adotam o minimalismo através de atitudes do armário cápsula, mesmo que não tenham consciência disso. Porém, a pesquisa demonstrou que ainda existe a necessidade de mais pesquisas sobre o tema, bem como maior divulgação tanto no meio acadêmico da área de estudo, quanto para a sociedade, a fim de apresentar uma solução para um consumo mais consciente e mais sustentável, sem a perda do estilo, do consumo e da moda.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist**: guia para consultores de imagem. 7. ed. rev. São Paulo: SENAC, 2015

ARRUDA, Jessica. 2020. **Quando menos é mais**: como adotar o estilo minimalista em looks de todo dia? Disponível em:

<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/12/05/quando-menos-e-mais-como-adotar-o-estilo-minimalista-no-dia-a-dia.htm> > Acesso em: 27 jun. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Para Consumo**. [S. l.: s. n.], 2007

COLARES, Carla. **Complexidade da simplicidade**: o minimalismo na moda através da história. 2017. Prof. Dr. Maria Dolores de Brito Mota (Bacharel) - Universidade Federal Do Ceará, [S. l.], 2017

DANTAS, Italo; SOLINO, Livia; TEIXEIRA, Breno. IX ENSUS - Encontro de Sustentabilidade em Projeto. **Armário-cápsula baseado nos princípios do slow fashion**: um caminho para o crescimento da sustentabilidade na moda, Florianópolis, p. 118-129, 2021.

FERRONATO, Pricilla boff; FRANZATO, Carlo. **Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda**: Open design and slow fashion for the fashion system sustainability. ModaPalavra e Periódico,, [s. l.], ano 9, ed. ISSN 1982-615x, p. 103 - 115, Dez 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: EDITORA ATLAS S.A., 2002.

JAY, Francine. **Menos é mais**: um guia minimalista para organizar e simplificar sua vida. [S. l.]: Editora Schwarcz S.A., 2016.

MACÊDO, Anielly M. V de. Formulário de pesquisa para meu TCC - Armário cápsula: como aderir ao minimalismo na moda em meio ao consumo exagerado. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfgDB_Ilr4siLu6pTHm5ddYA-zzykN23_3GkqQy1ODfg2RKKw/closedform > Acesso em: 21. Jan. 2021.

MORI, Natalia. **Slow Fashion:** Conscientização do consumo de moda no Brasil. 2016. Monografia (Especialização) - Universidade de São Paulo, [S. l.], 2016

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico:** Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul - Brasil: EDITORA FEEVALE, 2013.

PULS, Lourdes Maria; BECKER, Camila. **The Minimalist Lifestyle X The consumption of Fashion Clothing:** O estilo de vida minimalista x consumo do vestuário de moda. E-Revista LOGO, [s. l.], ano 2 2018, v. 7, ed. ISSN 2238-2542, p. 100 - 119, 28 ago. 2018.

SILVA, Ana Beatriz B. **Mentes consumistas:** do consumismo à compulsão por compras. 1. ed. São Paulo: Globo, 2014.

SOMARIVA, Débora. **Armário-cápsula:** uma proposta sustentável. 2020. Tcc (Tecnólogo) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, [S. l.], 2020