

MINIMALISMO: UMA PROPOSTA DE CONSCIÊNCIA SOBRE A MODA

Cecília Gonçalves Pereira da Silva – cecilia09074@gmail.com¹

Giulia Meneses Menon – giuliammenon@gmail.com²

Julia da Silva Cabral – juliacabral870@gmail.com³

Julyana Salette Biavatti – julyana.biavatti@ifpr.edu.br⁴

José Mateus Bido – jose.bido@ifpr.edu.br⁵

RESUMO:

O presente trabalho aborda o conceito de desenvolvimento sustentável na moda, tendo como objeto principal a concepção do minimalismo e o seu diálogo com movimento *Slow Fashion*. Para tanto, fez-se necessário entender algumas bases produtivas que regulam o mundo da moda, como por exemplo o *Fast Fashion*. A nossa proposta é trazer ao consumidor a essência do minimalismo como possibilidade de atitudes conscientes de consumo e sustentabilidade. Seu objetivo é apresentar o desenvolvimento de uma coleção de moda para o público feminino e masculino. Tal propósito se dirige para aqueles que queiram aderir ao movimento e ao *Slow Fashion*, aplicado ao estilo casual ramificado. Para tanto, nossa proposta tem por referência uma pesquisa realizada por meio de um levantamento bibliográfico de caráter exploratório e quantitativo. Pretende, portanto, apontar que é possível investir no menor número de peças, todavia com maior qualidade, que combinam entre si, mantendo a satisfação e o conforto.

Palavras-chaves: Minimalismo. Slow Fashion. Sustentabilidade. Fast Fashion. Roupas.

MINIMALISM: A PROPOSAL OF CONSCIOUSNESS ABOUT FASHION

ABSTRACT:

The present work approaches the concept of sustainable development in fashion, having as main object the concept of minimalism and its dialogue with slow fashion movement. Therefore, it was necessary to understand some productive bases that regulate the world of fashion, such as fast fashion. Our proposal is to bring to the consumer the essence of minimalism as a possibility of conscious attitudes of consumption and sustainability. Its objective is to present the development of a fashion collection for the female and male audience. This purpose is aimed at those who want to join the movement and the slow Fashion, applied to the branched casual style. For this purpose, our proposal is based on a research carried out through an exploratory and quantitative bibliographic survey. Therefore, it intends to point out that it is possible to invest in the smallest number of pieces, however with higher quality, which combine with each other, maintaining satisfaction and comfort.

Keywords: Minimalism. Slow Fashion. Sustainability. Fast Fashion. Clothes.

¹ Estudante do quarto ano do curso Técnico em Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal do Paraná, Campus Avançado Goioerê.

² Estudante do quarto ano do curso Técnico em Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal do Paraná, Campus Avançado Goioerê.

³ Estudante do quarto ano do curso Técnico em Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal do Paraná, Campus Avançado Goioerê.

⁴ Professora do Instituto Federal do Paraná, Campus Avançado Goioerê e orientadora do trabalho.

⁵ Professor de Filosofia do Instituto Federal do Paraná, Campus Avançado Goioerê e coorientador do trabalho.

1. INTRODUÇÃO

A vestimenta é um constitutivo da vida do ser humano. Em distintas épocas e em distintas culturas, a vestimenta se adequa aos valores culturais e às condições climáticas e sociais. Contudo, a concepção de vestimenta como um dado cultural e social se dirige para, na contemporaneidade, assumir o sentido daquilo que se conceituou como moda. Nesse sentido, a moda, enquanto padronização ou inovação das vestimentas, está diariamente presente na vida de todos os seres humanos, pois ela é posta como condição para o convívio social e para a realização de qualquer atividade profissional, além de afetar profundamente os relacionamentos entre grupos sociais (SILVA, 2009).

Estudar as diferentes influências da moda e as suas condições mercadológicas no mundo contemporâneo é uma condição para compreendermos esse nicho de mercado e seus desafios. Como objetivo geral desta pesquisa busca-se apresentar o resultado do desenvolvimento de uma coleção de moda para o público de ambos sexos que apresentam um estilo pessoal, mas que querem aderir a essência do minimalismo e do *Slow Fashion*, como um fator que valoriza a sua vivência diária e de forma consciente frente ao processo produtivo.

A partir desse objetivo, empreendeu-se uma pesquisa voltada para uma coleção de moda que procurou compreender os estilos pessoais e apresentar, a partir deles, o minimalismo e a produção *Slow Fashion*, tentando minimizar os danos ambientais e ampliar a consciência e a racionalidade diante da produção e consumo da moda. A pergunta problema que orienta a presente pesquisa foi assim posta: como o minimalismo pode compor uma coleção para superar a proposta *Fast Fashion*?

No processo de investigação do problema, com foco no objetivo, a presente pesquisa procura apresentar o resultado do desenvolvimento de uma coleção de moda para o público feminino e masculino que apresentam um estilo pessoal, mas que queiram aderir a essência do minimalismo e do *Slow Fashion*, como um fator que valoriza a sua vivência diária e de forma consciente. Escolhe-se o estilo casual “ramificado”, ou seja, casual-clássico, casual-sexy e casual-esportivo e aplica-se sobre eles o conceito do minimalismo. A novidade é que a proposta foi pensada a partir do mecanismo “guarda-roupa cápsula”, o qual consiste em 10 peças que formam 10 *looks* para cada estilo. Em seu conjunto, a proposta se constitui num total de 30 *looks*.

2. METODOLOGIA

Para cumprir o objetivo deste trabalho, realizou-se uma pesquisa exploratória, com enfoque qualitativo através de buscas científicas, baseada em fundamentações teóricas em textos e sites que trabalham sobre o assunto. Assim, esse estudo encontra-se dividido em duas etapas: pesquisa teórica e proposta de coleção (MALHOTRA, 2005; GIL, 2008).

Na primeira fase, executou-se uma pesquisa teórica para a compreensão dos conceitos de vestuário e tendências de moda, como o *minimalismo*, a *sustentabilidade* e o *Slow Fashion*. Seguindo a metodologia de desenvolvimento de produto de Treptow (2013) foram realizadas pesquisas documentais em fontes secundárias, em busca de tendências de comportamento do público minimalista, tendências de moda aplicáveis à marca e tema de coleção.

Os dados coletados foram analisados, interpretados e traduzidos em: perfil da marca e do consumidor, definição dos parâmetros e dimensão da coleção, estratégias de produção e comercialização, definição do tema da coleção: painel semântico, release, cartela de cores e materiais (TREPTOW, 2013).

Durante a etapa da proposta de coleção, toda a pesquisa e planejamento passam a ser transpostos na coleção apresentada em um croqui conceitual e 30 croquis comerciais.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pergunta problema que nos orienta na construção do presente trabalho é assim posta: como o minimalismo pode compor uma coleção para superar a proposta *Fast Fashion*? Frente a ela, o presente artigo se coloca como mais uma reflexão frente à possibilidade de superação das tendências de consumo (*Fast Fashion*) para o estímulo do *Slow Fashion*, através da composição visual pautada na racionalidade da moda.

Dois objetivos específicos norteiam a pesquisa: apresentar o “costume” minimalista através de três tipos de estilos, sem mudar a sua essência, e promover uma coleção de roupas que suplante a proposta do consumo de peças, mediante a composição visual minimalista. Como especificidades do trabalho está a promoção de

uma concepção de moda que relaciona cores e estilo, assim como estimula o conhecimento sobre o estilo padrão e a adoção minimalista e o estímulo da consciência sobre a noção de consumo em peças e utensílios, visando expor tendências e valorizar um guarda-roupa cápsula.

Essa proposta se coloca diante de um dos grandes problemas do setor. Sabe-se que a indústria da moda é a segunda maior poluidora do meio ambiente no mundo, pois de acordo com o documentário *The True Cost* (2015), em um ano cerca de 80 bilhões de peças são produzidas. Isto se dá ao modelo *Fast Fashion*, produção de roupa rápida e de baixa qualidade. Consequentemente, isto influencia no consumo, uma vez que em um ano uma marca pode lançar várias coleções cápsulas e as grandes lojas de departamento também, e além disso, com diversos temas.

Em 2013, o Brasil apresentou um aumento de 35% no consumo de itens do vestuário, considerando o crescimento acumulado nos últimos dois anos visto que, no ano de 2019, esse setor cresceu 8,14%. Isso denota que a demanda desse mercado cresce a cada ano. Devido a esta porcentagem, aumenta também o número de descarte das peças consideradas “ultrapassadas”, sendo que a maior parte delas não é biodegradável. Dependendo da fibra, essas peças descartadas permanecem aproximadamente 200 a 500 anos e liberam gases que afetam o meio ambiente.

Além disso, de acordo com a notícia publicada pelo jornal eletrônico Estadão (2019), a indústria da moda é responsável por cerca de 10% das emissões globais do efeito estufa, sendo maior do que a junção da aviação e do transporte marítimo. Ademais, a reportagem apresenta a informação de que esse setor libera todos os anos cerca de 500 mil toneladas de microfibras sintéticas nos oceanos. Outro dado importante para a compreensão dos problemas que a indústria da moda ocasiona para o meio ambiente é o fato de que na produção de uma calça jeans, desde o plantio do algodão até o final do processo produtivo, gasta-se cerca de 4 mil litros d'água, de acordo com a ONU (Organização das Nações Unidas).

Em compensação a esses problemas causados pela indústria da moda, surge um modo de produção denominado de *Slow Fashion*, o qual pode ser caracterizado como um modo de produção de vestuário baseado em princípios da sustentabilidade, ou seja, se preocupa com o conceito por trás do produto final, como fora produzida a peça exclusiva e de boa qualidade (FIORIN; SEHNEM; MATTEI, 2020).

Arelado à mudança ecológica, a sociedade consumista e os novos modelos de produção, desponta-se um outro recurso utilizado para amenizar os problemas gerados por essa indústria, o minimalismo. O minimalismo apresenta como caracterização um estilo de vida, tendo um princípio baseado em uma técnica ou movimento artístico, adotado por pessoas que querem eliminar os excessos desnecessários de bens materiais e não materiais, isto é, desapegar daquilo que não agrega mais à sua vida (BECKER; PULS, 2018).

A priori, a corrente minimalista manifestava-se em um movimento de artes plásticas que surgiu em meados do século XX, no pós-Guerra Fria, o qual consistia em um cenário de produção em massa devido às concorrências políticas, acarretando em um consumismo exagerado da população. Por conseguinte, com o passar dos anos, as pessoas começaram a aplicar esse movimento em diversos âmbitos como na gastronomia, arquitetura, comportamento, música, dentre outros. Atualmente, o movimento é caracterizado como um grande aliado da moda, pois através da vestimenta podemos buscar um autoconhecimento ao entender qual é o nosso estilo de vida, visto que esse estilo assume questões pessoais.

A pesquisa e a coleção de moda buscaram compreender os estilos pessoais e implementar neles o minimalismo e a produção *Slow Fashion*, a fim de fazer com que as pessoas entendam qual a proposta desse estilo de vida, para que surja um interesse em adquiri-lo, pois foi possível perceber a importância desse cenário, tanto em aspectos pessoais quanto em sociais.

A partir dessas análises é visível a compreensão do papel inovador que a pesquisa realizada apresenta. Ao fazer com que as pessoas entendam que com poucas peças de vestuário é possível criar diversos looks, tem-se a apresentação de uma nova forma de olhar para o mundo da moda. Vale ressaltar que o processo do minimalismo é lento, pois lida-se diariamente com valores impostos pelo capitalismo, que estimula o consumo, como fator de acúmulo de capital. Nesse aspecto, desapegar dessas formas ideológicas impostas pela dinâmica do consumo e entender o que significa o excesso e sua implicação planetária, é uma tarefa complexa. Nesse sentido, a compreensão de sustentabilidade na moda passa a ser de grande ajuda.

O desenvolvimento sustentável é estudado por vários autores, e existem diversas pesquisas que apresentam conceituações para esse termo. Os autores Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgen Randers e William W. Behrens III,

pesquisaram e publicaram em 1972 no livro “Os limites do crescimento”. Esses estudiosos puderam concluir que o planeta não seria capaz de suportar o crescimento populacional, mesmo que pudesse considerar os avanços da tecnologia. Isso ocorreria por conta das pressões exercidas sobre os recursos naturais e energéticos, e além disso o aumento da poluição (JESUS. S. L, 2018).

Além disso, no relatório Brundtland, documento intitulado *Nosso Futuro Comum*, publicado em 1987 e coordenado pela primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, foi conceituado o termo desenvolvimento sustentável. “O desenvolvimento sustentável procura atender às necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras”. Ademais, esse termo tem como objetivo oferecer à sociedade as condições para que se possa atingir um desenvolvimento econômico e social, além de realização humana e cultural na hora de se utilizar dos recursos naturais. (JESUS. S. L, 2018).

Outrossim, de acordo com Rattner (1999), professor, sociólogo e especialista em meio ambiente e sustentabilidade, a sustentabilidade seria alcançada pela implementação da racionalidade econômica desde a escala local até global. Além disso, para o pesquisador a qualidade da sustentabilidade está não somente no uso dos recursos naturais, e sim de todo o meio ambiente. Por fim, o especialista diz que a busca por essa sustentabilidade leva o humano a ter tensões e conflitos sociais.

Assim como esse pesquisador, Giacometi (2008, apud BACHA; SANTOS; SCHAUN, 2010, p. 06) definiu sustentabilidade como um objetivo que deve permear as ações da sociedade contemporânea, diminuindo o uso insensato de recursos renováveis e não renováveis.

4. TENDÊNCIAS

4.1 Tendência de comportamento

O minimalismo também se apresenta como uma filosofia de vida, uma forma que as pessoas buscam encontrar maior sentido de ser. Ele não rompe com o capitalismo e o consumo, mas questiona a comunidade consumidora (NEGRETTO 2013, p.60 apud BECKER; PULS, 2018, p. 109). Esse estilo surge não somente de motivações interiores, mas também por contextos macros. Para a pesquisadora, o primeiro desses motivos é o meio ambiente, pois como sabemos a indústria da moda

está diretamente relacionada com as causas do aquecimento global. Bauman (2008, p. 38 apud ANTONIO, 2016, p.40) vai dizer, em seu relato sobre efemeridade do consumismo, que a sociedade consumidora vive sob o fundamento da obsolescência programada e por isso produz uma quantidade cada vez maior de resíduos de lixo e emissão de gases poluentes.

O público que adota o minimalismo, como em outros estilos, gosta de sair, viajar e, evidentemente, tem a preocupação com o cuidado pessoal. Sempre consciente nas compras, opta por roupas de qualidade que possam durar em seu guarda-roupa. Antenado a modernidade, prioriza um estilo atemporal, no qual a elegância das peças sempre estará em alta. É para esse público que se concebe e se formula a coleção que se apresenta, no sentido de valorizar o significado para o existir e resistir de forma empoderada e consciente a partir dos conceitos minimalistas.

Um exemplo de famoso proeminente ao minimalismo é a atriz Bruna Marquezine e o ator Rodrigo Simas, apesar do grande poder aquisitivo, esbanjam simplicidade no estilo de vida, ou seja, tecidos naturais, roupas casuais sofisticadas e levemente sexys.

Figura 1: Representante do público alvo, casual-sexy.



Fonte: Rede social da Bruna Marquezine no Instagram, 2019

Figura 2: Representante do público alvo, casual-clássico.



Fonte: Rede social da Bruna Marqueline no Instagram, 2019

Figura 3: Representante do público alvo, casual- esportivo



Fonte: Rede social do Rodrigo Simas no Instagram, 2018

4.2 Pesquisa de Tendência de Moda

A tendência está presente no mundo da moda. Todo ano esperamos para saber qual será a próxima proposta que surgirá ou a que vai reaparecer no mundo fashionista. Além disso, esse termo pode ser entendido como o que se usa e consome em um determinado momento e período. Trata-se de um prognóstico para se investir

em mídia a fim de que o consumidor possa escolher (dentro o projetado) para comprar e vestir (SENAC. 2017).

Em uma palestra da WGSN (*Worth Global Style Network*), empresa de previsões de tendências composta por especialistas, *designers* e profissionais de marketing, foram citadas as novidades para primavera/verão 2021 (FERNANDEZ, 2020). Com relação ao estilo, a elegância básica esteve presente, principalmente o uso da alfaiataria feminina, tendo em vista que os tecidos usados para esse tipo de peça são naturais, conceito que abrange ao minimalismo, que apresenta decotes e formas, inclusive apresenta o uso de bermudas (FERNANDEZ, 2020).

Os tipos de tecidos que serão vislumbrados como tendência em 2021 são os naturais com fibras aparentes, como o linho, seda e o algodão, tecidos são confortáveis, flexíveis, resistentes e práticos (FISCHER, 2020). Além desses, o cetim, tricô, renda, tule também estarão presentes nas peças. (FERNANDEZ, 2020). Com relação a modelagem dos tecidos, há uma tendência para o uso de vestidos fluidos, com formas assimétricas e muito volume. O uso de cortes geométricos e inovação nos modelos do vestuário, principalmente os com modelagens mais amplas. (FISCHER, 2020).

Na cartela de cores da tendência primavera/verão, o natural aparece. Há uma forte presença de tonalidades como *off white*, bege, ocre, marrom, verde, enfim, cores que remetem à natureza. (FERNANDEZ, 2020).

5. MARCA

A marca recebe o nome de *MinimisLia*, no qual se originou a partir da junção de *Minimis* palavra em latim que em português é Minimalismo e *Lia* cujo sentido é a terminação do nome das empreendedoras *CeciLIA*, *GiuLia* e *JuLia*. A marca tem esse nome pois traz consigo o conceito inovador, trazendo a identidade de suas promotoras, assim como a proposta de moda com ética e sustentabilidade. Quando adquirida, passa a fazer parte de um estilo de vida, ou seja, torna-se uma identidade pessoal e socialmente reconhecida.

A *MinimisLia* trabalha com respeito aos colaboradores, consumidores e para com a natureza, pois trata-se de uma marca que preza por peças duráveis, confortáveis, versáteis, com design atemporal e minimalista. É uma marca que se importa com todo

processo de produção da peça, pois o que realmente deve ser considerado na concepção de um produto é muito maior que somente a estética. A *MinimisLia* é uma marca com essência e dialoga com o espírito ecológico.

5.1 Logo



6. PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO

6.1 Tema da coleção

A partir das pesquisas sobre a proposta da sustentabilidade e sobre o conceito de minimalismo, dentre alguns personagens proeminentes, destaca-se Frank Owen Gehry (1929) um arquiteto canadense naturalizado norte-americano. Frank é destacado como sendo autor de diversos projetos pós-modernos, entre eles o museu Guggenheim Bilbao, *Walt Disney Concert Hall* e fundação *Louis Vuitton*. Ele foge das convenções, mostrando que é possível construir suas criações com os materiais que possui e ainda sim apresentar construções modernas, no qual apresenta elementos criativos e da atualidade.

Desta forma, a coleção será inspirada na arquitetura de Frank Gehry com o objetivo de levar para as suas peças detalhes e características da construção através das particularidades que suas obras apresentam, como as texturas lisas e formas geométricas. Para a realização da coleção de moda minimalista, foram utilizadas três arquiteturas do artista como base, porque três coleções foram montadas. Cada uma das coleções propostas terá inspiração em uma dessas artes. Além disso, cada arquitetura escolhida tem característica do estilo definido, sendo elas: a loja da Louis Vuitton (figura 4), localizada na capital sul-coreana de Seul, a sede da Warner Bros em Los Angeles (figura 5) e a Torre Luma Arles, no sul da França (figura 6).

Figura 4: Loja da Louis Vuitton



Fonte: <https://casavogue.globo.com/>, 2019

Figura 5: Warner Bros



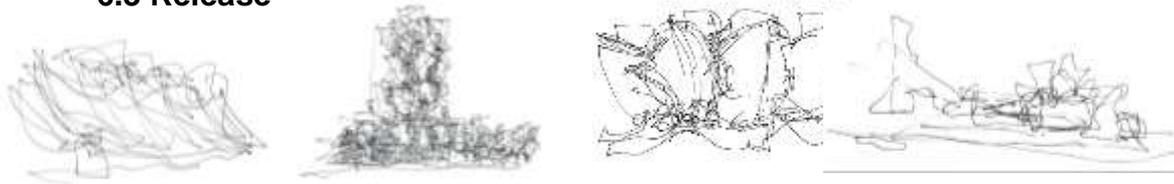
Fonte: <https://www.dezeen.com>, 2019

Figura 6: Torre Luma Arles



Fonte: <https://casavogue.globo.com/>, 2018

6.3 Release



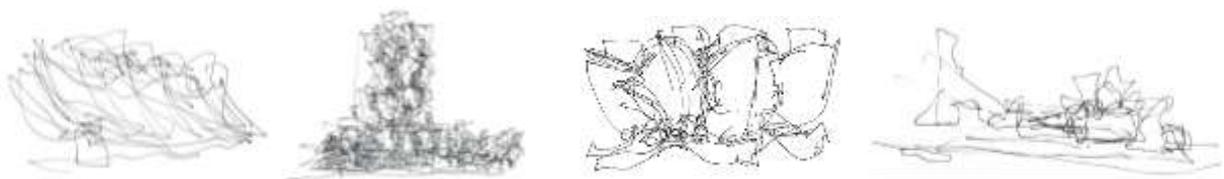
Branch

Conhecido pelas suas arquiteturas pós-modernas, Frank O. Gehry é imprevisível nos momentos da criação. A linha tênue é invariavelmente fluida, impulsiva. Os desenhos não transmitem massa ou peso arquitetônico, apenas direções frouxas e relações espaciais variáveis. Ao destacar algumas obras, nota-se que é um esboço no espaço real, no qual você pode entrar, porque consegue manter, de forma construída, o caráter imprevisível de seus desenhos.

Inspiradas em suas arquiteturas, surge a coleção *Branch*, que se reconecta com o mundo e busca a verdadeira raiz do estilo casual. Ao passar pelo mundo da moda, vemos uma diversidade com a qual podemos trabalhar, procurando renovar os olhares e as concepções do estilo casual, atendendo a área de trabalho, festas e esporte. A coleção celebra a cultuação do simples e do prático, sem perder as formas retas, padronizadas e modernas. Além disso, traz consigo elegância e sofisticação.

Palavras representativas do conceito minimalista como caimento, conforto, qualidade vão sendo a tônica das peças da nova coleção. Por isso, tecidos de fibra natural, algodão e linho são fundamentais para esse estilo de vida. As cores azul, verde e branco andam pela natureza, e aparecem para alegrar e trazer ritmo às peças.

No clima de combinar o estilo casual diversificado à concepção minimalista, homens e mulheres terão o poder da decisão na hora da compra diante de diversas influências e assim descobrir o real valor de uma peça de roupa. Atitude essa que impacta pessoas e o eco ambiente. Poder se vestir a partir desse pensamento é expressar seus valores sem perder a essência.





6.4 Cartela de tecidos

LINHO

Ref. : T001

Composição: 100% linho

Fabricante: Adina Têxtil

Fornecedor: Maximus Tecidos Finos

Largura: 1,37 m

Gramatura aprox.: 300 gr/m

Fibra de Origem: Natural



LIOCEL/TENCEL

Ref. : T002

Composição: 100% celulose

Fabricante: Lenzing AG

Fornecedor: Maximus Tecidos Finos

Largura: 1,38 m

Gramatura aprox.: 300 gr/m

Fibra de Origem: Artificial



Malha Algodão Orgânico

Ref. : T003

Composição: 100% algodão

Fabricante:

Fornecedor: Anfibia

Largura: 1,20 m

Gramatura aprox.: 160 g/m²

Fibra de Origem: Natural



PIÑATEX

Couro de Abacaxi

Ref. : T004

Composição: fibras da fruta

Designer: Carmen Hijosa

Fibra de Origem: Natural



Fonte: Compilação das autoras

SARJA

Ref. : T 005

Composição: 100% Algodão

Fabricante:

Fornecedor: Enrolados tecidos

Largura: 1,0 m

Gramatura aprox.: 264 gr/m

Fibra de Origem: Natural



SEDA DA LARANJA

Ref. : T006

Composição: Bagaça da laranja

Desenvolvida: Orange Fiber

Fibra de Origem: Natural



TRICOLINE

Ref. : T007

Composição: 100% algodão

Fabricante: Adina Têxtil

Fornecedor: Maximus Tecidos Finos

Largura: 1,50 m

Gramatura aprox.: 400 gr/m

Fibra de Origem: Natural



VISCOSE

Ref. : T008

Composição: 100% Viscose

Fabricante:

Fornecedor: Maximus Tecidos Finos

Largura: 1,50 m

Gramatura aprox.: 300 gr/m

Fibra de Origem: Artificial



Fonte: Compilação das autoras

6.5 Cartela Aviamentos

Argola



Botão de Pressão



Botão sustentável
Serragem



Cadarço 30mm
Sarjado cru



Colchete de Gancho



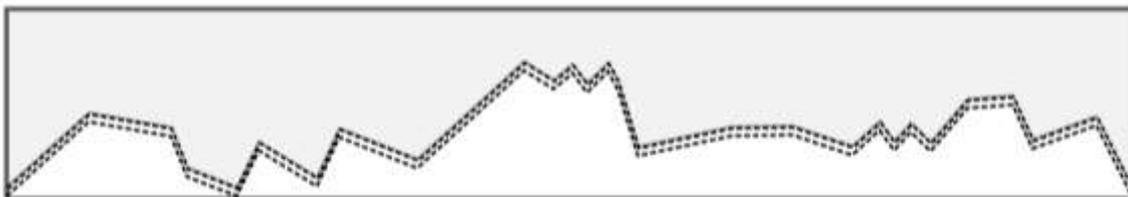
Zipper Invisível



Fonte: Compilação das autoras

6.5.1 Bordado

Este bordado está presente nas peças masculinas do estilo casual- esportivo, uma vez que tentamos transmitir a real imagem de nossa inspiração.



Fonte: Criação das autoras



6.6 Cartela de cores



Louis Vuitton



Sexy



Casual



Clássico



Sustentabilidade



Iceberg



Esportivo



Luma

6.7 Combinações



7. Coleção

7.1 Croqui Conceitual



7.2 Coleção Casual Sexy Feminino



7.3 Coleção Casual Clássica Feminino



7.4 Coleção Casual Esportivo Masculino



8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa científica relacionou temas importantes como moda, desenvolvimento sustentável, movimento minimalista, meio ambiente, além do modo de produção *slow fashion*. Aprender sobre esses conceitos foi um desafio inovador, visto que são assuntos que permeiam a sociedade consumidora capitalista e compreendê-los nos fazem ter uma visão abrangente do mundo. Outrossim, aprimorou nossas habilidades com a leitura e escrita, além de fazer com que entendêssemos sobre problemas que posteriormente poderíamos trazer uma solução e além disso, passar para uma coleção através de pesquisas e desenhos.

Logo, desenvolvemos uma forma para facilitar a conscientização do público, uma vez que houve a construção de uma coleção que apresenta peças que são combinadas entre si, sem deixar de atender todo o tipo de ocasião e estilo com apenas dez (10) peças em seu guarda-roupa cápsula.

Portanto, pode-se entender que a pergunta problema: "Como o minimalismo pode compor uma coleção para superar a proposta *Fast Fashion*?" do presente trabalho de conclusão de curso foi resolvido segundo todos objetivos estabelecidos de "como as pessoas que apresentam um estilo podem aderir o minimalismo e o *slow fashion* sem perder a sua característica?"

Ademais, ao longo do desenvolvimento deste estudo identificaram-se questões relacionadas que permitiriam o desenvolvimento de outros estudos para ampliar o fenômeno estudado. Este estudo poderia ser aplicado ao público infantil, de modo que ao apresentar o conceito para crianças, elas poderiam desde cedo ampliar o conhecimento sobre o assunto, e a longo prazo isso surtiria mudanças, tanto no consumo quanto em relação às questões ambientais.

Outra questão importante a ser pensada e trabalhada é quanto ao tingimento do tecido. Esse tema pode ser aprofundado, tendo em conta a possibilidade de um tingimento sustentável, por meio do uso de corantes naturais. Por mais que, aparentemente, não seja tão fácil de serem adotados para a produção, o aprofundamento do tema do tingimento pode abrir diálogo com outros campos científicos, como a química, a biologia e a tecnologia de produção.

9. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6022**: informação e documentação - artigo em publicação periódica científica impressa - apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

ANTONIO, Natassia Perella. Crise: a revolução da moda a partir da consciência. In: **Escola de Comunicação e Artes; Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo; Curso de Especialização em Estética e Gestão da Moda**. São Paulo: USP, 2016. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/NATASSIA%20PERELLA%20-.pdf>. Acesso em: 11 de março de 2020

BACHA, Maria. SANTOS, Jorgina. SCHAUN, Angela. Considerações teóricas sobre o conceito de Sustentabilidade. In: **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia** – 2010. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos10/31_cons%20teor%20bacha.pdf Acesso em: 17 de abril de 2020

BECKER, Camila. PULS, Lourdes Maria. O estilo de vida minimalista x consumo do vestuário de moda. In: **Revista LOGO** - v.7, n. 2 2018. Disponível em: <http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/5313>. Acesso em: 11 de março de 2020.

COLE, Jess. Tingimento: o impacto no meio ambiente e as soluções sustentáveis. Disponível em: <https://voque.globo.com/moda/moda-news/noticia/2019/06/tingimento-o-impacto-no-meio-ambiente-e-solucoes-sustentaveis.html> . Acesso em: 29 de março de 2021.

ESTADÃO. **Indústria da moda impacta mais o meio ambiente do que aviões e navios**. In: Redação: 21 de março de 2019. Disponível em: <https://amodaecidade.com.br/2019/03/21/industria-da-moda-impacta-mais-o-meio-ambiente-do-que-avioes-e-navios/> Acesso em: 15 de abril de 2020.

FERNANDEZ, Constanza. TENDÊNCIAS PRIMAVERA VERÃO 2020/21. Disponível em: <https://www.futilish.com/2020/03/tendencias-primavera-verao-2020-21/>. Acesso em: 19 de junho de 2020

FIORIN, Marcia; SEHNEM, Alyne; MATTEI, Lauro. Vestuário sustentável: análise das características do modo de produção Slow Fashion em empresas brasileiras. In: **XX Encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente**. São Paulo: USP, 19 de jul. de 2019
<http://engemausp.submissao.com.br/20/anais/arquivos/173.pdf>. Acesso em: 13 de abril de 2020.

FISCHER, Patricia. Moda primavera/verão 2021- 8 Tendências Incríveis. Disponível em: <https://boadicadebeleza.com.br/moda-primavera-verao-2021/>. Acesso em: 17 de junho de 2020

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social / Antônio Carlos Gil. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1985. P. 99-138.

JESUS, Lucio. **Para entender alguns conceitos: Crescer de forma sustentável; evolução na forma de pensar o desenvolvimento**. Disponível em: <https://portais.ufma.br/PortalUnidade/ufmasustentavel/paginas/noticias/noticia.jsf?id=52548>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2021

L'OFFICIEL. 10 frases inspiradoras ditas por Coco Chanel. Disponível em: <https://www.revistalofficiel.com.br/moda/10-frases-inspiradoras-de-coco-chanel>
Acesso em: 16 de julho de 2020.

MALHOTRA, Naresh K. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

Mercado & Consumo. Varejo de vestuário cresce 8,14% no país. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2019/06/21/varejo-de-vestuario-cresce-814-no-pais/>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2021

NOBLE, Bethany. Fashion: The Thirsty Industry. Disponível em: <https://goodonyou.eco/fashion-and-water-the-thirsty-industry/>. Acesso em: 28 de maio de 2020.

RATTNER, Henrique. Sustentabilidade - uma visão humanista. In: **Ambiente & Sociedade** - Ano II - No 5 - 2o Semestre de 1999. P. 233-240. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-753X1999000200020&script=sci_arttext
Acesso em: 15 de abril de 2020

The True Cost. Direção: Andrew Morgan. França: Life Is My Movie Entertainment, 2015. Drama/Documentário (92 min)

SILVA, Ursula de Carvalho. **Apostila de Projeto de Coleção**. Santa Catarina: Ararangá: IFSC, 2009. Disponível em: https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/e/e2/Hist%C3%B3ria_da_Indument%C3%A1ria_vers%C3%A3o_02.pdf Acesso em: 4 setembro 2020.

SENAC. DE ONDE VÊM AS TENDÊNCIAS DE MODA?. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/gcr/materiais/tendencias_de_moda.pdf. Acesso em: 19 de junho de 2020