



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”
Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda

HELOISA DEMETRIO RITTOZZI

O MINIMALISMO COMO ANTILINGUAGEM
UMA ESTRATÉGIA DE DEFESA CONTRA A ACELERAÇÃO DA MODA E COMO
RESISTÊNCIA NA CULTURA DA VISIBILIDADE EXTREMA

AMERICANA, SP

2026

HELOISA DEMETRIO RITTOZZI

**O MINIMALISMO COMO ANTILINGUAGEM
UMA ESTRATÉGIA DE DEFESA CONTRA A ACELERAÇÃO DA MODA E COMO
RESISTÊNCIA NA CULTURA DA VISIBILIDADE EXTREMA**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia “Ministro Ralph Biasi”.

Área de concentração: Comunicação de moda

Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato

AMERICANA, SP

2026

RITTOZZI, Heloisa Demetrio

O minimalismo como antilinguagem: uma estratégia de defesa contra a aceleração da moda e como resistência na cultura da visibilidade extrema. / Heloisa Demetrio Ritzozzi – Americana, 2026.

48f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) - - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientadora: Profa. Ms. Daniella Romanato

1. Comportamento do consumidor 2. Cultura pós-moderna 3. Moda. I. RITTOZZI, Heloisa Demetrio II. ROMANATO, Daniella III. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 658.89

316.7

687016

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

HELOISA DEMETRIO RITTOZZI

O MINIMALISMO COMO ANTILINGUAGEM
UMA ESTRATÉGIA DE DEFESA CONTRA A ACELERAÇÃO DA MODA E COMO
RESISTÊNCIA NA CULTURA DA VISIBILIDADE EXTREMA

Trabalho de graduação apresentado
como exigência parcial para obtenção
do título de Tecnólogo em Curso
Superior de Tecnologia em Design de
Moda pelo Centro Paula Souza – FATEC
Faculdade de Tecnologia de Americana
– Ministro Ralph Biasi.

Americana, 10 de junho de 2026

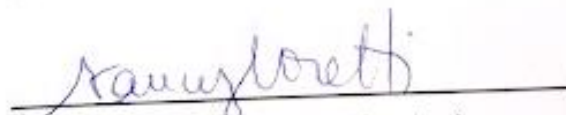
Banca Examinadora:



Daniella Romanato (Presidente)

Mestre

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Nancy de Palma Moretti (Membro)

Doutora

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Carlos Frederico Faé (Membro)

Especialista

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

DEDICATÓRIA

A todos aqueles que aprenderam a
esconder suas inseguranças atrás de
padrões que nunca escolheram seguir.

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo amor, apoio e incentivo em cada etapa desta trajetória.

Aos meus amigos e colegas, pelas trocas, pelo carinho e por tornarem essa caminhada mais leve.

Aos professores, pelos ensinamentos e orientações que contribuíram para minha formação acadêmica e pessoal.

E a todos que, de alguma forma, fizeram parte desta conquista, minha sincera gratidão.

RESUMO

O presente trabalho investiga o minimalismo contemporâneo como forma de antilinguagem e estratégia de defesa diante da aceleração da moda e da cultura da visibilidade extrema. Partindo da compreensão da moda como linguagem simbólica e mecanismo de comunicação não verbal, a pesquisa busca analisar de que maneira práticas minimalistas, associadas à neutralidade estética, funcionalidade e repetição, passaram a atuar como formas de estabilização emocional e organização cotidiana. Em uma sociedade marcada pela hiperestimulação visual, excesso de informações e pressão constante por atualização estética, o vestir deixa de operar apenas como expressão individual e passa a desempenhar funções relacionadas à economia de atenção, redução da fadiga decisória e construção da autoimagem. Nesse contexto, práticas como guarda-roupa cápsula, padronização cromática e repetição de combinações são analisadas como “ilhas de previsibilidade”, capazes de proporcionar maior estabilidade simbólica ao sujeito contemporâneo. A pesquisa também discute os paradoxos do minimalismo, considerando que, ao mesmo tempo em que pode representar resistência à lógica do excesso e do consumo acelerado, pode também ser absorvido pela própria indústria da moda, transformando-se em tendência padronizada e marcador de distinção social. O estudo possui caráter qualitativo, bibliográfico e interpretativo, sendo desenvolvido a partir da análise de autores das áreas de moda, comunicação, cultura visual e comportamento contemporâneo. Assim, busca-se compreender o minimalismo não apenas como tendência estética, mas como reorganização da relação entre sujeito, consumo, tempo e construção da autoimagem.

Palavras-chaves: Comunicação de moda; Minimalismo contemporâneo; Autoimagem.

ABSTRACT

This work investigates contemporary minimalism as a form of anti-language and a defense strategy against the acceleration of fashion and the culture of extreme visibility. Starting from an understanding of fashion as a symbolic language and a mechanism of non-verbal communication, the research seeks to analyze how minimalist practices, associated with aesthetic neutrality, functionality, and repetition, have come to act as forms of emotional stabilization and daily organization. In a society marked by visual hyperstimulation, information overload, and constant pressure for aesthetic updating, clothing ceases to operate solely as individual expression and begins to perform functions related to attention economy, reduction of decisional fatigue, and construction of self-image. In this context, practices such as capsule wardrobes, chromatic standardization, and repetition of combinations are analyzed as "islands of predictability," capable of providing greater symbolic stability to the contemporary subject. The research also discusses the paradoxes of minimalism, considering that, while it can represent resistance to the logic of excess and accelerated consumption, it can also be absorbed by the fashion industry itself, transforming into a standardized trend and marker of social distinction. This study is qualitative, bibliographic, and interpretative in nature, developed from the analysis of authors in the fields of fashion, communication, visual culture, and contemporary behavior. Thus, it seeks to understand minimalism not only as an aesthetic trend, but as a reorganization of the relationship between the subject, consumption, time, and the construction of self-image.

Keywords: Fashion communication; Contemporary minimalism; Self-image.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diferentes estilos de vestir como forma de comunicação não verbal.....	13
Figura 2 – Exemplo de antiestética na campanha da Marc Jacobs e no <i>normcore</i> ..	16
Figura 3 - Casa Farnsworth (1945) de Rohe e “Sem título” (1970) de Judd	17
Figura 4 – Jil Sander e seu estilo nos anos 1990.....	18
Figura 5 – Combinações a partir de um mesmo conjunto de peças.....	22
Figura 6 – <i>Quiet Luxury</i> X <i>Loud Luxury</i>	26
Figura 7 – Autoimagem, superestetização e imagens idealizadas.....	27
Figura 8 – Hiperestimulação visual, excesso de informações e multiplicidade de escolhas	28
Figura 9 – Guarda-roupa cápsula ou minimalista.....	29
Figura 10 – Mediação da realidade por dispositivos visuais e alienação do espectador	33
Figura 11 – Produção e circulação de imagens nas redes sociais digitais.....	34
Figura 12 – Guarda-roupa cápsula sugeridos pelas redes sociais.....	35

SUMÁRIO

1	Introdução	10
2	Moda como forma de linguagem	12
2.1	Antilinguagem e antiestética na moda	13
3	Minimalismo na moda	17
3.1	O minimalismo como forma de estabilização temporal.....	20
3.2	O paradoxo do minimalismo: entre resistência e padronização	22
3.3	Minimalismo como distinção social.....	24
4	Construção da autoimagem como antilinguagem	27
4.1	Moda como tecnologia de regulação emocional.....	31
4.2	Ilhas de previsibilidade	32
4.3	Os limites das ilhas de previsibilidade: entre estabilidade e apagamento	38
4.4	Consultoria de imagem: entre autonomia e padronização.....	40
5	Conclusão	43
	Referências	45

1 INTRODUÇÃO

Embora o minimalismo seja frequentemente compreendido como uma estética neutra, atemporal e funcional, sua presença crescente na contemporaneidade levanta questionamentos que ultrapassam a dimensão puramente visual do vestir.

Em um cenário marcado pela hiperestimulação imagética, pelo excesso de informações, pela aceleração do cotidiano e pela constante pressão por atualização estética, torna-se relevante compreender de que maneira o minimalismo passou a operar como uma forma de antilinguagem dentro do próprio sistema da moda.

A problemática desta pesquisa surge justamente da necessidade de compreender como o vestir minimalista, caracterizado pela repetição, simplificação visual, funcionalidade e redução de escolhas, passou a atuar não apenas como tendência estética, mas como estratégia de estabilização emocional e organização cotidiana diante da cultura da visibilidade extrema. Assim, questiona-se: de que maneira o minimalismo contemporâneo funciona como forma de resistência à lógica da aceleração imposta pela própria indústria da moda?

Como hipótese, considera-se que o minimalismo contemporâneo tenha deixado de atuar apenas como estilo visual e passado a funcionar como mecanismo de economia cognitiva, estabilização temporal e regulação emocional. Estratégias como guarda-roupa cápsula, padronização cromática e repetição de combinações podem operar como “ilhas de previsibilidade”, permitindo ao sujeito reduzir a fadiga decisória e construir uma relação mais estável com sua autoimagem em meio à saturação visual contemporânea.

Dessa forma, esta pesquisa busca compreender a moda enquanto linguagem simbólica e analisar como determinadas práticas minimalistas podem atuar como formas de antilinguagem, reorganizando os códigos visuais tradicionalmente valorizados pelo sistema da moda. Além disso, o trabalho pretende investigar a relação entre moda, construção da autoimagem, cultura visual e desaceleração cotidiana.

Para isso, será necessário compreender inicialmente a moda como forma de comunicação não verbal, analisando posteriormente o conceito de antilinguagem e sua possível aplicação ao campo do vestir. Em seguida, serão discutidas as relações entre minimalismo, estabilização temporal, economia de atenção, cultura da visibilidade extrema e construção da autoimagem no contexto contemporâneo.

Além disso, o trabalho analisará práticas relacionadas ao minimalismo, como guarda-roupa cápsula, repetição de peças e consultoria de imagem, observando seus possíveis impactos na organização do cotidiano, na regulação emocional e na construção identitária de mulheres jovens.

Este trabalho de conclusão de curso consistirá em uma pesquisa de caráter qualitativo, bibliográfico e interpretativo, desenvolvida a partir da análise de livros, artigos científicos, dissertações, teses e sites especializados relacionados às áreas de moda, cultura visual, comportamento contemporâneo e construção da autoimagem.

Os objetivos desta pesquisa serão investigados por meio de referências teóricas que possibilitem compreender o minimalismo não apenas como tendência estética, mas como ferramenta simbólica de mediação entre o sujeito, o tempo e as exigências da contemporaneidade.

2 MODA COMO FORMA DE LINGUAGEM

“A moda fala”. Está é uma frase comum entre profissionais da área de moda, pois o que uma pessoa veste diz (de modo não verbal) muito sobre ela, reforçando a sua identidade, comportamento e cultura. Portanto, moda é linguagem.

A linguagem é o meio pelo qual os seres humanos se comunicam e se expressam. É o único meio de comunicação entre duas ou mais pessoas, através do qual elas podem compartilhar seus pontos de vista, ideias, opiniões e emoções.

A comunicação além de ser uma necessidade, é uma característica que o ser humano possui desde sua existência. Neste sentido, Pinto (1995, p.8 apud Ruffino, 2015) exemplifica que “a mímica foi, sem dúvida, o primeiro meio de comunicação entre portugueses e indígenas, como testemunha a carta de Pero Vaz de Caminha a D. Manuel, mas, de imediato, a música e a dança também desempenharam processo idêntico”.

Tabela 1 – Linguagem, comunicação e informação

	LINGUAGEM	COMUNICAÇÃO	INFORMAÇÃO
DEFINIÇÃO	Sistema de comunicação baseado em códigos verbais (palavras) e não verbais (sinais, símbolos, gestos).	É um processo que envolve dois ou mais usuários. Eles trocam dados, mensagens e adotam alternadamente a posição de remetente e destinatário.	Conjunto de dados organizados para compor uma mensagem.
ELEMENTOS PRINCIPAIS	Códigos, signos, símbolos, regras de combinação.	Emissor, receptor, mensagem, canal, código e contexto.	Dados, mensagem estruturada, conteúdo.
EXIGE RESPOSTA?	Não necessariamente.	Sim. Requer interação e possibilidade de resposta.	Não. Pode ocorrer sem retorno do receptor.
FUNÇÃO	Permitir a expressão e representação de ideias, emoções e pensamentos.	Produzir interação e compartilhamento de sentidos.	Transmitir conteúdo ou dados.

Fonte: Da autora, 2026.

A partir desta tabela, entende-se que “comunicar vai muito além do que a fala. As pessoas expõem quem são por meio do corpo, das roupas, gestos e expressões faciais, comportamento, cuidado pessoal, entre outros” (Polesi, 2023, p. 14). Desta forma, pode-se dizer que “a moda é um meio de comunicação muito poderoso, podendo mandar uma mensagem entre pessoas que se observam, sem precisar usar palavras, seja sobre a idade, gosto musical, cultura ou religião” (Polesi, 2023, p. 11).

Segundo Nakasaki (2011), o termo antilinguagem foi cunhado pelo linguista britânico Michael Alexander Kirkwood Halliday no artigo “Anti-Languages” (1976), quando tentava compreender como certos grupos sociais — especialmente grupos marginais ou contra-hegemônicos — desenvolvem formas próprias de expressão linguística. Ainda de acordo com Nakasaki (2011, p. 37), o estudo que “se originou em grupos socialmente excluídos tal como o submundo do crime, revela notável continuidade entre essas antilinguagens e a linguagem da maioria a que se opõem. Isto, ele acredita, reflete o fato de que são partes do mesmo sistema social”. Desta forma, a antilinguagem surge dentro do que ele chama de anti-sociedade: um grupo que se organiza simbolicamente em oposição à sociedade dominante.

Na moda, pode-se pensar a antilinguagem como antiestética: formas de vestir que não apenas diferem do padrão dominante (tendências de moda), mas contestam seus valores, normas e hierarquias.

Figura 1 – Diferentes estilos de vestir como forma de comunicação não verbal



Fonte: Da autora, 2026.

2.1 Antilinguagem e antiestética na moda

Se a moda pode ser compreendida como uma forma de linguagem capaz de comunicar identidades, valores e pertencimentos sociais, também é possível considerar que determinados modos de vestir se estruturam como formas de questionamento ou reconfiguração desses códigos. Desta forma, a moda não apenas expressa significados socialmente compartilhados, mas também pode funcionar como um espaço de disputa simbólica.

Diversos autores apontam que o vestuário opera como um sistema simbólico capaz de comunicar significados dentro das relações sociais. Nesse sentido, a moda ultrapassa sua dimensão funcional e passa a atuar como um meio de expressão cultural e identitária. Miranda (2008 apud Bessa, 2008, p. 99) compreende o consumo como “uma linguagem silenciosa em que os indivíduos se comunicam mediante o uso desses símbolos visuais ou não verbais”. A partir dessa perspectiva, os objetos consumidos e as escolhas estéticas tornam-se parte de um processo de construção de sentido, uma vez que, por meio deles, os indivíduos podem expressar identidades, estabelecer relações sociais e comunicar pertencimentos culturais.

Essa dimensão simbólica da moda também se manifesta na relação entre identidade e aparência. De acordo com Clemente (2021, p. 330), os modos de estar ‘na moda’ constituem-se em jogos de aparência que envolvem negociações constantes entre identidade e alteridade. Nesse contexto, a aparência funciona como mediadora das relações sociais, já que a construção da identidade ocorre em diálogo constante com o olhar do outro e com os códigos culturais presentes em determinado grupo social.

Ao mesmo tempo, os modos de vestir não são completamente livres de condicionamentos sociais. Pelo contrário, as escolhas estéticas são frequentemente mediadas por pressões culturais e expectativas coletivas. Observa-se que os “modos de vestir são influenciados por pressões de grupo, propaganda, recursos socioeconômicos e outros fatores que muitas vezes promovem a padronização mais que a diferença individual” (Moura, 2018). A moda, portanto, opera em um campo de negociação permanente entre individualidade e pertencimento social.

A sociedade vem vivenciando, sobretudo desde o século XX para cá, alguns sinais de que o sistema mercadológico capitalista estaria saturado. Praticamente a partir da década de 50 ele opera quase da mesma forma: absorvendo movimentos alternativos e entregando-os para o grande público de maneira mastigada e pronta para o consumo, nos mais diferentes vieses da produção, indo do campo têxtil ao de bens duráveis, dos alimentos à arte decorativa. E o caminho desse movimento passa a interferir diretamente na individualidade de cada um. (Agra et al., 2015, p. 1)

Na contemporaneidade, esse papel simbólico da aparência se intensifica em um contexto marcado pela ampliação da estética no cotidiano. Lipovetsky e Serroy (2015) descrevem esse fenômeno ao afirmar que vivemos em uma sociedade caracterizada por “uma nova era estética, uma sociedade superestetizada” (p. 40).

Nesse cenário, a lógica da sedução visual passa a estruturar diversas esferas da vida social, uma vez que “um capitalismo centrado na produção foi substituído por um capitalismo de sedução focalizado nos prazeres dos consumidores por meio das imagens e dos sonhos” (p. 42).

A moda participa diretamente dessa dinâmica, na qual a aparência se torna cada vez mais central nas relações sociais. Como afirmam Lipovetsky e Serroy (2015, p. 15 apud Ribeiro, 2023, p. 218), a estilização da vida funciona como “meio de autoafirmação social”. Assim, o vestuário assume um papel estratégico na construção da imagem pública e na produção de distinções simbólicas entre os indivíduos.

Guy Debord, em “A sociedade do espetáculo” (1967 apud Rafael, 2026), também contribui para essa discussão ao analisar a centralidade da imagem na sociedade contemporânea. Para o autor, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos”, na qual “tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação”. Nesse sentido, “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”.

Dentro desse cenário marcado pela intensificação da estética e pela valorização da visibilidade, a moda tende a reforçar a lógica da novidade e da constante renovação simbólica. Lipovetsky (1989, p. 28) observa que “não há sistema de moda senão quando o gosto pelas novidades se torna um princípio constante e regular”, o que evidencia a relação estrutural entre moda, efemeridade e mudança contínua.

Entretanto, dentro desse mesmo sistema também emergem práticas estéticas que buscam questionar ou reorganizar os códigos dominantes da moda. É nesse ponto que se torna possível aproximar o conceito de antilinguagem do campo do vestuário. Se a moda funciona como um sistema de signos visuais que comunicam pertencimento e identidade, determinados modos de vestir podem atuar como formas de ruptura ou reconfiguração desses códigos.

Dentro desta análise, a antilinguagem na moda pode ser compreendida como uma espécie de antiestética, caracterizada por escolhas visuais que reduzem, silenciam ou reorganizam os signos tradicionalmente valorizados pelo sistema da moda. Em vez de reforçar a lógica do excesso, da novidade constante e da superexposição estética, essas práticas propõem outras formas de relação com a aparência (Fig. 2a).

Essa dinâmica não significa necessariamente a negação completa da moda, mas sim uma reorganização de seus códigos simbólicos. Como observa Lipovetsky (1989, p. 33), “a moda muda incessantemente, mas nem tudo nela muda”, indicando que mesmo dentro de um sistema marcado pela transformação constante existem possibilidades de reinterpretação e resistência estética. Nesse contexto, o *anti-fashion* surge como manifestação contracultural que questiona os códigos dominantes da moda tradicional e a lógica da novidade constante (Saverino, 2020), perspectiva que também pode ser observada em movimentos contemporâneos como o *normcore*¹.

Agra et al. (2015, p. 1), usam “o estilo *normcore* (Fig. 2b) como exemplo de crítica ao estabelecimento de padrões estéticos e à aderência da moda ao que seria considerada uma “Contracultura Pop””.

O consumo daquilo que é novo não é mais novidade e não mais diferencia alguém ou até mesmo algum grupo dentro de uma população que está 24h online. A sociedade urbana se tornou muito complexa e estilo *normcore* é um dos recentes exemplos de movimento que não surgem apenas como uma nova tribo possuidora de “atitude”, mas sim como um modo de vida muito mais aberto a novas experiências e comportamentos. (Agra et al.; 2015, p. 2)

Assim, compreender a moda como linguagem permite reconhecer que determinados modos de vestir podem operar como estratégias simbólicas de distanciamento em relação aos códigos dominantes de visibilidade e consumo. Nesse contexto, algumas estéticas passam a valorizar a redução formal, a simplicidade e a desaceleração das dinâmicas de consumo visual.

Figura 2 – Exemplo de antiestética na campanha da Marc Jacobs e no *normcore*



Fonte: Assunção, 2024; Da autora, 2026.

¹ Em inglês é a junção das palavras “normal” com “hardcore”. Em tradução livre “normal ao extremo”.

3 MINIMALISMO NA MODA

Segundo a Enciclopédia Itaú Cultural (2015), “o minimalismo se refere a uma tendência das artes visuais que ocorre no fim dos anos 1950 e início dos 1960 em Nova York” momento de efervescência cultural trazida pelos movimentos de contracultura. A arte minimalista, uma vertente da arte abstrata norte-americana, “ênfatiza formas elementares, em geral de corte geométrico, que recusam acentos ilusionistas e metafóricos, (...) construído de ideias como despojamento, simplicidade e neutralidade”.

Um dos inspiradores do movimento minimalista foi o arquiteto modernista Mies Van Der Rohe (1886-1969), usava de técnicas estruturais avançadas e pureza no desenho de suas futuras obras. Sua máxima era que “Menos é Mais”. Nas artes plásticas, o minimalismo, de fato, tem como seu principal representante o artista Donald Judd (1928-1994). (Nascimento, 2022, p. 40)

Figura 3 - Casa Farnsworth (1945) de Rohe e “Sem título” (1970) de Judd



Fonte: Nascimento, 2022, p. 40.

Nascimento (2022, p. 4) em seu trabalho fala o minimalismo dentro do entendimento da sustentabilidade e do *slow fashion*, mas ela explica que a máxima de Rohe não se refere a “quanto menos roupa melhor”, mas “quanto menos informações, mais interessante”. Na moda, o minimalismo teria surgido entre as décadas de 1980 e 1990 como reação aos exageros anteriores, valorizando funcionalidade, neutralidade e ausência de ornamentos, com influência de designers japoneses em Paris. Entre seus principais nomes da moda minimalista foi, e ainda é, Jil Sander, que destacou-se por uma proposta purista que, embora inicialmente incompreendida, tornou-se referência no minimalismo contemporâneo.

Jil Sander utilizou a androginia como inspiração para suas coleções, (...) ela tinha em sua mente uma igualitária simplicidade para uma nova era. Sobre a sensibilidade que buscava transmitir em suas criações, Sander fala: “Eu quero combinar o impacto sensual de linhas puras e formas elementais com a sensibilidade do momento. (...) Moda não é sobre a representação do status, mas sobre a melhor forma de revigorar o usuário” (Sander apud Walker, 2011, p. 92). (Colares, 2017, p. 43)

Figura 4 – Jil Sander e seu estilo nos anos 1990



Fonte: Collado, 2018 apud Nascimento, 2022, p. 41.

A partir disso, se a moda contemporânea se estrutura como um sistema orientado pela aceleração, pela efemeridade e pela constante renovação simbólica, o minimalismo pode ser compreendido como uma inflexão crítica dentro dessa lógica. Conforme aponta Lipovetsky (1989, p. 30-31), “não há sistema de moda senão quando o gosto pelas novidades se torna um princípio constante e regular”, evidenciando que a dinâmica da moda está intrinsecamente ligada à substituição contínua e à valorização do novo.

Nesse contexto, o minimalismo não se configura como ausência de estética, mas como uma reorganização dos códigos visuais do vestir. Caracterizado pela valorização de silhuetas depuradas, paletas neutras e pela ênfase na funcionalidade, ele desloca o foco da novidade para a permanência, tensionando a lógica da obsolescência que estrutura o sistema da moda.

Se a moda moderna opera como linguagem marcada pela aceleração, pela multiplicação de signos e pela substituição constante, o minimalismo pode ser compreendido como uma forma de antilinguagem: uma reorganização do código de vestir que reduz a carga simbólica, suspende a lógica da novidade e transforma o vestir em estratégia de defesa frente à pressão temporal da indústria da moda. Não se trata de emancipação do sistema, mas de estabilização dentro dele.

O minimalismo não constitui uma anti-sociedade (no sentido radical de Halliday, 1976), ele é uma micro-resistência interna ao próprio sistema da moda. É uma antilinguagem por redução, não por confronto.

A partir dessa perspectiva, é possível compreender que essa redução da intensidade simbólica não implica ausência de significado, mas uma reconfiguração das formas de comunicação na moda.

Ao desacelerar a produção de sentido e limitar a necessidade de atualização constante da aparência, o minimalismo atua como uma estratégia de contenção frente às pressões temporais e visuais que caracterizam a contemporaneidade.

Essa dinâmica se intensifica quando relacionada a transformações mais amplas no modo de vida contemporâneo, especialmente aquelas que tensionam a lógica da produtividade contínua e da exposição permanente. Nesse sentido, o minimalismo pode ser aproximado de práticas culturais que buscam reorganizar a experiência do tempo e da visibilidade no cotidiano.

Entre essas práticas, destaca-se o movimento *slow living*², que se configura como uma resposta direta à cultura da aceleração. De acordo com Coelho (2025), “vivemos em uma sociedade que glorifica a pressa [...] o movimento *slow living* surge como um convite corajoso e necessário: desacelerar para viver com mais consciência, presença e propósito”. Trata-se, portanto, de uma reconfiguração da relação com o tempo, na qual a experiência vivida passa a ser priorizada em detrimento da lógica produtivista.

Mais do que um estilo de vida normativo, o *slow living* propõe “um novo olhar sobre o tempo e as prioridades” (Coelho, 2025), incentivando escolhas mais alinhadas aos valores individuais e à realidade cotidiana. Nesse sentido, ele não impõe regras rígidas, mas convida o sujeito a “levar a vida de forma mais leve e consciente” (Lech, 2021), reorganizando suas práticas a partir da desaceleração.

Aplicado à moda, esse princípio se traduz na valorização da permanência, na redução do consumo impulsivo e na construção de um guarda-roupa mais estável. Ao deslocar o foco da novidade para a continuidade, o minimalismo se aproxima diretamente dessa lógica, funcionando como uma expressão estética dessa reorganização temporal.

O filósofo sul-coreano **Byung-Chul Han**, vencedor do Prêmio Princesa das Astúrias de Comunicação e Humanidades em 2025, propõe uma ideia revolucionária que vai contra tudo que a sociedade moderna prega: **ficar em casa** é a maneira mais inteligente de resistir ao sistema que nos explora diariamente. Para ele, o lar se transforma em um verdadeiro bastião de liberdade onde podemos escapar da pressão constante por produtividade, da exposição incessante nas redes sociais e da obrigação sufocante de sempre estar fazendo alguma coisa que gere valor ou aprovação. (Santos, 2026)

² *Slow living*: Segundo Coelho (2025), “o termo surgiu nos anos 1980, inspirado pelo movimento *Slow Food*, que surgiu na Itália como uma forma de resistência à cultura do *fast food*. Aos poucos, o conceito se expandiu para outras áreas da vida: trabalho, consumo, relacionamentos, moradia, lazer. A ideia é simples e poderosa: desacelerar para viver melhor”.

A partir dessa reflexão, o minimalismo pode ser interpretado como uma extensão dessa lógica de recusa à hiperexposição. Ao propor uma estética mais silenciosa e menos orientada à exibição, ele reduz a participação do sujeito na dinâmica de visibilidade constante, permitindo a construção de uma relação mais estável e menos performativa com a aparência.

Nesse sentido, o vestir deixa de operar exclusivamente como um dispositivo de exibição e passa a funcionar como um espaço de mediação entre o sujeito e as pressões externas, articulando-se diretamente com a ideia de estabilização simbólica em um contexto marcado pela aceleração e pela saturação visual.

3.1 O minimalismo como forma de estabilização temporal

Na contemporaneidade, a experiência do tempo é profundamente atravessada pela aceleração dos fluxos sociais, pela intensificação da produção de imagens e pela constante renovação simbólica. Conforme discutido anteriormente, a moda participa diretamente dessa dinâmica ao operar por meio da efemeridade e da substituição contínua, instaurando uma temporalidade marcada pela instabilidade e pela obsolescência acelerada.

Nesse cenário, o sujeito passa a vivenciar o tempo como fragmentado, instável e, muitas vezes, invasivo. A constante exigência de atualização estética, somada à pressão por visibilidade e pertencimento, produz um ambiente no qual a aparência deixa de ser apenas expressão e passa a funcionar como demanda contínua. Como aponta Bessa (2008, p. 99), a imagem adquire centralidade nas relações sociais, tornando-se um dos principais mediadores da construção de identidade e reconhecimento.

Diante desse contexto, o minimalismo pode ser compreendido como uma estratégia de estabilização temporal. Ao reduzir a variabilidade estética e limitar a necessidade de constante renovação do vestuário, ele introduz uma forma de continuidade dentro de um sistema marcado pela descontinuidade. A repetição de peças, a coerência visual e a valorização da durabilidade funcionam, assim, como mecanismos de organização do tempo no cotidiano.

Essa lógica se opõe diretamente ao caráter efêmero da moda. Como observa Lipovetsky (1989, p. 25), a moda é um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, no qual pequenas variações são suficientes para tornar o anterior obsoleto. Nesse sentido, o minimalismo atua ao desacelerar essa dinâmica, reduzindo a necessidade de resposta constante às mudanças e permitindo uma experiência temporal mais contínua.

Além disso, essa prática pode ser compreendida como uma forma de sustentação do sujeito diante de um ambiente percebido como saturado de estímulos. Em uma sociedade que, como indicam Lipovetsky e Serroy (2015, p. 11 apud Ribeiro, 2023, p. 217), valoriza a sedução visual, o espetáculo e a produção incessante de imagens, a redução estética proposta pelo minimalismo atua como um mecanismo de contenção. Ao diminuir a intensidade dos signos, o sujeito reduz também sua exposição à lógica de constante comparação e atualização.

Essa busca por estabilidade se articula a movimentos culturais mais amplos, como o *slow living*. Conforme destacado nos textos analisados, “vivemos em uma sociedade que glorifica a pressa” (Coelho, 2025), em que o movimento *slow living* surge como um convite corajoso e necessário: desacelerar para viver com mais consciência, presença e propósito (Lech, 2021). Trata-se, portanto, de uma reconfiguração da relação com o tempo, na qual a experiência vivida passa a ser priorizada em detrimento da lógica produtivista.

Ainda segundo os mesmos autores, essa filosofia propõe “um novo olhar sobre o tempo e as prioridades” (Coelho, 2025), incentivando escolhas mais alinhadas aos valores individuais e à realidade cotidiana. Nesse sentido, o tempo deixa de ser orientado exclusivamente pela produtividade e passa a ser organizado a partir da qualidade da experiência.

Aplicado à moda, esse princípio se traduz na construção de um guarda-roupa mais estável, no qual a repetição deixa de ser interpretada como limitação e passa a operar como estratégia de organização. O minimalismo, portanto, pode ser entendido como a materialização estética dessa reorganização temporal, na medida em que introduz previsibilidade e continuidade no vestir.

Dessa forma, o vestuário deixa de ser apenas um meio de adaptação às tendências e passa a funcionar como um dispositivo de estabilização. Ao reduzir o número de escolhas e limitar a necessidade de constante atualização, o minimalismo contribui para a diminuição da ansiedade associada ao consumo e à autoimagem, oferecendo ao sujeito um ponto de ancoragem em meio à instabilidade contemporânea.

No entanto, é importante destacar que essa estabilização não elimina completamente as tensões do sistema da moda. O sujeito permanece inserido em uma lógica marcada pela aceleração e pela pressão simbólica, o que faz com que o minimalismo atue como uma estratégia parcial de regulação, e não como uma ruptura definitiva.

Ainda assim, ao introduzir continuidade, repetição e redução de estímulos, o minimalismo se configura como uma prática capaz de reorganizar a experiência do tempo. Nesse processo, ele permite ao sujeito construir formas de sustentação diante de um mundo percebido como instável, acelerado e invasivo, transformando o vestir em um espaço de contenção e estabilidade.

Figura 5 – Combinações a partir de um mesmo conjunto de peças



Fonte: Use Less Dk, 2023.

3.2 O paradoxo do minimalismo: entre resistência e padronização

Se, por um lado, o minimalismo pode ser compreendido como uma forma de reorganização dos códigos da moda — atuando como estratégia de contenção frente à aceleração, à efemeridade e à saturação visual —, por outro, sua consolidação enquanto estética dominante, revela um conjunto de tensões que complexificam essa leitura.

Isso porque, ao mesmo tempo em que se apresenta como alternativa à lógica do excesso, o minimalismo passa a operar também como um novo padrão visual, amplamente difundido e reproduzido, especialmente no contexto das redes sociais digitais. Nesse ambiente, observa-se a circulação recorrente de imagens que associam o estilo de vida minimalista a determinadas características estéticas relativamente estáveis: paletas neutras, ambientes organizados, silhuetas limpas e ausência de ornamentos.

Dessa forma, aquilo que inicialmente se configurava como uma estratégia de redução e desaceleração passa, gradualmente, a adquirir contornos normativos. O minimalismo deixa de ser apenas uma escolha situada e passa a funcionar como modelo aspiracional, orientando práticas de consumo, modos de vestir e formas de apresentação de si.

Esse processo evidencia uma das principais ambivalências do minimalismo contemporâneo: sua capacidade de operar simultaneamente como resistência e como assimilação. Conforme discutido por Agra et al. (2015), o sistema da moda possui grande capacidade de absorver movimentos alternativos, reconfigurando-os e reinserindo-os no circuito de consumo. Com isso, mesmo propostas que emergem como crítica à lógica dominante podem ser incorporadas e transformadas em novas tendências.

No caso do minimalismo, essa incorporação manifesta-se na sua estetização e na sua difusão como estilo desejável. A simplicidade, que antes operava como estratégia de contenção simbólica, passa a ser apresentada como ideal visual, frequentemente associada a noções de elegância, sofisticação e controle. Assim, a redução deixa de ser apenas funcional ou estratégica e passa a carregar também um valor estético e social.

Esse movimento não implica a invalidação do minimalismo enquanto prática de organização do cotidiano, mas aponta para a necessidade de compreendê-lo em sua complexidade. Ao ser amplamente difundido, ele deixa de operar exclusivamente como antilinguagem e passa a integrar, ainda que parcialmente, o próprio sistema simbólico da moda. Além disso, a padronização estética associada ao minimalismo pode produzir efeitos de homogeneização visual. A repetição de referências semelhantes, tanto no vestuário quanto nos ambientes e estilos de vida, tende a reduzir a diversidade de expressões, aproximando diferentes sujeitos de um mesmo repertório visual, fazendo com que a promessa de liberdade e simplificação possa, paradoxalmente, resultar em novas formas de conformidade.

Essa tensão evidencia que o minimalismo não deve ser compreendido de forma unívoca. Ele não é, por definição, nem totalmente resistente nem completamente assimilado, mas sim uma prática situada, que oscila entre esses polos. Sua eficácia como estratégia de estabilização e contenção depende, em grande medida, da forma como é apropriado pelos sujeitos no cotidiano.

Dessa forma, ao mesmo tempo em que o minimalismo pode funcionar como antilinguagem — ao reduzir signos, desacelerar escolhas e reorganizar a relação com o vestir —, ele também pode operar como linguagem normatizada, quando suas características passam a ser reproduzidas de maneira generalizada e pouco crítica.

Essa ambiguidade não enfraquece o conceito, mas, ao contrário, reforça sua relevância analítica, ao evidenciar as complexas relações entre moda, consumo, identidade e cultura visual na contemporaneidade.

3.3 Minimalismo como distinção social

Para além de sua dimensão estética e funcional, o minimalismo pode ser analisado também como uma forma de distinção social no contexto contemporâneo.

Embora frequentemente associado à simplicidade, à neutralidade e à redução do consumo, esse movimento não se encontra completamente desvinculado das dinâmicas simbólicas que estruturam a diferenciação entre os indivíduos.

É importante considerar que o acesso e a manutenção de um estilo de vida minimalista não ocorrem de maneira homogênea entre diferentes grupos sociais. A adoção de práticas como a redução do guarda-roupa, a escolha por peças de maior durabilidade e a valorização da qualidade em detrimento da quantidade pressupõem determinadas condições materiais e culturais. Trata-se de uma escolha que, embora apresentada como universalmente acessível, depende de recursos como tempo, informação, repertório estético e, em muitos casos, maior investimento financeiro inicial.

Dessa forma, o minimalismo pode operar como um marcador simbólico de distinção, na medida em que sinaliza não apenas uma preferência estética, mas também um determinado posicionamento frente ao consumo. Ao optar por consumir menos — mas, frequentemente, consumir melhor —, o sujeito constrói uma imagem associada ao controle, à consciência e à racionalidade, atributos que tendem a ser valorizados socialmente.

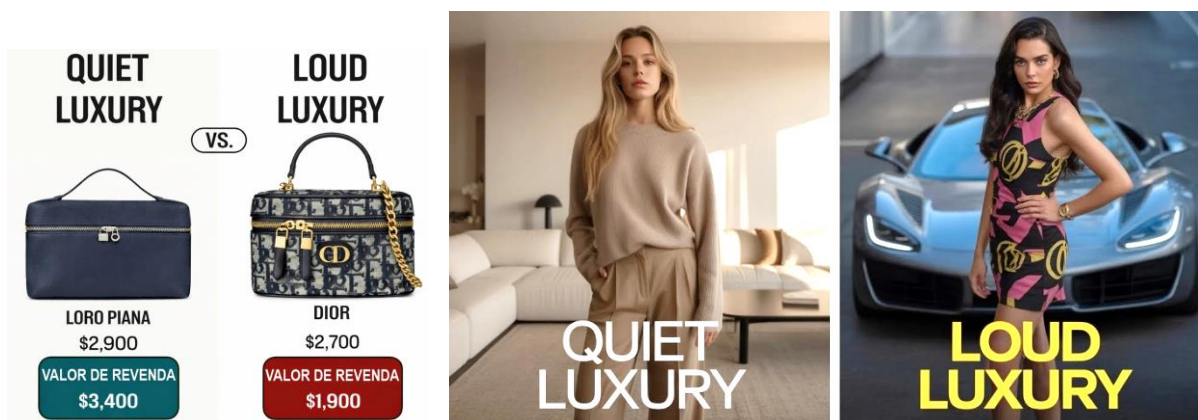
Essa lógica se aproxima do que Bessa (2008) aponta ao discutir o consumo como linguagem simbólica, por meio da qual os indivíduos comunicam pertencimentos, valores e formas de inserção social. Nesse contexto, mesmo a recusa parcial ao consumo pode ser interpretada como forma de comunicação, na qual o “não consumir” ou o “consumir menos” adquire significado social.

Além disso, conforme observado por Cavalheiro (2021), práticas minimalistas podem funcionar como formas de distinção ao se afastarem das lógicas mais visíveis do consumo ostentatório, substituindo-as por um consumo mais silencioso e menos explícito. Nesse caso, a distinção não se dá pela quantidade ou pelo excesso, mas pela capacidade de selecionar, reduzir e organizar.

Esse processo evidencia uma mudança na forma como o *status* pode ser construído na contemporaneidade. Se em momentos anteriores a visibilidade do consumo (“*Loud Luxury*”³) operava como principal mecanismo de diferenciação, observa-se, atualmente, a valorização de práticas mais discretas, nas quais a moderação e o controle passam a desempenhar papel central. O minimalismo, nesse sentido, pode ser compreendido como uma forma de “luxo silencioso” (o chamado “*Quiet Luxury*”), em que a ausência de excesso se torna, paradoxalmente, um signo de sofisticação.

Na década de 80, as grandes marcas de luxo decidiram explorar outros mercados além do tradicional eixo europeu (França - Itália - Inglaterra) e expandiram seus negócios globalmente. Nesse mesmo período, inclusive, vimos o surgimento dos grandes conglomerados de luxo liderados pela LVMH em 1987. Produtos e marcas que, até então, eram consumidos por uma elite tradicional e intelectual do luxo, passaram a ser objetos de desejo de uma nova elite de consumidores que, na sua grande maioria, experienciavam as glórias de viver uma importante mobilidade social. Sendo a mobilidade social uma das formas de distinção de consumidores de luxo, essa nova elite possuía motivadores de compra diferentes da elite tradicional. As marcas adaptaram seus produtos e portfólios carregando-os de signos visíveis do luxo, excessos e logos, tudo para atender aos desejos dessa nova clientela. Enquanto os novos consumidores associavam a exibição e o excesso à demonstração de riqueza e, dessa forma, buscavam aceitação e pertencimento, a elite consumidora via essa exibição como sinal de falta de refinamento e sofisticação. (...) Dessa forma, o *quiet luxury* é muito mais do que uma tendência de moda refletida em roupas e acessórios. É um estilo de vida, um comportamento de quem valoriza a elegância em seu estado mais puro, longe dos holofotes e da necessidade de aprovação externa. Para essas pessoas, o luxo está em detalhes sutis – reconhecidos apenas pelos poucos que compartilham do mesmo círculo de conhecimento. (Albertotti; Albuquerque, 2024)

³ ***Loud luxury*** é quando os produtos têm sinais visíveis e facilmente reconhecíveis da marca de luxo pelo público em geral. A motivação para a compra desse tipo de luxo é pela busca de status social e reconhecimento, engrandecendo a sua imagem perante seus iguais. (Camillis, 2023)

Figura 6 – *Quiet Luxury X Loud Luxury*

Fonte: Pinterest, 2026.

Entretanto, essa dinâmica não está isenta de contradições. Ao mesmo tempo em que propõe uma redução do consumo e uma simplificação do cotidiano, o minimalismo pode reforçar novas formas de normatização e exclusão. Isso ocorre na medida em que determinados padrões estéticos — como paletas neutras, modelagens específicas e referências visuais recorrentes — passam a ser associados ao “bom gosto”, estabelecendo critérios implícitos de validação estética.

Além disso, a ideia de que é possível “consumir melhor” pode ocultar desigualdades estruturais, uma vez que nem todos os sujeitos possuem condições de optar por peças de maior qualidade ou investir em produtos mais duráveis. Com isso, o discurso minimalista, quando descontextualizado, corre o risco de universalizar experiências que são, na prática, situadas.

Dessa forma, o minimalismo não deve ser compreendido apenas como uma prática individual de organização do vestir, mas também como fenômeno social atravessado por relações de poder, acesso e distinção. Sua adoção pode refletir tanto uma busca por simplificação e estabilidade quanto uma forma de posicionamento simbólico dentro de determinados grupos sociais.

Essa ambiguidade reforça a necessidade de analisar o minimalismo para além de sua aparência de neutralidade. Ao mesmo tempo em que propõe uma redução dos excessos, ele pode operar como mecanismo de diferenciação, revelando que, mesmo nas práticas que buscam se afastar da lógica do consumo, permanecem ativas as dinâmicas de distinção que estruturam a vida social.

4 CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM COMO ANTILINGUAGEM

A construção da autoimagem e da autoestima de mulheres jovens, no contexto contemporâneo, insere-se em um cenário marcado pela intensificação da cultura visual, pela centralidade das redes sociais e pela circulação contínua de referências estéticas. Nesse ambiente, a aparência assume papel central na mediação das relações sociais, fazendo com que a forma como o sujeito se apresenta ao mundo se torne elemento fundamental na construção de sua identidade. Como observa Guy Debord (1967, p. 5), “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos”, evidenciando a centralidade da imagem na organização da experiência social.

Nesse sentido, a autoimagem não pode ser compreendida como uma elaboração exclusivamente interna, mas como um processo relacional, atravessado por códigos culturais, padrões estéticos e dinâmicas de reconhecimento social.

A moda, enquanto linguagem simbólica, atua diretamente nesse processo, fornecendo repertórios visuais por meio dos quais os indivíduos constroem, comunicam e ajustam suas identidades. Conforme apontam Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015, p. 40), vivemos em uma “sociedade superestetizada”, na qual a dimensão estética se expande para diversas esferas da vida cotidiana.

Para mulheres jovens, esse processo tende a ser ainda mais intensificado, uma vez que estão inseridas em um contexto de alta exposição e comparação constante. A presença contínua de imagens idealizadas contribui para a consolidação de padrões que orientam não apenas o modo de vestir, mas também a percepção do próprio corpo e do próprio valor.

Figura 7 – Autoimagem, superestetização e imagens idealizadas



Fonte: Pinterest, 2026.

A necessidade constante de decidir o que vestir, de atualizar a própria imagem e de responder às tendências transforma o cotidiano em um espaço de exigência permanente, impactando diretamente a relação do sujeito com sua autoimagem e autoestima. Como argumenta Barry Schwartz (2004 apud Deweik, 2025), o excesso de opções pode gerar ansiedade e dificultar os processos decisórios, produzindo desgaste mental.

Diante desse cenário, a moda pode ser compreendida como uma tecnologia de regulação emocional, na medida em que organiza o vestir e contribui para a gestão das demandas cotidianas. Ao estruturar escolhas e oferecer referências, o vestuário atua como mediador entre o sujeito e o ambiente social, reduzindo incertezas e auxiliando na construção de uma identidade visual reconhecível.

É nesse ponto que práticas associadas ao minimalismo ganham relevância. Estratégias como a redução do guarda-roupa, a repetição de combinações e a padronização estética operam como formas de simplificação do cotidiano. Ao diminuir a quantidade de escolhas e estabilizar a aparência, essas práticas promovem uma economia de atenção e tempo mental, reduzindo a carga decisória e tornando o processo de vestir mais previsível e menos desgastante.

Figura 9 – Guarda-roupa cápsula ou minimalista



Fonte: Pretty News, 2024.

Essa reorganização do vestir pode ser interpretada à luz do conceito de antilinguagem. Se a moda, enquanto linguagem, se estrutura a partir da diversidade de signos, da constante renovação e da diferenciação, o minimalismo propõe uma lógica alternativa, baseada na repetição, na redução e na continuidade. Nesse sentido, a construção da autoimagem por meio dessas práticas não representa ausência de comunicação, mas a constituição de uma antilinguagem estética.

A antilinguagem, nesse contexto, manifesta-se como uma forma de reorganização dos códigos dominantes da moda. Ao reduzir a variabilidade visual e limitar a necessidade de atualização constante, o sujeito estabelece uma relação mais estável com sua aparência, deslocando o foco da visibilidade para a coerência e a consistência estética. Trata-se, portanto, de uma estratégia que tensiona a lógica da novidade permanente sem necessariamente se desvincular do sistema da moda.

Além disso, essa prática pode contribuir para a estabilização da autoimagem e, conseqüentemente, da autoestima. Em um ambiente marcado pela comparação constante e pela exposição a padrões idealizados, a simplificação estética funciona como um mecanismo de contenção, ao reduzir estímulos e limitar referências externas. Dessa forma, o sujeito passa a construir uma relação menos reativa e mais consistente com sua própria imagem.

No entanto, é importante reconhecer que essa construção não ocorre de forma completamente autônoma. As escolhas estéticas continuam sendo atravessadas por estruturas sociais, culturais e econômicas, o que faz com que mesmo práticas minimalistas possam, em determinados contextos, reproduzir padrões ou operar como formas de distinção (Fig. 12).

Essa ambiguidade evidencia que a antilinguagem na moda não deve ser compreendida como uma ruptura absoluta, mas como uma reorganização situada dos códigos existentes. O minimalismo, nesse sentido, atua simultaneamente como estratégia de resistência e como forma de adaptação às condições contemporâneas.

Dessa forma, a construção da autoimagem como antilinguagem revela-se como um processo no qual o vestir deixa de ser apenas meio de expressão ou adequação e passa a funcionar como um dispositivo de regulação emocional e organização do cotidiano. Ao introduzir repetição, redução e estabilidade, essas práticas permitem ao sujeito gerir melhor sua atenção, seu tempo e sua relação com a própria imagem.

Assim, a autoimagem deixa de ser apenas reflexo de imposições externas e passa a ser construída também como estratégia ativa de enfrentamento das pressões contemporâneas. Nesse processo, a moda não se limita a comunicar identidades, mas passa a operar como ferramenta de mediação entre o sujeito, o tempo e a cultura visual, evidenciando seu papel na construção de formas mais sustentáveis de relação com a própria imagem e com o mundo social.

4.1 Moda como tecnologia de regulação emocional

No contexto contemporâneo, marcado pela intensificação da cultura visual, pela aceleração dos fluxos sociais e pela multiplicidade de escolhas, a relação do sujeito com o vestir ultrapassa sua dimensão estética e comunicacional, passando a assumir também uma função reguladora no cotidiano. Nesse cenário, a moda pode ser compreendida como uma tecnologia de regulação emocional, na medida em que organiza práticas, reduz incertezas e contribui para a gestão das demandas diárias.

A experiência contemporânea é atravessada por um excesso de estímulos visuais e informacionais, que exige do sujeito constantes processos de decisão, avaliação e adaptação. Como discutido anteriormente, a ampliação das possibilidades de escolha, especialmente no campo da aparência, tende a gerar sobrecarga cognitiva e desgaste emocional. Nesse contexto, decidir o que vestir deixa de ser uma ação trivial e passa a integrar um conjunto mais amplo de microdecisões que estruturam o cotidiano.

Diante dessa complexidade, o vestuário pode operar como mecanismo de simplificação. Ao estruturar previamente combinações, definir padrões estéticos ou reduzir a variabilidade das escolhas, o sujeito transforma o ato de vestir em uma prática mais previsível e menos onerosa do ponto de vista mental. Essa organização não elimina a necessidade de decisão, mas reduz sua intensidade, permitindo uma economia de atenção e energia cognitiva.

Essa dinâmica aproxima a moda de uma função reguladora, na medida em que contribui para a estabilização emocional frente a um ambiente percebido como instável e saturado. Ao diminuir a quantidade de escolhas e limitar a exposição a múltiplas referências, o sujeito reduz também a ansiedade associada à comparação constante e à necessidade de atualização contínua da aparência.

Além disso, o vestir pode atuar como dispositivo de construção de segurança subjetiva. A repetição de determinadas combinações, a manutenção de uma identidade visual coerente e a familiaridade com as próprias escolhas estéticas contribuem para a sensação de controle e previsibilidade. Em um contexto marcado pela incerteza, essa estabilidade assume papel relevante na organização da experiência cotidiana.

Essa função reguladora da moda torna-se ainda mais evidente quando relacionada às práticas associadas ao minimalismo. Estratégias como a redução do guarda-roupa, a padronização cromática e a repetição de peças não operam apenas como escolhas estéticas, mas como formas de gestão do tempo, da atenção e da carga decisória. Nesse sentido, o minimalismo pode ser compreendido como uma expressão concreta dessa tecnologia de regulação emocional, ao estruturar o vestir de maneira mais estável e previsível.

Entretanto, é importante destacar que essa regulação não ocorre de forma neutra. As práticas de organização do vestir continuam sendo atravessadas por normas sociais, padrões culturais e expectativas coletivas. Dessa forma, ao mesmo tempo em que a moda pode contribuir para a redução da ansiedade e da sobrecarga decisória, ela também pode reforçar exigências de adequação e desempenho estético.

Essa ambivalência evidencia que a moda, enquanto tecnologia cotidiana, não atua exclusivamente como instrumento de liberdade ou de controle, mas como um campo de mediação entre o sujeito e o ambiente social. Ao organizar o vestir, ela contribui para a gestão das emoções, ao mesmo tempo em que insere o indivíduo em dinâmicas mais amplas de visibilidade, pertencimento e reconhecimento.

Assim, compreender a moda como tecnologia de regulação emocional permite ampliar sua análise para além da dimensão simbólica ou estética, reconhecendo seu papel na organização prática da vida cotidiana. Nesse processo, o vestir deixa de ser apenas um meio de expressão ou comunicação e passa a funcionar como um recurso estratégico por meio do qual o sujeito administra sua relação com o tempo, com as escolhas e com a própria experiência de estar no mundo.

4.2 Ilhas de previsibilidade

Em um cenário marcado pela aceleração do tempo, pela multiplicidade de estímulos e pela constante exigência de atualização estética, torna-se pertinente pensar em estratégias que permitam ao sujeito organizar sua experiência cotidiana de maneira mais estável. Nesse contexto, propõe-se o conceito de “ilhas de previsibilidade”, entendido como espaços simbólicos e práticos nos quais o indivíduo constrói zonas de estabilidade dentro de um ambiente percebido como instável. Tal cenário é intensificado pela centralidade da imagem na vida social, na medida em que:

A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. (Debord, 1967, p.8).

Figura 10 – Mediação da realidade por dispositivos visuais e alienação do espectador



Fonte: Pinterest, 2026.

Essas ilhas não representam uma ruptura com o sistema da moda, mas sim uma forma de reorganização interna, na qual o sujeito delimita áreas de controle e repetição, reduzindo a variabilidade e a imprevisibilidade do cotidiano. Ainda assim, essa reorganização ocorre dentro de uma lógica social mais ampla, na qual “o homem separado do seu produto produz cada vez mais poderosamente todos os detalhes do seu mundo e, assim, encontra-se cada vez mais separado do seu mundo” (Debord, 1967, p. 9).

As ilhas de previsibilidade podem ser compreendidas como respostas individuais à fragmentação temporal característica da contemporaneidade. Conforme discutido anteriormente, a aceleração dos fluxos sociais e a efemeridade da moda contribuem para a construção de uma experiência marcada pela descontinuidade. Nesse contexto, Ribeiro (2023) analisa os fenômenos “Look do dia” e “Arrume-se comigo!” nas redes sociais, que são práticas diárias de apresentação do vestir, em que “a estetização do mundo tem se mostrado explícita através das redes sociais” (p. 202), ampliando a pressão por atualização constante da aparência.

Figura 11 – Produção e circulação de imagens nas redes sociais digitais



Fonte: Neiva, 2025.

Assim, ao estabelecer padrões estáveis no vestir, o sujeito cria pontos de ancoragem que permitem uma relação mais contínua com o tempo. A repetição de escolhas e a redução da necessidade de atualização constante operam como mecanismos de estabilização temporal no cotidiano.

No campo da moda, essas ilhas manifestam-se por meio de práticas que priorizam a previsibilidade, a coerência e a repetição. Ao contrário da lógica dominante baseada na novidade e na constante transformação, essas estratégias valorizam a permanência e a consistência estética.

Esse movimento se insere em uma tensão mais ampla entre individualidade e padronização, na qual há “o individualismo, que reforça cada vez mais a invenção de universos particulares; e a padronização/diferenciação, que torna confusa a delimitação entre a autonomia do sujeito e a influência de imagens prontas” (Mesquita, 2004, p. 34 apud Bessa, 2008, p. 100).

O vestir, nesse contexto, deixa de ser um espaço de constante reinvenção e passa a funcionar como sistema organizado, no qual as escolhas são previamente estruturadas e repetidas ao longo do tempo.

Uma das principais expressões dessas ilhas de previsibilidade é o guarda-roupa cápsula (Fig. 12), estratégia que consiste na seleção reduzida de peças versáteis e combináveis entre si. Ao limitar a quantidade de opções, o sujeito simplifica o processo de decisão, tornando o vestir mais ágil e menos oneroso do ponto de vista cognitivo. Além disso, essa prática pode ser interpretada como forma de distinção, já que “a distinção pode acontecer na dimensão do sacrifício de não possuir” (Bessa, 2008, p. 99).

Figura 12 – Guarda-roupa cápsula sugeridos pelas redes sociais



Fonte: Pasa, 2025.

Além disso, o guarda-roupa cápsula contribui para a construção de uma identidade visual mais coerente, na medida em que as peças compartilham características estéticas semelhantes, reforçando a continuidade da imagem ao longo do tempo.

Outra estratégia relevante é a padronização cromática, que consiste na definição de uma paleta de cores predominante no vestuário. Ao restringir as variações cromáticas, o sujeito facilita a combinação entre peças e reduz a complexidade das escolhas diárias. No ambiente digital, essa organização estética dialoga com o que Ribeiro (2023, p. 202) descreve ao afirmar que “o termo *Aesthetic* vem sendo utilizado para denominar a composição harmônica do estilo de vida, referências culturais, hábitos e costumes nos perfis on-line”.

Essa prática não implica ausência de estilo, mas sim uma organização mais eficiente dos elementos visuais, permitindo maior previsibilidade sem necessariamente eliminar a expressividade.

De forma semelhante, a adoção de um “uniforme pessoal” — entendido como a repetição intencional de determinadas combinações ou estruturas de look — também pode ser interpretada como uma ilha de previsibilidade. Nesse caso, o sujeito estabelece padrões próprios de vestir, que são reiterados ao longo do tempo.

Essa repetição não deve ser compreendida como limitação, mas como estratégia de simplificação e coerência, permitindo que a aparência se torne mais estável e reconhecível. Para muitos indivíduos, essa estabilidade está associada à necessidade de pertencimento social, já que “para os mais prudentes, a intenção é pertencer e desenvolver uma identidade estável e que os conformem aos grupos sociais de pertença” (Clemente, 2021, p. 349).

Essas práticas contribuem diretamente para a redução da carga cognitiva associada ao vestir. Em um contexto de excesso de escolhas e estímulos, a necessidade de tomar decisões constantes pode gerar fadiga e ansiedade.

Ao estruturar previamente o guarda-roupa e limitar as possibilidades, o sujeito reduz o esforço necessário para se vestir, tornando o processo mais automático e menos desgastante. Dessa forma, as ilhas de previsibilidade funcionam como mecanismos de economia cognitiva.

Para além da dimensão prática, essas estratégias também possuem impacto emocional. A previsibilidade no vestir pode contribuir para a sensação de controle e segurança, especialmente em um contexto marcado pela instabilidade.

As ilhas de previsibilidade também se articulam diretamente com a construção da autoimagem. Ao repetir determinadas escolhas estéticas, o sujeito consolida uma identidade visual mais consistente, reduzindo a dependência de validação externa imediata. Esse processo está diretamente relacionado à busca por reconhecimento social, isto é, ao desejo de “ser cognitivamente reconhecido na sua identidade pessoal, como um membro digno, competente [...] no seio do grupo em que presentemente vive” (Landowski, 1997, p. 113 apud Clemente, 2021, p. 349).

Nesse sentido, a estabilidade estética contribui para a construção de uma autoimagem mais contínua, menos sujeita às oscilações impostas pelas tendências e pelas referências externas.

Do ponto de vista teórico, essas práticas podem ser interpretadas como manifestações da antilinguagem no campo da moda. Ao reduzir a variabilidade e limitar a multiplicação de signos, o sujeito constrói uma forma de comunicação baseada na contenção e na repetição.

Essa antilinguagem não se caracteriza pela ausência de significado, mas pela reorganização dos códigos visuais, nos quais o silêncio e a estabilidade passam a desempenhar papel central.

Ainda assim, mesmo práticas que aparentam distanciamento do consumo não estão totalmente livres de suas lógicas, uma vez que “minimalistas parecem se afastar dessa necessidade de expressar status social por meio de hábitos de consumo, no entanto, será possível se ver livre de quaisquer amarras quanto ao que os outros pensam de nós?” (Cavalheiro, 2021, p. 103).

Entretanto, é fundamental problematizar os limites dessas estratégias. Quando levadas ao extremo, as ilhas de previsibilidade podem resultar em padronização excessiva, restringindo a possibilidade de experimentação e expressão individual. Isso se torna evidente na medida em que “quanto mais conformista, em maior número são os pontos em comum encontrados entre os indivíduos de um mesmo grupo social” (Clemente, 2021, p. 348).

Além disso, a busca por estabilidade pode transformar-se em nova forma de normatização, na qual determinados padrões estéticos passam a ser reproduzidos de maneira rígida, reduzindo a diversidade de manifestações. Como consequência, “a construção da subjetividade segue um padrão, consequentemente padronizando os grupos socioculturais” (Bessa, 2008, p. 101).

Surge, então, o risco do apagamento identitário, no qual a simplificação estética deixa de ser ferramenta de organização e passa a limitar a construção da individualidade. A repetição excessiva pode resultar em uniformização, aproximando-se da lógica que inicialmente se buscava tensionar.

Dessa forma, é necessário compreender que a previsibilidade, embora funcional, deve ser equilibrada com espaços de variação e expressão.

As ilhas de previsibilidade, portanto, não devem ser entendidas como solução definitiva para as tensões da moda contemporânea, mas como estratégias situadas, que operam no nível individual. Elas permitem ao sujeito criar zonas de estabilidade dentro de um sistema instável, sem, contudo, modificar suas estruturas mais amplas. Tal posição aproxima-se do que observam Rojas e Mocarzel (2015, p. 135), ao afirmarem que “os minimalistas querem apenas reduzir os ímpetos da sociedade de consumo, sem necessariamente deixar de fazer parte dela”.

Essa ambiguidade evidencia que tais práticas atuam simultaneamente como formas de resistência e de adaptação, revelando a complexidade das relações entre moda, tempo e identidade.

Assim, ao organizar o vestir por meio da repetição, da redução e da previsibilidade, o sujeito não apenas simplifica o cotidiano, mas também redefine sua relação com o tempo, com a imagem e com o próprio processo de construção identitária. Assim, as ilhas de previsibilidade configuram-se como dispositivos de mediação que evidenciam o potencial da moda não apenas como linguagem, mas como ferramenta de organização da experiência contemporânea.

4.3 Os limites das ilhas de previsibilidade: entre estabilidade e apagamento

Embora as ilhas de previsibilidade possam ser compreendidas como estratégias eficazes de organização do cotidiano e redução da sobrecarga decisória, é necessário considerar os limites dessa lógica, especialmente quando tais práticas são adotadas de maneira rígida ou pouco reflexiva. Se, por um lado, a previsibilidade contribui para a estabilização temporal e emocional do sujeito, por outro, seu excesso pode produzir efeitos de padronização, restrição e empobrecimento da experiência estética.

Nesse sentido, a repetição — elemento central na constituição dessas ilhas — apresenta uma dimensão ambivalente. Quando utilizada de forma estratégica, ela simplifica o processo de vestir, reduz a necessidade de decisão constante e fortalece a coerência da autoimagem. No entanto, quando levada ao extremo, a repetição pode transformar-se em automatismo, esvaziando o potencial expressivo do vestuário e limitando as possibilidades de experimentação.

Essa dinâmica evidencia que a previsibilidade, embora funcional, não é neutra. Ao estabelecer padrões fixos de escolha, o sujeito corre o risco de substituir a diversidade de possibilidades por um repertório restrito, no qual a variação é progressivamente reduzida. Nesse contexto, o vestir deixa de operar como espaço de negociação simbólica e passa a funcionar como rotina automatizada, aproximando-se de uma lógica de padronização.

Além disso, a busca por estabilidade pode resultar em uma adesão acrítica a modelos pré-estabelecidos de organização do vestir. Estratégias como guarda-roupas cápsula, paletas cromáticas reduzidas e “uniformes pessoais”, amplamente difundidas em plataformas digitais, tendem a ser replicadas de maneira homogênea, muitas vezes desvinculadas das especificidades individuais de cada sujeito. Como consequência, aquilo que se propõe como ferramenta de autonomia pode converter-se em nova forma de normatização estética.

Essa padronização se torna ainda mais evidente quando associada à circulação de imagens nas redes sociais, nas quais determinados formatos de organização do vestir são apresentados como ideais de eficiência, elegância e equilíbrio. Nesse cenário, a previsibilidade deixa de ser apenas uma escolha individual e passa a ser socialmente valorizada, criando expectativas implícitas sobre o que constitui um vestir “adequado” ou “bem resolvido”.

Outro ponto relevante diz respeito ao risco de apagamento identitário. Ao reduzir excessivamente a variabilidade estética e limitar a incorporação de novos elementos, o sujeito pode comprometer a construção de uma identidade visual dinâmica, capaz de acompanhar transformações pessoais, contextuais e culturais. A estabilidade, nesse caso, deixa de ser sustentação e passa a operar como contenção excessiva, restringindo a expressão de subjetividades em constante mudança.

Além disso, é importante considerar que a simplificação do vestir não elimina completamente as pressões sociais associadas à aparência. Mesmo dentro de uma lógica minimalista ou previsível, o sujeito permanece inserido em um sistema que valoriza a visibilidade, o reconhecimento e a adequação a determinados códigos estéticos. Dessa forma, as ilhas de previsibilidade não representam uma ruptura com essas dinâmicas, mas uma reorganização parcial dentro delas.

Essa ambiguidade revela que tais estratégias devem ser compreendidas como práticas situadas, cujo efeito depende da forma como são apropriadas no cotidiano. Quando utilizadas de maneira flexível e consciente, podem contribuir para a organização da experiência e a redução da ansiedade. Entretanto, quando transformadas em regras rígidas ou modelos normativos, podem limitar a autonomia e reproduzir as mesmas lógicas de controle que inicialmente se buscava tensionar.

Dessa forma, torna-se fundamental pensar a previsibilidade não como um fim em si mesmo, mas como um recurso a ser equilibrado com espaços de variação, adaptação e experimentação. A possibilidade de introduzir pequenas rupturas, ajustar padrões e reconfigurar escolhas ao longo do tempo permite que o vestir mantenha sua dimensão de expressão, sem abrir mão de sua função organizadora.

Assim, os limites das ilhas de previsibilidade evidenciam que a estabilidade no vestir não deve ser confundida com rigidez. Ao reconhecer essa distinção, torna-se possível compreender o minimalismo e as práticas associadas à organização do guarda-roupa não como soluções definitivas, mas como ferramentas que, quando utilizadas de forma crítica, podem contribuir para uma relação mais equilibrada entre o sujeito, sua autoimagem e as demandas do mundo contemporâneo.

4.4 Consultoria de imagem: entre autonomia e padronização

No contexto contemporâneo, marcado pela intensificação da cultura visual e pela crescente complexidade das escolhas relacionadas à aparência, a consultoria de imagem emerge como uma prática relevante na organização do vestir e na mediação entre o sujeito e os códigos da moda. Ao oferecer diretrizes, estratégias e sistematizações do guarda-roupa, essa prática se apresenta como ferramenta capaz de facilitar decisões, otimizar o cotidiano e contribuir para a construção de uma imagem coerente.

Nesse cenário, como aponta Gilles Lipovetsky (1989), a moda contemporânea está inserida em uma lógica de hiperindividualização, na qual o sujeito é constantemente convocado a construir e atualizar sua própria imagem. No entanto, essa liberdade ampliada de escolha não elimina a necessidade de orientação; ao contrário, intensifica a busca por dispositivos que auxiliem na tomada de decisão. É nesse contexto que a consultoria de imagem se consolida como prática mediadora, oferecendo estruturas que organizam essa liberdade.

Sob essa perspectiva, a consultoria pode ser compreendida como uma extensão das dinâmicas de regulação emocional, ao reduzir a carga decisória associada ao cotidiano. Essa lógica dialoga com o que Zygmunt Bauman (2001 apud Silva; Silva, 2019) descreve como uma tentativa de estabilização em um contexto de modernidade líquida, no qual as referências são instáveis e as identidades constantemente reconfiguradas.

Destarte, em poucas décadas, Bauman afirma que toda essa realidade foi radicalmente transformada pelo fenômeno da liquefação. Os padrões foram se dissolvendo na hipervelocidade da modernidade líquida e seus novos imperativos. Assim, o indivíduo foi arrastado para o furacão das transformações e toda a sociedade precisou ser remodelada. A questão identitária não escapou incólume dessa revolução. (Silva; Silva, 2019, p. 455)

Além disso, a prática da consultoria pode favorecer processos de autoconhecimento, ao propor reflexões sobre preferências, estilo de vida e formas de expressão individual. Ao alinhar o vestuário a essas dimensões, contribui para a construção de uma identidade visual mais consistente, reduzindo a dependência de tendências efêmeras e referências externas voláteis.

Entretanto, apesar de seu potencial organizador, a consultoria de imagem também apresenta limites que precisam ser problematizados. Ao sistematizar o vestir, ela tende a operar por meio de classificações e padrões que, embora funcionais, podem restringir a diversidade estética.

Nesse ponto, é possível estabelecer um diálogo com Pierre Bourdieu (2007 apud Cidreira, 2012, p. 90), ao considerar que os sistemas de gosto e escolha não são neutros, mas socialmente estruturados. As categorias utilizadas na consultoria — como tipos de corpo, cartelas de cor e estilos — podem, assim, reproduzir hierarquias simbólicas e critérios implícitos de valorização.

Quando adotadas de maneira rígida, essas diretrizes podem transformar-se em normas, reduzindo a autonomia do sujeito e conduzindo a processos de padronização. A promessa de individualização, nesse caso, convive com a aplicação de fórmulas generalizantes, que tendem a enquadrar diferentes sujeitos em modelos pré-definidos. Essa tensão revela que a consultoria de imagem pode operar simultaneamente como ferramenta de autonomia e como mecanismo de controle simbólico.

No ambiente digital, essa ambivalência se intensifica. A popularização de conteúdos simplificados — como guias visuais, fórmulas de looks e sistemas padronizados — contribui para a difusão de soluções universais que desconsideram as especificidades individuais. Nesse contexto, a prática corre o risco de ser reduzida a um conjunto de instruções replicáveis, reforçando padrões homogêneos sob a aparência de personalização.

Além disso, como destaca novamente Gilles Lipovetsky (1989), a moda contemporânea opera por meio da sedução e da constante renovação simbólica. Assim, mesmo práticas que buscam simplificar o consumo não se encontram totalmente fora dessa lógica. A consultoria de imagem, ao orientar escolhas, pode também atuar como mediadora entre o sujeito e o mercado, reorganizando — e não necessariamente reduzindo — as formas de consumo.

Essa dinâmica reforça a necessidade de compreender a consultoria como prática situada, cujo impacto depende da forma como é apropriada. Quando utilizada de maneira crítica e flexível, pode funcionar como ferramenta de organização, economia de tempo e fortalecimento da autoimagem. No entanto, quando transformada em um sistema rígido de regras, pode limitar a experimentação e reproduzir lógicas normativas.

Dessa forma, a consultoria de imagem insere-se no mesmo campo de tensões que atravessa o minimalismo e as ilhas de previsibilidade: entre simplificação e normatização, entre autonomia e controle. Ao estruturar o vestir, ela contribui para a regulação do cotidiano, mas também participa das dinâmicas simbólicas que orientam a forma como os sujeitos se apresentam e são reconhecidos socialmente.

Assim, compreender essa prática a partir de suas ambivalências permite situá-la não apenas como ferramenta técnica, mas como dispositivo cultural complexo. Nesse processo, a construção da autoimagem deixa de ser apenas uma escolha individual e passa a refletir negociações constantes entre liberdade, eficiência e pertencimento.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou compreender o minimalismo contemporâneo para além de sua dimensão estética, analisando-o como forma de antilinguagem e estratégia de defesa diante das dinâmicas de aceleração, hiperestimulação visual e cultura da visibilidade extrema presentes na contemporaneidade.

Ao longo do estudo, foi possível observar que a moda ultrapassa a função de simples ornamentação do corpo e passa a atuar como linguagem simbólica, mecanismo de comunicação e ferramenta de organização da experiência cotidiana.

Em um contexto marcado pelo excesso de informações, pela constante atualização das tendências e pela pressão permanente por desempenho visual nas redes sociais, o vestir assume funções que se relacionam diretamente à construção da autoimagem, à economia de atenção e à regulação emocional. Nesse cenário, o minimalismo emerge como tentativa de reorganização da relação entre sujeito, consumo, tempo e aparência, propondo uma estética baseada na simplificação visual, repetição, funcionalidade e estabilidade simbólica.

A análise permitiu compreender que práticas associadas ao minimalismo, como guarda-roupa cápsula, padronização cromática e repetição de combinações, podem funcionar como “ilhas de previsibilidade”, contribuindo para a redução da fadiga decisória e para a criação de zonas de estabilidade dentro de um cotidiano marcado pela instabilidade e pela saturação imagética. Dessa forma, o minimalismo deixa de operar apenas como tendência estética e passa a atuar também como tecnologia cotidiana de desaceleração e contenção simbólica.

Além disso, o trabalho possibilitou discutir a aplicação do conceito de antilinguagem ao campo da moda, compreendendo o minimalismo não como ausência de comunicação, mas como reorganização dos códigos visuais tradicionalmente valorizados pelo sistema da moda. O silêncio visual, a neutralidade estética e a redução de estímulos tornam-se, assim, formas específicas de posicionamento simbólico diante da lógica do excesso e da necessidade constante de atualização estética.

Entretanto, a pesquisa também evidenciou os paradoxos presentes nesse processo. Ao mesmo tempo em que o minimalismo pode representar resistência à aceleração e ao consumo excessivo, ele também pode ser absorvido pela própria indústria da moda, transformando-se em novo padrão estético e mecanismo de distinção social. Dessa maneira, práticas minimalistas podem tanto promover estabilidade emocional quanto reproduzir novas formas de normatização visual e padronização identitária.

Conclui-se, portanto, que o minimalismo contemporâneo não deve ser compreendido de forma simplista ou exclusivamente visual. Trata-se de uma prática complexa, situada entre resistência e adaptação, capaz de revelar como a moda contemporânea participa diretamente da organização emocional, temporal e simbólica da vida cotidiana. Assim, espera-se que esta pesquisa contribua para ampliar os debates sobre moda, cultura visual, comportamento contemporâneo e construção da autoimagem, evidenciando a importância de compreender o vestir como fenômeno social, cultural e subjetivo dentro das dinâmicas da contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

AGRA, A.; ROCHA JÚNIOR, D. B.; CANDIOTTO, K.; SIQUEIRA, M. Normcore: incompreendido estilo anti-fashion que conquistou o mercado de moda. In: IX Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão, 2015, Recife. Anais do IX Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão, Senac Pernambuco, Recife, 2015. Disponível em <https://faculdadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2015/doc/anais/Normcore%20-%20incompreendido%20estilo%20anti-fashion%20que%20conquistou%20o%20mercado%20de%20moda.pdf> . Acesso em jan. de 2026.

ALBERTOTTI, Malu; ALBUQUERQUE, Rafael de. Quiet luxury: mais do que moda, um código de descrição e privacidade. 10/10/2024. Disponível em <https://exame.com/bussola/quiet-luxury-mais-do-que-moda-um-codigo-de-discricao-e-privacidade/> . Acesso em abr. de 2026.

ASSUNÇÃO, Luxas. Seja bem-vindo à era da antiestética e da busca por uma imagem mais crua nas redes. 05/02/2024. Disponível em <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2024/02/seja-bem-vindo-a-era-da-antiestetica-e-da-busca-por-uma-imagem-mais-crua-nas-redes.ghtml> . Acesso em abr. de 2026.

BESSA, Luísa Pires Moreira. A moda e o consumo de identidades no contexto contemporâneo. In: PIRES, D. B. (Org.). Design de moda: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. Disponível em <https://revista.uemg.br/transverso/article/view/5401> . Acesso em mar. de 2026.

CAMILLIS, Lucas Lanner De. Do loud ao quiet luxury: uma incessante busca à diferenciação social. 09/06/2023. Disponível em <https://emporiiodireito.com.br/leitura/do-loud-ao-quiet-luxury-uma-incessante-busca-a-diferenciacao-social> . Acesso em abr. de 2026.

CAVALHEIRO, Alessandra Lopes. O consumo minimalista: os valores do jovem na atualidade. International Journal of Business & Marketing (IJBMKT), São Paulo, v.6, n.2, 2021, 90-108. Disponível em <https://www.ijbmkt.org/ijbmkt/article/view/201/163> . Acesso em jan. de 2026.

CIDREIRA, Renata Pitombo. O gosto na moda. dObras[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, v. 5, n. 12, p. 87–93, 2012. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/118/117> . Acesso em abr. de 2026.

CLEMENTE, Mariana Braga. Nos desfiles do cotidiano, diversos modos de estar “na Moda”: identidade e alteridade nos jogos de aparências. Dobras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, n. 31, p. 329-351, Janeiro-Abril, 2021. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1302/684> . Acesso em jan. de 2026.

COELHO, Isabella. Slow living: desacelerar para viver com mais propósito. 12/06/2025. Disponível em <https://boomi.com.br/slow-living-desacelerar-para-viver-com-mais-proposito/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20o%20movimento,%2C%20relacionamentos%2C%20moradia%2C%20lazer>. Acesso em jan. de 2026.

COLARES, Carla Sampaio. Complexidade da simplicidade: o minimalismo na moda através da história. Monografia (Bacharelado) – Curso de Design-Moda, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/32215> . Acesso em jan. de 2026.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1967. Disponível em: <https://bibliotecaanarquista.org/mirror/g/gd/guy-debord-a-sociedade-do-espetaculo.pdf> . Acesso em mar. de 2026.

DEWEIK, Sabina. O paradoxo da escolha: A angústia de não errar em meio a tantas possibilidades. 27/10/2025. Disponível em <https://vejasp.abril.com.br/coluna/futuros-de-dentro-para-fora-sabina-deweik/o-paradoxo-da-escolha-quando-tudo-e-possivel-nada-satisfaz/> . Acesso em abr. de 2026.

Enciclopédia Itaú Cultural. Minimalismo. 21/09/2015. Disponível em [https://enciclopedia.itaucultural.org.br/termos/80002-minimalismo#:~:text=O%20minimalismo%20se%20refere%20a,Kooning%20\(1904%2D1997\)](https://enciclopedia.itaucultural.org.br/termos/80002-minimalismo#:~:text=O%20minimalismo%20se%20refere%20a,Kooning%20(1904%2D1997)). Acesso em abr. de 2026.

LECH, Graciela. Entenda o que é slow living e sua relação com a moda. 15 de março de 2021. Disponível em <https://ecolebrasil.com/blog/entenda-o-que-e-slow-living-e-sua-relacao-com-a-moda/> . Acesso em jan. de 2026.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. Disponível em https://www.companhiadasletras.com.br/trechos/80124.pdf?srsId=AfmBOopw98Ee68F5bjwoR0LSwbP1whRaorCxM-LHSE3yGCg_HFk4TzHI . Acesso em fev. de 2026.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. Disponível em https://www.academia.edu/36562904/A_Eстетizacao_do_Mundo_Gilles_Lipovetsky . Acesso em fev. de 2026.

MOURA, Larissa Leal. Moda como expressão de identidade no mundo contemporâneo. Dissertação (Mestrado) – Curso de Psicologia Social, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018. Disponível em https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/9290/2/LARISSA_LEAL_MOURA.pdf . Acesso em jan. de 2026.

NAKASAKI, Rosangela Felix. A persuasão em dois gêneros discursivos: um enfoque sistêmico-funcional. Dissertação (Mestrado) – Curso de Têxtil e Moda, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em <https://ariel.pucsp.br/bitstream/handle/13512/1/Rosania%20Felix%20Nakasaki.pdf> . Acesso em jan. de 2026.

NASCIMENTO, Hilda Araújo de Sá. Moda e upcycling: desafios e possibilidades. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo) – Curso de Têxtil e Moda, Fatec Ministro Ralph Biasi, Americana, 2022. Disponível em https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/12777/1/20221S_Hilda%20Ara%20c3%ba%20de%20S%20a1%20Nascimento_OD1472.pdf . Acesso em jan. 2026.

NEIVA, Leonardo. Vivemos em uma sociedade narcisista? 25 de Maio de 2025. Disponível em https://gamarevista.uol.com.br/semana/somos-todos-narcisistas/vivemos/?utm_source=Pinterest&utm_medium=organic . Acesso em abr. de 2026.

OLIVEIRA, Priscilla. Não conformismo, autopreservação e escapismo moldam tendências de consumo para 2026. 9 de dez. de 2025. Disponível em <https://mundodomarketing.com.br/nao-conformismo-autopreservacao-e-escapismo-moldam-tendencias-de-consumo-para-2026> . Acesso em abr. de 2026.

PASA, Marlusa. Inspirações para um armário cápsula de inverno! 22/04/2025. Disponível em https://www.instagram.com/p/Dlw2XojBoej/?img_index=6 . Acesso em abr. de 2026.

POLESI, Sofia Bonfa Berberian. A moda como forma de comunicação e expressão. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo) – Curso de Têxtil e Moda, Fatec Ministro Ralph Biasi, Americana, 2023. Disponível em https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/14286/1/20231S_Sofia%20Bonf%20a1%20Berberian%20Polesi_OD1630.pdf . Acesso em jan. de 2026.

PRETTY NEWS. Guarda-roupa cápsula: veja o que é e como montar o seu! 3 de dezembro de 2024. Disponível em <https://blog.prettynew.com.br/2024/12/03/guarda-roupa-capsula-conceito/> . Acesso em abr. de 2026.

RAFAEL, Yuri Lelis. A Espetacularização da Psicoterapia: um diálogo com “A Sociedade do Espetáculo” (Debord, 1967). Janeiro 15, 2026. Disponível em <https://yurilelis.com.br/a-espetacularizacao-da-psicoterapia-um-dialogo-com-a-sociedade-do-espetaculo-debord-1967/> . Acesso em mar. de 2026.

RIBEIRO, Helena Gabrielle Souza. “Isso é tão Aesthetic!”: a estetização da imagem de moda do “Look do dia” no Instagram ao “Arrumese comigo!” no TikTok. Dobras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, n. 39, p. 201–225, 2023. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1512/831> . Acesso em jan. de 2026.

ROJAS, Angelina Accetta; MOCARZEL, Marcelo Maia Vinagre. Da cultura visual à cultura material: o minimalismo como forma de expressão na sociedade de consumo. *Revista Alceu*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 31, p. 131–140, jul./dez. 2015. <https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu%2031%20pp%20131-140.pdf>. Acesso em mar. de 2026.

RUFFINO, Felipe. A mídia e a cultura brasileira. 15 de julho de 2015. Disponível em <https://portaldeunatelha.wordpress.com/2015/07/15/a-midia-e-a-cultura-brasileira/>. Acesso em fev. de 2026.

SANTOS, Carlos Emanuel Freires dos. Byung-Chul Han, filósofo: “Ficar em casa é a forma mais lúcida de resistência; é um bastião da liberdade”. 03/01/2026. Disponível em https://catracalivre.com.br/noticias/byung-chul-han-filosofo-ficar-em-casa-e-a-forma-mais-lucida-de-resistencia-e-um-bastiao-da-liberdade/#google_vignette. Acesso em jan. de 2026.

SAVERINO, Amanda. Contra cultura e o manifesto anti-fashion. 21/10/2020. Disponível em: <https://trameiras.medium.com/contra-cultura-e-o-manifesto-anti-fashion-8acc521f20b8>. Acesso em mar. de 2026.

SILVA, Jéssica Soares; SILVA, Lucas Ariel Azeredo Sales Gama e. O paradoxo do camaleão: identidade e modernidade líquida segundo a análise de Zygmunt Bauman. *Sociologias Plurais*, v. 5, n. 1, p. 451-468, jul. 2019. Disponível em <https://revistas.ufpr.br/scplpr/article/view/68207/39074>. Acesso em mar. de 2026.

USE LESS DK. Como usar o mesmo look por 12 dias: dicas para aproveitar ao máximo seu guarda-roupa. 29/01/2023. Disponível em <https://youtu.be/Eulo-k9v47c?si=RiILFTICsqNOYkbF>. Acesso em abr. de 2026.