

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JEANNE GOMES MENDES DA SILVA

MINIMALISMO COMO RESPOSTA AO ENDIVIDAMENTO.

Rio de Janeiro

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JEANNE GOMES MENDES DA SILVA

MINIMALISMO COMO RESPOSTA AO ENDIVIDAMENTO.

Trabalho de conclusão de curso
Apresentado ao Programa de Graduação
em Ciências Contábeis da Faculdade de
Administração e Ciências Contábeis
(FACC) da Universidade Federal do Rio
de Janeiro, como parte dos requisitos
para obtenção do título de Bacharel em
Ciências Contábeis.

Orientador: Luiz Antonio Ochsendorf Leal

Rio de Janeiro

2021

RESUMO

O estilo de vida minimalista é uma estratégia comportamental para liberdade de escolhas na vida do indivíduo, sendo uma ferramenta para o equilíbrio financeiro com o intuito de dar enfoque no consumo caracterizado como essencial. Este estudo visa tratar o minimalismo como uma estratégia de Educação Financeira, bem como analisar o cenário do endividamento das famílias Brasileiras. Com base na análise de resultados da pesquisa do CNC, no período entre Maio de 2020 e Maio de 2021, cerca de 67% da população Brasileira encontra-se endividada, tendo o consumo descontrolado aliado ao cartão de crédito como suas principais causas. O presente estudo verificou que o minimalismo pode ser uma resposta para o endividamento, visto que a causa principal das dívidas dos indivíduos está atrelada a uma relação com o consumo ausente de controle. Em contrapartida, os adeptos do minimalismo controlam suas finanças, tem uma relação cuidadosa e reflexiva com o consumo, permitindo que esses não cheguem à inadimplência ou a dívidas das quais não conseguem arcar com suas rendas.

Palavras-chave: Minimalismo; Educação Financeira; Inadimplência; Consumo

ABSTRACT

The minimalist lifestyle is a behavioral strategy for freedom of choice in the individual's life, being a tool for financial balance in order to focus on consumption characterized as essential. This study aims to treat minimalism as a strategy of Financial Education, as well as to analyze the scenario of indebtedness of Brazilian families. Based on the analysis of the results of the CNC survey, in the period between May 2020 and May 2021, about 67% of the Brazilian population is in debt, with uncontrolled consumption and credit cards as the main causes. The present study verified that minimalism can be an answer to indebtedness, since the main cause of individuals' debts is linked to a relationship with consumption without control. On the other hand, supporters of minimalism control their finances, have a careful and reflective relationship with consumption, allowing them not to reach default or debts that they cannot afford with their income.

Keywords: Minimalism; Financial Education; Default; Consumption

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Síntese dos resultados (percentual em relação ao total de famílias)

Tabela 2 - Nível de endividamento (percentual em relação ao total de famílias)

Tabela 3 - Tipo de dívida (percentual de famílias)

Tabela 4 – Compreensão dos endividados sobre o minimalismo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tipo de dívida (comparação do período o ano atual com o anterior)

ABREVIATURAS E SIGLAS

CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)

PEIC - Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor

SERASA – Centralização dos Serviços Bancários S/A

SPC – Serviço Central de Proteção ao Crédito

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	11
2.2. MINIMALISMO E CONSUMO.....	13
2.3. CONSUMISMO E IMPULSIONADORES DE CONSUMO.....	15
2.4 CRESCIMENTO DO ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO. .	17
3. METODOLOGIA.....	21
4. Análise de Resultados.....	22
4.1 Procedimentos de análise de coleta de dados.....	23
4.1.1 Apresentação do perfil dos participantes.....	23
4.1.2 Dívidas.....	23
4.1.3 Inadimplência.....	24
4.1.4 Capacidade de pagamento e quitação de compromissos financeiros.....	24
4.1.5 Organização financeira e consumo consciente.....	24
4.2 Minimalismo.....	25
4.2.1 Percepção entre os endividados sobre o Minimalismo.....	25
4.2.2 Percepção minimalista a respeito do Minimalismo.....	25
5. Considerações Finais.....	26
6.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	29
APENDICE A - Questionário sobre consumo, dívidas e minimalismo.....	32

1. INTRODUÇÃO

Diversos estudos têm debatido os impactos sociais e ambientais como consequências do consumo. Esses estudos geram reflexões e, algumas delas, são o endividamento e a falta de controle financeiro atrelados ao consumo.

Atualmente, evidencia-se uma era em que fomenta o estilo de vida consumista, a era digital. Anúncios personalizados que são ferramentas que impulsionam o consumo, através de algoritmos. De acordo com Cohen (2017), os algoritmos ajudam a projetar o comportamento do consumidor baseando-se nos dados de consumo realizado no passado. Quanto mais dados estiverem disponíveis para essa análise, mais precisa ela se tornará. Em contrapartida ao meio mencionado, surge o movimento minimalista, foco do estudo em questão. O minimalismo está totalmente ligado a um consumo consciente e tem como finalidade fazer com que as pessoas consumam o que de fato é necessário, sem excessos. Em uma lógica simples, com o consumo reduzido, os gastos são reduzidos. O minimalismo não se traduz em cortes no consumo, mas sim, no entendimento da necessidade dele com base no real valor do que está sendo adquirido.

Nesse sentido, vale ressaltar que consumindo menos o indivíduo terá menos dívidas, menos faturas de cartão de crédito, menos empréstimos e, por conseguinte, mais controle com o próprio dinheiro. Dessa forma, o consumidor terá melhor administração de seu dinheiro, tornando possível poupar e investir.

O estilo de vida minimalista tem por característica a simplicidade e é ideal para aqueles que buscam viver com o que consideram ser essencial e importante para as vidas delas, com o objetivo de ter menos coisas e mais experiências. Um minimalista compra somente o que precisa. E isso impacta diretamente em suas finanças.

O ser social, seja ele minimalista ou não, consome. (Roja e Morcazel, 2015)
E a produção capitalista investe nessa verdade. De acordo com Van Gennepe

(2011), o consumo é forma de pertencimento e, simultaneamente, de individualização. E isso é claro na conduta consumista dos brasileiros.

O consumo minimalista envolve deixar de gastar com o que não tem utilidade duradoura para concentrar o consumo naquilo que é realmente essencial. Desta forma, a modo de exemplificar, se o indivíduo não considera ter um automóvel como uma necessidade primordial para a vida, não existirão esses tipos de gastos com tempo e dinheiro. Logo, isso permitirá que ele tenha mais tempo livre, mais recursos financeiros disponíveis e, como consequência, mais liberdade para realizar sonhos, conhecimentos e experiências.

Não existe um padrão ou uma regra para ser um minimalista. E não há também um modelo ou uma quantidade determinada de coisas que este indivíduo deva possuir ou consumir. A essência desse estilo de vida é se manter com menos e reduzir o apego aos bens materiais. Através dessa consciência, é possível encarar um endividamento de forma objetiva, deixando bem definido o que realmente importa, além de ampliar a ótica a respeito das finanças, onde o dinheiro está sendo aplicado, e em que está sendo gasto ou investido.

O minimalismo não precisa ser adotado obrigatoriamente por todos aqueles que possuem dívidas, mas é relevante a ideia de mudanças de hábitos que é traga pelo estilo de vida minimalista, tendo por exemplo, mudanças de hábitos simples do dia a dia, sejam hábitos alimentares, uso de roupas, desapegos de objetos que não são mais de utilidade etc. São ações que podem ajudar a ter uma vida menos consumista, logo menos endividada.

O presente estudo procura analisar como o minimalismo pode impactar na ótica consumista do consumidor, e como uma consciência minimalista pode ser uma estratégia no controle financeiro. Para atingir o objetivo proposto, este trabalho foi dividido em cinco partes:

- A identificação do problema, justificativa e importância da pesquisa realizada;
- O referencial teórico que dá embasamento e suporte ao trabalho;

- A metodologia e as técnicas que serão utilizadas para realizar a validação científica da pesquisa e para analisar os dados coletados;
- E, por fim, a análise dos dados, conclusões e possíveis sugestões.

De acordo com pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (BRASIL, 2021) aponta que o percentual de brasileiros com dívidas atingiu patamar de 66,5% em janeiro de 2021. Essa pesquisa também aponta que a principal modalidade de dívidas entre os brasileiros é o cartão de crédito. Com isso, é notório a relação das dívidas com o consumo.

Em contrapartida, o minimalismo envolve a redução do consumo de forma geral e há muitas formas de colocá-lo em prática: redução da compra de bens, reaproveitamento dos bens que já possuem dando novas funções a eles ou reformando-os, desapego de objetos, dentre outros (Mendonça et al., 2019).

Com esses levantamentos é possível observar que o movimento minimalista levanta pontos importantes de consumo que podem ser respostas para a falta do controle financeiro que resulta no endividamento do consumidor.

Diante do exposto, o problema da presente pesquisa pode ser delimitado com o seguinte questionamento:

O consumo minimalista pode ser uma resposta para o endividamento? Adotar o minimalismo pode ser um meio para o controle de dívidas? Como o estilo de vida minimalista está atrelado a liberdade financeira?

O presente estudo tem por objetivo demonstrar um meio efetivo de controle financeiro, redução de dívidas e consumo consciente; discutir a importância do consumo consciente e a liberdade financeira, através da Educação Financeira e analisar o cenário de endividamento no Brasil. Além desses objetivos, de forma específica esse estudo buscará verificar o minimalismo como uma resposta efetiva para o endividamento; Trazer pontos relevantes de consumo através da ótica minimalista e conceituar o minimalismo com enfoque no consumo.

O estudo limitou-se a analisar o impacto no consumo consciente na vida financeira tendo como amostra adeptos do minimalismo e pessoas que se encontram endividadas, sendo assim, tem-se como recomendações de pesquisas futuras a análise do comportamento do consumo entre os adeptos do estilo de vida minimalista de uma determinada faixa etária, de forma quantitativa e expansão da amostra.

O interesse pelo estudo nessa temática é justificado pela natureza do crescimento do endividamento do consumidor brasileiro. De acordo com a pesquisa do CNC, os índices apontam para um crescimento constante de dívidas e que a inadimplência é uma realidade entre os consumidores brasileiros. Sendo assim, é perceptível que também que há poucas informações que conscientizam o consumidor; e de encontro a isso, existem informações que fomentam o consumo descontrolado, através das propagandas e marketing.

Diante do exposto, o estudo se justifica pela importância de uma conscientização e de informação a respeito da ótica do consumidor em definir limites e prioridades no consumo, em busca do controle financeiro.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A Educação Financeira é um conceito onde o indivíduo encontra informação, orientação para ter o controle da vida financeira. De acordo com Saraiva (2017), a Educação Financeira pertence a um conjunto de estratégias características das sociedades de controle que visam minimizar a força política e maximizar a conformação dos sujeitos às condições sociais sem apelar para os rígidos regulamentos disciplinares.

Educação Financeira é um processo de aprendizagem ligado às finanças pessoais, onde a sociedade tem a oportunidade de adquirir uma visão crítica sobre o uso do dinheiro. A atual Constituição Brasileira vincula a educação ao pleno desenvolvimento da pessoa e a seu preparo para o exercício da cidadania. Desta

forma a Educação Financeira entra com essa participação cidadã, uma vez que esta viabiliza o entendimento da sociedade sobre as finanças pessoais e nacionais. (Cordeiro, et al. 2018)

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) define a Educação Financeira como:

A Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros. Com informação, formação e orientação claras, as pessoas adquirem os valores e as competências necessários para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos a elas associados e, então, façam) escolhas bem embasadas, saibam onde procurar ajuda e adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, a Educação Financeira é um processo que contribui, de modo consistente, para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (OCDE, 2005)

Através do entendimento do que é a Educação Financeira, pode-se encontrar nela uma resposta para a inadimplência. Ferreira (2017) pontua que a falta de conhecimentos financeiros também está se tornando um problema para o bem-estar das pessoas, os índices de inadimplência estão cada vez maiores.

Através do estudo de Kunkel et. al. (2015) comprovou-se que o bem-estar financeiro influencia nas emoções, e as dívidas trazem efeitos negativos em tal sentido. Pôde ser observada a insatisfação dos endividados com suas respectivas situações financeiras, afetando até mesmo as relações sociais, profissionais, e familiares dos endividados.

Mette e Matos (2015) afirmam, porém, que a educação financeira não pode ser confundida com o conhecimento financeiro, mas deve ser compreendida com a capacidade do indivíduo aplicar, colocar em prática, todos os conhecimentos obtidos, através de decisões de cunho econômico e financeiro. O mesmo estudo traz considerações a respeito a influência da educação financeira nas decisões de consumo, tendo o conhecimento financeiro dos indivíduos um medidor de suas atitudes em relações às decisões financeiras. Logo, é possível destacar que a educação financeira pode ser considerada como a aplicabilidade de conhecimentos, habilidades específicas no comportamento e controle financeiro.

O estudo apresentado por Kunkel et. al. (2015) concluiu que pessoas adeptas de atitudes e comportamentos oriundos de gestão orçamentária satisfatória, em outras palavras, pessoas financeiramente instruídas conseguem ter um melhor controle no gerenciamento de suas finanças, o que evita a aquisição de dívidas. O estudo aponta, através dessa conclusão, a necessidade de desenvolvimento de programas de educação financeira que viabilizem o conhecimento e habilidade dos indivíduos, para que sejam tomadas decisões de forma consciente e a utilização de serviços financeiros de forma responsável.

Através do exposto, é possível compreender que a Educação Financeira é uma forma de ter equilíbrio e controle dos bens e das dívidas, uma estratégia para organizar a vida financeira, podendo projetar planos a curto, médio e longo prazo, e não ter um afogamento de contas para pagar. Através da Educação financeira é possível entender o que se tem, para só depois poder gastar. Tendo a Educação Financeira como ótica, esse estudo quer expor meios funcionais para o controle de dívidas, contextualizando uma forma de consumo: o Minimalismo.

2.2. MINIMALISMO E CONSUMO

O Minimalismo é um movimento que se iniciou artisticamente através da simplicidade no uso de elementos para sua expressão. Porém ao decorrer do tempo, esse movimento influenciou outras expressões humanas, transformando-se em um estilo de vida. De acordo com Souza (2020), o minimalismo é um processo pessoal gradual que está se tornando um hábito caracterizado por uma redução consistente do consumismo e, em geral, de todas as compras compulsivas, além de uma busca por uma vida pessoal mais significativa e menos apegada a coisas materiais.

Para Rojas e Morcazel (2015) o estilo de vida minimalista ganha adeptos na sociedade de consumo, justamente pelo bombardeio de informações publicitárias, pela lógica implacável do consumismo, pelas cobranças cada vez mais marcantes do mercado de trabalho e pela redução da qualidade de vida em função da necessidade de se produzir mais para se consumir mais.

O estilo de vida minimalista busca poupar recursos, tempo, e descartar excessos. Mckeown (2015) afirma na obra "Essencialismo: A disciplina busca por menos" que o objetivo é focar energia e tempo para atenção máxima ao que é fundamental e de nada adianta fazer menos só por fazer. O estilo de vida minimalista é uma estratégia comportamental para liberdade de escolhas na vida do indivíduo, sendo uma ferramenta para se livrar dos excessos da vida com o intuito de focar no que é importante. Para Cerbasi (2019) o minimalismo não se trata de aquisição de objetos, mas sim de uma conscientização social, mudanças de hábitos dentro da sociedade e pessoais. O minimalismo é considerado um estilo de vida de anticonsumo. Iyer, Rajesh & Muncy, (2009) definem o anticonsumo como um estilo de vida que representa uma forma de oposição e resistência à cultura do consumo e ao consumismo.

O consumo minimalista não tem como intuito a quebra do capitalismo, mas uma adaptação saudável que foge do consumo exacerbado. De acordo com Mocarzel (2017) os minimalistas se aproximam mais dos capitalistas clássicos descritos por Max Weber: capitalismo não é o problema para eles, mas sim esse capitalismo selvagem ancorado na ostentação e no desperdício". Também descarta uma sociedade alternativa "Os minimalistas têm buscado combater o consumismo por dentro do sistema. Isso quer dizer que eles trabalham, se vestem normalmente e até consomem." (Mocarzel, 2017).

Para Rodrigues et. al. (2021) o consumo minimalista apresenta como característica a relação entre quantidade e necessidade. Os consumidores minimalistas objetivam adquirir e possuir apenas o que os satisfaça. Rodrigues também conceitua através da sua pesquisa a ótica do consumidor minimalista, que tem um entendimento de que consumir o necessário é o mesmo que consumir o que é essencial para sobrevivência. Sobrevivência qual não tem ligação com a subsistência, mas ao consumo que traz satisfação, desde que haja uma consciência sobre o processo de consumo. Em outras palavras, o consumidor minimalista tem o consumo como uma ação do qual ele é responsável pelo impacto desse consumo.

No consumo minimalista, é visível a busca de uma consciência a respeito das consequências (sejam elas, individuais, sociais, econômicas ou ambientais) que

podem ser geradas através do que se está sendo consumido. Mechiço e Pinheiro trazem outros termos quanto a consumos que visam a redução do supérfluo:

Outros termos como “consumo ético e solidário”, “consumo responsável”, “consumo verde” e “consumo consciente” são também utilizados para expressar essa forma de consumo por meio do qual o consumidor é levado a refletir sobre suas ações e a levar em consideração os impactos positivos e negativos do seu consumo para a sociedade e o meio ambiente. Esta reflexão não pode acontecer senão por meio da educação para o consumo consciente, seja ela formal ou não. A educação torna-se então uma ferramenta essencial no processo de sensibilização para o desenvolvimento sustentável por meio do consumo. (MECHIÇO, 2020; PINHEIRO et al., 2020)

Conforme fragmento supracitado, é possível considerar o minimalismo como uma forma de controlar a vida financeira, tendo uma ótica saudável sobre o consumo, e adquirindo bens pensando na essencialidade, não tendo como ponto de motivação a tentação de consumir. Onde consome-se menos, gasta-se menos, e é possível ter um controle do capital individual. O minimalismo é uma forma que o indivíduo tem de transcender ao materialismo, pela busca centrada no autoconhecimento e talvez, pode-se dizer, autorrealização. (Rodrigues, et al. 2021)

2.3. CONSUMISMO E IMPULSIONADORES DE CONSUMO

O indivíduo tem motivações que ele considera essenciais como manutenção do pertencimento social. Uma dessas motivações é o consumo. Para Roja e Morcazel (2015) o ser social, seja ele minimalista ou não, consome. Para se sentir aceito e alocado na sociedade, o ser social consome. Através de uma ótica econômica, analisando a cultura e motivação de consumo, o ato de comprar é gerado pelo incentivo direto e indireto de um convencimento de que é necessário a aquisição de um determinado bem, resultando em uma acumulação de mercadoria.

À medida que a sociedade consome, nascem novas vontades de consumir. Se, por exemplo, as pessoas estão sujeitas a comprar cada vez mais, demonstra-se então que não é sempre por necessidade física, mas verdadeiramente em busca da satisfação. Advém, depois, a impossibilidade de se saciar com o ato de consumir; assim, busca-se sempre a satisfação, a emoção dos desejos inclusos no ato da compra. (MECHIÇO, 2020; PINHEIRO et al., 2020)

O consumo é uma necessidade moderna, tendo em vista a cultura que leva o indivíduo a considerar lacunas a serem preenchidas como a realização pessoal, a necessidade em atender os padrões de vida anunciados em publicidade, a aceitação social, tornando o consumo um projeto de vida, uma forma de viver. Rodrigues et. al. (2021) pontua que a sociedade conduz os indivíduos a consumir aquilo que possivelmente não precisam, levando-os a acreditar na necessidade de determinado consumo. E esse cenário é diretamente alimentado pela influência de propagandas empresariais. O consumo não está atrelado apenas a compra, mas a um processo:

Consumo é um processo que se inicia muito antes do ato de adquirir ou aderir algo, um serviço imediato ou uma assinatura que permite determinado acesso. A busca de informações, o *flaneur* pelas ruas, o folhear de uma revista, o *test drive* nas concessionárias ou o deslizar dos dedos pelas stories do Instagram das marcas, tudo isso é consumo. Quando usamos um produto ou usufruímos de um serviço estamos consumindo. Quando guardamos uma joia em um estojo ou uma bolsa em um invólucro de feltro e a depositamos em nosso armário também estamos consumindo (...) A partir disso, extraímos a primeira característica essencial do consumo, ele é processo e não apenas um ato, o de comprar. Envolve todas as possibilidades de ações e estratégias de aproximação, busca de informação, formação de opinião, mas também de sedução, compra propriamente dita dos produtos e serviços nos contextos mais variados. (Perez, 2020)

O consumo é incentivado na sociedade, e impulsionado por propagandas, marketing e o mercado. Para Correia *et al.* (2015) é verificada a alienação do consumidor provocada pelo sistema capitalista de Marketing, na qual gera falsas necessidades a produtos, por meio de propagandas e comerciais de empresas preocupadas apenas com seus interesses. Uma das estratégias do mercado para o impulsionar o consumo além do marketing é o crédito.

Para GAGLIETTI e DORST (2017) o crédito é o complemento tático da fabulação publicitária. Em uma sociedade na qual os objetos são senhas para ser e pertencer, habilmente a publicidade do crédito inculca a primazia do dinheiro para a realização do ser. Porém o que o crédito aumenta o poder de consumo, mas não a renda. Assim, o consumidor moderno integra e assume espontaneamente esta obrigação sem fim: comprar a fim de que a sociedade continue a produzir, a fim de se poder pagar aquilo que foi comprado.

Ainda em concordância com ambos, as propagandas são agressivas e tentam o consumo de crédito na mídia em geral, na publicidade, também na integração pelo mercado financeiro para vulneráveis, como os idosos e população de baixa renda. O crédito traz a sensação de poder de compra para o consumidor, que muitas vezes não percebe que não tem tal dinheiro, de fato, para gastar. O crédito traz a falsa sensação de “dinheiro sobrando” devida a imediata disponibilidade, fundamentando a possibilidade de compra, mesmo que em conta bancária não se tenha saldo suficiente para tal aquisição.

Kunkel et. al (2015) conceituam a dívida no cartão de crédito como o saldo devedor remanescente após o pagamento da fatura mensal. De acordo com o nível da dívida, os indivíduos podem ter suas rendas comprometidas, incapacitando-os de honrar os respectivos compromissos financeiros que assumiram. Também destacam o comportamento do consumidor em relação ao crédito, dentro de um cenário de consumo onde o estímulo ao uso de crédito é exorbitante. Tal comportamento deve estar alinhado em aproveitar os benefícios do cartão de crédito, utilizando-o de forma equilibrada, sem extrapolar os limites orçamentários.

Chaves (2015) conclui que o aumento no acesso aos serviços de crédito no sistema econômico brasileiro, principalmente para os indivíduos de baixa renda, tem como consequência a inadimplência, devido à falta de educação financeira.

2.4 CRESCIMENTO DO ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

Esse trabalho tem por objetivo analisar o cenário do consumidor brasileiro, entender a motivação do consumo, e o que tem levado o público brasileiro ao endividamento e em alguns casos, a inadimplência.

A inadimplência é a falta de cumprimento de uma obrigação na data estipulada para liquidação. No âmbito financeiro, a inadimplência é o cenário onde o indivíduo não consegue honrar com os compromissos e quitar o saldo devedor de um crédito anteriormente concedido, tendo como consequência suas informações enviadas, pelas empresas que concederam os créditos, para empresas de proteção de crédito

como o SPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito) e a SERASA (Centralização dos Serviços Bancários S/A). (GRANJEIRO E SANTOS, 2016)

É importante destacar a diferença entre o endividamento e a inadimplência, tendo por endividamento qualquer compromisso adquirido pelo indivíduo, enquanto a inadimplência é quando o mesmo não honra com a obrigação adquirida através desse compromisso. Campara et. al. (2016) esclarecem que o indivíduo é considerado automaticamente endividado ao contrair uma dívida, torna-se sobre-endividado quando deixa de pagar parcelas da dívida adquirida e inadimplente quando cessa todas as condições de pagamento.

De acordo com a pesquisa do Serasa Experian (2018) umas das principais causas de inadimplência no Brasil estão na ausência de educação financeira e na falta de controle de gastos.

O endividamento no Brasil teve um significativo aumento nos últimos anos, e é possível a atrelar a diversos fatores, porém o ponto de partida desse crescimento é o consumo. De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Em maio de 2021, esse número chegou a 68% do total de famílias.

Tabela 1: Síntese dos resultados (percentual em relação ao total de famílias)

Síntese dos resultados (% em relação ao total de famílias)			
	Total de endividados	Dívidas ou contas em atraso	Não terão condições de pagar
Maio de 2020	66,5%	25,1%	10,6%
Abril de 2021	67,5%	24,2%	10,4%
Maio de 2021	68,0%	24,3%	10,5%

Fonte: CNC. (2021) Elaboração: PEIC

Os dados da tabela apontaram o percentual de famílias que relataram ter dívidas (cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja,

crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa) alcançou 68% em maio de 2021. A pesquisa também apontou o nível de endividamento, a proporção das famílias que se declararam muito endividadas aumentou para 14,6%.

Tabela 2 - Nível de endividamento (percentual em relação ao total de famílias)

Nível de endividamento (% em relação ao total de famílias)			
Categoria	Maio de 2020	Abril de 2021	Maio de 2021
Muito endividado	16,0%	14,4%	14,6%
Mais ou menos endividado	24,0%	24,6%	24,2%
Pouco endividado	26,4%	28,5%	29,3%
Não tem dívidas desse tipo	33,2%	32,4%	31,9%
Não sabe	0,2%	0,0%	0,0%
Não respondeu	0,1%	0,0%	0,0%

Fonte: CNC. (2021) Elaboração: PEIC

Além disso, a pesquisa levantou o tipo de dívida das famílias, que é possível compreender a origem do endividamento. Entre os indicadores, existe uma diferença percentual considerável que torna o consumo fator relevante para o endividamento, através do cartão de crédito. O cartão de crédito é o tipo de dívida que mais está atrelada ao consumo de forma direta. De acordo com a tabela, a proporção das famílias que utilizam o cartão de crédito como principal tipo de dívida manteve-se em 80,9% do total de famílias.

Tabela 3 - Tipo de dívida (percentual de famílias)

Tipo de dívida (% de famílias)			
Maio de 2021			
Tipo	Total	Renda familiar mensal	
		Até 10 SM	+ de 10 SM
Cartão de Crédito	80,9%	80,9%	80,8%
Cheque Especial	6,5%	6,5%	6,9%
Cheque Pré-Datado	1,4%	1,5%	0,7%
Crédito Consignado	6,6%	6,7%	5,8%
Crédito Pessoal	8,6%	9,0%	6,3%
Carnês	16,5%	18,0%	9,5%
Financiamento de Carro	11,2%	9,8%	18,5%
Financiamento de Casa	9,2%	7,4%	17,2%
Outras dívidas	2,0%	2,1%	1,1%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,0%
Não respondeu	0,2%	0,2%	0,4%

Fonte: CNC. (2021) Elaboração: PEIC

O crescimento da dívida por cartão de crédito no período analisado, foi o mais significativo dentre todos os outros tipos de dívidas, 4,2% de aumento de uma taxa que é a majoritária desde o ano anterior.

Figura 1 – Tipo de dívida (comparação do período o ano atual com o anterior)



Fonte: CNC. (2021) Elaboração: PEIC

Através da análise dos dados levantados pela pesquisa do CNC, foi possível entender a origem do endividamento brasileiro, tendo pontos relevantes a ser considerados, como o endividamento está fortemente ligado ao uso de cartão de crédito, como o endividamento das famílias crescem e como o endividamento por cartão de crédito também está em uma crescente. Logo foi possível perceber que o cartão de crédito é o meio principal para o crescimento do endividamento das famílias brasileiras.

3. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do presente trabalho primeiramente foram feitas pesquisas bibliográficas em artigos acadêmicos anteriores assim como correlacionando esses artigos para se embasar a ideia principal da relação entre o Minimalismo e Educação Financeira no âmbito das Finanças Pessoais. Além disso, foram usados dados estatísticos de pesquisas já feitas para compreender o cenário do endividamento das famílias brasileiras.

Foram levantados conceitos teóricos a fim de contextualizar o que é o minimalismo, analisando-o com uma ótica de Educação Financeira, tema essencial no âmbito das finanças pessoais. Esse estudo buscou compreender o consumo e seus impactos, assim como as motivações do consumo.

Quanto a análise do estudo elaborado pelo PEIC, foram levantados os pontos relevantes quanto aos principais índices que fundamentam o endividamento das famílias, levantando os dados percentuais que definem o cenário atual do endividamento brasileiro, e a motivação do crescimento desse cenário.

Em relação aos objetivos, essa pesquisa se caracteriza como descritiva. De acordo com Gil (2008), a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Quanto à abordagem, foi realizada uma pesquisa qualitativa e quantitativa. Na abordagem qualitativa, o pesquisador prioriza a análise de como determinado

problema se manifesta nos procedimentos, tendo nesses estudos o ponto de vista dos participantes. Assim, a pesquisa qualitativa pode ser usada, também, para explicar os resultados obtidos pela pesquisa quantitativa. (OLIVEIRA, 2011)

A pesquisa qualitativa proporciona maior compreensão do contexto do problema, ao passo que a pesquisa quantitativa procura mensurar os dados por meio da análise estatística (MALHOTRA, 2001).

Em relação à coleta de dados, foi enviado para voluntários que se encontram endividados e voluntários que se consideram minimalistas, um questionário composto por 10 perguntas. A escolha dos voluntários não teve por nenhuma relação a idade, gênero ou condição social, se limitando apenas a autoidentificação de cada voluntário quanto aos requisitos propostos. A fim de responder à pergunta proposta nesse estudo e analisar se, de fato, o minimalismo pode ser uma resposta ao endividamento, observando o comportamento de cada indivíduo a respeito de suas finanças e suas relações com a dívida e com o minimalismo.

O questionário base para esta análise foi realizado através da plataforma Google Forms, enviado para os que se voluntariaram a responder, sendo divulgado na rede social do Instagram. Para preservar a identidade dos entrevistados, os documentos foram recolhidos sem identificação de nome e contato dos participantes.

As perguntas foram respondidas pelos 10 voluntários, nos dias entre 08 de outubro de 2021 e 15 de outubro de 2021, sendo 5 endividados e 5 minimalistas. O questionário utilizado para a coleta de dados encontra-se no Apêndice A deste trabalho. Os dados foram analisados de forma qualitativa e quantitativa e serão apresentados mediante descrição.

O levantamento nesse presente estudo foi oportuno para contribuir para a compreensão sobre o minimalismo, pois há poucos estudos anteriores que tratam desse assunto.

4. Análise de Resultados

4.1 Procedimentos de análise de coleta de dados.

Neste capítulo serão apresentados os dados do estudo realizado com o objetivo de verificar o minimalismo como uma resposta efetiva para o endividamento.

4.1.1 Apresentação do perfil dos participantes

Esse estudo fez uma seleção de voluntários através de divulgação em redes sociais e plataformas que discutem sobre o minimalismo, para que os entrevistados se considerassem parte de um dos dois pré-requisitos propostos:

(a) pessoas endividadas

(b) minimalistas

Foram recolhidos os dados através do questionário de 5 pessoas de cada requisito, tendo por total 10 pessoas participantes de forma voluntária. Todos os que participaram responderam a todas as 10 perguntas, sendo o mesmo questionário para todos os participantes.

4.1.2 Dívidas

Através do que foi respondido, foi possível observar que 100% dos voluntários que se consideram endividados possuem dívidas, sendo essas a curto, médio e longo prazo. Já entre os considerados minimalistas, essa porcentagem foi de 70%. Entre os endividados se observou dívidas em longo prazo, porém entre os minimalistas observou-se dívidas apenas a curto prazo.

Quanto o tipo das dívidas, entre os endividados observou-se que todos os participantes têm dívidas no cartão de crédito, e 2 dos 5 endividados tem a dívida obtida através de empréstimos conjuntamente com o cartão de crédito.

Quanto aos minimalistas, 4 possuem dívidas no cartão de crédito e apenas 1 não possui dívida. Quanto a origem das dívidas, 100% dos endividados atrelam suas dívidas ao consumo, enquanto 1 minimalista atrela sua dívida ao consumo, 3 não atrelam suas dívidas ao consumo, e 1 atrela a ausência de dívida devido ao não consumo.

4.1.3 Inadimplência

Foi possível observar, dentre os voluntários, uma considerável diferença na variação da porcentagem de inadimplentes. Entre os endividados, 60% estão inadimplentes. Entretanto, os minimalistas entrevistados não possuem qualquer tipo de inadimplência.

4.1.4 Capacidade de pagamento e quitação de compromissos financeiros

Quanto a capacidade em honrar com os compromissos financeiros, verificou-se que 100% dos endividados participantes consideram-se incapazes de pagar seus compromissos com suas rendas. Em contrapartida, todos os minimalistas participantes consideram-se capazes de quitar seus compromissos com suas rendas.

4.1.5 Organização financeira e consumo consciente

Observou-se através dos dados levantados que 3 dos 5 participantes que se consideram endividados não buscam se organizar financeiramente, enquanto 2 consideram se organizar em alguns momentos. Quanto aos minimalistas, todos buscam se organizar financeiramente. Quanto ao consumo consciente, verificou-se que todos os endividados não consideram suas formas de consumir conscientes, enquanto todos os minimalistas consideram ter um consumo consciente.

4.2 Minimalismo

4.2.1 Percepção entre os endividados sobre o Minimalismo

O questionário também levantou as opiniões dos participantes a respeito do minimalismo, trazendo o que cada um entende por minimalismo, conforme mostra a tabela abaixo. Devido à preservação da identidade dos participantes, foram tratados como E1, E2, E3, E4 e E5 os participantes endividados e M1, M2, M3, M4 e M5 os participantes considerados minimalistas.

Tabela 4: Compreensão dos endividados sobre o minimalismo.

Participantes	Opiniões
E1	Não entende sobre o assunto
E2	Não entende sobre o assunto.
E3	Não entende sobre o assunto
E4	Entende o minimalismo como um estilo de roupas e decoração.
E5	Não entende sobre o assunto.

Fonte: elaboração da autora (2021)

A tabela acima demonstra que, entre os endividados, pouco se sabe a respeito do minimalismo, podendo considerar a falta de informação a respeito do tema. Todos os participantes conceituaram de forma livre a respeito do tema.

4.2.2 Percepção minimalista a respeito do Minimalismo

Diante das respostas dos minimalistas participantes a respeito do que eles entendem sobre o minimalismo, foi possível observar uma concordância entre os participantes sobre o minimalismo ser um estilo de vida:

“Minimalismo para mim é um estilo de vida, é como filtrar pensamentos, ações, compras e etc. É pensar no bem do planeta e do próximo procurando comprar em lugares que não estão ligados a poluição e trabalho escravo, é aprendizado, autoconhecimento, pois é a única maneira de consumir consciente. É se conhecer, conhecendo seus gostos e estilo.” (M1, participante)

“Entendo o minimalismo como um estilo de vida que busca o essencial, que evita o superficial e os excessos. Tanto no que vestir, no que adquirir e no modo em que vê e se relaciona com o mundo.” (M3, participante)

Também foi possível verificar a busca de viver com o que pode ser considerado como essencial e necessário:

“Minimalismo é viver com o mínimo, ou seja, o que realmente é necessário.” (M2, participante)

“Minimalismo é procurar viver com o essencial, o que é necessário e suficiente para viver.” (M4, participante)

“Minimalismo para mim é liberdade financeira, onde se gasta melhor, sem apegos materiais. É dar valor as experiências da vida, buscar o presente e cada momento. É forçar-se no que importa e libertar-se do resto. É viver de forma essencial e verdadeira.” (M5, participante)

Sendo assim, é possível considerar que o consumidor minimalista está em busca do que é necessário, refletindo sobre o que é supérfluo. (NEGRETTO, 2014).

5. Considerações Finais

A análise do cenário do endividamento do consumidor brasileiro teve como base a pesquisa do CNC, através da PEIC, feita em junho de 2021, que buscou entender como tem se comportado a variação da porcentagem de famílias brasileiras endividadas, e as causas relevantes para o endividamento. Utilizou-se dados do período entre Maio de 2020 e Maio de 2021. Houve um aumento significativo do endividamento entre as famílias brasileiras, que chegaram a 66,7%. Dentro dessa porcentagem, 81% dos endividados tem por causa do endividamento o cartão de crédito, o que foi possível concluir que o endividamento brasileiro está atrelado ao consumo.

Tendo esse cenário, esse estudo buscou trazer o minimalismo como resposta ao endividamento. Foram analisados os dados levantados através do questionário enviado aos voluntários e constatou que os endividados atrelam suas dívidas ao consumo, enquanto os minimalistas, em sua maioria, não atrelam suas dívidas ao consumo. Além disso, foi possível verificar uma relação com o estudo do CNC a respeito do tipo de dívidas, concentrando-se majoritariamente em cartão de crédito, tanto entre os endividados, quanto entre os minimalistas.

Quanto a inadimplência constatou-se que entre os endividados, 60% estão inadimplentes, enquanto entre os minimalistas, nenhum se encontrou inadimplente. Já a respeito da capacidade de quitação de dívidas, nenhum dos endividados se consideram capazes de pagar suas dívidas, enquanto todos os minimalistas participantes conseguem arcar com seus compromissos financeiros com suas rendas. Com isso é possível perceber uma diferença na capacidade entre os endividados e minimalistas em honrar com suas dívidas. Considerando a possível ligação com o estilo de vida em que cada um leva, e suas relações com o consumo e controle financeiro.

Isso é notório no momento em que se observou a relação dos endividados com a organização financeira, tendo em vista que a maioria dos participantes endividados não buscam organizar-se financeiramente, além de não considerarem que consomem de forma consciente. Enquanto os minimalistas tem uma boa relação com suas finanças.

Verificou-se, ao buscar o entendimento dos endividados a respeito do minimalismo, uma limitação a respeito do que eles entendem ou conhecem sobre o tema. Podendo considerar essa limitação um dos motivos pelo qual os endividados não compreendem sobre um consumo consciente. Todos os endividados não se consideram consumidores conscientes, enquanto os minimalistas consideram ter um consumo consciente. A forma em que os minimalistas enxergam a respeito do consumo, através da ótica minimalista, impacta diretamente na saúde financeira dos mesmos. Os minimalistas não analisam apenas o consumo, mas o estilo de vida, buscando como prioridade o que é essencial e necessário.

Tendo esse resultado, foi possível responder à pergunta feita inicialmente nesse estudo. O minimalismo pode ser uma resposta para o endividamento, visto que a causa principal das dívidas dos indivíduos está atrelada a uma relação com o consumo desequilibrada e sem controle. Em contrapartida, os adeptos do minimalismo controlam suas finanças, tem uma relação cuidadosa e reflexiva com o consumo, permitindo que esses não cheguem à inadimplência ou a dívidas das quais não conseguem arcar com suas rendas.

Esse estudo procurou compreender o minimalismo como uma forma consciente de consumo, trazendo as principais características do movimento. Tal movimento traz pontos relevantes que devem ser colocados como pontos decisórios no momento do consumo. Adquirir apenas o essencial pode ser o ponto de partida, evitando o consumo supérfluo. Além disso, o minimalismo é estilo de vida, em que se busca um controle financeiro que possibilita o indivíduo a ter domínio do que se tem, e projetar de forma saudável as decisões financeiras.

O presente estudo conclui que no minimalismo, a decisão de consumo não é convencida pelos impulsionadores de consumo, como as publicidades e disponibilidade de crédito, mas em adquirir algo que realmente seja necessário. Sendo o minimalismo uma forma de oposição e resistência à cultura do consumo e ao consumismo. Através do que foi levantado nesse estudo, é possível concluir que através de um processo pessoal gradual de uma redução consistente do consumo, o minimalismo torna-se uma resposta para uma vida pessoal mais significativa e menos apegada a coisas materiais. O minimalismo, de acordo com o que foi exposto no presente estudo, pode ser uma estratégia de educação financeira, principalmente no controle de gastos, mas, além disso, uma forma de consciência de ambiental, financeira e individual.

6.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Confederação Nacional do Comércio. **2021 começa com mais brasileiros endividados.** Fev, 2021.

Disponível em <<https://www.portaldocomercio.org.br/noticias/2021-comeca-com-mais-brasileiros-endividados/320847>> Acesso em 03/06/2021

BRASIL, Instituto Akatu. **Minimalismo, um aliado do consumo consciente.** Maio, 2020. Disponível em <<https://akatu.org.br/minimalismo-um-aliado-do-consumo-consciente>> Acesso em 03/06/21

BRASIL, Serasa Experian. **Conheça as 7 principais causas de inadimplência no Brasil hoje.** Out, 2018. Disponível em <<https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/estudos-e-pesquisas/conheca-as-7-principais-causas-de-inadimplencia-no-brasil-hoje/>>

CAMPARA, Jéssica Pulino; VIEIRA, Kelmara Mendes; COSTA, Vânia Medianeira Flores; FRAGA, Luana dos Santos. **O DILEMA DOS INADIMPLENTES: ANTECEDENTES E CONSEQUENTES DO “NOME SUJO”.** Revista Brasileira de Marketing, vol. 15, núm. 1, 2016, pp. 71-85 Universidade Nove de Julho.

CHAVES, Marcelo Santos. **"Educação financeira e inadimplência no Brasil,"** Observatorio de la Economía Latinoamericana, Servicios Académicos Intercontinentales SL, issue 206, Enero. 2015

COHEN, Matheus. **Algoritmo e consumo.** Abril, 2017. <Disponível em <<https://originaconteudo.com.br/2017/04/19/rcm-2017-algoritmo-e-consumo/>>

CORREIA, T. S.; LUCENA, W. G. L.; GADELHA, K. A. L. **A educação financeira como um diferencial nas decisões de consumo e investimento dos estudantes do curso de Ciências Contábeis na grande João Pessoa.** Revista de contabilidade da UFBA, Salvador, v. 9, n. 3, p. 103-117, jan./set. 2015.

FERREIRA, Juliana Cezario. **A importância da educação financeira pessoal para a qualidade de vida.** Caderno de Administração. Revista do Departamento de Administração da FEA, v.1, 2017.

GAGLIETTI, Mauro José; DORST, Daeane Zulian. **Processo Civil de Consumo: Diálogo com o Novo CPC**, Revista de Direito, v. 107, p. 1-12, 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008. Acesso em 14 de outubro de 2021.

GRANJEIRO, Cintia Franca; SANTOS, Fernando de Almeida. **ESTUDO SOBRE A INADIMPLÊNCIA DE PESSOAS FÍSICAS NO BRASIL: O USO DO CARTÃO DE CRÉDITO**. Revista Linceu On-line, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 32-50, jan./jun. 2016.

IVER RAJESH & MUNCY, JAMES A. "**Purpose and object of anti-consumption**," Journal of Business Research, Elsevier, vol. 62(2), pages 160-168, February, 2009.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCKEOWN, Greg. **Essencialismo: A disciplina busca por menos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

MECHIÇO, Rosa Alfredo. **Sociedade de Consumo: Consumismo, Impactos e Consumo Sustentável**. Revista Semiárido De Visu, v. 8, n. 2, p. 206-218, 2020.

MENDONÇA, G. O., ROCHA, A. R. C., & TAYT-SON, D. B. C. **O Processo Minimalista: Um Estudo Netnográfico**. In: XLIII Encontro da ANPAD. Anais. São Paulo: Anpad, 2019.

MODELLI, Laís. **'O prazer do desapego': minimalistas defendem que ter menos coisas cria mais liberdade**. São Paulo, set. 2017. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-41077549>>

NEGRETTO, L. W. **As relações entre a dinâmica pós-moderna e o consumo minimalista**. Revista da Graduação, v. 7, n. 1, 2014.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Universidade Federal de Goiás. Catalão, GO, 2011. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf>

PEREZ, Clotilde. **Há limites para o consumo?** São Paulo, 2020.

RODRIGUES, Kelly Luiz dos Santos; OLIVEIRA, Alessandro Silva; JUNIOR, Marcelo Oliveira; BRITO, Mozar José de. **CONSUMO E CONSUMIDOR MINIMALISTAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO**. Revista Una v.26 n.1. Disponível em < <https://revistas.una.br/reuna/article/view/1169>>

SARAIVA, Karla Schuck. **Os sujeitos endividados e a educação financeira**. Educar em Revista, [S.l.], v. 33, n. 66, pp 157-173, nov. 2017.

SOUZA, Bruno. **Viver com o mínimo**. 2020. Disponível em: <<http://www.minimus.life/minimalismo/viver-com-minimo.html>> Acesso em 15/06/21

VAN GENNEP, A. **Os ritos de passagem**. Petrópolis: Vozes, 2011.

APENDICE A - Questionário sobre consumo, dívidas e minimalismo.

Esta pesquisa tem como objetivo verificar o minimalismo como resposta ao endividamento, e está sendo desenvolvida para conclusão do Bacharelado em Ciências Contábeis na Universidade Federal do Rio de Janeiro -UFRJ, realizado pela aluna Jeanne Gomes Mendes da Silva. Sua opinião é de suma importância. As respostas serão anônimas, dessa forma, o respondente não poderá ser identificado. O questionário é composto por 9 questões de múltipla escolha obrigatórias e 1 discursiva obrigatória. Desde já agradeço a disponibilidade.

1- Você se considera:

endividado

minimalista

2- Você tem dívidas?

sim

não

3- Inadimplente?

sim

não

4 - Onde se concentra sua dívida?

Cartão de crédito

Cheque Especial

Empréstimos

Outros

Não possuo dívidas

5- Sua dívida é de curto, médio ou longo prazo?

Curto prazo

Médio prazo

Longo prazo

Não possuo dívidas

6 - Você consegue honrar com todos os seus compromissos financeiros com sua renda?

sim

não

não sei responder

7- Você considera a sua forma de consumir consciente?

sim

não

não sei responder

8- Você atrela sua dívida ou a ausência dela diretamente ao consumo?

sim, atrelo minha dívida ao consumo

sim, atrelo minha ausência de dívida ao não consumo

não, não atrelo minha dívida ao consumo

não, não atrelo minha ausência de dívida ao não consumo

não sei responder

9- Você procura se organizar financeiramente?

sim

não

às vezes

10 - O que você entende sobre minimalismo?