**RESUMO EXPANDIDO EPCA 2024**

**CONSUMO, TEMPO E VIDA QUOTIDIANA: UMA REFLEXÃO A PARTIR DO MUNDO DO VESTUÁRIO FASTE, ULTRA-FAST E SLOW FASHION**

**(Vitória GALVÃO - UFPA)[[1]](#footnote-1)**

**(Manuela do Corral VIEIRA – UFPA)[[2]](#footnote-2)**

**(Jússia VENTURA - UFPA)[[3]](#footnote-3)**

**RESUMO**

O resumo em questão foi apresentado no PROPESQ-PP em 2023 e versa sobre lógicas de consumo e a tempo, considerando ambos como parte da vida quotidiana logo, característica do existir socialmente. A partir do consumo, porém, surgem novos modos de “consumos”, que refletem a sociedade contemporânea, caso do hiperconsumo explorado neste artigo, a partir de aspectos socioeconômicos, e atrelado ao mundo do vestuário pelo *fast* e *ultra-fast fashion*, e *slow fashion* e *lowconsumerismo*, intimamente interligados à temporalidade de processos. Ao longo do trabalho foi percebido como a forma de consumir é um reflexo da sociedade e o tempo, é a grande ferramenta do mundo contemporâneo.

**Palavras-chave:** 1.Consumo; 2.Temporalidade; 3.Produtividade.

**1. INTRODUÇÃO**

O resumo a seguir é um compilado e adaptado de um artigo apresentado no congresso PROPESQ-PP em 2023, o artigo em questão foi aceito para anais, mas até então segue sem publicação. O objetivo com estes novos acréscimos e esse resumo é dar continuidade ao estudo posteriormente com futuros desdobramentos.

O tempo e as percepções sobre ele partem de peculiaridades e constructos sociais, objetivos e subjetivos, que interferem nos desdobramentos das ideias sobre temporalidade que possuem aos sujeitos. Kant (1997) destacava que o tempo era responsável pela receptividade dos objetos, estes que se regulam a partir da natureza interna dos seres humanos de recebê-los e pensá-los a partir do entendimento sobre os mesmos (p. 230). Esta reflexão sobre o tempo baseia-se em uma construção e feitura sobre o “conhecimento” das coisas, ou seja, ele é uma tradução tanto do mundo construído de forma prática, como subjetiva.

Canclini (1997) entende que o consumo serve para pensar, sendo assim, a partir dele existe integração e distinção entre os sujeitos e suas convicções a partir do que é consumido por eles (p.21). O intuito desta pesquisa é o de, então, observar algumas das implicações sobre as relações entre temporalidade e consumo, pensando nos debates éticos e de responsabilidades sociais nas questões de produção, divulgação e consumo sobre as percepções de se possuir o tempo e controlá-lo na forma de bens e serviços, tanto do *fast*, *ultra-fast* quanto s*low fashion*, e *lowconsumerism* termos diretamente relacionados à temporalidades: rápido, ultra-rápido, devagar, respectivamente.

A metodologia utilizada trata de um levantamento bibliográfico e de casos de mercado aplicados a reflexões sobre sistemas de produção e do consumo, pelo viés da temporalidade nas sociedades capitalistas e alguns dos debates e dos desdobramentos nela existentes sobre a temática, uma vez que, conforme destacado por Marshall Sahlins (1979), a produção por si só não tem sentido, a partir do momento que ela é inserida em um contexto de consumo, aí sim, podemos destrinchar e compreender diversos nuances da sociedade.

De posse destas considerações, destacamos, assim, que o recorte sobre a reflexão do tempo e a questão do consumo a ele atrelado partem de autores como Immanuel Kant, Martin Heidegger, David Hume e Paul Ricoeur sobre o tempo e a temporalidade. Da mesma forma, dialoga-se com as reflexões sobre o consumo de Anzanello Carrascoza (2020, p. 114), ao ressaltar que a vida que consumimos igualmente vem a nos consumir, de tal forma que o nosso consumo do dia a dia, com o passar do próprio tempo, discorre sobre quem somos e seremos enquanto existirmos como sujeitos.

Assim, a partir eituação de Kant (1997) sobre tempo e a regulação dos objetos, e Hume (1984), em análise à questão temporal e a importância do hábito, a partir da natureza interna dos seres humanos em vistas de uma organização das coisas, compreende-se que manejar o tempo e pretender controlá-lo é igualmente dialogar com possibilidades, e também enfrentamentos, sobre a sustentabilidade de estruturas econômicas e responsabilidades sociais nos contextos no quais as articulações de consumo se vem inseridas e dialogam com objetos, cenários, contextos e sujeitos.

O tempo nesta pesquisa, além de ser considerado na convenção das 24 horas, 7 dias por semana, é ocidental e, isso também em função da própria realidade das autoras estarem inseridas neste contexto, bem como do foco de aplicação da presente pesquisa, considera-se essencial ressaltar esta questão ao se deparar com possibilidades temporais existentes tão complexas e particulares e que influenciam na percepção que temos sobre sujeitos, coisas e/em contextos. A inquietação sobre a questão temporal surge ao olhar ao redor e perceber sentimentos destacados na sociedade sobre o esgotamento físico e mental dos sujeitos, a percepção de que se consome e sempre falta algo – tempo, disposição, saúde, afeto, sobre o medo social de não ter tempo, de não ser suficiente e, sobretudo, de sentir que o tempo, em contextos de consumo, é, mais do que nunca, uma apropriação da lógica capitalista.

O tempo, como o percebemos hoje, é resultado de uma lógica criada no período da revolução industrial, quando tornou-se “necessário” um maior controle deste em função do trabalho. A relação, hoje, existente com o tempo, sem dúvidas é de influência desse período, mas está longe de ser igual, e aqui não queremos fazer uma comparação entre bom ou ruim, melhor ou pior, mas sim apontar que, ainda que as horas tenham, objetivamente, o mesmo tempo de duração, as formas como os sujeitos passaram a lidar com elas e as percepções aí envolvidas não o são.

Antes, o tempo era orientado pelas tarefas relacionadas às atividades do campo e à economia agrícola, representada por uma noção mais qualitativa. Os espaços de trabalho e de moradia quase não se distinguiam, formando uma noção de continuidade: o trabalho fazia parte de uma rotina natural, o ciclo da vida seguia de forma linear. Com a automatização e a industrialização proposta pelas primeiras máquinas, o tempo passou a ser medido pelo tempo de trabalho, gerando ideias de prazo, de medida de valor, e de produção, transformando o sentido de tempo em moeda de troca. (RIBEIRO, 2016, p. 19)

É fato que existem mudanças contextuais: vivemos em um mundo cultural, social, com constantes alterações que afetam a todo instante, seja no mercado, na economia, nas religiões, nos laços familiares e demais ambiências e marcadores importantes que ao longo de nossas vidas constroem quem somos. De Faria e Ramos (2014), buscam diferenciar o tempo abstrato do concreto, em seu artigo sobre tempo e trabalho,considerando que sim, o tempo é uma “abstração arbitrária" (p. 49) uma vez que possui vários sentidos dimensionados, apropriados e desenvolvidos ao longo do tempo, incorporando divisão, usos e percepções por parte de quem o vive.

São inúmeras as possibilidades de interpretar o mundo pelo viés temporal e, conforme citado anteriormente, a própria visão de tempo utilizada neste artigo é apenas uma em uma vastidão de possibilidades, porém, mesmo com tantas interpretações, a questão das práticas humanas estarem ameaçando o próprio ecossistema em que vivem, o planeta, é algo indiscutível. Sejam por questões temporais, em relação ao seu uso quanto à ideia de consumo, produção e monetarização feita sobre este, temos falas de pensadores como Ailton Krenak (2020), que nos lembra o risco de estarmos comprometendo não apenas nos vida diária, mas qualquer chance de vida futura. O ativista indígena mantém-se oposto a ideia da sustentabilidade atreladas às práticas e lógicas neoliberais, bem como da existência de uma fórmula para “a salvação do mundo”. A sua perspectiva sobre o consumo, o trabalho e termos como a sustentabilidade, vão de encontro ao que se vê estampado em narrativas de mercado, mas simplistas, superficiais e imediatistas.

De acordo com Krenak (2020, p. 113), uma das grandes armadilhas e perigos é o de achar “que o trabalho é a razão da existência”, por isso, adoece-se se não existe trabalho, se não existir produtividade. É verdade que no mundo que vivemos, a força, a capacidade e a qualidade laboral também significam condições de vida e acessos sociais, econômicos, culturais e políticos, por isso muito do tempo de passagem dos seres humanos passa a existir em função do trabalho, e um grande problema se instaura ao notar que o salário recebido, é inferior ao dinheiro necessário para (sobre)viver. Para ilustrar esta questão, dados obtidos pela WSGN[[4]](#footnote-4), contam que, as pessoas necessitam comprar menos, porque já não tem dinheiro para manter-se, pagar aluguel, plano de saúde, alimentação, tudo é tempo, e como diz o ditado: tempo é dinheiro, sem olvidar que conforme destaca Canclini (1997) acerca das práticas neoliberais de globalização, “os direitos são desiguais, as novidades modernas aparecem para a maioria apenas como espetáculo. O direito de ser cidadão, ou seja, de decidir como são produzidos, distribuídos e utilizados esses bens, se restringe novamente às elites” (CANCLINI, 1997, p. 30).

**2. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao chegar nas últimas considerações desse artigo, passando desde teorias filosóficas até novas criações de mercado em relação ao tempo, foi possível compreender como a questão temporal é algo latente no corpo social, mesmo tendo, ou não, visões diferentes acerca do que vem a ser o tempo, ele é uma característica inerente às sociedade, por isso, tão importante.

Ao ser elencado com o consumo pode-se perceber como o tempo e consumo andam lado a lado, mas o tempo ainda parece ser quem rege as relações, a produção, toda a sua cadeia em geral, embora muitas vezes exista uma tendência a relegar este a um segundo plano em detrimento das trocas comerciais, o que se mostra equivocado quando a economia também se baseia em questões temporais. O estudo aqui proposto, longe de estar próximo a respostas, buscou trazer à luz questionamentos do quotidiano, tendo em vista o mundo contemporâneo e suas práticas de consumo materiais e de subjetividades.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 3. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

DE FARIA, José Henrique.; RAMOS, Cinthia Leticia. Tempo dedicado ao trabalho e tempo livre: os processos sócio-históricos de construção do tempo de trabalho. • RAM, REV. ADM. MACKENZIE. Vol 15, n. 4, p 47-74.

HUME, D. Investigação sobre o entendimento humano. São Paulo: Abril Cultural, 1984. (Os Pensadores).

KANT, I. Crítica da razão pura. São Paulo: Nova Cultural, 1987. (Os Pensadores).

KRENAK, Ailton. A vida não é útil. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

RICOUER, Paul. **Tempo e narrativa (Tomo I).** v. 4. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2016.

RIBEIRO, Stephanie Harumi Itokazu. **O RETORNO DO TEMPO NO CONSUMO.** Perspectivas da semiótica em manifestações de marca. Monografia (Pós-Graduação-Especialização em Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações). Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 60. 2016.

1. Graduanda do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (FACOM-UFPA), comunicação, e-mail: [vitoriamelogalvao@gmail.com](mailto:vitoriamelogalvao@gmail.com) [↑](#footnote-ref-1)
2. Doutora em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Pará (UFPA). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação, Consumo e Identidade – Consia (CNPq/UFPA). *E-mail*: [manuelacorralv@yahoo.com.br](mailto:manuelacorralv@yahoo.com.br).  [↑](#footnote-ref-2)
3. Doutora em Sociologia e Antropologia (UFPA). Docente da Faculdade de Comunicação Social (FACOM- UFPA), antropologia da comunicação, e-mail: [jussiac@gmail.com](mailto:jussiac@gmail.com) [↑](#footnote-ref-3)
4. Worth Global Style Network é uma empresa global que trabalha na previsão de tendência de consumo, realizando análises do panorama global e aprofundamento sobre a indústria. Ver mais em: <https://www.wgsn.com/pt/wgsn> [↑](#footnote-ref-4)