



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas

Departamento de Administração

AMANDA PINHEIRO ARAÚJO

**A PERCEPÇÃO DOS PROFESSORES DE ENSINO  
BÁSICO QUANTO AO COMPORTAMENTO INFANTIL  
DE CONSUMO E DESCARTE**

Brasília – DF

2023

AMANDA PINHEIRO ARAÚJO

**A PERCEPÇÃO DOS PROFESSORES DE ENSINO BÁSICO QUANTO AO  
COMPORTAMENTO INFANTIL DE CONSUMO E DESCARTE**

Monografia apresentada ao  
Departamento de Administração como  
requisito parcial à obtenção do título de  
Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Prof. Dr. Diego Mota  
Vieira

Brasília – DF

2023

AMANDA PINHEIRO ARAÚJO

**A PERCEPÇÃO DOS PROFESSORES DE ENSINO BÁSICO QUANTO AO  
COMPORTAMENTO INFANTIL DE CONSUMO E DESCARTE**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do (a) aluno (a)

**AMANDA PINHEIRO ARAÚJO**

Prof. Dr. Diego Mota Vieira  
Professor-Orientador

Prof. Dr. Bruno Saboya de Aragão,  
Professor-Examinador

Prof (a). Dra. Natasha Fogaça,  
Professora-Examinadora

Brasília, 14 de julho de 2023

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, por todo o amor e suporte. Aos professores que se dispuseram a participar desta pesquisa. Aos meus colegas de curso por compartilharem essa jornada comigo e ao meu professor orientador Diego, por toda a paciência e auxílio durante o período de realização desse trabalho.

“Comprar menos, escolher bem e tornar duradouro.”

Vivienne Westwood

## RESUMO

O objetivo dessa pesquisa foi analisar a percepção dos professores de ensino básico quanto aos principais aspectos que permeiam as relações de consumo e descarte do consumidor infantil. Para tal, utilizou-se a teoria disponível sobre comportamento de consumo infantil, descarte de bens e comportamento de descarte infantil. A partir desses estudos foi elaborado um roteiro semiestruturado para entrevistas em profundidade junto a 15 professores de ensino infantil. Os dados obtidos foram analisados e interpretados com análise de conteúdo, por meio de categorização. As considerações revelaram forte entendimento e engajamento dos docentes sobre as temáticas, apoiado por projetos propostos pela escola e existência de conscientização ou sensibilização de certos temas. Quanto aos comportamentos de consumo e descarte, foi dada ênfase nessas relações junto aos brinquedos, pela maior aproximação com o universo infantil. Alguns dos pontos abordados de forma recorrente no decorrer do estudo foram consumismo, imediatismo, apego, interesse, uso exacerbado de equipamentos eletrônicos, compartilhamento, conscientização, doações, consumo consciente.

Palavras-chave: Consumo. Descarte. Crianças.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo do Processo Decisório do Consumidor para o Descarte de Bens 22

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Roteiro de entrevista .....	28
Quadro 2 – Informações dos entrevistados .....	30
Quadro 3 – Implicações do consumo .....	34
Quadro 4 – Relações com os objetos .....	49
Quadro 5 – Diálogo acerca das relações de consumo .....	58
Quadro 6 – Consumo consciente .....	65
Quadro 7 – Sazonalidade na doação .....	68
Quadro 8 – Sentimentos e motivações comuns aos processos de consumo .....	69
Quadro 9 – Sentimentos e circunstâncias motivadoras para o descarte .....	70

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	8
1.1	Contextualização.....	8
1.2	Formulação do problema .....	12
1.3	Objetivo Geral .....	12
1.4	Objetivos Específicos .....	12
1.5	Justificativa.....	13
2	REVISÃO TEÓRICA.....	15
2.1	Comportamento de consumo infantil.....	15
2.2	Comportamento de descarte infantil .....	19
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....	25
3.1	Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa .....	25
3.2	Participantes da pesquisa .....	26
3.3	Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa .....	28
3.4	Procedimentos de coleta e de análise de dados .....	29
4	RESULTADO E DISCUSSÃO .....	31
4.1	Hábitos e atitudes relacionados ao consumo de bens .....	31
4.1.1	Implicações do consumo.....	31
4.1.2	Comportamento saudável de consumo.....	35
4.1.3	Influência da família em um comportamento saudável de consumo ....	37
4.1.4	Influência das crianças nas decisões de compras .....	39
4.2	Relação com os objetos .....	42
4.2.1	Relação da criança com os objetos .....	42
4.2.2	Percepção da criança sobre o interesse .....	50
4.3	Projetos pedagógicos .....	54
4.3.1	Diálogo acerca das relações de consumo .....	54
4.3.2	Projetos e ações sobre o consumo consciente e descarte .....	58
4.3.3	Sazonalidade na doação .....	65
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO .....	71
	REFERÊNCIA.....	75
	APÊNDICES.....	80
	Apêndice A – Árvores de categorias .....	80

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Contextualização

O consumo que, por definição, é caracterizado pelo ato de utilizar um produto ou serviço para satisfazer uma necessidade pessoal ou de um grupo, representa uma ação típica da natureza humana (BEZERRA, s.d.). Nesse sentido, observa-se o suprimento de necessidades primárias do ser humano, como a alimentação, o vestuário e a educação, contrário ao fenômeno do consumismo, ou consumo supérfluo, o qual é pautado por necessidades secundárias, criadas pela sociedade de consumo (BEZERRA, s.d.; GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020). No contexto histórico, os avanços científicos e tecnológicos pós 2ª Guerra Mundial transformaram a sociedade moderna em uma sociedade de consumo de massa, sob avançado desenvolvimento industrial e com grande circulação e consumo de bens e serviços, devido a demanda quase que ilimitada referente à aquisição e ao consumo no geral (RESENDE, 2013).

A importância do estudo acerca dessa temática pode ser explicada por Douglas e Isherwood (2006), ao passo em que citam os bens materiais em um contexto além da subsistência e exibicionismo, como agentes que possibilitam às pessoas estabelecerem e manterem relações sociais, bem como darem visibilidade e estabilidade às categorias da cultura, pois parte-se do princípio que os bens dispõem de significação social, de modo a refletirem características acerca dos consumidores (grupos e as relações envolvidas neste, família etc), provenientes das atividades de aquisição e posse.

Quanto à importância dada aos bens materiais, são identificadas por Holbrook (2006) duas categorias, dentre outras, sendo estas o valor social, o qual ocorre quando o comportamento de consumo é utilizado como um meio para se moldar às reações dos outros, como ao utilizar produtos que possivelmente elevem o seu status perante as pessoas específicas ou no geral; e o valor hedônico, que se manifesta em experiências de consumo apreciadas por si próprias, com fins em si mesmas.

Posto isso, o mercado infantil vem despertando cada vez mais a atenção da indústria, em especial a de brinquedos, em função do seu potencial de consumo. De acordo com o Sebrae, o mercado infantil movimentou R\$ 16 bilhões ao ano no Brasil e cresce 14% anualmente. Esse público, entre produtos e serviços, movimentou no país um valor na faixa de R\$ 50 bilhões anuais e tende a crescer cada vez mais. Dados sobre o mercado de brinquedos apontam que as vendas se concentram prioritariamente no segundo semestre do ano, registrando 71% do total anual, em razão, principalmente, do Dia das Crianças e do Natal (ABRINQ, 2019).

A fim de conquistar uma fatia desse mercado, as organizações têm investigado os novos hábitos desses consumidores. O processo de compra infantil se destaca tendo em vista os ambientes no qual está inserido, devido a sua vulnerabilidade, ao poder de compra e ao seu acesso aos produtos e ou pontos-de-venda (PDV). Diversos são os fatores influenciadores do comportamento do consumidor infantil, como: as diferenças individuais, influências ambientais e processos psicológicos, como motivação, percepção, aprendizagem, além das influências culturais, classes sociais, grupos sociais e grupos de referência. Em relação aos agentes influenciadores, acredita-se que sejam os pais, os colegas, a escola, a televisão, a mídia em geral, e outros grupos de referência, que, com maior intensidade do que os outros fatores, irão despertar na criança um desejo ou vontade de adquirir algo (MALEK, 2012).

Ainda a respeito do comportamento de consumo sob a perspectiva do público infantil, observa-se uma certa relutância das crianças no ato de se desfazerem de seus brinquedos, mesmo que não brinquem mais com eles sob a mesma frequência, visto que estes podem ser, por exemplo, objetos de caráter transicionais, que confortam e as ajudam a lidar com emoções e/ou situações difíceis (WINNICOTT, 1953 apud CERIO, 2022). Da mesma forma, os pais também podem sentir dificuldade em descartar os brinquedos de seus filhos, os quais, geralmente, são considerados especiais, simbólicos e contém memórias positivas (PRICE et al., 2000 apud CERIO, 2022).

Outro fator relevante é a característica de durabilidade, como premissa de alguns brinquedos, possibilitando que muitos atravessem gerações, o que se contrapõe ao mercado de brinquedos e o seu marketing que insere incessantemente novidades nas prateleiras, estimulando o público infantil a desejar novos itens todos os anos. Esse ciclo mercadológico e de consumo reflete ainda em impactos no meio ambiente, contribuindo com o excesso de produção e uso de plástico, por exemplo,

visto que 90% dos brinquedos produzidos mundialmente são feitos com algum tipo de plástico, muitas vezes, com presença de plásticos de uso único ou de curto prazo, o que é prejudicial ao ambiente, tendo em consideração o tempo demandado para a sua decomposição. Soma-se isso à composição dos produtos e embalagens (aumento da complexidade com relação à diversidade dos componentes, inclusive tóxicos, como corantes e metais pesados), assim como à produção crescente e disseminação em todos os compartimentos ambientais, o que caracteriza um processo de difícil degradação e fácil dispersão (GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020).

Já no âmbito do descarte, tais discussões podem tomar lugar de análise dentro da taxonomia do comportamento de descarte do consumidor, proposta por Jacoby (1977), o qual divide o descarte em três categorias: manter, descartar permanentemente e descartar temporariamente, entre outras subcategorias.

Ainda sob esse aspecto, dados retratam que as crianças perdem rapidamente o interesse pelos brinquedos, o que se torna um potencial desafio pautado no universo consumista e deteriorante do planeta. A exemplo, um estudo no Reino Unido concluiu que as crianças deixam o brinquedo de lado em 36 dias e que um em cada três pais admitiu descartar brinquedos que ainda estão em perfeitas condições de uso (MYGREENPOD, 2019 apud GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020). Nesse sentido, o comércio e consumo de brinquedos no Brasil suscitam uma agenda importante, que direciona o olhar para discussões acerca do desenvolvimento socioambiental e para o desenvolvimento integral da infância. Sob esse cenário é pertinente a discussão acerca do consumismo:

As crianças foram elevadas, pelo mercado, ao status de consumidoras antes de estarem aptas a exercício pleno de sua cidadania. Elas são, desde cedo, incitadas a fazer parte da lógica do mercado e a forma como são olhadas e investidas, simbolicamente, pelos outros, passa pela cultura consumista (PEREIRA, 2012, p. 45 apud ZENI, DE MORAES, 2016, p. 6)

A respeito do consumo consciente, este último apoia-se na educação como agente transformador de comportamentos de consumo e no processo de conscientização crítica do consumidor acerca da adoção dos valores socioambientais de suas decisões de consumo (RESENDE, 2013). A escola representa um importante agente de socialização para a formação do indivíduo, de modo que se propõe, por exemplo, no ensino fundamental, que sejam discutidas temáticas emergentes socialmente de forma crítica, e de maneira que estejam alinhadas à realidade do

aluno, tais como ética, pluralidade cultural, meio ambiente e saúde, no ensino fundamental, o que implica na introdução às crianças sobre o papel do consumidor (BRASIL, 1997; MOURA, 2021; NEVES, 2011). Segundo Durkheim (2001), a educação escolar possui uma dupla função, a qual abrange as funções integração e diferenciação, sendo estas responsáveis por condicionar determinadas ideias, sentimentos e práticas, e pela preparação da criança para o futuro, respectivamente. Os professores trabalham, portanto, de maneira favorável à construção de atitudes e valores mais conscientes, de forma que contribuem também para o estímulo de problematizações e na integração das discussões desses temas do educando com a família (MOURA, 2021).

Sobre o ensino de práticas de consumo consciente alerta-se, ainda, para a necessidade de um processo educacional bem planejado e de execução continuada, em especial nos primeiros anos de vida do indivíduo, em razão de estimular comportamentos responsável, ético e solidário quanto ao ato de consumo, para que, no futuro, não sejam exigidas quebras de paradigmas e de comportamentos já estabelecidos dos jovens e adultos (RESENDE, 2013).

Em relação ao consumismo, por exemplo, considera-se que a criança precisa de auxílio da escola e da família para refletir a respeito de elementos da mídia e do entretenimento consumidos por ela, a fim de superar padrões de consumo inadequados (MOURA, 2021). Com isso, torna-se notável a importância do educador que, para além do ensino formal, incentiva os valores, comportamentos e estilos de vida que possibilitem um futuro sustentável, de integridade ambiental, de igualdade econômica e de uma sociedade justa para as gerações presentes e futuras (RESENDE, 2013). Determinado o papel fundamental dos educadores nesse aspecto, destaca-se a existência de famílias que terceirizam a educação dos filhos, de modo que o relacionamento com a escola se transforma em uma constante transferência de responsabilidades (CABEDA, CHIARELLO, 2018).

De acordo com Cabeda e Chiarello (2018), é objetivo da educação conscientizadora fazer com que a criança evolua do consumismo para o consumo consciente, responsável e sustentável, educando-a e preparando-a sob a visão de que a “criança de hoje é o consumidor direto de amanhã”. Os docentes então acompanham as crianças cotidianamente e, por isso, também refletem potencial para contribuir com pesquisas acerca do comportamento do consumidor infantil, o que nos leva à formulação do problema e ao objetivo geral deste trabalho.

## **1.2 Formulação do problema**

Conforme foram introduzidas as relações de consumo no universo infantil, trata-se de tema atual e recorrente, presente em diferentes níveis no cotidiano dos indivíduos. Com ele são atingidas questões conflituosas como o consumismo, a formação de novos hábitos influenciados pela tecnologia, o ter x ser, ou então, o desejo x necessidade, ou seja, a mudança no processo de desenvolvimento da percepção do que é ou não, de fato, supérfluo. As crianças, tratando-se especificamente da faixa entre 6 e 10 anos de idade, como potenciais consumidoras e influenciadoras nas decisões de compras familiares, requerem atenção. É sabido que tais comportamentos e hábitos relacionados ao consumo e ao descarte, os quais são naturalmente mais observáveis dentro de casa, podem adentrar também o ambiente escolar. Por essa razão, versando as características e os potenciais desafios frente às questões sociais e ambientais, questiona-se: Como professores de ensino infantil percebem o comportamento de consumo e descarte?

## **1.3 Objetivo Geral**

O objetivo geral do presente estudo consiste na análise da percepção dos professores quanto aos principais aspectos que permeiam as atuais relações de consumo e descarte do consumidor infantil, bem como apontar suas sugestões e ações voltadas para o ensino do consumo consciente.

## **1.4 Objetivos Específicos**

De modo a alcançar o objetivo geral proposto por este trabalho, seguem os objetivos específicos a serem contemplados:

- Identificar os fatores ambientais e individuais que influenciam as decisões de consumo das crianças;
- Descrever sentimentos e motivações que surgem nos processos de consumo das crianças;
- Descrever as alternativas típicas de descarte adotadas pelas crianças;
- Descrever sentimentos e circunstâncias que podem ser motivadoras para o descarte da criança;
- Apontar sugestões de professores em relação ao ensino do consumo consciente.

### **1.5 Justificativa**

Na literatura encontram-se inúmeros estudos acerca do consumo infantil bem como das influências do marketing sobre este, no entanto, busca-se conferir maior profundidade a aspectos do comportamento de descarte desse público consumidor. Poucos são os estudos que tratam do comportamento de descarte nesse contexto, limitando-se ao descarte de roupas ou a questões sentimentais e de tomada de decisão por parte dos pais da criança (PERPÉTUO, 2015; CERIO, 2022). Ademais, além de resgatar novos pontos de vista sobre o consumo consciente e o desenvolvimento sustentável, o trabalho visa expor exemplos práticos das ações que são promovidas nesse sentido, o que se encontra limitado nos demais estudos das áreas de marketing e comportamento do consumidor.

Acerca do estabelecimento dos docentes como objeto de pesquisa, sua relevância se encontra em poder levantar dados, coletar opiniões, investigar o limite da influência deles sob os alunos, verificar barreiras, obstáculos referentes ao comportamento infantil e verificar os efeitos desse no ambiente escolar, bem como as alternativas sugeridas pelos professores sob o cunho pedagógico, e de como percebem o consumo e o descarte também nos contextos familiares, apresentando assim uma visão global, visto que muitos possuem contato com crianças também em suas famílias.

Desse modo, este trabalho tem a contribuir também, no social, para ampliação das discussões e entendimento sobre comportamentos de consumo e de descarte, que podem resultar em futuros efeitos e tendências geracionais. No bojo gerencial, o presente trabalho soma-se à contribuição de outros estudos na captação de certas

preferências do público infantil. Com isso, busca-se despertar o interesse de das equipes de marketing e da comunidade acadêmica para o tema. O segmento de mercado infantil representa para indústria e para as equipes de marketing um público com grande relevância, e assim, elas podem verificar as principais variáveis do estudo para a elaboração de estratégias, para melhorar a percepção de valor e políticas de relacionamento quanto ao público infantil, visto que este representa uma fatia considerável do mercado futuro das marcas. Na área acadêmica, reitera-se a importância de contribuir com estudos que tratem da percepção dos professores, nesse caso, tendo em vista a relevância que apresentam na realidade das crianças.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

O presente capítulo apresenta os principais conceitos teóricos que apoiarão o a compreensão do objeto de pesquisa desse estudo. Primeiro são apresentados o contexto teórico e conceitos relacionados ao comportamento de consumo infantil. A seguir, aborda-se o tema descarte de bens e, por último, é apresentado o comportamento de descarte infantil.

### **2.1 Comportamento de consumo infantil**

As transformações na história social da infância e da família exerceram grande influência no consumo, permitindo maior compreensão desse fenômeno. Um pioneiro nesse estudo foi Philippe Ariès, um historiador francês, que publicou em 1973 um livro contendo sua interpretação das sociedades tradicionais e suas mudanças no contexto europeu, partindo da Idade média. De acordo com o autor, uma expressiva mudança ocorreu a partir do XVII, quando se iniciou o processo de escolarização e as crianças passam pela aprendizagem no colégio, marcada a ruptura com a transmissão dos valores e dos conhecimentos em decorrência da convivência com outros adultos, pela qual as crianças eram separadas de suas famílias para aprender algum ofício e, dessa forma, eram educadas.

Com essa mudança, impulsionada pela Igreja e, segundo Ariès (1981), o início de uma “moralização da sociedade”, a família passa a apresentar afetividade, novos sentimentos em relação às crianças daquele núcleo familiar, reduzindo-se então a distinção quanto a fatores como idade e gênero, e assim, adquire uma função moral e espiritual, de oferecer preparação para a vida. Como consequência, surge o reaparecimento da preocupação com a educação daquele indivíduo e o desenvolvimento das escolas. Consoante a esses aspectos, a decisão de consumo também dizia respeito aos pais, os quais mantinham o controle sobre questões como o quê ou quando consumir.

A noção da criança como consumidora é estabelecida após a Segunda Guerra Mundial e as mudanças sociais trazidas com esse evento, tal como uma maior atitude autocentrada, que cercava pais e filhos, de modo que proporcionou mais gastos do consumidor para consigo e para seus filhos conferindo maior poder de escolha a esse

público e, assim, o conseqüente surgimento de brinquedos industrializados, de forma notória a partir da geração *baby boom* (PERPÉTUO, 2015; MCNEAL, 1993 apud NEVES, 2011). James McNeal, conceituado pesquisador de marketing infantil, compara os anos de 1985 e 1997 no que tange à renda anual total associada às crianças, observando um crescimento de mais de 500% e, no mesmo período, houve ainda um aumento de quase 300% nos gastos familiares influenciados pelas crianças (MCNEAL, 2000). O autor expõe também alguns fatores que fomentaram a influência desse público consumidor no século passado, sendo eles: o aumento da renda familiar, com o ingresso de um maior número de mães no mercado de trabalho; a queda na taxa de natalidade pós *baby boom*, pais tendo filhos cada vez mais tarde; famílias fragmentadas e presença de filhos postigos, o aumento de famílias monoparentais; o ressurgimento da importância dos avós; o aumento da culpa dos responsáveis e pais mais preocupados com o futuro dos seus filhos.

Na década de 1970 os anos foram de afirmação das crianças como consumidoras, pois elas passam a receber a “benção” dos pais como tal. A década de 1980 é lembrada como a época do consumo infantil, pois as crianças passaram a ter legitimidade ou igualdade em relação aos consumidores adultos. Em resumo, para o autor, nos anos 1960 deram às crianças renda para gastar. Nos anos 1970 se desenvolveram produtos e serviços para que elas pudessem querer e comprar. E nos anos 1980 lhes deram legitimidade ou igualdade aos consumidores em idade adulta e testemunhou-se a explosão da mídia direcionada para crianças como os canais de televisão infantis (MCNEAL, 1992 apud PERPÉTUO, 2015).

A socialização do consumo é conceituada por Scott Ward (1974) como o processo pelo qual a criança adquire competências, conhecimentos e atitudes relevantes para o seu funcionamento como consumidor perante o mercado. McNeal (2000) ainda reforça que o processo de aprendizado não se dá somente com o contato da criança com outras pessoas, mas também com objetos inanimados como animados, a exemplo de uma embalagem, que a ensina sobre aquele produto. Contudo, o processo é essencialmente moldado pelos pais, os pares, a escola, bem como pelas experiências de compra e os meios de comunicação (NEVES, 2011). Nesse sentido, é ainda mais evidente a influência representativa dos pais sob as crianças pequenas, visto a atuação deles como “porteiros” ou “guardiões” do que pode ser consumido e no cultivo de formas de consumir. Um exemplo é a relação dos pais com o dinheiro e pequenas poupanças dos filhos, o contexto de economia para comprar presentes de Natal, tendo essa gestão implicações significativas sobre como

as crianças desenvolvem a compreensão cotidiana de processos de gastos, compras e consumo dos bens (MARTENS, 2004).

Esse processo de socialização também é considerado precoce pela idade em que se inicia, a exemplo de mães que normalmente levam os filhos, ainda bebês, às compras. À medida que crescem, a estrutura do conhecimento global das crianças é aprimorada e expandida, consolidando-se geralmente aos nove anos (GUNTER E FUNHAM, 1998 apud NEVES, 2011).

Ainda acerca da estrutura familiar, Kaur e Singh (2006) abordam em seu estudo a importante questão do tradicional protagonismo da mulher na tomada de decisão das compras familiares, função a qual, com as crescentes alterações sociais e familiares, como a presença mais acentuada das mulheres no mercado de trabalho, passou a ser compartilhada com as crianças do lar, que demonstram gostar de opinar tanto nas compras rotineiras, como ao pedirem outros produtos de sua vontade.

Além dos pais e familiares próximos, observa-se também a influência dos amigos, que podem constituir modelos de referência contrários aos dos pais. Esse fenômeno é explicado pela identificação gerada pelas relações de amizade, além do que, à medida em que crescem, as crianças tornam-se mais sensíveis à opinião dos colegas (ALVES, 2002 apud NEVES, 2011).

A criança enquanto consumidora deve ser compreendida como um indivíduo capaz de funções cognitivas muito complexas. “A infância é simultaneamente o espaço cultural no qual as crianças aprendem, não somente aquilo que são, mas também o que não são e o que serão” (MCNEAL, 1993 apud NEVES, 2011). Acerca da presença da escola como agente socializador, denota-se:

(...) a escola tem como principal função formar o homem como cidadão, como trabalhador através de conteúdos científicos, tecnológicos, artísticos e desportivos como também através de valores (...) A escola tem uma relação especial com a sociedade, que se reflete, em muitos aspectos no âmbito social e político (Alves, 2002 apud Neves, 2011)

McNeal (2000) segmenta o mercado infantil em três divisões: primário, de influência e futuro. O mercado primário é definido pelo comportamento de consumo da criança com seu próprio dinheiro, podendo influenciar os pais na obtenção de produtos e onde podem ser formados hábitos de consumo que também serão praticados na vida adulta. No mercado de influência, como sugere o termo, a criança orienta as compras do adulto em benefício próprio e o mercado futuro representa o

cultivo de uma demanda futura por diversos bens e serviços. Ademais, a junção desses três grupos expressa maior potencial de mercado do que qualquer outro grupo demográfico, o que torna o público consumidor infantil alvo das indústrias de bens de consumo.

O autor também desenvolveu cinco etapas referentes ao desenvolvimento do comportamento do consumidor na infância, sendo elas respectivamente **observação, pedido, seleção, coaquisição e compra independente**. Em resumo, ainda bebês ou até recém-nascidos acompanham os pais em algum estabelecimento, onde obtém suas primeiras impressões através do sensorial, após os 2 anos de idade a criança começa a manifestar interesse e satisfação por algum produto e assim já faz pedidos, e quando ela se torna mais independente, por volta dos 3 anos, costuma selecionar e apanhar os produtos que lhe chamam atenção. Já na faixa dos 5 anos é comum ter a primeira experiência de compra com supervisão e aos 8 anos fazer compras de maneira independente (McNeal, 2000).

Sobre a perspectiva dos desenvolvimentos cognitivo e social, Deborah John (1999), afirma que há muita informação sobre o conhecimento de mercado das crianças e de seus papéis como consumidores, de modo que, além de conhecimentos de produtos, de produtos, marcas, publicidade, compras, preços, estratégias de tomada de decisão, influência dos pais e abordagens de negociação, ainda são investigados aspectos sociais do papel do consumidor e explora-se simbolismo de consumo, motivações sociais para o consumo e o materialismo.

A autora caracteriza as crianças nas seguintes fases: percepção, analítica e reflexiva. Na percepção tem-se a ocorrência de pedidos diretos e apelos emocionais para influenciar as compras, acompanhados de capacidade limitada de adaptação da estratégia de acordo com uma pessoa ou situação em específico. Na fase analítica, as crianças podem gerar mais estratégias e são mais atentas, focalizando em informações importantes. Já na reflexiva, elas são capazes de reunir informações sobre aspectos funcionais, perceptivos e sociais, se adaptando a tarefas de maneiras similares aos adultos (JOHN, 1999).

## 2.2 Comportamento de descarte infantil

Conforme observado por Solomon (2016) o descarte é um elemento importante no âmbito do comportamento do consumidor, sendo considerado como a última etapa do processo decisório. Parte de sua importância se dá pelo potencial impacto ambiental, causado pela sociedade com um grande apelo para o descartável (TOFFLER, 1970 apud SUAREZ et al., 2011), de maneira que leva a um crescimento da preocupação em se estabelecer meios mais sustentáveis de produzir, utilizar e descartar bens; com isso, o estudo do processo de descarte pode interessar a governos, empresas e organizações sem fins lucrativos (SUAREZ et al., 2011).

Em uma sociedade de consumo, conforme Gonçalves e Souza (2016), os bens tornam-se capazes de substituir um ao outro rapidamente, haja vista a necessidade de um volume da compra de cada vez mais produtos, ou seja, com a chegada de algo novo, o antigo torna-se tedioso, desinteressante. Essa lógica interfere nas relações sociais com a promoção de um estilo de vida acelerado de tal modo que incentiva o padrão descartar-substituir.

Em relação à motivação da compra de um produto, existem dois tipos de necessidade: utilitária e hedônica. Bens de valor utilitário, relacionam-se ao seu uso prático. Em contrapartida, bens de valor hedônico são relacionados ao desejo de prazer e autoexpressão (Churchill, 2012). Ao tratar-se de bens hedônicos, a busca de informações por diversas vezes leva o indivíduo a descobrir diferentes formas de descartar um mesmo objeto, podendo este ser reutilizado, repassado para algum conhecido entre diversas outras maneiras como categorizou Jacoby (1977). Dessa forma, a natureza demonstra-se relevante para o descarte consciente, pois guiará o indivíduo nas próximas etapas da tomada de decisão, sendo ela guiada pela racionalidade ou tendo interferência de sentimentos.

É também interessante a complexidade das motivações que influenciam cada forma de descarte. Cério e Debenedetti (2021) demonstram o viés estratégico das decisões dos consumidores ao escolherem maneiras de dispor de seus bens. Os consumidores assim, podem optar por estratégias orientadas para o mercado, as quais permitem que haja monetização em cima do item a ser descartado, o que envolve uma questão de oferta e demanda; para a conveniência, que trata de oportunidade, por vendas ou doações, por exemplo; ou para a comunidade, quando, além de se desfazer do objeto, o indivíduo se esforça para socializar e de fato se

conectar e criar contato com o aqueles que o estão recebendo, seja qual for o método de descarte escolhido (CÉRIO; DEBENEDETTI, 2021).

O descarte, então, pode ser tradicionalmente descrito pelos pioneiros Jacoby, Berning e Dietvorts (1977) como sendo o que os consumidores fazem com o produto depois que ele perde sua utilidade. São apontadas como alternativas não apenas o ato de jogar fora, vender, alugar, emprestar ou doar, mas também a decisão de manter o produto (ainda que sem utilidade, ao menos do ponto de vista funcional). Para além desse conceito, o descarte também é definido por Young e Wallendorf como “o processo físico e emocional, no qual os consumidores se desligam fisicamente do produto, mas também dos significados relacionados ao objeto”, ou seja, um “processo de descolamento da identidade”, e por Roster, como “ato voluntário por meio do qual uma pessoa abdica da responsabilidade e do controle sobre o objeto, abrindo mão da capacidade e dos benefícios presentes ou futuros que a posse do objeto poderia proporcionar”. (Young e Wallendorf, 1989; Roster, 2001 apud SUAREZ et al., 2011).

Em um contexto em que havia uma lacuna teórica acerca do tema comportamento de descarte do consumidor, Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) apresentaram em seu estudo experimental um modelo de taxonomia que fosse capaz de descrever o processo de descarte, ajudando assim na compreensão do comportamento do consumidor em relação a essa decisão. O sistema exhibe três opções quanto ao descarte, que são:

1. Manter o produto.
2. Se desfazer permanentemente.
3. Se desfazer temporariamente.

Ao desejar manter o produto, o consumidor encara mais três opções: a) continuar a utilizar o bem em sua função original, b) utilizar o produto para outra finalidade e c) guardá-lo para um eventual uso. Já ao escolher se desfazer do item permanentemente, o consumidor tem como possibilidade: a) jogar fora, b) doar, c) vender ou d) trocar. Finalmente, quanto ao descarte temporário, é possível: a) emprestar ou b) alugar o produto.

Em razão dos dados coletados na mencionada pesquisa, observou-se que as motivações do consumidor para a escolha de uma opção de descarte, em detrimento de outra, se dão por fatores psicológicos, fatores intrínsecos ao produto e fatores

extrínsecos. Sobre a primeira categoria reúnem-se fatores como personalidade, atitude, criatividade, classe e pressão sociais, nível de tolerância ao risco, entre outros. Fatores intrínsecos são características diretamente relacionados ao produto, como cor, condição física, durabilidade, confiabilidade, tamanho, seu custo de reposição etc; enquanto os fatores extrínsecos, por sua vez, representam mudanças na moda, espaço para o armazenamento, a economia e razões legais, por exemplo. Os autores afirmam ainda que as categorias podem se sobrepor e interagir entre si.

Baseado no modelo do processo de descarte de Jacoby, Berning e Dietvorst (1977), apresentado acima, mais especificamente sobre a modalidade de descarte permanente, com destaque às subcategorias de “Doação” e “Troca”, Albinsson e Perera (2009) trouxeram um esquema referente ao processo de descarte voluntário, no qual são expostas influências dos motivos do consumidor, divididas em características individuais e coletivas, explorando assim a importância de relacionamentos, valores e autoconceito no comportamento de descarte dos consumidores. O referido trabalho indica conclusões como características individuais influenciando tanto decisões de descarte como o modo de descarte em si, bem como as características coletivas e as próprias características do bem, exercendo também grande influência sobre as decisões acerca do descarte.

Dentro dos estudos mais recentes, Demsar e Brace-Gova (2017) trazem uma perspectiva interessante, na linha da presente pesquisa, em que o relacionamento consumidor-produto, que está diretamente relacionado ao nível de apego aos bens e a própria identidade, influencia na decisão do descarte, além de se tratar de um fenômeno que varia conforme a fase da vida em que se encontra o indivíduo (infância, adolescência, vida adulta).

Vieira et al. (2021) propõe o Modelo Decisório do Consumidor para o descarte de bens, baseado nos modelos do processo decisório de Engel et al. (1986) e o da taxonomia de Jacoby, Berning e Dietvorst (1977), o qual foi estruturado pensando em descrever os diferentes tipos de descarte de modo semelhante ao processo decisório de compra, devido a falta de atenção conferida a etapa final nesse modelo, de forma que incluísse suas etapas, motivações e fatores de influência que o levam a decidir por uma forma de descarte ao invés de outra.

Sendo assim, o modelo é composto por quatro etapas, abordando como ocorre o processo decisório de descarte do consumidor consciente: avaliação pós-consumo,

reconhecimento da necessidade de descarte, avaliação das alternativas de descarte e avaliação pós-descarte, representado pela Figura 1.

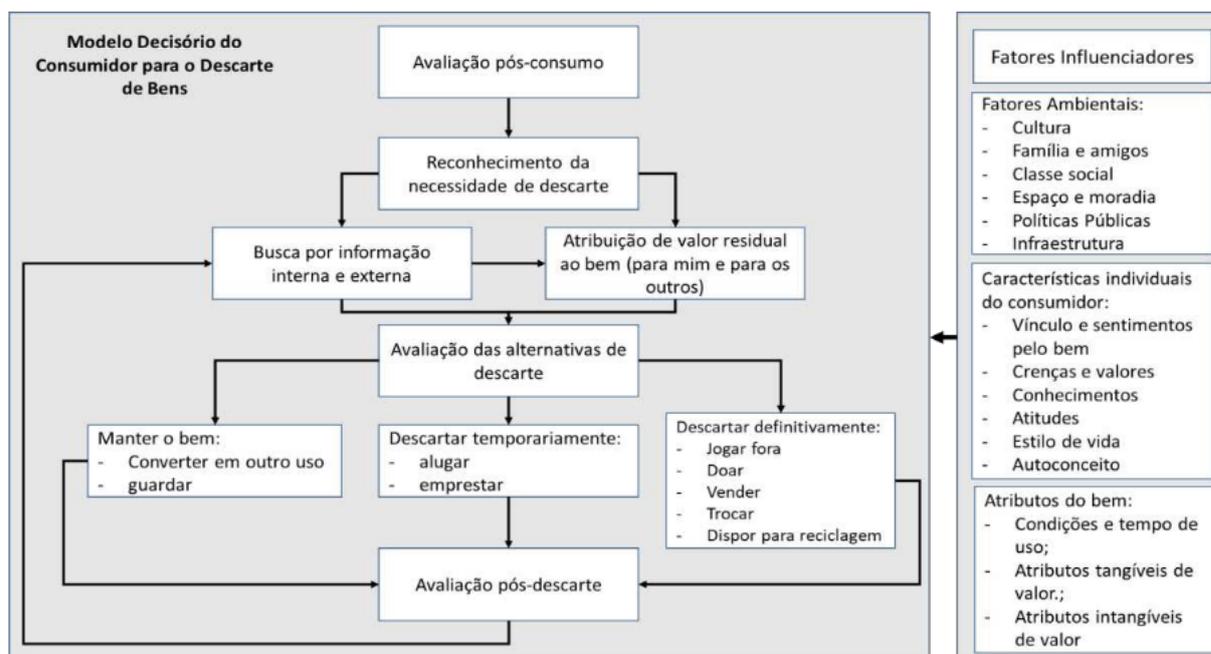


Figura 1 – Modelo do Processo Decisório do Consumidor para o Descarte de Bens

Fonte: Vieira et al. (2021)

Em resumo, na primeira etapa discute-se a satisfação quanto àquele bem como a avaliação de sua condição de uso; na sequência, possivelmente como resultado dessa avaliação, surge a necessidade de descarte, motivada por fatores de origem externa, psicológica ou sentimental, assim características inerentes ao próprio bem. Logo, o indivíduo considera as possibilidades e seleciona alguma das formas de descarte seja mantendo o produto, descartando-o temporariamente ou definitivamente. Aqui é possível acrescentar a atribuição de valor residual, quando o indivíduo analisa o valor percebido do item, na ótica dele mesmo, assim como para outras pessoas que podem recebê-lo, dessa forma, pensando em seus atributos tangíveis e intangíveis. E enfim, a avaliação pós-descarte que, segundo o autor, envolve diferentes sentimentos e intenções do consumidor (arrependimento, recompensa, recompra, por exemplo) (Vieira et al., 2021).

Como fatores influenciadores, o processo decisório de descarte indica os atributos do bem e, assim como no modelo de Engel et al. (1986), as influências ambientais e os fatores individuais. As influências ambientais são formadas por cultura, família e amigos, classe social, infraestrutura e situação socioeconômica e até

políticas públicas. Já os fatores individuais representam o vínculo com aquele bem, estilo de vida, crenças e valores, conhecimento, atitudes e autoconceito.

Segundo MALEK (2012): “O descarte é muito rápido na infância, devido ao interesse por novidades e descobertas de novos prazeres. Percebe-se uma relação diretamente proporcional entre a quantidade de consumo de um indivíduo e o seu volume no descarte”.

O comportamento de descarte infantil perpassa diferentes cenários: econômico, social, ambiental, político. No contexto de uma eclosão do consumismo de maneira desenfreada, existe um ciclo em que a criança é exposta a um excesso de estímulos e divulgação massiva de brinquedos, sendo muitos deles fabricados de derivados de plástico, além de desenvolvidos para gerar rápido desinteresse, tendo em vista os próximos lançamentos do mercado (GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020). Um exemplo dessa problematização são os populares brinquedos da L.O.L. Surprise! e os brindes vinculados às refeições do McLanche Feliz, do McDonald's.

O plástico gerado pelos 800 milhões de exemplares vendidos da L.O.L. Surprise! permitiram 24 voltas em torno da Terra. Já o McLanche Feliz, que associa alimentação ao consumo de um brinquedo (eatertainment), é o exemplo clássico da combinação publicidade-desejo-consumo-descarte (GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020).

Destaca-se a questão da fabricação dos brinquedos, pois muitos deles são feitos de diferentes materiais e substâncias químicas, responsáveis por conferir maior atratividade a esses produtos, e essa mistura impossibilita a reciclagem do brinquedo. O Brasil conta com a Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, que trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos, mas que considera apenas a logística reversa de brinquedos eletrônicos, e mesmo para estes é difícil de encontrar postos de coleta, o que desestimula o interesse das famílias em efetuar o descarte de maneira correta e segura (GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020).

Nesse sentido, é de grande relevância a implementação de ações integradas de diferentes atores da sociedade, como intervenções lideradas pela sociedade civil, como ações de incentivo ao livre brincar e doações e trocas de brinquedos (GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE, 2020).

No quesito emocional, o descarte de brinquedos, por exemplo, também é responsável por diversas questões e fenômenos familiares. Um estudo recente de

Cerio (2022) mostra que os pais e as crianças sofrem com o processo de desvinculação dos objetos, pois esse processo representa mudança de identidade, amadurecimento, que ambas as partes podem não estar prontas, devido a percepção de “perda” de parte de si mesmo, visto que os objetos contribuem para a expressão da identidade. Desse modo, muitas vezes, pais e crianças se encontram com os sentimentos divididos, as crianças por desejarem manter os objetos de sua infância junto a si, ao mesmo tempo em que existe a vontade de crescer, amadurecer, enquanto os pais gostariam de abrir espaço, para “forçar” os filhos a amadurecerem, mas também encaram a culpa de, possivelmente, chateá-los. Para isso, a autora fala sobre práticas como distanciamento espacial progressivo, e estratégias argumentativas como substituição, passagem de idade e solidariedade (CERIO, 2022).

Sobre as diversas formas de descarte, o trabalho de Malek (2012) mostra que 58% das crianças no universo da pesquisa, doam os seus brinquedos para instituições de caridade ou creches, geralmente orientadas pelos seus pais. Outras guardam, enviam para o conserto quando estraga o seu brinquedo e, até mesmo, utilizam como enfeite de casa ou guardam para dar aos seus filhos, para quando se tornarem pais. Além disso, diversos pais condicionam um novo brinquedo aos seus filhos, desde que eles doem os seus brinquedos antigos.

O estudo de Phillips e Seago (2011) contribui com uma visão mais aprofundada da relação dinâmica familiar e o descarte dos bens infantis, embora o foco desse trabalho seja as mães, buscando identificar padrões nas características das mães *keepers* e mães *discarders*, ou seja, mães que tendem a acumular os objetos e mães com maior tendência a descartá-los. É curioso a existência de culpa nas mães que mantêm esses objetos e, por essa característica, sentem que não demonstram uma identidade de organização e de “mãe em controle”.

### **3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA**

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, os quais são divididos em quatro tópicos: tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa, participantes da pesquisa, caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa e, por fim, procedimentos de coleta e de análise da dados.

#### **3.1 Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa**

No presente estudo é utilizada abordagem qualitativa. A pesquisa qualitativa, em sua essência, objetiva a “extração de sentimentos, emoções, motivações, percepções, “linguagem” do consumidor ou comportamento autorrelatado” (Judith Langer apud COOPER, 2011), de modo que haja uma imersão por parte do pesquisador no objeto em questão, além de, comumente, o desenvolvimento de uma compreensão inicial acerca de algum assunto e dos fatores predominantes a que estão relacionados (COOPER, 2011). O conhecimento de informações como fatos, situações e experiências, emoções, interações, descrições, sentimentos subjacentes (tais como valores, crenças e atitudes), contexto ambiental, mostra-se útil em indicar convicções mais próximas do real, ao evitar excessiva racionalização e mecanismos de defesa do ego (BAUER E GASKELL, 2002). Os mesmos autores, ao discorrerem sobre a pesquisa qualitativa declaram: “Na pesquisa social, estamos interessados na maneira como as pessoas espontaneamente se expressam e falam sobre o que é importante para elas e como elas pensam sobre suas ações e as dos outros.” (BAUER E GASKELL, 2002, p.21).

Como características comuns a pesquisa qualitativa, considerada pesquisa soft, observa-se não ser estruturada, sem caráter estatístico, em geral baseada em pequenas amostras e interesse em captar o contexto do problema, bem como suas razões e motivações, além de tratar de interpretações das realidades sociais, com a análise de citações, descrições, por exemplo. Nesse formato de pesquisa são comumente utilizadas técnicas como grupos de foco, associações de palavras,

entrevistas em profundidade, levantamentos-piloto e estudos de caso. A união das informações coletadas, discussões, opiniões de especialistas e análise de dados secundários contribuem para uma maior compreensão acerca do fenômeno de interesse, seu contexto ambiental, além de percepções e motivações subjacentes (MALHOTRA, 2012).

A classificação da pesquisa se encaixa na categoria exploratória descritiva. A pesquisa exploratória, segundo Gil (2008), tem como objetivo oferecer visão geral sobre determinado fato, aperfeiçoar ideias e conceitos a ele relacionados, visando auxiliar futuros estudos, possibilitando a formulação de hipóteses pesquisáveis e melhor delimitação de problemas de pesquisa. Ainda segundo o autor, no tocante a pesquisa descritiva, essa categoria possibilita conhecer a existência de relação entre variáveis, bem como até descrever a natureza desta, além de estudar e descrever características de uma população, junto a suas percepções, atitudes e crenças. Consoante a técnicas de pesquisa, utilizou-se entrevistas em profundidade, as quais compreendem sessões em que um entrevistador conduz o respondente a revelar motivações, crenças, atitudes e sentimentos sobre um determinado assunto.

### **3.2 Participantes da pesquisa**

Foram realizadas 15 entrevistas individuais, as quais formaram uma seleção baseada na conveniência da autora e na técnica de amostragem bola de neve, quando são colhidas informações e referências dos próprios participantes sucessivamente, de modo que auxiliem na seleção dos próximos entrevistados, ao indicarem potenciais respondentes dentro de seus contatos pessoais, que pertençam à população-alvo desejada, e assim, atribuindo caráter aleatório à escolha dos participantes (MALHOTRA, 2012). Para determinar o número total de entrevistados, seguiu-se a lógica da saturação, explicada por Gil (2008) como sendo o momento em que, pós adição de novos relatos, não é verificado um aumento de novas informações, caracterizando assim, um estágio de repetição e logo, pouco tem a adicionar para o objeto da pesquisa. Utiliza-se como referência possível um intervalo entre 15 e 25 entrevistas individuais (BAUER E GASKELL, 2002).

Como critério de seleção, optou-se por professores tanto da rede pública de ensino quanto de escolas particulares, sendo a maioria atuante no Distrito Federal e

uma no estado de Goiás, que estivessem exercendo a profissão atualmente ou então atuando em cargos correlatos, bem como, trabalhando diretamente com crianças de até no máximo 10 anos, priorizando-se a faixa entre 6 e 10 anos, sendo definida essa faixa como conceito de público infantil para o estudo, de maneira análoga ao trabalho de Neves (2011), que define a amostra como “particularmente vulnerável”, cuja definição é reiterada por outro estudo: “Entre os mais vulneráveis ao mercado, à mídia e à publicidade enganosa está o público infantil, sobretudo os que não possuem acesso à boa educação e à saúde e alento familiar.” (CABEDA, CHIARELLO, 2018, p. 128).

Foram entrevistados 15 professores, sendo 13 professores de 5 escolas particulares de Brasília e 2 professores de escolas públicas distintas, uma no Distrito Federal e uma em Formosa. Todos os entrevistados são do sexo feminino, com idade variando entre 23 e 56 anos, tendo em média 37 anos. Não houve a participação de professores do sexo masculino, embora dois tenham sido contatados, isso se explica devido a presença majoritária de profissionais mulheres na área de ensino infantil. A dificuldade de acesso, sendo o convite a esses indivíduos realizado de forma *online* via mensagens através dos *chats* das principais redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn), foi uma barreira na realização deste estudo. O estudo foi composto, por fim, de entrevistas *online* por videochamadas com as professoras que aceitaram participar da pesquisa.

Dentro da área de ensino das professoras, foram compreendidas todas as séries escolares da faixa de idade delimitada, sendo a maior parte das séries iniciais do ensino fundamental (2º, 3º e 4º anos). Das escolas particulares, uma professora lecionava na educação infantil (jardim de infância - alfabetização), 4 professoras lecionavam nos 1º e 2º anos do ensino fundamental, 6 professoras lecionavam nos 3º e 4º anos do ensino fundamental, e duas professoras atuavam em diferentes séries da educação infantil. Das escolas públicas, uma professora lecionava no 5º ano do ensino fundamental e uma estava ocupando cargo na gestão no momento, anteriormente lecionando no ensino especial (trabalhando com crianças que apresentavam laudo de autismo).

Para manter o caráter sigiloso de seus dados, as professoras ouvidas em entrevista foram enumeradas de 1 até 15, que referencia a ordem temporal de entrevistas realizadas.

### 3.3 Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa

O instrumento escolhido para a realização da pesquisa foi a entrevista em profundidade com roteiro semi-estruturado, possibilitando sondar em detalhes os pensamentos dos entrevistados (MALHOTRA, 2012). Boni e Quaresma (2005) afirmam que entrevistas semi-estruturadas são compostas por questionário previamente definido, em um contexto não formal, obtendo maior direcionamento para o tema pesquisado.

O roteiro utilizado é composto por 11 perguntas ao total e estava dividido em três partes. A primeira parte visava, de maneira geral, coletar a percepção dos docentes quanto ao do consumo e suas implicações, positivas e negativas, bem como discutir características e práticas de consumo saudável e a influência dos agentes família e criança. A segunda parte do roteiro apresenta perguntas relacionadas à vivência da sala de aula, do cotidiano do professor, abordando as relações da criança com os bens de consumo. Já na terceira parte, pauta-se projetos e ações escolares voltados para o descarte e o consumo consciente. Desse modo, o roteiro configura-se a partir de um total de 5, 2, 4 questões em cada parte, respectivamente.

É notório destacar que a formulação do roteiro utilizou como referência, o instrumento de coleta de dados construído na dissertação de Perpétuo (2015) que explorou a “Perspectiva sobre a decisão do descarte de roupas infantis”, adaptando uma pergunta, que se tornaram duas, a partir desse instrumento prévio.

QUADRO 1: Roteiro de Entrevista

PERGUNTA	REFERÊNCIA
1.Quais são as implicações positivas do consumo para o desenvolvimento da criança?	Santos; Oliveira; Bossa (2019)
2.Quais são as implicações negativas do consumo para o desenvolvimento da criança?	Santos; Oliveira; Bossa (2019)
3.Descreva, segundo sua percepção, como seria o comportamento saudável de uma criança em relação às práticas de consumo.	Resende (2013)

4.O que os pais e parentes podem fazer para que a criança tenha um comportamento saudável em relação ao consumo?	Resende (2013)
5.Você acredita que as crianças conseguem influenciar as decisões de compras rotineiras tomadas por seus pais? Por quê?	McNeal (2000), Neves (2011)
6. Como se dá a relação da criança com os brinquedos, com os objetos que levam para a escola? (ex: se é somente no dia do brinquedo)? Como você lida com situações de conflito envolvendo o apego ou ciúmes de objetos entre seus alunos?	Cerio (2022)
7.Como você observa o surgimento de interesse da criança por um brinquedo e o momento da falta de interesse por ele? (Curiosidade vs Abandono)	-
8.Existe, na escola, alguma conversa com a criança acerca das relações de consumo?	Resende (2013)
9.Entender se a escola tem atividades ou projetos que envolvem a questão do consumo consciente ou a valorização dos bens de consumo que ela possui (brinquedos, material escolar, diferentes objetos etc), assim como os valores trabalhados em prol dessa temática.	Perpétuo (2015), Resende (2013)
10.A escola tem atividades ou projetos que envolvem a questão do descarte e suas diferentes formas (emprestar, trocar, doar e jogar fora)? a) Porque fazem essas atividades? b) Avaliar a idade das crianças envolvidas nestas atividades e se há participação dos pais. c) Quais os resultados observados pela escola com estas atividades?	Perpétuo (2015)
11.Você identifica a influência da sazonalidade tratando-se da alternativa da doação?	Souza e Martínez (2018)

Fonte: Elaborado pela autora

### 3.4 Procedimentos de coleta e de análise de dados

A coleta de dados primários, como previamente descrito, ocorreu em entrevistas, em apenas uma etapa. A coleta dos dados primários foi realizada através de entrevistas semiestruturadas entre os meses de abril e junho de 2023, em entrevistas de 10 a 45 minutos. A maioria dos participantes foram escolhidos através de pesquisas randômicas por diversos colégios na rede social LinkedIn, enquanto o restante veio de indicações dos próprios participantes ou da rede de contatos da autora. O primeiro contato foi feito pela própria plataforma ou por outras redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp), onde era confirmada a compatibilidade do perfil

buscado e agendados os encontros. Todos os encontros ocorreram por videochamada, para otimização do tempo e maior comodidade, pelas plataformas Zoom, Google Meets e Teams, selecionada de acordo com a preferência da entrevistada. Para a realização das análises, as entrevistas foram gravadas e transcritas pela ferramenta do Google Docs.

O Quadro 2 resume as informações referentes aos participantes da pesquisa:

QUADRO 2: Informações das entrevistadas

<b>Professora Entrevistada</b>	<b>Idade</b>	<b>Série em que trabalha</b>	<b>Gênero</b>
Entrevistada 1	30	3º ano	Feminino
Entrevistada 2	28	Jardim de infância	Feminino
Entrevistada 3	56	5º ano	Feminino
Entrevistada 4	46	Diferentes séries	Feminino
Entrevistada 5	23	4º ano	Feminino
Entrevistada 6	39	2º ano	Feminino
Entrevistada 7	42	2º ano	Feminino
Entrevistada 8	44	Diferentes séries	Feminino
Entrevistada 9	31	4º ano	Feminino
Entrevistada 10	49	3º ano	Feminino
Entrevistada 11	31	1º ano	Feminino
Entrevistada 12	34	2º ano	Feminino
Entrevistada 13	Não informado	3º ano	Feminino
Entrevistada 14	28	4º ano	Feminino
Entrevistada 15	44	Diferentes séries	Feminino

Fonte: Elaborado pela autora

No início das entrevistas era feita uma breve explicação dos objetivos da pesquisa e, em seguida, a fim de contextualização, eram mencionadas as diversas formas de descarte categorizadas por Jacoby (1977), assim como descrição de como ocorreria o processo da entrevista e espaço para perguntas e dúvidas.

A análise dos dados das entrevistas se deu através de análise de conteúdo por categorização, com as categorias definidas a priori e a posteriori. Assim, para cada pergunta do roteiro de entrevistas foi criada uma árvore de categorias, na qual a categoria mãe representa a pergunta feita ao entrevistado e, baseando-se nas respostas obtidas foram elaboradas subcategorias (Bardin, 1977).

## **4 RESULTADO E DISCUSSÃO**

Nesse capítulo serão apresentados e discutidos os resultados obtidos nas entrevistas, sendo descritas as categorias percebidas, relacionada ao comportamento de consumo e descarte do consumidor infantil de forma abrangente, bem como a análise e resultados referentes a cada categoria descrita.

Como abordado no capítulo anterior referente à metodologia, a descrição e a análise dos resultados estão estruturadas a partir dos temas abordados nas entrevistas (categorias analíticas): Implicações do consumo; Relações com os objetos; Projetos e ações escolares voltados para o descarte e o consumo consciente.

### **4.1. Hábitos e atitudes relacionados ao consumo de bens**

#### **4.1.1 Implicações do consumo**

Inicialmente, as entrevistas foram conduzidas no sentido de levantar aspectos positivos e negativos do consumo de modo geral, no contexto do desenvolvimento infantil. Na percepção da entrevistada 02 e da entrevistada 10, o consumo de bens proporciona socialização, em um sentido positivo, às crianças, de modo que elas podem contribuir para o bom convívio social, promovendo identificação e interação entre elas e também com os professores, tendo assim sua importância. As entrevistadas 05 e 07 defendem a existência de práticas de consumo favoráveis ao aprendizado, a entrevistada 07 ainda acrescenta, nesse propósito, o apoio a crianças com laudos, ou seja o consumo “(...) para fins educativos (...) ou para desenvolver alguma habilidade específica (...)”. Já a entrevistada 09, observa a aprendizagem ao consumo de tecnologia, relacionando-o com poder aquisitivo, e menciona o domínio das ferramentas tecnológicas no cotidiano.

As entrevistadas 01 e 04 pontuam a conscientização, no geral, com acesso a mais informações “do que pode ser feito e o que não pode ser feito”, o próprio consumo consciente, adquirindo noção dos materiais não degradáveis no meio

ambiente, respectivamente. A entrevistada 06 condiciona o caráter positivo do consumo ao consumo consciente e possíveis consequências: “Um consumo consciente né, é muito interessante para explorar a criatividade da criança, a noção de mundo, o compartilhamento com o outro, com os colegas com os pares (...)”.

Um terço das entrevistadas (05, 11, 12, 13 e 14) atrelaram a influência positiva do consumo às noções de educação financeira, a qual aborda, por exemplo, os conceitos de consumo, desperdício, economia, poupança e, principalmente, reforçaram a necessidade da condução a um consumo reflexivo, de modo que a criança perceba o valor do dinheiro, como explicado pela entrevistada 12:

(...) acho que saber né, assim, o que... as coisas têm valor né e saber que elas vão ter que ter uma condição, dinheiro ali, tem que conquistar isso de alguma forma e que elas precisam comprar, que nada vem simplesmente fácil né (...), dependendo da idade, eles acham que é assim mesmo, né? (Entrevistada 12).

(...) depende do consumo, se ele for guiado para uma coisa para que a criança entenda o valor, o trabalho que tem por trás daquilo que ela está usufruindo, eu acho que é um consumo positivo porque a gente precisa disso na sociedade né, de alguém que produza e de alguém que usa esse produto para continuar gerando capital (...) positivamente, é quando ele é guiado para a criança, explicado, que ela pode comprar, que ajuda a gerar o capital e tudo mais. (Entrevistada 05).

Santos; Oliveira; Bossa (2019, p. 30) reiteram as consequências positivas abordadas pelas respondentes, e citam outras como: “desenvolvimento da maturidade e autonomia, fortalecimento do vínculo parental por meio de equipamentos tecnológicos e acesso a programas educativos que auxiliam na promoção do desenvolvimento da personalidade e maturidade.”

Quanto à visão dos pontos negativos do consumo, naturalmente foi abordado, por mais da metade das entrevistadas, a questão do consumismo, onde foram evidenciadas características como o consumo desenfreado, desmedido, sem propósito, aleatório, por status e, por vezes, por falta de educação financeira, sendo essa condição presente em diferentes aspectos da vida da criança (brinquedos, roupas, alimentação). Algumas entrevistadas relacionam a esse comportamento a influência da família (ex: bens como recompensa) e a classes sociais com maior poder aquisitivo, o que também pode refletir em alguma diferença na incidência desses comportamentos em escolas públicas e nas particulares.

(...) dependendo da criança, se ela não consegue entender que o consumismo exagerado vai trazer problemas, porque é mais gasto, mais

problema para a sustentabilidade e o ambiente, eu creio que isso não vá favorecer o desenvolvimento dela como pessoa na sociedade, como cidadã (...) o consumo como ele está hoje, principalmente com a internet, publicidade e tudo mais (...) está fazendo com que a gente cresça com uma cabeça mesmo de consumismo elevado, querendo sempre fazer trocas o tempo todo, não dando uma vida útil para qualquer produto que seja, e isso acaba implicando negativamente no quesito mesmo de sustentabilidade, no ambiente e tudo mais, e até para fazer a criança entender o valor que aquilo tem para ela, como saber lidar com isso, o quê que ela pode realmente aproveitar, sem ficar gastando excessivamente (...) (Entrevistada 05).

Em contraponto com os pontos positivos do consumo, as professoras observaram o consumo também como causador de problemas de socialização, ao gerar conflitos e isolamento. Sobre os conflitos, as entrevistadas 02 e 04 abordaram a dificuldade de compartilhar os objetos. A entrevistada 02 explica:

(...) depende muito de como a família lida com aquilo, porque a criança reflete muito a dinâmica familiar (...) se é uma criança que toda semana tem uma caneta nova, um lápis de cor novo, aquilo faz dela, traz uma sensação, mesmo que ela não entenda que aquilo seja uma forma de poder sobre as outras crianças, acaba trazendo certo conflito, para ela entender, assim, os limites, as possibilidades que, as outras crianças às vezes querem usar e compartilhar, né? (Entrevistada 02),

Em adição ao ponto anterior, a entrevistada 04 declarou que observou crianças que optam pelo isolamento em detrimento de manter amizades, pelo sentimento de preenchimento pelo consumo e nos brinquedos que possuem. Ainda foi abordada a observação acerca do aumento do descarte, tanto de brinquedos quanto de alimentos, dada a facilidade de acesso aos bens, propiciando assim um comportamento de consumo descartável, segundo a entrevistada 08.

Também se levantou o ponto acerca do imediatismo, com a nova geração de crianças caracterizada como a “geração *fast food*”, o que significa, sob a ótica das entrevistadas 11 e 13, uma geração imediatista, instantânea, na qual tudo encontra-se pronto. Nesse sentido, observa-se uma deficiência no estabelecimento de prioridades, no comportamento de esperar ou “no prazer da espera”, como descrito pela entrevistada 13, e em aproveitar os momentos, de modo que a família também pode condicionar esse comportamento, segundo a entrevistada 11, com a prática de compensações:

A família, ela não se percebe no processo de educar e, por vezes, para compensar essa atenção, a gente percebe é que é muito mais fácil isso, sabe? Eu te dou para você ficar quieta, eu te dou um tablet (...) E o mercado, ele é safo, o comércio, ele é inteligente, então ele percebe a geração que nós temos hoje de famílias, em que querem compensar, por exemplo, a atenção,

em que querem transferir, hoje ou a gente percebe que existem transferências de papéis (...) é uma realidade também que a gente tem dentro do contexto infantil, onde esse imediatismo, ele acontece muito grande e a criança, por exemplo, não tem aquele processo de construção com ela de “Vou dar um cofrinho e você vai guardando esse dinheiro para comprar algo que você quer bastante”, né? (entrevistada 11),

De acordo com Santos; Oliveira; Bossa (2019), as consequências negativas do consumo no bojo do desenvolvimento infantil estão relacionadas também às possíveis frustrações dos desejos criados pela mídia, que acarretam problemas relacionados à sua satisfação pessoal e autovalorização. “O desejo de consumo cria ansiedades, que podem influenciar na capacidade emocional e de reflexão da criança” (Santos; Oliveira; Bossa, 2019). Martens (2004) complementa que os ensinamentos tradicionais sobre modos de conduta apropriados não são suficientes para reduzir a ansiedade e a incerteza. A autora ainda adentra a questão da exclusão social em sua perspectiva sobre os estudos de Middleton et al. e de Chin, os quais reportam, respectivamente, o grande esforço que os pais fazem em questão de consumo, para que seus filhos não destoem dos colegas, o que gera um padrão inacessível para outros pais, e também, que as crianças se comparam em suas relações e, se percebem que as outras também fazem parte da exclusão da cultura consumo, não refletem em atitudes competitivas e de importunação, mas na situação contrária, isso representa problema.

### QUADRO 3 – Implicações do consumo

<b>Implicações do consumo para o desenvolvimento das crianças</b>	
<b>Implicações positivas</b>	<b>Implicações negativas</b>
Socialização	Problemas de socialização
Aprendizagem	Consumismo
Conscientização	Preferência a dispositivos eletrônicos
Educação Financeira	Aumento do descarte
	Imediatismo

Fonte: Elaborado pela autora

#### 4.1.2 Comportamento saudável de consumo

Em seguida, as respondentes foram questionadas acerca de opiniões quanto ao que representaria comportamentos saudáveis de consumo para elas. O diálogo da família, abordando questões como a situação financeira, discussão sobre as coisas que são verdadeiramente proveitosas e adequadas de acordo com o momento, ou seja, “uma boa conversa”, é essencial, segundo a entrevistada 01, visto que as crianças não conseguem ter tudo o que desejam.

Para além do diálogo, as entrevistadas também atribuíram outros papéis à família, como a responsabilidade por guiar e oferecer formas de consumo consciente, bem como servir de exemplo em atitudes, na consciência, em constituir um ambiente consciente para a criança e buscar desenvolver hábitos como o descarte correto do lixo e o uso consciente das embalagens.

Eu acho que um consumo consciente guiado, de certa forma, pelos pais né, os mentores daquela criança, assim, entender o impacto daquele objeto, ou o quê que aquilo representa, né? (...) para que a criança faça escolhas diante do que ela consome. Eu falo muito de material escolar, que as crianças de 6 anos, elas estão muito nessa fase, assim, das coisas bonitinhas, de lápis de cor, de apontador, e hoje o mercado traz muito isso, né? (...) Então tudo isso faz com que a criança tenha uma sensação de consumo ali dentro dos próprios materiais escolares, que era para ser uma coisa simples, né? (Entrevistada 02).

“(...) se o ambiente em que ela está inserida né, seja aí o ambiente escolar, familiar né, onde ela tem os momento de lazer, se eles não promovem esse consumo consciente, se isso não é falado né, se a família não tem uma identidade né, de como gerir esses recursos né, os recursos que estão disponíveis, vai ser impossível da criança ter essa consciência sozinha. (Entrevistada 15).

Metade das entrevistadas exploraram a própria conscientização da criança, em relação a conhecer o valor dos bens que ela própria e/ou a família consomem, o esforço que existe por trás das aquisições desses bens, a distinção entre itens que são prioridades e os que são mimos ocasionais, e que alguns de seus bens podem servir para crescimento individual, para aproveitar devidamente, ou seja, é preciso que ela saiba o porquê está a adquirir aquilo. Esses pontos são igualmente abordados por Cabeda e Chiarello (2018), que assim como as professoras, abordam a importância da família ao compartilhar o orçamento doméstico e assim comunicar a criança sobre a responsabilidade de fazer escolhas que podem fazer a diferença. A conscientização, então, se desdobra na discussão da identificação de desejos e de

necessidades, conforme experiência da entrevistada 09, de uma atividade aplicada em sala de aula:

(...) o quê que é desejo, o quê que é necessidade, e elas listaram, assim, e alguns foram um pouco conflituosos, assim né “Ah, mas isso é uma necessidade, eu preciso disso”, “Ah será que precisa mesmo?”, né? Então assim, foi muito bacana, foi uma atividade muito legal, assim, delas entenderem e dialogarem entre si o quê que realmente é vital né, uma necessidade vital ali, então teve “Ah uma bola de futebol para um jogador de futebol é algo vital? Sim, preciso de uma bola de futebol. Mas para um médico, é uma necessidade vital?” Então a gente começou a dialogar nesse... “e para você? Agora você vai listar coisas que realmente são necessidades, coisas que são desejos, que vocês gostariam de ter (...) Então eu acho que elas têm esse senso, assim, crítico, sabe? É claro que algumas “Ah não, mas eu quero”, né? Mas, no fundo, no fundo a gente sabe que eles conseguem identificar né, o quê que é necessidade, o quê que não é, enfim. (Entrevistada 09).

Para as entrevistadas, o trabalho da escola juntamente à família é também capaz de formar um consumo saudável, em especial no âmbito da educação financeira. Dentre uma série de aspectos nesse tópico, as entrevistadas citaram as principais noções que a criança deveria ter: de onde vem o dinheiro e qual o seu valor; qual consumo é favorável e qual é exagerado; quando é preciso guardar dinheiro ao invés de gastar; entender todos os processos por trás de uma compra até ter o produto final, saber avaliar os preços, bem como o melhor produto, de acordo com a renda. A entrevistada 05 ainda completa “a criança (...) comprar e dar valor para aquilo que ela está utilizando, não gastar loucamente em seguida, ou até mesmo saber economizar, e aí vem aquela questão de guardar né, em cofrinho (...)”. A entrevistada 11 explica sobre a importância de incluir a criança no processo do consumo:

Por vezes a família pode te ajudar a contribuir ali na versão final, mas a criança, ela participou daquele processo (...) Eu acho que também não é extinguir e falar assim “Ah, você não vai ter acesso ao dinheiro”, também não é isso, isso não é educativo, né? Mas explicar primeiro a função do dinheiro para a criança, de onde ele vem, né? Ou foi uma prestação de serviço, ou foi algo que eu vendi, enfim, de onde veio esse dinheiro? Por que esse dinheiro, ele chegou na nossa casa? A função que ele tem aqui em casa, né, digamos assim. Então a criança, ela tem que compreender que aquele dinheiro foi para pagar isso, pagar aquilo outro, sabe? A criança, ela ser parte daquele processo dentro de uma casa, porque, por vezes, a criança, ela é colocada como criança, onde a gente volta aos tempos antigos, onde a criança, ela não tinha valor e função e pensamento nenhum. (Entrevistada 11)

A entrevistada 13 observa que, apesar das crianças com quem trabalha e as dessa faixa de idade (6 a 10 anos), no geral, terem mesada, e da disciplina de Educação financeira no colégio em que trabalha, uma criança com noção de educação

financeira é ainda raro, descrevendo como: “(...) desafiador (...) É remar contra um tsunami”.

#### 4.1.3 Influência da família em um comportamento saudável de consumo

Em complemento, foi questionado especificamente acerca de ações que as famílias podem assumir para influenciar a criança quanto a um comportamento saudável de consumo. Em termos de limites, a entrevistada 01 recomenda conversar e diz que observa os pais em uma ânsia de querer agradar demais, deixando o limite, que é importante para o desenvolvimento da criança, de lado. As entrevistadas 10 e 13 concordam que um importante passo para os pais é simplesmente dizer não à criança, e que eles enfrentam muita dificuldade nesse sentido. A entrevistada 13 completa: “(...) o consumismo, ele vem para suprir uma necessidade, uma ausência.”.

De modo semelhante à pergunta anterior, as respondentes abordaram a importância do exemplo familiar, de modo a trabalhar o valor real do dinheiro, saber dar valor às coisas, segundo a entrevistada 05:

Então, no caso das crianças, eu imagino que, saber dar valor após a compra, porque é uma coisa que a gente percebe muito, não só nas crianças, como nos adultos também, de comprar, passar um tempo, esquecer que você sofreu ali para comprar aquela coisa, dependendo nem sofreu, mas tava com a expectativa de comprar e logo depois que comprou esqueceu e quer comprar de novo (...) com os pais trabalhando aí, um pouquinho mesmo sobre o consumismo, como evitar, como perceber que o dinheiro é um gasto importante e tem que ser bem aplicado. (Entrevistada 05).

De maneira análoga, Martens (2004) defende que os estímulos familiares são significativos para atingir um consumo moderado:

As crianças (...) aprenderam moderação em seus envolvimento com a cultura de consumo que revelaram sua consciência das circunstâncias materiais de suas vidas cotidianas e a importância crucial de estarem inseridas em redes sociais e familiares que, em última análise, apoiaram suas necessidades a longo prazo. Esta lição não foi aprendida com o mercado, mas com os pais, cuidadores e outros significativos e as realidades de suas vidas cotidianas (MARTENS, 2004, p. 353)

Além disso, o exemplo consoante à questões ambientais, do descarte, ao realizar a separação do lixo corretamente, por exemplo, sendo ainda mais importante

a construção de hábitos ainda na fase do ensino infantil, de acordo com a entrevistada 08.

Foi classificado o ensino, em que as entrevistadas discorrem, também no âmbito familiar, devido a maior proximidade com a criança, sobre ensinar o cuidado, o zelo com os objetos, levantar o contexto e a possibilidade de doação, explicando que outras crianças ainda poderão fazer uso daqueles brinquedos, trabalhar com economia em cofres, desestimular o desperdício, além de se evitar os excessos: “Conversar, ensinar desde cedo e o consumo não pode ser desenfreado, sabe? Precisa ser intencional.” (Entrevistada 07). A entrevistada 11 resgata a influência da aprendizagem social no comportamento saudável de consumo, como sendo responsabilidade da família, principalmente:

É contribuir, sabe? É trazer a criança para o contexto mesmo financeiro (...) dentro do contexto de aprendizagem social, a gente traz habilidades sociais, histórias sociais, onde a criança ela precisa entender o contexto que está inserida, então não dá isso, assim, não é uma criança, somente atípica, é qualquer criança, qualquer ser humano, ele precisa ter uma aprendizagem social hoje, ele consegue dar função, sabe? Por vezes, a gente tem criança que a família dá simplesmente o dinheiro para ela e ela não sabe quanto que vai receber de troco, ela não sabe nem o que é o sentido do troco. Para ela, o dinheiro ele vem por abracadabra, né? (...) Claro que tudo monitorado, não estou falando para deixar nada solto, mas esse acompanhamento, ele precisa acontecer, porque essa aprendizagem social, ela vai realmente trazendo isso como habilidade para a criança, a gente traz muito competência e habilidade. Então, para ter a competência de manipular o dinheiro, de fazer compra, eu preciso ter essa habilidade e essa habilidade, ela precisa ser construída, sabe, dentro do contexto escolar, mas também muito mais familiar né, nessas relações.” (Entrevistada 11).

De modo similar, a entrevistada 14 compartilhou um outro exemplo:

Bom, eu acho que uma grande ação é em relação à mesada mesmo, e o que eles destinam àquela mesada. (...) Claro que eles (os pais) me ajudavam, mas eles colocavam ali uma autonomia para o quê eu iria comprar (...) Aí eu comentando com os estudantes que eu falei assim “Eu queria um tênis, o tênis era caro” e aí a minha mãe falou assim “Olha, eu posso dividir no cartão de crédito”. Até aí então eu não sabia o quê que era cartão de crédito, porque na nossa época era muito diferente e eles já sabem, eles já têm, né? Quando chegou no mês seguinte, eu achei que ela ia pagar, estava tudo certo, minha mesada estava livre e aí não foi isso que aconteceu, eu tive que pagar todas as prestações (...) ela estava ensinando como é a vida, porque hoje vocês têm cartão, aí vocês compram, a família paga. Mas, quando vocês crescerem, vocês que terão que pagar. Então ela já estava me ensinando como que é esse contexto aí de educação financeira e como eu agiria da vida adulta” (...) Então eu acho, assim, que um grande ganho é a mesada, para que eles consigam, de fato, tentar administrar e não só dar a mesada, mas estabelecer o quê que eles devem gastar e com o quê que eles devem gastar, para que eles compreendam aí os desejos, as necessidades, dentro de um contexto real.” (Entrevistada 14).

Também se tornou pauta o tempo de qualidade, no qual as famílias possam oferecer mais atividades em conjunto, passear, fazer uma leitura, aproveitar mais o tempo que possuem juntos, de modo geral, em detrimento do excesso de presentes: “(...) é mais importante do que um brinquedo, do que uma compra, o estar com um adulto ou estar com parente, ou com os pais, é muito mais valioso e vale muito mais a pena e (...) é mais saudável para as crianças” (Entrevistada 04).

As entrevistadas 02 e 15 mencionaram o diálogo com a escola, no sentido de identificar os valores que a escola tem como base, visto que é o segundo maior local de convívio da criança, e assim, ouvir os professores e as orientações acerca dos objetos que são levados para o colégio, se impactam no desenvolvimento acadêmico ou não, como exemplificado:

(...) então eu tenho uma aluna que toda semana ela tem uma coisinha nova, um negócio de pendurar no lápis, um negócio de... várias coisas. E a gente já falou isso na reunião de pais, e os pais continuam mandando. Aí todo dia uma fita diferente, é uma coisinha diferente, isso é consumo também (...) Então eu acho que os pais, eles podem orientar, assim “olha hoje você não vai ter isso porque a gente deixar para comprar isso numa data especial, né, numa celebração”. Ter muito cuidado com essa coisa da recompensa, de presentes, né? (Entrevistada 02).

#### 4.1.4 Influência das crianças nas decisões de compras

Perguntadas sobre o poder de influência das crianças nas decisões de compras rotineiras dos pais, houve praticamente unanimidade ao confirmarem positivamente para a influência, conforme resposta da entrevistada 13: “Eu tenho certeza absoluta. Desde compra até decidir aonde vai comer, sabe? Tipo... a gente sabe que é uma geração meio de reizinhos, né? Eles acabam decidindo mais do que deviam, inclusive.” (Entrevistada 13). A entrevistada 04 também relaciona a resposta com sua vivência pessoal:

Eu não acho, eu tenho certeza (...) As minhas crianças, estimuladas pela escola, fazem pedidos do lanche, informam que tem que usar um tênis, então é uma coisa que nós quando... eu acho que o adulto conduz sim, o adulto conduz... e assim, conduz a compra mas estimulado pela criança que tem outros estímulos por trás. Então eu acho que sim, a criança interfere diretamente nesse consumo (Entrevistada 04).

Adentrando as possíveis razões que explicam essa influência, as respondentes mencionam a manipulação, que a criança pode tentar para conseguir o que quer e, como consequência disso, segundo a entrevistada 01, os pais cedem para evitar uma possível frustração dos filhos.

A maioria das entrevistadas abordaram o consumo por recompensa, exemplificados por comportamentos de birra, em locais públicos ou não, aliado à maneira do adulto de lidar com isso, de modo a querer evitar conflitos, ou então quando querem também agradar, e a situação evolui para a barganha “Ah se você se comportar eu vou comprar tal coisa”, né? Então, eles têm, eles sabem que têm esse poder sobre os pais, hoje em dia. Antigamente nem tanto, mas hoje tem muito.” (Entrevistada 07). A entrevistada 09 reflete sobre o tema:

Eu acho isso saudável, assim, a recompensa em certos momentos, mas eu vejo também crianças que parece que mandam, assim, os pais, inclusive, os pais ficam com o maior medo do mundo de contrariar o filho, sabe? (...) Até que ponto essa criança tem o domínio da família e não a família o domínio dela né, inclusive nessas relações de compra e de consumo. Então eu acho que depende muito da relação que se estabelece ali, entre pais, têm pais que eu vejo com uma firmeza e com um posicionamento e a criança entender “Não, realmente, pai, assim, não preciso disso agora, vamos fazer isso depois” e outros tipo assim “Poxa, mas por que que você não vai me dar, tipo eu mereço” (...) (Entrevistada 09)

A entrevistada 03 atribui a presença da influência infantil nas compras à falta de tempo dos pais, que por serem muito ocupados, optam por serem mais permissivos com as crianças e, assim, estão perdendo o poder de decisão, em vez de “praticar o não” e educá-las: “(...) educar uma criança é você dizer o “sim” e o “não” na hora certa” (Entrevistada 03).

As entrevistadas 05 e 15, por sua vez, culpam o consumismo por esse comportamento influenciador. Elas explicam que a criança é influenciada pelos próprios hábitos consumistas da família, onde a criança não enxerga problema em gastar, pedir e comprar o tempo todo. Além disso, segundo a entrevistada 15, existe a cultura de consumo da classe média brasileira, que une a desorganização financeira com o ato de gastar para manter as aparências, o que influencia e gera lacunas que serão levadas para a vida adulta, com a prerrogativa de proporcionar aos filhos o que a pessoa não teve, gerando assim um grande ciclo consumista.

A entrevistada 06 menciona a acessibilidade aos mais diversos produtos como motivação:

Ah consegue... consegue muito. Até porque as coisas são muito acessíveis para elas, né? Se você leva uma criança no supermercado, por exemplo, tudo que você não vai comprar na sua lista está lá, no alcance da mão dela né, na prateleira bem chamativa, colorida, interessante (...) (Entrevistada 06).

Naturalmente, o poder de convencimento das crianças também é um dos fatores influenciadores. A entrevistada 11 destaca o repertório delas, a construção de vocabulário, a percepção, o poder questionador, a argumentação de algumas que, por vezes, deixa o adulto sem ter o que argumentar. Além disso, são inteligentes e capazes de dar funcionalidade para o que querem, para auxiliar no convencimento. Ela destaca o benefício disso a longo prazo, para se tornar um adulto que faz escolhas assertivas e que saibam se posicionar, inclusive, profissionalmente. A entrevistada 12 relata uma situação em que, como mãe, acabou gastando mais por um produto que ela racionalmente não escolheria por questões econômicas, pelo apelo do filho, que pedia há muito tempo. Além disso, comenta que os pais podem querer agradar os filhos, ao perceberem que algum detalhe nos produtos os deixa mais contentes, e pagam a mais por isso. A respondente destaca ainda o fator novidade, que pode despertar o interesse da criança:

E novidade para criança é o que não falta, né? A indústria sabe disso né, e está sempre criando uma coisinha, uma coisa que chama atenção e tal, personagens que eles sabem que as crianças gostam, bota em uma embalagem, tudo. Então eles acabam influenciando sim (Entrevistada 12).

As declarações acima são resgatadas e embasadas pelos estudos de McNeal (2000), especialmente, pelo conceito de mercado de influência, no qual estão inseridas as crianças ao direcionarem os gastos dos pais em benefício próprio, bem como o sentimento de culpa dos pais, o qual o teórico explica como passar muito tempo distantes de seus filhos, principalmente por conta do trabalho, o que foi abordado de maneira crucial pela entrevistada 03, que relacionou ainda, de maneira similar ao autor, a culpa à permissibilidade para o aumento do poder de influência da criança.

Por fim, a entrevistada 08 descreve a influência como parcial: “Em partes. Às vezes a criança sim, porque quando a criança tem aquela consciência né, de que comprar coisas mais sustentáveis (...) não tanto descartáveis, aí vai. Só que criança é criança (...)” (Entrevistada 08).

## 4.2 Relação da criança com os objetos

Nessa categoria, buscou-se compreender a relação da criança com os brinquedos e objetos que são levados e utilizados na escola, a existência ou não de conflitos e de apego ou ciúmes por esses itens, e em caso positivo, como as profissionais lidam com essas situações, assim como fatores que contribuem para o interesse e a falta de interesse da criança por um objeto ou brinquedo. Entender essas relações contribui para um maior entendimento do comportamento do consumidor quanto ao fator compartilhamento, que pode influenciar o descarte, conforme destaca Belk (2010).

### 4.2.1 Relação com os objetos

Quanto ao apego, foram relatadas situações tanto de presença quanto de ausência. Dentro da ausência de apego, as professoras relatam crianças em relações super desapegadas com os brinquedos, independentemente de sua conexão emocional com aquele objeto; e falta de cuidado e despreocupação da maior parte das crianças, segundo a entrevistada 12 “(...) uma ou outra que tem aquela coisinha assim, mal cuidado, não sei se é por causa do público, assim, que eu trabalho, mas eles não têm essa preocupação em “Ah, quebrou”, “Ah ficou jogado ali no chão, nem se preocupa em guardar”.” (Entrevistada 12). A entrevistada 10 menciona a falta de apego e elogia o comportamento de compartilhamento dos materiais escolares entre seus alunos. A entrevistada 14 contribui com o argumento, abordando a motivação social dos alunos para compartilhar os brinquedos:

Em relação ao apego, eu vejo que (...) elas tendem a dividir mais com os colegas e isso acontece, geralmente na faixa, nas faixas etárias menores, porque os meus, eles já levam com o intuito do colega ver, do colega apreciar, né? E aí, o que pode ser que aconteça, que geralmente é um das únicas coisas que eu tenho que mediar, é que, por exemplo, eu levo pensando em brincar com determinados colegas, aí eu já né, o colega que eu não tenho mais afinidade, tanta afinidade, eu não vou deixá-lo brincar. Então pode ser que aconteça, mas dentro desse contexto, mas de forma geral, eles levam para compartilhar mesmo e para mostrar de “Nossa, como eu sou chique” e eles estão numa fase de “Ai eu sou mais rico que você”. Então, isso reflete nos brinquedos (Entrevistada 14).

Quanto a presença do apego, as entrevistadas 04, 08, e 12 entram em consenso de que as crianças menores apresentam com maior frequência comportamentos de apego, e podem refletir essa dificuldade de se despedir dos brinquedos na segunda-feira, após o fim de semana, e por isso os alunos são autorizados a levarem os brinquedos ou outros objetos como livros, para mostrar para o restante da turma. Outro fator referente ao apego das crianças menores é a representação do brinquedo como espécie de refúgio, um pedaço da casa e da família deles, principalmente para as crianças laudadas, contribuindo com a sensação de acolhimento, substituindo também objetos como chupetas e cobertores no ambiente escolar. Cabe mencionar que o termo “laudadas”, nesse contexto, irá abarcar as crianças que recebem um laudo atestando a neurodivergência, ou seja, um padrão de funcionamento cerebral e de comportamento atípico em relação ao conjunto da população humana, segundo Ferreira (2022). A entrevistada 08 diz que, com as crianças não laudadas, é iniciado o trabalho em torno do desapego dos brinquedos, a fim de preparar a criança para ser um estudante: “Tem um brinquedo, tem um dia do brinquedo, mas esse brinquedo, em determinado momento, ele vai ser para você utilizar na sua casa, em determinado momento, a escola é a escola” (Entrevistada 08). Já a entrevistada 12 declara:

(...) eu trabalhei com crianças menores, eles têm muito mais esse apego, eles não gostam de dividir, não gostam mesmo e eles acabam cuidando um pouco mais, eu acho que esse vínculo ali ainda com o brinquedinho é maior, né? Eles acham o máximo levar, que é aquele momento com aquele objeto lá, cuidam mais e aproveitam, até melhor, o tempo ali, que tem com o brinquedo.” (Entrevistada 12).

A entrevistada 01 menciona que as crianças sempre querem levar algo muito importante para elas, mas que, pelo apego, querem somente mostrar, demonstrando dificuldade em compartilhar, dando o exemplo das bonecas *baby reborn*: “Aqueles baby reborn né, que tá na moda, que parece uma criança de verdade, aí é um ou outro que pega e não pode “porque é minha filha”, sabe? Acontece.” (Entrevistada 01). A entrevistada 13 também menciona situação de conflitos e de apego com boneca, e acrescenta: “E aí, assim, tem que ter respeito, porque ninguém é obrigado a emprestar realmente, né? (...) a criança tem que se sentir à vontade, também, para isso (...)” (Entrevistada 13).

Em relação a situações envolvendo apego e ciúmes, a entrevistada 02 comenta:

Se aquela criança está demonstrando que ainda não está pronta para compartilhar aquele brinquedo, a gente chega para a criança e fala “olha, eu entendo, eu acho que você não tá pronto, então por isso você vai botar o seu brinquedo na mochila. Quando você estiver pronto para brincar e compartilhar, você pega o seu brinquedo.” E quando isso começa a ser recorrente, assim, de uma criança que sempre leva um brinquedo e não quer compartilhar e aí a gente precisa às vezes interferir, conversar com os pais né, para que ela entenda que ali é um ambiente que outras crianças vão tocar no brinquedo dela, assim como outras crianças estão deixando que ela toque no brinquedo, em outros brinquedos (Entrevistada 02).

Acerca dos conflitos, a entrevistada 03 diz não haver, pois as meninas brincam juntas das mesmas coisas e os meninos da mesma forma, sendo assim tranquilo o momento de recreação. As entrevistadas 05 e 15 argumentam a não ocorrência de conflitos por terem sido trabalhados o respeito entre os alunos e o espaço de cada um e as regras de convivência, que envolvem o direito da criança em emprestar e não emprestar os seus brinquedos, de modo que, em um possível conflito, há “(...) um diálogo muito franco ali, muito aberto com o grupo e um acaba apoiando e ajudando o outro.”, segundo a entrevistada 15.

A entrevistada 01 aborda a presença de conflitos da seguinte maneira: “(...) tem outros assim, que não querem, e os outros ficam na curiosidade e acaba rolando brigas (...)” (Entrevistada 01). Já a entrevistada 02 faz menção à variável ambiental e ao nível de controle da criança sobre o brinquedo e a forma com que irá brincar com ele, assim como as influências cultural e social:

“(...) é um momento de conflito, porque a partir daquele momento a criança está tirando um brinquedo que ela gosta de um ambiente completamente controlado que é a casa dele, que ele tem todo poder e tudo, assim, ele tem controle daquele ambiente, e vai para um ambiente que também é controlado, mas não pelos pais, e é um ambiente compartilhado com outras crianças, com outras, principalmente na minha escola, com outras culturas, crianças vindas de outros países, às vezes é um brinquedo completamente diferente, ela não vai saber mexer no seu brinquedo do jeito que você queria, então é uma criança que vai tirar a roupa da sua boneca e você não queria que tirasse, e aí são esses conflitos que vão fazendo a criança aprender a falar, a falar seu ponto de vista, a falar que não gostou (...) então esses conflitos são muito importantes (Entrevistada 02).

As entrevistadas 06, 07, 09 e 12 trazem como características dos conflitos, brigas por brinquedos que estão sendo utilizados por outras crianças, quando eles julgam que seus brinquedos estão sendo manipulados de maneira inadequada pelos seus colegas, quando não querem brincar com determinados colegas, conflitos em torno “da vez” para cada um participar das brincadeiras, o que, por vezes, como solução, demanda a estipulação do tempo de uso pelo próprio professor. Como

consequência desses conflitos, as professoras buscam conversar, resgatam as regras de uso dos espaços de convivência, dos brinquedos que são de uso coletivo, da brincadeira, tentam mostrar para as crianças que as coisas não acontecem no tempo e do jeito que elas querem, melhorando a socialização. A entrevistada 09 observa que no dia do brinquedo ocorrem mais conflitos e resume o contexto de sua sala de aula:

(...) os conflitos, é o tempo todo. No dia do brinquedo é mais, por que? Aí tem uma variedade de brinquedo e aí tem aquelas bebê Born, nem sei se é assim que chama e aí a menina quer pegar a bebê born, mas a outra morre de ciúme e não quer emprestar. E aí outro dia eu descobri que uma menina tinha estipulado um tempo para cada uma ficar segurando a bebê dela (...) e eu falei que cada hora vai ficar com uma, só que estava meio injusto assim sabe, ela deixava mais tempo com as amigas dela, aquelas que não eram tão amigas deixavam pouco tempo (...) A menina foi lá e pegou sem permissão, então, tem conflitos, nesse sentido de estragar brinquedo (...) já aconteceu de perder cartinha e isso também virar um conflito e eu já mando a real “Ó, a responsabilidade é de vocês, se perder, perdeu. Eu não quero saber de confusão na minha sala, não!”, já chega desse jeito, porque aí eles já sabem, eles já ficam mais receosos sabe, na hora de ficar emprestando e trocando o material. Mas assim, é criança né e eu falo o tempo todo, não tem como não ter conflito, porque eles não têm essa consciência e às vezes até empresta um brinquedo, mas aí já olha e já dá aquele sentimento de ciúme e já quer ir lá e pegar e a outra não quer aceitar devolver, porque “Poxa, você me emprestou”, então qualquer coisinha é motivo de de conflito. (Entrevistada 09),

Especificamente sobre o dia do brinquedo nas escolas, os professores abordaram diferentes contextos, a iniciar pela ausência dele em determinados colégios. Nas escolas das entrevistadas 07, 10 e 12, a partir do primeiro ano do ensino fundamental já não existe mais o dia do brinquedo, sendo assim, eles levam apenas em momentos específicos, previamente combinados com a professora, com um propósito específico (como no Dia das Crianças), ou então eventualmente por questões de “apego de não chorar na hora de entrar, ainda acontece, então as famílias liberam, a gente às vezes libera também. Mas eles normalmente não levam (...)” (Entrevistada 07).

Já quando os colégios autorizam o dia do brinquedo, a crianças, geralmente, toda sexta-feira “pode levar o seu brinquedo e enfim, pode compartilhar com os colegas.” (Entrevistada 05). Dessa forma, é esperado que o aluno, segundo a entrevistada 08, traga mais vivência para a escola do ambiente familiar dele, visto que eles, por serem muito pequenos, não compartilham muito sobre o contexto familiar, e por isso é promovido o dia do brinquedo. A entrevistada 09 lista os brinquedos que percebe que os alunos mais levam para a escola:

O que eu percebo mais na sala é bonequinhos, umas bonequinhas pequenininhas, às vezes, até bolinhas, bolinhas de gude, parece de gude, mas não é de gude, as cartinhas que eu vejo mais (...) Eles gostam muito de jogos de tabuleiro também, vira e mexe aparece uns jogos de tabuleiro. Eletrônico não aparece, mas eu acho que é porque na escola é proibido, porque se não apareceria aos montes, tá? Mas é sempre a boneca, casinha de boneca, é cartinha, eles têm até um álbum, tem gente que tem álbum dessa grossura assim ó, cheio de cartinhas de Pokémon (...) (Entrevistada 09).

No entanto, a entrevistada 02 observa que é necessário separar o que é brinquedo e o que não é, para que as crianças não burlem as regras e os brinquedos sejam levados para a escola unicamente no dia do brinquedo:

E isso, assim, separar muito o que é brinquedo e o que não é, porque aí a criança fala “porque a minha tiara que brilha não é brinquedo”, só que a sua tiara que brilha atrapalha o nosso momento de rodinha, então ela vai vir no toy day. Sabe assim, então, porque as coisas infantis e de criança, elas têm muito som, elas têm muito barulho, então assim, é uma pulseira que faz barulho, um colar que faz barulho, e tudo isso acaba virando um objeto na mão das crianças que às vezes distrai elas do processo de aprendizagem (...) (Entrevistada 02).

Quanto à questão do compartilhamento, observam-se também divergências quanto às orientações, em determinadas escolas a premissa do dia do brinquedo é que se levem brinquedos compartilháveis, de uso coletivo. Enquanto em outras, a criança tem a liberdade de escolher compartilhar ou não o brinquedo escolhido para levar. A entrevistada 04 aborda essa questão em sua fala:

No dia do brinquedo, combinado com os professores, é para trazer uma coisa que seja de uso coletivo e que seja consciente que pode estragar (...) Então se ela não quer compartilhar ou se é um brinquedo que não dá para compartilhar porque é uma coisa muito valiosa, ela apresenta e a gente guarda. Assim, eu deixo a criança, já que ela está tão apegada, se é uma coisa que ela não pode emprestar, ela pode apresentar e, assim, a coisa depois vai ser guardada, porque se eu não posso compartilhar nesse momento, eu guardo né, porque na hora ela vai ter que dividir mesmo com os amigos (...)” (Entrevistada 04).

Conforme o exposto, as orientações de compartilhamento aplicadas nas escolas podem conflitar com o sentimento de apego de alguns alunos, principalmente se há envolvimento emocional, o que implica em uma relutância no ato de compartilhar do item, como afirma Belk (2010). As entrevistadas 06 e 15 destacam que seus alunos têm uma facilidade maior de partilha, mas a entrevistada 06 aponta para a existência de crianças que gostam de brincar sozinhas e não compartilham nessa situação.

Ainda nesse sentido, são pautados os valores abordados em cada escola, que refletem diretamente nesses momentos de interação. A entrevistada 02 declara de maneira mais incisiva os princípios necessários a essas interações: “(...) as crianças precisam compartilhar. Então ela não vai escolher um brinquedo para levar para a escola que ela não quer mostrar e nem compartilhar com ninguém, porque na escola a gente aprende a compartilhar.” (Entrevistada 02). A entrevistada 13 comenta a não obrigatoriedade do compartilhamento, com ressalva: “Mas é interessante que leve um brinquedo onde possa ser trabalhado coletivamente, a gente pede isso. Geralmente eles levam brinquedos até iguais, para poder ficar brincando (...)” mas destaca “É um momento que eles têm ali, para compartilhar o brinquedo, não é só para brincar sozinho, se fosse para brincar sozinho, brincaria em casa, né?” (Entrevistada 13). Já a entrevistada 05, trabalha fortemente com a questão do consentimento:

Então não mexa no material do colega se ele não der permissão, se ele der permissão, tenha cuidado com o brinquedo do colega, o quê que a gente pode fazer com esse brinquedo, sempre trabalhando o espaço e o direito da criança (...) a gente sempre tenta trabalhar que compartilhar é bom, mas que a gente precisa respeitar também o direito do colega de, naquele dia, ele não querer emprestar ou de querer, mas tem um determinado tempo para você brincar. Então todos esses quesitos são trabalhados mesmo para... porque a gente trabalha muito o conceito de fraternidade (...) (Entrevistada 05).

Ainda sobre o compartilhamento, a entrevistada 06 relata que é importante estabelecer uma rotina e explicar os aspectos como a empatia, a solidariedade e a troca, ensinar a cuidar do brinquedo e a desapegar dele caso estrague, perca, assim como “(...) com os materiais de sala de aula, o gibi, o próprio brinquedo da escola, os espaços de convivência, que todo mundo usa o parquinho né, que são brinquedos de forma que todos vão brincar.” (Entrevistada 06).

As entrevistadas 08, 09, e 14 comentam sobre a permissão para levar brinquedos somente no dia combinado, “(...) a gente tem que fazer um limite, entendeu? (...) não dá para trazer o brinquedo de segunda a sexta.” (Entrevistada 08), “(...) eles levam só no dia do brinquedo e tem alguns brinquedos que não são autorizados.” (Entrevistada 14). A entrevistada 09 comenta a dificuldade das crianças em cumprirem essa regra:

Vira e mexe tem alguém com uma bonequinha, que é pequenininha, colocou ali na mochila escondido e trouxe, cartinhas de Pokémon é aos montes, é o que mais aparece, então sempre eu vejo alguém mexendo ali embaixo da mesa, pode saber que é cartinha, inclusive, foi proibido na escola (...) (Entrevistada 09).

A entrevistada 15 relata a percepção acerca de uma desvalorização dos brinquedos por parte das crianças:

Essa questão (...) dessa não valorização, sabe, que acaba com o brinquedo, assim, como algo descartável, porque tem uma fatura ali (...) não é incomum a gente ver uma criança pisando nesses brinquedos, sabe, assim, quase que destruindo propositalmente. Então eu acho sim que isso é um reflexo sabe, dessa cultura descartável, sabe, onde o zelo, o cuidado é tudo tão tanto, né? É uma oferta tão grande que acaba banalizando isso. Então, eu acho legal, inclusive, o dia do brinquedo, justamente para isso, porque a gente sabe né, da fatura, assim de recursos né, brinquedos mesmo que as crianças têm em casa e é quando eles vêm para a escola, eles têm que vivenciar né, a rotina com esse material e aí entra mesmo nessa questão do cuidado, porque, por mais que, também, na escola tenha uma boa oferta, é coletivo né, não é pessoal. Então ali já entra essa questão do cuidado, do cuidado para durar. Não é algo que a gente quebrou, a gente repõe imediatamente, porque tem que levar a criança a reflexão né, a refletir que, às vezes uma coisa quando acaba, ela não vai ser imediatamente repostada e, em algumas vezes, ela nem consegue ser repostada, né? (Entrevistada 15).

A entrevistada 14 discute a perspectiva das crianças cujos brinquedos seguem uma tendência, uma moda:

(...) eles compram um brinquedo novo, que é super colorido e tudo mais, para levar para a escola e que aquele brinquedo, em pouco tempo, ele já não vai mais ser utilizado, é só para meio que um status, né? (...) para eles é que todo mundo vai chegar falando “Nossa, que brinquedo legal (...) E existe esse descarte, assim, de, de fato “Ah, usou ali um pouquinho e não vai mais utilizar (...) (Entrevistada 14).

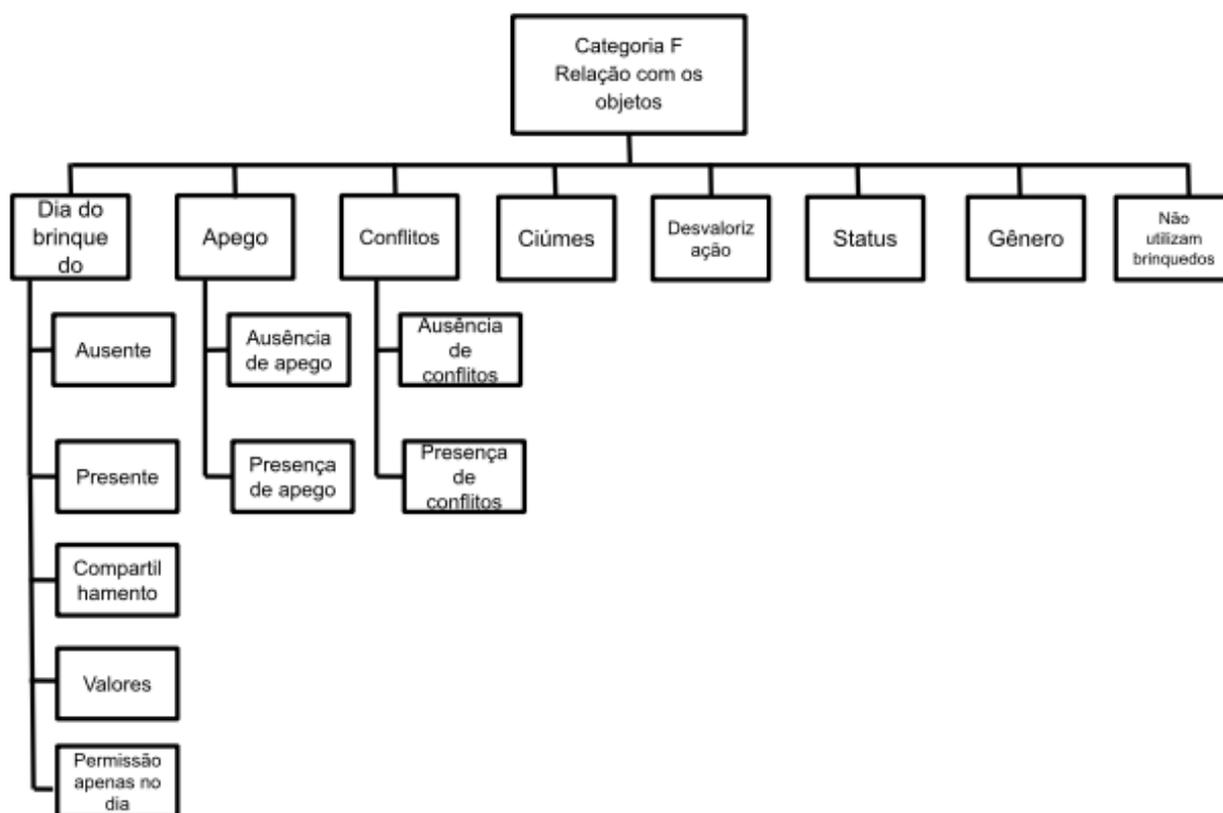
Existem, também, as questões de gênero, que determinam padrões como: “As meninas, geralmente, brincam mais de boneca com a outra colega, os meninos tem mais uma questão de competição né, então eles levam cartinha, levam carrinho e joga carrinho e tal (...)” (Entrevistada 06). Também são mencionadas pela entrevistada 03, crianças que não brincam nem utilizam brinquedos, no caso, as meninas do quarto ano para frente, no contexto de escola pública, que “já estão mais naquela coisa da puberdade” e costumam levar mais maquiagens para a escola. Já os meninos da mesma idade brincam com bola e jogam futebol, somente.

(...) eu faço atividades que eles exercitem a coordenação motora, essas coisas, porque os meninos gostam, mas as meninas se deixar ficam sentadas, com maquiagem, e a única que elas querem usar é o celular, mas na escola é proibido levar, então é proibido elas não levam nada (Entrevistada 03).

Assim, analisando as informações mencionadas perante as idades aproximadas das crianças com quem as entrevistadas trabalham quanto a condição do apego, apesar de haver discordância (representada na fala da entrevistada 14), indica-se a partir dos relatos que as crianças menores (de 6 e 7 anos, e abaixo) costumam apresentar maior comportamento de apego com os brinquedos e objetos. Já a faixa entre 7 e 9 anos variou bastante, mas representando possivelmente uma transição para comportamentos mais desapegados a partir dos 9.

A partir das diferenças entre escolas da rede pública e privada, não foi possível estabelecer uma comparação nesse aspecto, pois na rede pública foram entrevistadas professoras que lidam com os dois extremos da faixa de idade delimitada, ou seja, desde as séries iniciais do ensino infantil e o 5º ano do fundamental, oferecendo então relatos bastante distintos, da mesma forma que nas escolas particulares variou bastante a percepção, inclusive de professoras que atuam no mesmo ano de ensino.

QUADRO 4 – Relação com os objetos



#### 4.2.2 Percepção da criança sobre o interesse

O abandono do objeto foi descrito de nove formas. As entrevistadas 01, 06 e 13 destacam a rapidez em que se perde o interesse pelo brinquedo, em que há presença de consumismo, o qual irá ditar o ritmo de descarte, de maneira que a criança, em questão de poucas semanas decide que não quer mais ou toma conhecimento de outros brinquedos que chamam mais a sua atenção “Eles não têm esse... igual nossa época, né, esse apego de ficar muito tempo com um brinquedo, de brincar, que aquele ali é divertido e é meu.” (Entrevistada 01), correspondendo com o exposto por Malek (2012), que comenta também a velocidade e o volume do descarte por parte do público infantil, vinculados a descoberta de novos prazeres, entre outras razões. A entrevistada 06 relata a execução de uma atividade em sala:

Esses dias eu propus uma atividade, que estava até no livro, no planejamento, brinquedos de materiais reciclados (...) Então assim, foram duas aulas com esses brinquedos, terceira aula já acabou o interesse, já não... aquilo para eles não era mais interessante, sabe, já foi (...) Eles são muito acelerados, por isso, esse consumo que o pai né, comprou uma boneca, já não gostei mais daquela boneca e semana que vem quer outra boneca e aí vai, né (...) o interesse deles, assim, é muito imediato, sabe, pá-pum, e eles lidam muito bem com isso, porque já tem um outro depois né, em seguida já vai surgindo outra coisa (Entrevistada 06).

A entrevistada 13 classifica esse público como “*fast food*” e opina que o cuidado e o afeto com os brinquedos deveriam ser um pouco maiores. A entrevistada 01 cita a barganha como consequência da falta de interesse por um brinquedo:

Às vezes alguns até dá uma troca ali com os pais “Não pai, eu não vou querer mais esse mas eu dou para ter o outro, ou eu faço bazar”. Normalmente as crianças agora, hoje em dia, estão muito no bazar, né, de trocas. Isso é legal. Ou trocas de um brinquedo com outro, né, que os pais mesmos organizam, ou de vendas mesmo, coloca ali igual nos Estados Unidos, coloca ali para vender na porta de casa, eu acho super legal isso. Aí compra, pega o dinheirinho e pede para o pai juntar, né? (Entrevistada 01).

Um aspecto comum que colabora para o desinteresse da criança é o enjoo, que ocorre segundo a entrevistada 04 “quando ele não consegue brincar de uma forma, sabe, da forma adequada (...) com o brinquedo (...)” (Entrevistada 04). O tédio é descrito pela fala da entrevistada 05 como o momento em que acaba a expectativa de ter alguma coisa, depois que você a tem, descarta-se.

O amadurecimento é expresso pelas entrevistadas pelas trocas de interesses, o desenvolvimento de gostos em determinadas fases da vida, as suas zonas de interesse. A entrevistada 06 exemplifica “(...) tem criança que, no início do ano, levava brinquedo toda sexta, hoje já não leva, e aí eu pergunto “fulano, mas não trouxe brinquedo, não?”, “Ah não, tia, não quero mais”. Observou também, a existência de crianças mais infantilizadas e que ainda gostam de bichinho de pelúcia, não apresentando interesse por um outro brinquedo, assim como as crianças que não gostam de brinquedo em si, mas de jogos coletivos.

A entrevistada 09 exemplificou também as fases de determinados brinquedos na escola, como a do cubo mágico, dialogando com as observações de Valkenburg e Cantor (2001), apoiadas por estudos de Acuff, que apontam para o olhar emergente da criança na faixa entre 8 e 12 anos para os detalhes e a qualidade dos objetos, favorecendo uma preferência por colecionar itens como bonecas ou cartões de seus heróis:

Esse ano eu percebo mais, assim, nas meninas, as bonecas, diferentes bonecas, grandes, pequenas, médias, com casinha, sem casinha e os meninos agora começaram a comprar essas cartinhas, que tem me chamado a atenção, que é esse jogo de pergunta e resposta (Entrevistada 09).

A entrevistada 11 acrescenta à discussão sobre atribuir novas funcionalidades ao brinquedo para estimular o interesse da criança e a posterior decisão de descarte em definitivo:

A gente deu várias funções para aquele brinquedo e a criança ainda não despertou, ok? Está tudo bem, então agora vamos fazer o seguinte, vamos olhar o que você não quer, vamos dar para uma outra criança que precisa brincar, né? Então esse movimento ele precisa acontecer. Isso não somente em casa, mas na escola isso também acontece. “Você não quer? Ok. Então vamos organizar e vamos oportunizar o outro amigo para brincar”, porque, por vezes, eles não querem, mas também não quer dividir, né? Isso também é muito pontual (...) Então é muito importante trazer essa questão para consciência para a criança, respeitar sim o interesse dela, mas de trazer para ela a perspectiva do outro, né? O que não está sendo legal para mim agora pode ser legal para o outro e eu preciso entregar para ele em bom estado (Entrevistada 11).

Diretamente ligada ao imediatismo nota-se também a falta de paciência, percebida em jogos coletivos ao precisar lidar com o outro “(...) “você errou, a culpa é sua, não você jogou errado” aí começa. E parece que as pessoas, as famílias não querem mais isso, né? Então acaba que está se perdendo os jogos de tabuleiro né...

quebra-cabeça é uma tortura (...)” (Entrevistada 06), e segundo a entrevistada 07, o desinteresse ocorre na medida em que precisa de uma alta demanda do aluno, seja de pensar ou esperar, o que está voltado para o imediatismo, e faz com que, nessa faixa etária, a brincadeira dele precise ser imediata, dinâmica. Essa questão também está atrelada à dinamicidade, “(...) dependendo de como é um jogo, que hoje, tipo, precisa ser muito mais elaborado para eles gostarem, para eles ficarem mais tempo, assim, ali concentrados né, animados ali em brincar.” (Entrevistada 12).

Atualmente também se observa uma grande disputa dos brinquedos convencionais com os eletrônicos e aplicativos disponíveis no mercado. A entrevistada 06 compara os jogos digitais com outros brinquedos:

E o celular, o joguinho você não tem muito esforço mental, você está ali pá pá pá, aí você passa de uma fase, vai para a outra e tal, o brinquedo você tem que ter uma criatividade, você tem que ter um repertório para brincar com aquele brinquedo (Entrevistada 06).

A entrevistada 12 apresenta um padrão que ocorre em sua turma:

E querendo ou não, essa questão dos eletrônicos, né? Então está muito forte, assim, eles trocam facilmente um eletrônico por qualquer outro brinquedo. Então eu vejo que, por exemplo, lá na minha turma, se eu trago uma proposta de um jogo de tabuleiro, alguma coisa assim, eles gostam e tal, mas se eu falo que vou fazer um jogo online, que tem um objetivo ali, da gente descobrir as palavras, em um tempo né, aquela... nossa! Eles ficam muito mais animados (Entrevistada 12).

As entrevistadas 10 e 14 concordam sobre a influência da aceitação social nesse quesito, quando a criança leva em consideração os interesses alheios também para a formação de seus gostos. A entrevistada 14 discorre sobre a moda e as tendências de brinquedos nas escolas

(...) e na mesma intensidade que aparece, ela também desaparece. Por quê? Porque vai outra, vem outra, vem outra, vem outra e a gente vivenciou várias modas aí, do cubo, do negocinho lá de apertar que eu esqueci o nome. Então assim, por exemplo, agora eles estão com uma moda que é da minha época, que era um Tamagotchizinho, nem sei se esse aí é o nome, né? Mas, assim, é algo que vai durar 2 semanas, 3 semanas, já sumiu. Então assim, é muito dentro disso da modinha, né? Eu sei que, historicamente, a sociedade sempre viveu nessa questão da moda, do que está em alta. Às vezes eu nem gosto, mas como todo mundo está tendo um brinquedo daquele, eu também quero ter. E aí, de fato, alguns têm interesse, mas a maioria é só para trazer mesmo (Entrevistada 14).

O último ponto é a disposição dos objetos, como descreve integralmente a entrevistada 15:

(...) a oferta né, que você falou para ter essa curiosidade, eu acho que aqui, por mais que não tenham, o encantamento, assim, os brinquedos tão caros como eles têm em casa, mas aqui a gente pauta muito pela estética do ambiente, sabe? O ambiente cuidado, harmonioso com os cantos preparados. Então a gente chega um pouquinho mais cedo, prepara esse ambiente para recebê-los e a gente percebe desde os pequenininhos, quão encantador, né? Às vezes não é nem o brinquedo, o objeto em si, mas é a forma né, como aquilo ali foi apresentado a ela, como está sendo disposto para ela (...) eu fui organizando, assim, sabe, de uma forma bacana e, assim, eles estavam andando pelas salas, que estavam mais soltos, pisavam, não ligavam, nem queriam mais saber daqueles objetos. Na hora que eu arrumei, que eu fiz a composição ali do ambiente, assim, foi quase que imediatamente, todos voltaram, retomaram o seu interesse por aqueles brinquedos e objetos, né? Eles estavam ali à disposição o tempo todo, mas estavam né, jogados, bagunçados. Então, a forma como a gente organizou né, é um chamariz também para essa criança, de interesse, valorização e cuidado também. (Entrevistada 15).

Já a curiosidade das crianças, segundo a entrevistada 02, caracteriza-se por ser momentânea, e os brinquedos de hoje buscam atender a esse padrão, são brinquedos que têm cores mais chamativas, que apresentam textura como o *fidget toy*, por exemplo, o *pop it* “É um brinquedo que chama muita atenção, mas uma criança não vai ficar tanto tempo naquele brinquedo, porque não é um brinquedo que você traz tanta criação.” (Entrevistada 02). Nesse sentido, a entrevistada 02 adiciona ao seu argumento a existência de possibilidades:

É diferente de uma boneca, que você traz uma história, então a gente pode brincar de mamãe e filhinha, pode brincar de aluna e professora, essas coisas todas, né? Então eu acho que depende do brinquedo, traz uma certa limitação de criação das crianças, assim, sabe? (...) Então eu acho que as crianças vão perdendo o interesse de acordo com a falta de possibilidades que aquele brinquedo traz de imaginação, de interação e tudo mais (Entrevistada 02).

As entrevistadas acreditam que a influência dos outros colegas também é um fator determinante para o interesse da criança em um determinado item, a menos, segundo a entrevistada 07, quando se trata de algum brinquedo que ela já tenha brincado antes em casa ou que ela tem já em posse dela. A entrevistada 14 ainda afirma “(...) é muito do que... um aparece com uma coisa, aí pronto, todos vão aparecer com aquela mesma coisa (...)” (Entrevistada 14). A entrevistada 09 expõe como essa influência pode ser observada:

(...) eu vejo que as crianças são muito manipuláveis, assim, às vezes, nesse sentido, por que? Às vezes, tem até um brinquedo que ele nem é tão

interessante, mas um colega que ele tem um perfil de liderança levou o brinquedo, todo mundo quer ver, porque ele soube manipular aquele brinquedo de uma forma a trazer atração para aquele brinquedo, porque ele já tem um perfil de liderança, ele sabe usar aquele brinquedo de uma forma atrativa para os colegas. Então eu acho que tem esse lado, que depende muito da criança, de como a criança expõe esse brinquedo que trouxe né (...) (Entrevistada 09).

Nesse sentido, a entrevistada 09 completa que a interação, então, importa para a identificação de um possível interesse da criança por jogos e brincadeiras, que depende da forma como as crianças manipulam e chamam atenção para os brinquedos, visto que a “graça” para ela está atrelada em “(...) quem que vai me responder? Quem eu quero ver errar? Quem eu vou conseguir pegar aqui ó nessa pegadinha? (...) Então assim, isso que eles querem ver, eles gostam né, de um jogo que causa ali uma expectativa neles (...)” (Entrevistada 09), ou então “ (...) tipo “Ah, o jogo tá ali abandonado, mas se alguém foi lá e mexeu no jogo e criou algo novo com aquele jogo, eu também quero ver, quê que fulano tá fazendo.” (Entrevistada 09). A partir dos 9-10 anos, observa-se uma maior influência dos colegas e menor da publicidade, haja vista que as normas e os valores construídos pelos grupos podem representar uma barreira ou funcionar como filtro para outras formas de socialização do consumidor (Costanzo & Shaw, 1966 apud Valkenburg e Cantor, 2001).

Por fim, as crianças também se demonstram atraídas pela presença de novidades, segundo a entrevistada 11, bem como por objetos temáticos de personagens que elas gostam, de filmes e desenhos, por exemplo, segundo a entrevistada 12, o que ela observa como uma tendência e compara com antigamente, quando os brinquedos eram mais simples e menos voltados para personagens, mas que agradavam igualmente.

#### 4.3. Projetos pedagógicos

##### 4.3.1 Diálogo acerca das relações de consumo

Ao serem questionadas pela existência de discussão acerca das relações de consumo, no geral, foram obtidas respostas afirmativas e negativas. Quanto

à presença desses diálogos, as professoras declararam trabalhar o assunto, seja em discussões, na promoção de oficinas, teatrinhos e historinhas, e muitas confirmaram ser assunto pertencente à matriz curricular da série em que trabalham. Durante o processo elas se lembraram de falas dos alunos que comentaram sobre repassar, vender itens como roupas, fantasias que não as servem mais e brinquedos, e que até pedem para “colocar no aplicativo”. Além disso, as falas no contexto de compras no supermercado, como “Ô tia, cê viu o preço de tal coisa, como tá caro”, de acordo com a entrevistada 06.

Um terço das entrevistadas afirmou pautar o consumismo em sala de aula, orientam sobre não consumir muito, e consumir aquilo que é importante e que o que for manter por um bom tempo. A entrevistada 06 explica que, por serem pequenos e não apresentarem a visão “do macro”, diferente dos adultos, esses exemplos são pautados nos materiais, brinquedos e bens de consumo naquele ambiente, sendo o entendimento ampliado à medida que eles vão amadurecendo. A entrevistada 09 cita a presença do tema nas matérias de Ciências, em Geografia, sendo realizada a produção de cartazes sobre conscientização do consumismo, elaboração de fichas de atividade para reflexão, o uso de charges e vídeos que estimulem a criticidade nos alunos, e a discussão de desejos e necessidades, entre outros: “Ah você concorda com essa atitude?”. Foi lá, comprou uma garrafinha de bichinho, sei lá, alguma coisa assim que queria e descartou no lixo, não poderia reutilizar, né?” (Entrevistada 09). Assim, resume a entrevistada 03:

(...) eu estou trabalhando consumismo e consumo (...) eu estou diferenciando para eles essa questão de consumo e consumismo, por quê que a gente tem que consumir tanto e vem, aí questão do planeta também né, entra todo esse assunto. Consumir é necessário, mas o consumismo degrada também o planeta, né? Então eu estou trabalhando nesse momento com eles porque, na cabecinha deles, isso é zerado, é um assunto que, para eles... não sabem nada. Partindo da escola mesmo esse assunto, para que eles tenham uma consciência ambiental e de consumo (Entrevistada 03).

A entrevistada 10 relata trabalhar o assunto em algumas unidades, de modo que as crianças abordam a rotina da família, e eles conseguem se identificar nas diferentes posições de consumo, como o perfil consumista, os que consomem o que é necessário, além de alguns trazerem a experiência da família em reutilizar.

A entrevistada 01 acredita que é importante explicar sobre trocas em sala de aula, a fim de amenizar a pressão das crianças com os seus pais, acerca da vontade

de comprar a toda hora, e para buscar oportunizar essa conversa em casa. As entrevistadas 04 e 07 mencionam a discussão sobre o consumo e o desperdício, principalmente tratando-se de alimentos, no momento do lanche na escola.

As entrevistadas 05, 09, 13 e 14, visto que as três últimas trabalham na mesma escola, abordaram nesse ponto a educação financeira, presentes como projeto de aulas e/ou livro didático, em que o consumo é constantemente trabalhado, em seus diferentes aspectos, em questões de saúde, em questões de valor, de preço, questões de necessidades e desejos, bem como são trabalhadas situações hipotéticas de consumo, de guardar, de gastar. A entrevistada 05 discorre sobre a temática:

Sim, tem o projeto financeiro, né? (...) E aí a gente conversa, também, da questão dos sonhos né, com eles, por exemplo “Ah professora, eu tenho um sonho de ter um brinquedo assim X, assado.” “Tá, você tem condição de ter ele agora?” “Não”. Então vai ser um presente a longo prazo. Então por quê que numa data específica, sei lá, dia das crianças, você junta esse dinheiro para comprar para você. Então nesses dias que tem feriado, realmente, é onde a gente tem mais o crescimento de consumo, mas a gente tenta trabalhar mesmo essa questão do que é mais essencial. Esse é o seu maior sonho? Ele dá mais trabalho? Então você vai juntar até o ponto que você conseguir comprar. E aí eu já não sei... eu creio que ele entra, um pouquinho, nesse quesito de aniversário, dia das crianças, páscoa e tudo mais, que é quando a gente realmente costuma comprar, né? (...) Não para falar para elas que tem um dia específico de comprar um presente, um brinquedo que elas queiram, mas que, a gente não pode comprar tudo todo dia né, porque, senão vai exagerar no consumismo (...) (Entrevistada 05).

A entrevistada 07 mencionou a existência de conversas sobre a reutilização, reciclagem, em momentos específicos em que são engajadas as crianças, como nas campanhas de doação de brinquedos que ocorrem em outubro. A entrevistada 11 explica sobre os projetos na escola que envolvem questões relacionadas ao descarte, trabalhando o ato de repensar, reutilizar e recusar, por vezes. Também é trazida a perspectiva da geração de resíduos, em que a escola, num contexto em que se percebeu suja, estabeleceu a meta de diminuir a quantidade de lixo gerado.

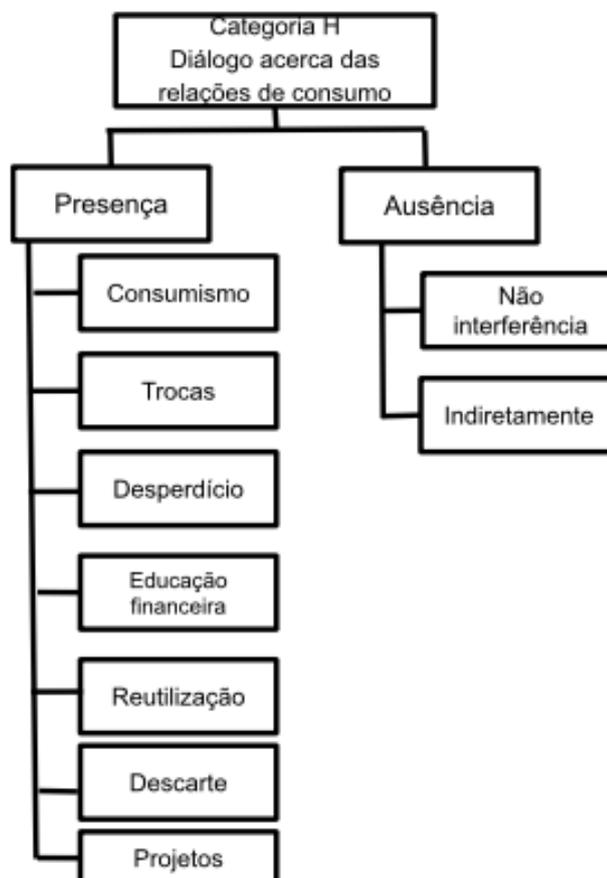
A entrevistada 15 relata a existência de projetos que dão ganchos para ser trabalhada a questão do consumo, mas observa a presença dessa discussão inserida no cotidiano, no dia do brinquedo “tudo são objetivos de uma conscientização mais ampla, social, de cuidado, de partilha”. Nesse aspecto, a professora relata que uma aluna tem o hábito de levar brinquedos feitos de materiais reciclados, como foi o caso de fantoches feitos com palito de picolé e papel colorido que ela encontrou, e que isso

então é valorizado verdadeiramente, tanto a criatividade como a sua intencionalidade. A respondente ainda menciona a discussão acerca da coleta seletiva, do lixo, através de uma história.

Já a ausência dessas discussões de maneira sistêmica é relatada pelas entrevistadas 02 e 07, que afirmam não haver interferência nesse sentido: “(...) especificamente de “Evitem comprar, não comprem muito”, não.” (Entrevistada 07). A entrevistada 02 declara “(...) não que eu me lembre assim diretamente da gente falar o quê que é legal, o quê que não é, a gente não interfere nisso (...) é mais assim, quando é uma consequência para aquilo que a gente está programado a desenvolver com as crianças, entende?”. Já a entrevistada 12, acredita que o assunto é tratado de maneira indireta:

(...) lá na escola tem a matéria de matemática ministrada em inglês, né? (...) Eles até conversam um pouco, porque eles começam a trabalhar com dinheiro, mas não entra muito, assim, no que deveria ser, no que é importante. Acaba que a gente, de vez em quando, quando vai conversar com eles sobre organização de materiais, por exemplo, eles tem um estojo que deve, meu deus, passar dos 500 reais de valor de coisas e aí a gente fala “Olha gente, vamo olhar isso aqui. O papai, a mamãe comprou isso aqui com muito carinho, isso aqui é caro, isso aqui é caro, isso aqui é assim, é assado”. Então, vamos tomar cuidado, vamos guardar esse livro que você tem, esse material todo, caderno, então a gente tem que cuidar, conservar. É mais nesse sentido, assim, pelo o que eles têm, para a gente trabalhar esse cuidado, mas não muito, assim, específico, apresentando para ele essas relações não (Entrevistada 12).

QUADRO 5 – Diálogo acerca das relações de consumo



Fonte: Elaborado pela autora.

#### 4.3.2 Projetos e ações sobre o consumo consciente e descarte

Resende (2013) salienta que o Estado é obrigado constitucionalmente a promover o direito fundamental ao desenvolvimento sustentável e por essa razão as instituições de ensino infantil, sejam elas privadas ou públicas, devem inserir o consumo consciente na estrutura curricular, nas propostas pedagógicas. O autor valoriza os esforços voltados para o desenvolvimento sustentável logo na infância, visto que, assim, formam-se indivíduos mais conscientes, “impregnados de valores sociais, ambientais e éticos que devem permear a vida em sociedade”, o que tem o poder de evitar a necessidade do indivíduo de futuras transformações drásticas de comportamentos enraizados em sua cultura e modo de vida:

(...) os primeiros anos de vida são uma fase marcada por intensos processos de desenvolvimento psíquico e de grande capacidade cognitiva da criança, sendo, dessa maneira, mais fácil criar nos infantes uma “cultura” voltada ao consumo consciente do que em adultos e jovens (RESENDE, 2013, p. 124).

Todos os respondentes contribuíram com experiências e projetos dos quais participaram ou ainda participam com suas respectivas turmas. A entrevistada 06 listou diversos projetos e ações como: criação de feira em que os alunos produzam algum objeto e consigam vender, a fim de compreender o processo de fabricação, de vendas, entender sobre o consumismo desde a etapa de produção até a venda, verificar se o dinheiro recebido foi suficiente, oferta e produto; discussão e levantamento de problemas sobre temas amplos pautados pela ONU “E aí eles vão falando do jeitinho deles (...) de forma bem imatura, mas a gente já começa a fazer esse pensamento crítico, do descarte, do mau descarte, do uso indiscriminado dos bens de consumo”; além da realização da separação do lixo, coleta seletiva, reaproveitamento de brinquedos, brinquedos feitos de materiais reciclados. A entrevistada 09, que trabalha na mesma escola, reitera os pontos comentados, reforçando que os projetos são propostas maiores e que devido ao tempo, às vezes não podem ser implementados, mas acrescenta “(...) as discussões (...) eu acho que a gente não passa nenhuma semana, assim, sem mencionar isso, essas questões de consumismo (...) e é um assunto que eles gostam muito de discutir.” (Entrevistada 09).

As entrevistadas 10 e 15 convergem quanto a proposição de discussões em sala de aula acerca do consumo, trazem livros, histórias, formam rodinhas com os alunos; a entrevistada 15 reforça com os alunos a questão do consumo consciente voltado para a alimentação saudável e não poluente, não industrializada. A entrevistada 10 diz que a escola em si não tem uma campanha de consumo consciente.

As entrevistadas 01 e 09 contam que já propuseram a troca de brinquedos, como descreve a entrevistada 01:

Em alguns projetos assim que a gente faz, eles até ficam um pouco mais desapegados, por exemplo, de levar uma coisa que eles né, não fazem muita questão. Tem uma coisa muito legal né que a gente faz, desses brinquedos que eles são mais desapegados, de um dia eles compartilham e levarem um final de semana para a casa do outro. Aí eu penso na cabecinha deles, que eles até desapegam mais e acham importante fazer trocas, ter outras coisas, para eles verem o quê que eles podem brincar ou que podem melhorar, e o que pode ser feito até para não ter aquele consumo extremo (Entrevistada 01).

Dentro da categoria de consumo consciente, as entrevistadas 04 e 07 trataram especificamente da valorização dos bens de consumo que já possuem e do uso consciente destes. A entrevistada 04 alerta sobre o cuidado com “(...) o creme dental, que custa caro, o cuidado com aparelho, o cuidado com a roupa, o cuidado com o tênis (...)”, de modo que eles fiquem cientes de como usar esses produtos de forma adequada, para que aquilo dure mais e para que outras pessoas consigam usar depois. A entrevistada 07 enfatiza que não é uma prática da escola, mas que os professores em sala de aula buscam conscientizar os alunos acerca do desperdício, do cuidado com o material e a importância disso pois comprar de novo demandará dinheiro dos pais. No entanto, observa que os alunos são muito novos, falta maturidade e que em casa esse tipo de comportamento não é exigido, então “(...) eles têm essa prática de comprar por comprar e “Ah, perdeu? Tá bom eu compro outro”, pouquíssimas são as famílias que têm esse cuidado mais... essa atenção né, no não desperdiçar, no cuidar do material e dos brinquedos.” (Entrevistada 07).

A entrevistada 11 explica as ações da escola voltadas para o desperdício de alimentos, havendo sensibilização acerca da temática dentro da campanha da fraternidade, de modo que as crianças são orientadas a colocar somente o suficiente, o que for comer no prato, visando reduzir o descarte de alimentos. Além disso, na cantina da escola, com o excedente de comida, com o alimento que foi preparado e não consumido, são preparadas marmitas destinadas aos moradores de rua.

As entrevistadas 03 e 11 discutem também questões relacionadas ao descarte consciente, tratando da separação do lixo, ter o conhecimento do que é lixo reciclável e a sustentabilidade envolvida, como exemplificado pela entrevistada 11:

Então, por exemplo, as lixeiras na escola, são todos seco e orgânico, onde já traz para a criança, também, essa perspectiva de... sabe, de reutilização do material. A gente utiliza muito materiais reciclados, então a gente constrói coisas com materiais reciclados, para eles perceberem. A gente não utiliza TNT, EVA, por exemplo, na escola, fazendo toda essa questão de sustentabilidade, né? (...) diminuir o lixo consumido na escola (...) A utilização, por exemplo, do papel. Recortou, jogou dentro do lugar certo, porque outra pessoa, ela vai vir, vai reciclar, então assim, fazer o próprio papel reciclado com eles a gente também faz né, para eles perceberem esse processo (Entrevistada 11).

Grande parte das respondentes também contribuíram com relatos acerca de arrecadações. A entrevistada 02 apresenta o *service day*, um evento anual da escola, um grande café da manhã com as famílias em um sábado, e tem algumas atividades

de serviço, como pintar partes da escola, trabalhando em comunidade, onde as crianças levam também brinquedos e roupas que não usam mais para doar para creches.

e aí tem essa conversa, assim, “olha a gente vai arrecadar brinquedos, roupas, que vocês não usam, às vezes é uma coisa que tá no seu armário, um vestido que já não te cabe, uma calça que tá curta, um tênis que tá apertado, e a gente vai juntar essas coisas... uma boneca que você já não acha tão legal assim...”, porque tem outras crianças que não têm acesso, muito mais para o lado social, sabe? Então, assim, (...) “lembra quando você ganhou esse vestido o tanto que você ganhou o tanto que você gostou e agora não te cabe, imagina outra criança ganhando ele? (Entrevistada 02).

Da mesma forma, as entrevistadas 07, 08 e 10, 13, 14, 15 abordam campanhas semelhantes de arrecadação de itens que não são mais utilizados. A entrevistada 07 destaca que essas ações ocorrem somente em momentos muito específicos. A entrevistada 08 menciona a mobilização para doação de brinquedos tanto para outras instituições, como para a própria brinquedoteca da escola, quando dispõe de poucos brinquedos. A entrevistada 13 alerta para o estado e a funcionalidade dos itens a serem doados “A gente sempre trabalha (...) a questão de que eu não vou doar também o que não me serve, se não serve para mim, não vai servir para o outro. Se tá quebrado (...) eu não vou querer nada destruído e nem o outro, né?”. A entrevistada 14 avalia a proposta de troca de brinquedos na escola, entre os próprios colegas e diz, no entanto, que a adesão é baixa:

Porque é meu, né? Muitos estudantes preferem ter um quarto gigantesco de brinquedo do que doar. Então eu acho que é algo que ainda precisa ser muito trabalhado. E então, assim, essa questão da conscientização do dinheiro, do olhar para o outro, que existem, enquanto você está comprando muito, tem pessoas que não tem nada (Entrevistada 14).

A entrevistada 12 comenta sobre um projeto que os alunos poupavam o dinheiro do troco, que não iam usar, com o auxílio de um cofre, e o dinheiro economizado foi revertido para a compra de cestas básicas.

A entrevistada 11 aborda a arrecadação de alimentos na escola, como escola em pastoral, e descreve um pouco do funcionamento “(...) cada ponto da escola tinha um QR Code onde tinha que você descobrir o quê que estava falando ali (...) aí tinha uma mensagem (...) reflexiva sobre o processo e cada turma, por exemplo (...) todo o primeiro ano, trazer leite de coco.”. Ela conta que na gincana do colégio também ocorre a doação de brinquedos, tanto novos, como usados:

(...) eu trago sempre na perspectiva é legal trazer um brinquedo novo, a gente sempre recebe brinquedos novos. Mas antes, eu sempre peço “Tudo bem, trazer um brinquedo novo, né? Mas eu quero que a criança traga um brinquedo da casa, que ela não queira”, né? Então, essa é uma regra que eu sempre converso com eles, porque é claro que a criança ela precisa do melhor, então tudo bem, a gente trazer um brinquedo novo, vai ser muito legal, mas aquele brinquedo que está bom, em bom estado, é uma aprendizagem para a criança que está dando, não para quem vai receber, né? (Entrevistada 11).

Além das citadas, a entrevistada 11 comenta sobre outro projeto, o PATAMA, no qual são juntadas tampinhas para comprar ração. Na escola, são realizados outros trabalhos de arrecadação os os jovens, como arrecadação de absorventes e outros itens de higiene pessoal, confecção de bonecas de pano, entregues com outros brinquedos etc.

As entrevistadas 08 e 11 explicam sobre a participação da família em alguns dos projetos. A entrevistada 11 elogia a participação dos pais, no geral, e os descreve como preocupados com a questão do consumo, que incentivam os filhos a levarem as garrafinhas, por exemplo, e que são muito ativos nas gincanas, abraçando a causa. A entrevistada 08 detalha as ações de doações junto à família:

(...) a gente faz esse trabalho junto com os pais, junto com a comunidade, Então é algo que a gente tem que trabalhar com os pais, os pais vão virar para eles e falar assim “Olha, você acabou de ganhar um brinquedo novo. Vamos pegar um brinquedo seu mais antigo para fazer doação?”. Então isso é algo que, realmente, nós somos uma ponte com relação a isso, mas quem tem que efetuar todo esse trabalho, todo esse serviço, toda essa questão da doação é realmente a família (Entrevistada 08).

Já a entrevistada 03, professora da rede pública de ensino, aborda que não há participação da família no referido contexto.

Não, quanto aos pais não, fica focado dentro da escola mesmo. É uma comunidade muito pobre, é muito difícil a gente envolver os pais. Trabalham muito, não tem tempo, entendeu? Assim, aquela coisa que... não dá, a gente não conseguiu ainda envolver os pais, mas dentro da escola há um projeto sim com as crianças, com a comunidade, a prefeitura, então isso tem.” (Entrevistada 03).

Quanto a ausência de projetos e ações relacionados a diferentes formas de descarte, um dos fatores é o contexto socioeconômico. A entrevistada 03 conta, nesse caso, que a comunidade escolar é carente e, portanto, ela é quem recebe doações, ou seja, as ações ocorrem da comunidade, dos próprios professores, para a escola e não da escola para a comunidade.

As entrevistadas 07 e 10, que trabalham no mesmo colégio, disseram que as ações e campanhas voltadas para a temática do descarte são poucas, mais pontuais e sazonais. A entrevistada 10 relembra uma arrecadação da campanha “Pata na tampa”, mencionada por outra respondente, a qual arrecada tampinhas para ajudar animais em situação de abrigo. A entrevistada 07 diz não que não podem interferir quanto ao lanche, em brinquedos, e que em escolas públicas observa-se com maior frequência a troca de material e doação, e acrescenta:

(...) na escola onde eu trabalho, seria mais assim “Ah, quebrou? Joga fora”, né? Não tem aquele cuidado de “Ah, será que o próximo não pode consertar? Ou será que só não ter uma rodinha para o próximo já não serve?” (...) Mas a escola em si não foca muito nessa proposta, eu não vejo muito um envolvimento nessa proposta de descarte, de doação, assim, não vejo muito envolvimento nessa área (Entrevistada 07).

A entrevistada 09 explica a questão de conflitos que atrapalham a adoção de projetos de trocas de objetos em sua escola. Ela expõe, nesse contexto da troca que, em determinadas idades, ou até mesmo em outras, a criança pode não entender o ato da troca, considerar que não foi justa, chorar, expressar sentimentos por isso, o que pode representar um incômodo maior para crianças que apresentam laudo. Ela considera que pode haver receio quanto ao entendimento da criança a possibilidade da troca por um brinquedo de menor custo, bem como o receio da família em fazer essa seleção, além do cuidado da escola em buscar ser o mais justa possível. Ela diz que vê mais doações de livros, os quais são menos afetados por essa comparação de valor. A entrevistada ainda pondera que é importante trabalhar esses sentimentos conflituosos e refletir com as crianças como “Olha, por que que você tá triste? O quê que aconteceu?”.

Como observado, a doação foi o meio de descarte mais abordado pelas respondentes, dentre as categorias e subcategorias sugeridas por Jacoby (1977) e também ilustradas na Figura 1 do presente trabalho (ex: manter, jogar fora, doar, emprestar, vender, trocar, dispor para reciclagem, alugar, guardar), e configura como propósito de grande parte dos projetos escolares. A entrevistada 04, inclusive, levanta que é uma consciência nova para os adultos, e até para as crianças que já estão absorvendo sobre as diferentes formas de descartar (alugar, emprestar, passar para a frente ou vender). Como projeto ela cita o chamado “Beleléu”, que seria similar a um

achados e perdidos e que tem um dia limite definido no mês para fazer o resgate de algum item perdido, pois o que não for resgatado é doado para crianças carentes.

A entrevistada 05 diz que é estimulada a doação de brinquedos, de roupas, da solidariedade com o próximo, principalmente tratando-se de alimentos, e exemplifica:

Tem aquela roupa que você não está usando mais no armário, em vez de usar fora, a gente já trabalhou muito para fazer uma colcha de retalho, ou aquele brinquedo que não te interessa mais, porque você cresceu e acha que ele já está né... as crianças têm disso "Ah, esse brinquedo é mais para bebê", então o quê que você pode fazer com esse brinquedo? Será que você não pode ir para um ponto de doação, doar para quem você conhece, quem você sabe que precisa? Então nesse quesito, a gente trabalha mesmo com doação, depois que aquele objeto que a gente comprou não nos interessa mais, mas ele ainda tem uso, então a gente trabalha com reciclagem e com doação (Entrevistada 05).

As entrevistadas 06, 08, 11 e 14, que com exceção, da 08, trabalham na mesma instituição, abordam fortemente a questão da doação de roupas, brinquedos e alimentos, motivada também pelo âmbito religioso do colégio, que segue esses princípios solidários. A entrevistada 14 observa: "Então a gente tenta conscientizar nesse sentido também, né? Para que eles percebam que, enquanto está tendo um excesso de um lado, está de um desequilíbrio de outro, né?".

A entrevistada 11 também menciona a ação envolvendo o achados e perdidos:

Lá, também, a gente, por exemplo, tem um achados e perdidos né, que a gente incentiva a colocar o nome e tudo, mas que ficam muitas coisas, então, no fim do ano, dá para juntar não sei quantas caixas de lápis de cor, tesoura, tudo quanto é material e aí a gente já vai falando para eles "Ó, esse, se não tiver dono, no fim do ano a gente vai doar" (...) apesar de né, deles entenderem um pouco errado, a gente não mostra, porque que aquilo, que às vezes eles largam né e fala assim "Ah, a minha mãe compra outra", sabe? Então a gente fala "Olha, isso aqui tem valor, isso aqui dá para você usar bastante" e aí, assim, a gente tenta tudo usar, tudo o usar ao máximo, né? (Entrevistada 11).

A entrevistada 15 explica sobre a sensibilização realizada por mais de um mês com as crianças, mostrando por meio de história, vídeos, a realidade de creches e crianças carentes, para então iniciar um projeto com as crianças e as famílias, e alerta sobre a importância do comprometimento da família:

(...) essa atividade, esse projeto, só tem sentido se realizado junto com a criança, que não adianta a família né, gente vê muita família que vai e compra para a criança não doar. Então está tirando, olha só, a oportunidade que está tirando de fazer um trabalho com essa criança né, de conscientização de consumo circular e tudo mais, né? Então, a gente, na verdade, é um projeto

tão abrangente, que a gente acaba, também, não educando só as crianças, mas também até as famílias, muitas vezes, né? (Entrevistada 15).

Além da doação, a entrevistada 11 explica que é abordado também a reutilização. Isso é observado no uso de material descartado para a elaboração de maquetes, na oficina de instrumentos musicais, com o uso de garrafas, na separação de papel para reciclagem.

#### QUADRO 6 – Consumo consciente

<b>Consumo consciente</b>		
<b>Concepção</b>	<b>Sugestões à família</b>	<b>Projetos pedagógicos</b>
Conscientização	Limite	Conscientização
Diálogo	Exemplo	Troca de brinquedos
Família	Ensino	Descarte consciente
Educação Financeira	Tempo de qualidade	Arrecadações e doações
	Diálogo com a escola	Participação da família
		Reutilização

Fonte: Elaborado pela autora

#### 4.3.3 Sazonalidade na doação

Observa-se então a doação como o meio de descarte mais mencionado pelas respondentes acerca das ações das crianças, principalmente no meio escolar, e por tal razão, uma pergunta adicional voltada para essa modalidade foi realizada, visando entender se essas práticas costumam ocorrer apenas em determinadas épocas ou meses do ano, ou se existem esforços para um trabalho contínuo nesse âmbito. Considera-se também o apelo solidário envolvido nas campanhas de doação promovidas pelas escolas, como descrito por Souza e Martínez (2018), e por isso, obteve-se respostas também caracterizando doações que não se encaixam

exatamente no ciclo do comportamento de descarte do consumidor, como as doações de alimentos.

A maioria das entrevistadas afirmou observar a influência da sazonalidade nas doações, seja na escola, ou nas próprias famílias, e apresentaram seus pontos de vista. A entrevistada 01 menciona que isso ocorre em algumas famílias, que podem querer fazer uma troca por um outro brinquedo, mas para ajudar, em sua visão. A entrevistada 04 acredita que a doação de brinquedos, roupas e sapatos acontecem dependendo da sazonalidade, principalmente em novembro e dezembro, visto que a família fica emocionalmente mais envolvida nesses períodos, com a ajuda e doação para crianças, por exemplo. Essa declaração vai ao encontro dos achados de Souza e Martínez (2018), onde mais da metade das campanhas escolares de doação identificadas ocorreu entre setembro e dezembro. A entrevistada 05 percebe nos dias de feriado, em específico, maior incidência do consumismo e discorre:

(...) é aquela compra daquele brinquedo, é a compra de presente de aniversário, então é mais perceptível mesmo em feriados (...) Tem, inclusive agora na páscoa, justamente, nós tivemos um projeto aí de doação de alimentos né, não é uma coisa que acontece constante. A gente sempre lembra e espera que isso parta deles, não que seja um pedido da escola, a gente sempre tenta trabalhar com eles mesmo fora da escola, principalmente porque a gente está vendo um monte de gente no semáforo e tudo mais, mas a gente trabalha isso neles que, esse princípio de solidariedade não tenha uma data específica, seja mesmo do coração, seja um momento que alguém esteja precisando e que ele possa doar. Mas nessas datas a gente tem mesmo, assim, esse trabalho maior de recepção de doação (Entrevistada 05).

A entrevistada 15 destaca: “(...) mês de outubro é muito intensa essa movimentação e depois, a gente vê que cessa, né? A gente não vê um movimento de querer uma retomada ou de famílias que “Ah, vamos ajudar né, aquela creche, final do ano”. Nesse sentido, a entrevistada 08 reforça a importância da ajuda nessas datas comemorativas, mas não ficando restrita a elas:

É importante, principalmente no Natal, no Dia das Crianças, então assim, a gente sempre trabalha com esses projetos. Eu acho que toda escola de educação infantil tem que trabalhar com esses projetos, entendeu, voltados não só para essa época de Dia das Crianças, de Natal. A gente entende que são épocas mais difíceis, que tem crianças que não têm brinquedo nenhum, crianças que não ganham nada, no Natal também não ganham nada, entendeu? Mas a gente entende que é algo que a gente, enquanto instituição de ensino, a gente pode estar oferecendo esse tipo de ação para as outras crianças, entendeu, outras crianças mais vulneráveis, digamos assim, a gente pode estar oferecendo esse tipo de doação, não só nessas datas, mas em outras datas também e é muito importante porque são crianças que realmente precisam (Entrevistada 08).

A entrevistada 09 resgata a ocorrência de projetos no Dia das Crianças, doação de alimentos na Páscoa e doação de brinquedos na gincana, que ocorre no segundo semestre do ano. As entrevistadas 02, 12 e 14 afirmam que nessas datas comemorativas os eventos de arrecadação aumentam, principalmente no Natal: “Sim, muito disso também, assim, “Ah porque é natal, então tá na hora da gente fazer essas doações né (...).” (Entrevistada 02). A entrevistada 10 reforça essa visão:

É mesmo voltado mesmo para Natal, campanha de inverno, só essas campanhas mais pontuais mesmo, não vejo um trabalho contínuo aí nessa área. Não existe, por exemplo, uma entidade que a escola apoie, que os pais né, doem, não vejo a escola apoiando esse aspecto, de influenciar crianças a organizarem né, porque são crianças que têm condições, né? Então a escola não se envolve muito nesse aspecto não. Não tem uma campanha anual, o ano inteiro né, alguma coisa que, seja o foco da escola, realmente não é o foco da escola esse tipo de campanha, esse tipo de processo (Entrevistada 10).

A entrevistada 11 aborda as doações típicas que ocorrem sazonalmente, como o material escolar restante no final do ano, a doação de alimentos na Páscoa e a doação de brinquedos no dia das crianças, mas que a caixa utilizada para coletar doações fica disponível ao público o ano inteiro e reflete “Mas nessas épocas né, em que a escola dá uma... enfatiza mais, manda comunicado, fala, tem né divulgação, aí sim tem... é maior no natal, né? Natal todo mundo ajuda todo mundo (...).” (Entrevistada 11).

Sobre a forte influência da sazonalidade, a entrevistada 14 ainda aponta que nas outras escolas em que trabalhou, pouco se preocupavam com o assunto, e reforça a importância da existência dessas campanhas:

Eu passei por diversas escolas que, por exemplo, a única doação que acontecia era da gincana da escola, onde eles arrecadavam alimento (...) Então, é essencial esse tipo de campanha e campanha o ano todo, gente, porque a pessoa não passa fome só no Natal, a pessoa não passa frio, só quando está muito frio, o frio, ele vem aí na madrugada. Quem mora na rua vivencia o frio quase que.... claro, que em algumas épocas do ano, com maior intensidade, mas o frio, ele não deixa de existir. Então eu acho que é algo que precisa ser mais trabalhado. Aonde eu trabalho, existe, mas que, em outras épocas do ano, elas também, essas campanhas também devem existir (Entrevistada 14).

A entrevistada 13, que trabalha no mesmo colégio da entrevistada 14, faz um contraponto nesse aspecto, declarando que existem momentos de captação de doações na escola, mas que não é possível realizar no ano inteiro, com a possibilidade de gerar algum incômodo para os pais dos alunos. Ela conta que, por ser um colégio

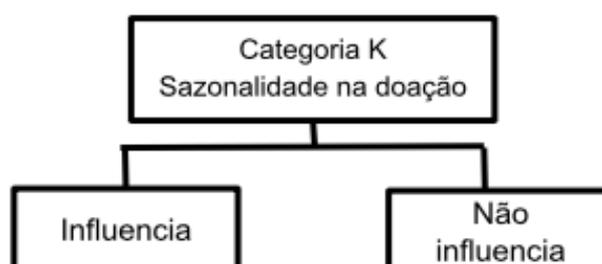
católico, o ano inicia com a campanha da fraternidade, onde ocorre uma arrecadação em torno do tema da campanha, seguida pela campanha do agasalho quando chega o inverno, com uma sensibilização para esse tema, e em agosto acontece a gincana e a doação está inserida em uma das provas, gerando maior envolvimento dos alunos, por essa razão “Então assim, não é durante o ano todo, mas são feitas, no mínimo, umas 3 campanhas no ano, no mínimo.” (Entrevistada 13).

A entrevistada 07 diz que existem doações em momentos específicos, mas defende que uma mobilização, uma vez por mês, para doação de alimentos, seria mais socialmente adequado, visto que se trata de pessoas que têm condições.

Já a entrevistada 11 diz não perceber a influência da sazonalidade na captação de doações: “Não, até que, eu acho que não, assim, quando, sempre, quando tem essa proposta de doação, eles abraçam mesmo, assim, sabe?” (Entrevistada 11). A entrevistada 02 também colabora com essa perspectiva e expõe:

“(…) eu acredito que a escola foge um pouco desse padrão (…) E, também, porque assim, na escola a gente tem desde o maternal até o ensino médio, então todo mundo participa dos mesmos eventos, e as crianças não são brasileiras, assim, eu acho que mais da metade não são brasileiras. O Brasil tem muito essa cultura de consumo, né? (…) Quando você olha uma criança europeia, é uma criança que tem cinco irmãos, e que a criança mais nova está usando o tênis do primeiro, sabe assim, o tênis passou por todos e eles usam o tênis até acabar, eles usam o uniforme até acabar. E isso eu até discuto muito com as minhas colegas, assim, de onde vem isso? Eu acho que o Brasil era um país muito pobre, antes, assim, sem recurso, sem acesso, e com essa ascensão do Brasil, as pessoas quiseram consumir coisas novas, coisas estrangeiras né, assim, a Nike, por exemplo, Adidas (…)” (Entrevistada 02).

#### QUADRO 7 – Sazonalidade na doação



Por fim, os Quadros 8 e 9 resumem alguns dos principais tópicos discutidos no capítulo.

QUADRO 8 - Sentimentos e motivações comuns aos processos de consumo

<b>Sentimentos e motivações comuns aos processos de consumo</b>	
<b>Fatores que envolvem a influência da criança</b>	<b>Fatores de interesse</b>
Manipulação	Possibilidades
Recompensa	Influência
Falta de tempo	Interação
Consumismo	Novidades
Acessibilidade	Objetos temáticos
Poder de convencimento	
Novidades	

Fonte: Elaborado pela autora

No Quadro 8 encontram-se os fatores que podem influenciar o interesse da criança por algum brinquedo, bem como os fatores que permeiam a influência da criança nas compras da família. Destaca-se essa última categoria, que reúne possíveis motivações para o comportamento infantil de consumo voltado ao materialismo, ao consumismo, no impulso constante para a aquisição de produtos não por necessidade, mas sim por uma felicidade momentânea, a qual é rapidamente superada com o desejo de um próximo produto (CABEDA E CHIARELLO, 2018).

QUADRO 9 - Sentimentos e circunstâncias motivadoras para o descarte

<b>Sentimentos e circunstâncias motivadoras para o descarte</b>	
<b>Alternativas de descarte</b>	<b>Fatores que geram desinteresse</b>
Trocas	Imediatismo
Doação	Barganha
Abandono	Enjoo/Tédio
Venda	Amadurecimento
Dar um outro propósito	Falta de paciência
Manter	Dinamicidade
	Disputa com eletrônicos
	Aceitação social (moda)
	Disposição dos objetos

Fonte: Elaborado pela autora

O Quadro 9 reúne as alternativas típicas de descarte dos estudantes observadas pelas professoras junto a fatores que podem influenciar o desinteresse da criança pelo brinquedo ou objeto, podendo conduzir o indivíduo ao descarte. Assim, de acordo com Vieira et al. (2021), o estudo dessas motivações e as possíveis ações de descarte podem contribuir para estender o ciclo de vida do produto, inibir novas decisões de compra e reduzir o uso de matérias-primas e os custos na produção de novos bens.

Por fim, sinaliza-se que o detalhamento dos pontos levantados no presente capítulo se encontra na seção de apêndices.

## 5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO

A presente pesquisa visou analisar a percepção de professores de ensino infantil quanto ao comportamento de consumo e de descarte em relação ao principal público com quem trabalham, as crianças, aliada ao resgate de suas próprias experiências.

Com a aplicação e análise dos questionários respondidos pelos professores, foi possível perceber, no geral, um forte entendimento e engajamento desses profissionais sobre o assunto, apoiado por projetos propostos pela escola e existência de conscientização ou sensibilização de certos temas. Porém, em determinados pontos de algumas entrevistas, notou-se confusão quanto ao uso dos termos “consumo” e “consumismo”, percebendo a troca dos termos, o uso equivocado do termo consumismo, em um cenário positivo, visto que o consumismo por definição, denota um comportamento excessivo, e por isso, negativo ou até mesmo destrutivo. De forma semelhante, também foi percebida, em alguns momentos, a percepção das entrevistadas sobre a temática do descarte de bens sob uma ótica predominantemente associada ao descarte de lixo, o que pode ser reflexo de uma postura de menor intervenção por parte do entrevistador.

Em síntese, os objetivos propostos foram atendidos: os fatores ambientais e individuais que influenciam as decisões de consumo das crianças foram observados, principalmente, pelas condições que motivam o interesse das crianças por determinados objetos; os sentimentos e circunstâncias que podem ser motivadoras para o descarte de um bem, assim como as alternativas típicas de descarte adotadas puderam ser traduzidas por fatores relacionados ao abandono, ao desinteresse, pelas propostas pedagógicas, assim como pela observação dos professores sobre as crianças e suas dinâmicas familiares; a descrição dos sentimentos e motivações quanto aos processos de consumo das crianças está envolta nos fatores de influência que a criança exerce sobre quem detém o poder de compra, bem como nos motivos que determinam o interesse da criança pelo objeto; e, por fim, as sugestões dos professores em relação ao ensino do consumo consciente foram abordadas pelos docentes quando perguntados sobre do quê se tratava consumo consciente, como eles descreveram um comportamento saudável de consumo e de que forma os pais

poderiam contribuir para esse objetivo, além da descrição dos projetos pedagógicos implementados.

O consumo foi visualizado como ponto motivador para a socialização, auxiliando as relações na escola com os professores e entre os próprios alunos, mas também como responsável por alguns conflitos e isolamento. O consumismo também foi amplamente abordado, presente por influência da dinâmica familiar, pelo comportamento de preencher lacunas emocionais, pela falta de tempo, para manter aparência e status.

Ao mesmo tempo que o consumo cada vez mais presente da tecnologia, o domínio das ferramentas tecnológicas do cotidiano seja considerado um ponto positivo, relaciona-se também, por outro lado, ao imediatismo, a fortes tendências consumistas, de vício em jogos digitais, expressos em respostas das perguntas acerca da influência das crianças nas compras da família e sobre as implicações negativas do consumo.

Destaca-se a presença da educação financeira como ferramenta que os pais e a escola utilizam para o ensino, sendo uma das implicações positivas do consumo e fator inerente a um comportamento de consumo saudável, utilizada para aprimorar e guiar as relações de consumo trabalhadas no colégio, ao apresentar discussões como “desejo ou necessidade”.

Percebe-se a presença de relações de desapego como também de apego na escola, sobre o qual as professoras declararam ter consciência e um maior controle depois de um prévio trabalho de diálogo, de conscientizar e explicar sobre o compartilhamento e o respeito aos colegas e o seu espaço. Um posicionamento similar é associado ao controle dos possíveis conflitos, em geral, em sala de aula.

A presença de interesse da criança por algum brinquedo se dá por características mais chamativas, novidades, objetos com temas de sua preferência, influência dos colegas. Algumas crianças preferem brinquedos que deem maior possibilidade de criação, de imaginação e interação a elas. Já o desinteresse se dá pelo imediatismo, pela característica de geração “*fast food*”, consumindo, enjoando e descartando quase que instantaneamente, bem como questões como o amadurecimento e a aceitação social, bem como a disputa com os dispositivos eletrônicos. Nesse sentido, observa-se o abandono de brinquedos em idades próximas da pré-adolescência.

Nota-se que, apesar das diferentes normas presentes nas escolas, em que algumas crianças não vivenciam o compartilhamento de brinquedos em sua rotina escolar, pois em alguns locais não tem o dia do brinquedo e os estudantes também não são autorizados a levar, isso não afeta a adesão nas possíveis campanhas de doação, visto que essas doações podem ocorrer no contexto de liberar espaço para um outro brinquedo, além de compartilharem outros materiais sem muitos problemas.

Quanto aos projetos e ações no contexto escolar, dentro da classificação das formas de descarte elaborada por Jacoby (1977), foram citados exemplos como a realização de campanhas de doação, especialmente, seguido por trocas e empréstimo de brinquedos, novas tendências de descarte no cenário infantil, com o interesse de pais e crianças pela venda de itens em aplicativos, assim como atribuição de novas utilidades para os itens, na condição da sustentabilidade e da reciclagem.

Com a predominância da doação, discute-se características que tratam da sazonalidade, sobre a qual considerou-se influente na organização e realização de ações com esse propósito. Há de se considerar maneiras de organizar e engajar para que essas práticas ocorram durante o ano inteiro, aliadas ao real significado, levando em consideração que o momento ideal para a conscientização é na infância, pois as crianças irão representar a realidade futura; em detrimento de ações eventuais que determinam como motivação para a doação, alguma recompensa, exclusivamente.

Como limitação metodológica, a seleção dos participantes pesquisa pode ter sido afetada, visto que se obteve três grupos de professoras entrevistadas das mesmas escolas, tendo em um deles 5 respondentes da mesma rede de ensino, a qual possui um forte viés religioso, presença de valores cristãos e de solidariedade, o que leva a um possível direcionamento na coleta de dados para a existência de valores mais sustentáveis e um maior número de projetos relacionados ao consumo consciente. Além do que, o total de respondentes correspondem a 13 de escolas particulares e apenas 2 de escolas públicas, portanto, é sugerida pesquisa com foco nesse último contexto.

Assim, sugere-se novos trabalhos que proponham mensurações para os fenômenos estudados. Outras pesquisas futuras poderiam de maneira semelhante coletar as percepções também dos pais, para fins de comparação; pautar as diferenças dos fenômenos entre diferentes idades e redes pública e privada; estudar o fator socialização como implicação positiva e negativa do consumo; reunir as percepções da família, da criança e dos docentes quanto ao comportamento e decisão de descarte, focalizando os brinquedos; realizar pesquisas quantitativas a respeito da efetividade e da proporção sobre o papel das escolas na educação do consumo consciente; a investigação de novas tendências de descarte no cenário infantil, buscando identificar, por exemplo, a relação de pais e crianças quanto à venda de itens em aplicativos; e a gamificação para o aumento no engajamento para doações.

## REFERÊNCIA

ABRINQ, Fundação. Relatório Anual 2019. Disponível em:

<<https://www.fadc.org.br/sites/default/files/2020-04/relatorio-anual-FADC-2019.pdf>>.

Acesso em: 9 ago. 2022.

ALBINSSON, Pia A.; PERERA, B. Yasanthi. From trash to treasure and beyond: the meaning of voluntary disposition. **Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review**, v. 8, n. 6, p. 340-353, 2009. Disponível em:

<[https://www.academia.edu/download/51241207/From trash to treasure and beyond the me20170107-9029-htypyw.pdf](https://www.academia.edu/download/51241207/From_trash_to_treasure_and_beyond_the_me20170107-9029-htypyw.pdf)>. Acesso em: 15 fev. 2023

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**/ Philippe Ariès; tradução Dora Flaksman. - 2. ed. – Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

Balcão do Consumidor [recurso eletrônico]: coletânea educação para o consumo: sustentabilidade / Liton Lanes Pilau Sobrinho, Fabíola Wüst Zibetti, Rogerio da Silva, organizadores. – Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2018. 3.000 Kb; PDF.

Bardin, L. (2004). Análise de conteúdo (3ª ed., L. A. Reto & A. Pinheiro, Trad). Lisboa: Edições 70.

BELK, R. Sharing. *Journal of Consumer Research*, v.36, n. 5, p. 715-734, fev 2010.

Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/46553775\\_Sharing](https://www.researchgate.net/publication/46553775_Sharing)>.

Acesso em 24 jul. 2023.

BEZERRA, Juliana. Consumo. **Toda Matéria**, [entre 2010 e 2023]. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/consumo/>>. Acesso em: 20 jul. 2023

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. Em Tese. **Revista eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Vol.2. No 1 (3), Jan-Jul. P.68-80. Santa Catarina, 2005. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/download/18027/16976/56348>>.

Acesso em 07 jul. 2023.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: apresentação dos temas transversais, ética / Secretaria de Educação Fundamental. – Brasília : MEC/SEF, 1997. 146p.

CABEDA, Taísa; CHIARELLO, Cássia Gilmar Fraga. Educação para o consumo infantil sustentável. **BALCÃO DO CONSUMIDOR**, 2018. Disponível em:

<[https://www.upf.br/\\_uploads/Conteudo/balcao-do-consumidor/balcao\\_sustentabilidade.pdf#page=111](https://www.upf.br/_uploads/Conteudo/balcao-do-consumidor/balcao_sustentabilidade.pdf#page=111)>. Acesso em: 24 jul. 2023

CERIO, Eva. How parents handle the disposal of their children's toys: an emotional and controlled process. In: **21st International Marketing Trends Conference**,

Rome, 2022, hal-03588879. Disponível em: <<https://hal.ird.fr/IRG/hal-03588879v1>>. Acesso em: 01 ago. 2022.

CERIO, Eva; DEBENEDETTI, Alain. “Should I give it away or sell it?” A strategic perspective on consumers’ redistribution of their unused objects. **Journal of Business Research**, v. 135, p. 581-591, 2021. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296321004641>>. Acesso em: 18 fev. 2023.

Churchill, Gilbert A. Marketing: criando valor para os clientes / Gilbert A. Churchill, Jr.; J. Paul Peter; tradução Cecília C. Bartalotti (Capítulos 1 a 15), Cid Knipel Moreira (Capítulos 16 ao final); revisão técnica e atualização Valesca Persch Reichelt. 3. ed. – São Paulo: Saraiva, 2012.

Cooper, Donald R. Métodos de pesquisa em administração [recurso eletrônico] / Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler; tradução: Iuri Duquia Abreu; revisão técnica: Fátima Cristina Trindade Bacellar. – 10. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2011.

Demsar, V., & Brace-Govan, J. (2017). Sustainable Disposal and Evolving Consumer–Product Relationships. **Australasian Marketing Journal**, 25(2), 133–140. <<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2017.04.010>>. Acesso em: 18 fev. 2023.

DURKHEIM, Émile. **Sociologia, educação e moral**. Tradução por Evaristo Santos. Porto: Rés Editora, 2001.

ENGEL, James F, BLACKWELL, Roger D. e MINIARD, Paul W. Comportamento do Consumidor, LTC, 8ª ed. Rio de Janeiro, 2000.

FERREIRA, Milena Mignossi. Neurodivergência: compreenda o conceito para promover uma educação significativa. **Beducation**, 2022. Disponível em: <<https://beducation.com.br/blog/neurodivergencia-compreenda-o-conceito-para-promover-uma-educacao-significativa/>>. Acesso em: 24 jul. 2023.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes; DE SOUZA, Ronivaldo Moreira. O descarte e o desapego nas propostas de consumo: o discurso da empresa bonnegócio. com. LÍBERO. ISSN impresso: 1517-3283/ISSN online: 2525-3166, n. 37, p. 91-102, 2016.

GRUPO DE PESQUISA QUÍMICA VERDE. Infância plastificada - O impacto da publicidade infantil de brinquedos plásticos na saúde de crianças e no ambiente. Instituto Alana Programa Criança e Consumo. São Paulo, jun. 2020. Criança e Consumo. Disponível em: <<https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2022/03/infancia-plastificada.pdf>>. Acesso em 8 ago. 2022.

HOLBROOK, Morris B. Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. **Journal of business research**, v. 59, n. 6, p. 714-725, 2006. Disponível em: <[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48529944/Holbrook2006-libre.pdf?1472875372=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConsumption\\_experience\\_customer\\_value\\_an.p](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48529944/Holbrook2006-libre.pdf?1472875372=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConsumption_experience_customer_value_an.p)>

[df&Expires=1688920475&Signature=a7lpY3fiW7PfCkiYZOyutko2CJkXEAYpRMDw0z~FY7NoRiNN--k8bndhKIP~1M86hCO6fJqAsCaMpe2efNAXJ8OrcoHtEuVzRytlQVtruv6yfaDBX7E6wclHA01qr-b5eVSHJOXYZr5Rcn0SxBS09ymMuSldf2H43UeCvTNVZoB225VLz4yCN7JNHdWuoy2icWb-MXbgcnuWgv6CnrrnZyExmTaYFJW5ZOgBkxNVCrWGI2uoNkW1aP5QJTvvgw7IBvhpjT-1Rg-q1DfU7OJHx80fgVv64wbkAXjRGWOsH70MvRH4R2Q569y1I5drgjN3cm~ILxnOmzckWP3kbzJoUzjQ &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://doi.org/10.1177/1469540504043680)> Acesso em: 09 ago. 2022

JACOBY, Jacob; BERNING, Carol K.; DIETVORST, Thomas F. What about disposition?. **Journal of marketing**, v. 41, n. 2, p. 22-28, 1977.

JOHN, Deborah Roedder. Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. **Journal of consumer research**, v. 26, n. 3, p. 183-213, 1999. Disponível em: <<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=8d3630c76d5bc602be3ba04596e0ad234e93ce16>>. Acesso em: 07 de jul. 2023.

KAUR, Pavleen; SINGH, Raghbir. Children in family purchase decision making in India and the West: A review. **Academy of marketing science review**, v. 2006, p. 1, 2006. Disponível em: <[MALEK, Nader Rasselen Abdel. Consumo infantil de brinquedos: um múltiplo olhar. 2012 - Pedro Leopoldo: FPL, 2012. 116p.](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47966561/amsreview-libre.pdf?1470904304=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DKaur and Singh Children in Family Purcha.pdf&Expires=1688914205&Signature=EHBirozqJEhekVvVvINOXiS8iMmPnDICIH1gsCwAnNbh50qnWDah-JhlwF3KTku-bjerlcBDuyWCdVv3ZvDiScsKKXA~svwMHP9toYumtEKtiHLAqVXvZ2qvKTisw7Fw6Rn-4EcbJF6WhXgAEZJwLuzd409U8KLPbr9thA6rq807CJ4hTjvL~hddF6R~pWBcLF3Q Qp~OhqjwZlfeEhsWr9hJDbDOVE3RQq4jbBKITb7qwU-X9WxltN2bmvg9MHbT4D7osgaalPT2gDmA51SQLCNUjtC0JgMAKWh2q8hyxv~bEkZU~7QgnNVFsBTmwg8imC-1w3rYEh5PVp0j-j3F5Q &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA</a>>. Acesso em: 07 de jul. 2023</p>
</div>
<div data-bbox=)

Malhotra, Naresh K. Pesquisa de marketing [recurso eletrônico] : uma orientação aplicada / Naresh K. Malhotra ; tradução: Leme Belon Ribeiro, Monica Stefani ; revisão técnica: Janaina de Moura Engracia Giraldi. – 6. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2012.

Martens, L., Southerton, D., & Scott S. (2004). Towards. Bringing Children (and Parents) into the Sociology of Consumption: a Theoretical and Empirical Agenda. **Journal of Consumer Culture**. v. 4, n. 2, pp. 155-182. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1469540504043680>>. Acesso em: 04 jul. 2023.

Martin W. Bauer, George Gaskell (editores). **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som : um manual prático** / ; tradução de Pedrinho A. Guareschi. - 7. ed. Petrópolis , RJ : Vozes, 2008.

MCNEAL, James U. et al. **Children as consumers of commercial and social products**. Washington, DC: Pan American Health Organization, 2000. Disponível em: <<https://www.paho.org/en/node/48467>>. Acesso em: 04 jul. 2023.

Moura, Bianca Paula de. Consumismo infantil: Um olhar sobre o papel da escola nos anos iniciais / Bianca Paula de Moura -- 2021. 38f. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/14312/TCC%20-%20Bianca%20Paula%20de%20Moura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 24 jul. 2023.

Mulheres são maioria na docência e gestão da educação básica. Gov.br, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/dia-da-mulher-mulheres-sao-maioria-na-docencia-e-gestao-da-educacao-basica>>. Acesso em: 2 jul. 2023

NEVES, Ana Filipa Santos. **Marketing para Crianças: O Segmento Infantil como Mercado de Influência**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade do Minho (Portugal).

PERPÉTUO, Fafita Lopes. **"Mãe, cadê aquela roupa?": uma perspectiva sobre a decisão do descarte de roupas infantis**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.uem.br:8080/jspui/bitstream/1/3355/1/000220849.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2023.

PHILLIPS, Barbara J.; SEGO, Trina. The role of identity in disposal: Lessons from mothers' disposal of children's possessions. **Marketing Theory**, v. 11, n. 4, p. 435-454, 2011. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1470593111418794>>. Acesso em: 01 ago. 2022.

RESENDE, A. C. L. D. A educação para o consumo consciente no ensino infantil. Revista da AJURIS - QUALIS A2, [S. l.], v. 40, n. 131, 2013. Disponível em: <<http://revistadaajuris.ajuris.org.br/index.php/REVAJURIS/article/view/278>>. Acesso em: 3 jul. 2023.

SANTOS, A. C.; OLIVEIRA, A. F. T; BOSSA, A. V. N. Impactos do consumismo no desenvolvimento infantil. **Revista Eletrônica da Educação**, v. 2, n. 1, p. 15-34, 2019. Disponível em: <[http://revista.fundacaojau.edu.br:8078/journal%20-%20Copia/index.php/revista\\_educacao/article/view/49/37](http://revista.fundacaojau.edu.br:8078/journal%20-%20Copia/index.php/revista_educacao/article/view/49/37)>. Acesso em: 07 jul. 2023.

Solomon, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo [recurso eletrônico] / Michael R. Solomon; tradução: Beth Honorato. – 11. ed. – Porto Alegre : Bookman, 2016.

SOUZA, Luciana Karine de; MARTÍNEZ, Sophia Beylouni Santos. A escola na promoção de ações voltadas à doação. **Gerais: revista interinstitucional de psicologia. Juiz de Fora, 2008-. Vol. 13, n. 3 (set./dez. 2020), e15300, 16 p.**, 2020. Disponível em:

<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/245413/001129371.pdf?sequenc e=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 24 jul. 2023.

SUAREZ, Maribel Carvalho et al. Oportunidade e desafio em marketing: como e por que as pessoas se desfazem de seus bens?. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 17, p. 26-57, 2011.

VALKENBURG, Patti M.; CANTOR, Joanne. The development of a child into a consumer. **Journal of Applied Developmental Psychology**, v. 22, n. 1, p. 61-72, 2001. Disponível em:

<[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/46743907/The\\_Development\\_of\\_a\\_Child\\_into\\_a\\_Consum20160623-16159-t8u35f-libre.pdf?1466723299=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe\\_development\\_of\\_a\\_child\\_into\\_a\\_consum.p df&Expires=1690334919&Signature=XlpN1QUVdydQI94M6Vd17oybCvuMeDDFq6P kw9Irc15JoJAORlb5OSoEm~IDPSevkJ9MRPWI3FT5v5TACpZFXYaSAfw9q4K0625 UrKgbS2lwGFm-k8a39jkjGmwNlkqFUP5M86o4WBX9DcKQLf18vVDQMOsdCkacz5LrfWChyT3iL-j24Vk3c~BfjQVbIYXz5zfM-Vcfj9iyBwXBHX5HHsUAexjJdmCKecUaBn3nYtQyugTDOApRonsCbq0i9B65~kERP Dmc3bKpEHcqVB3iQwyBa6h3BpiaQktqQN9glumaJgB~PHDLh3TmOtscxpA9b4fJP JG5QamFTNFhPleQ\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/46743907/The_Development_of_a_Child_into_a_Consum20160623-16159-t8u35f-libre.pdf?1466723299=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe_development_of_a_child_into_a_consum.p df&Expires=1690334919&Signature=XlpN1QUVdydQI94M6Vd17oybCvuMeDDFq6P kw9Irc15JoJAORlb5OSoEm~IDPSevkJ9MRPWI3FT5v5TACpZFXYaSAfw9q4K0625 UrKgbS2lwGFm-k8a39jkjGmwNlkqFUP5M86o4WBX9DcKQLf18vVDQMOsdCkacz5LrfWChyT3iL-j24Vk3c~BfjQVbIYXz5zfM-Vcfj9iyBwXBHX5HHsUAexjJdmCKecUaBn3nYtQyugTDOApRonsCbq0i9B65~kERP Dmc3bKpEHcqVB3iQwyBa6h3BpiaQktqQN9glumaJgB~PHDLh3TmOtscxpA9b4fJP JG5QamFTNFhPleQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)>. Acesso em: 6 jul. 2023.

VIEIRA, D. M., et al. O modelo do processo decisório do consumidor para o descarte de bens. In: XXIV Seminários em Administração - SEMEAD, 2021, São Paulo. Anais, novembro de 2021. Disponível em:

<<https://login.semead.com.br/24semead/anais/arquivos/596.pdf?>>. Acesso em: 31 jul. 2022.

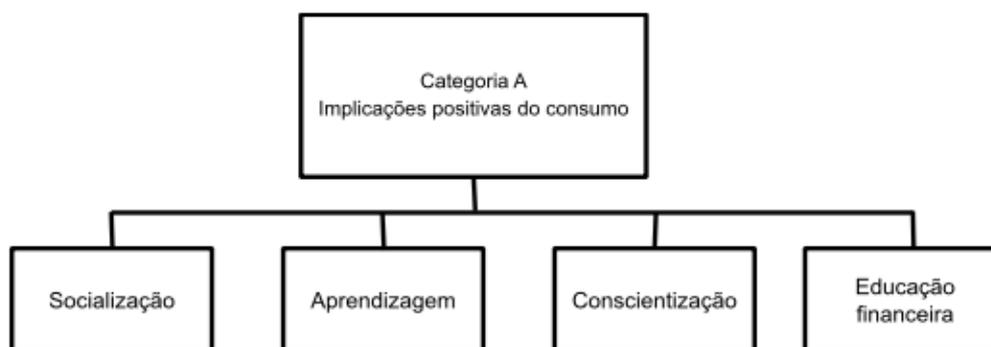
WARD, Scott. Consumer socialization. **Journal of consumer research**, v. 1, n. 2, p. 1-14, 1974.

ZENI, L. T.; MORAES, P. A. D. Percepção dos professores de São Luiz Gonzaga quanto à cultura da aprendizagem voltada ao consumo. In: ENCONTRO MISSIONEIRO DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES EM CULTURA, 2., 2016, São Luiz Gonzaga, 2016. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/26418071-Percepcao-dos-professores-de-sao-luiz-gonzaga-quanto-a-cultura-da-aprendizagem-voltada-ao-consumo-1.html>>. Acesso em: 25 jun. 2023.

## APÊNDICES

### Apêndice A – Árvores de Categorias

Categoria A: Implicações positivas do consumo



*“Quais são as implicações positivas do consumo para o desenvolvimento da criança?”*

**Socialização:** “(...) é importante para que as crianças tenham experiências de fora para trazer para a sala de aula. Então assim, um brinquedo novo que elas têm, que outras crianças também têm em casa, então é um método de socialização. Eu acho importante para que elas socializem entre elas e com os professores também.” (entrevistada 02), “Eu acho que é para o convívio com outras pessoas né, o convívio social.” (entrevistada 10).

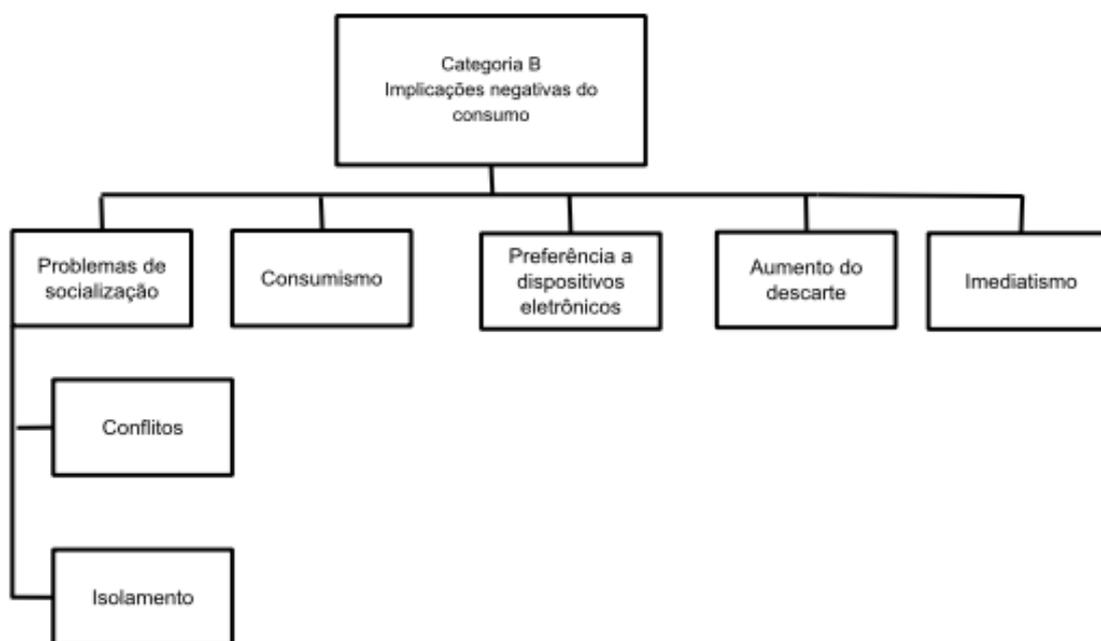
**Aprendizagem:** “(...) o consumo, se ele for guiado para um aspecto positivo (...) ele é muito favorável à aprendizagem.” (entrevistada 05), “Agregar conhecimento. Então tem o lado positivo se for com o objetivo claro né, para fins educativos ou para... agora a gente está numa onda muito grande de crianças com laudos, então se for para esse lado né, desenvolver alguma habilidade específica, eu acho que é muito positivo.” (entrevistada 07), “(...) eles são muito privilegiados, que é uma escola privada, então são famílias que têm um poder aquisitivo, assim, então eles consomem muita tecnologia, sabe? Eu acho que isso tem uma implicação direta na aprendizagem no sentido de que, eles já têm um domínio né, das potencialidades, assim, das ferramentas tecnológicas no cotidiano, na vida deles.” (entrevistada 09).

**Conscientização:** “(...) eles têm acesso a mais informações, mais coisas né, que eles podem estar ali o tempo inteiro vendo. E até acesso a informação deles, que eles vão estar ali vendo o que pode ser feito e o que não pode ser feito.” (entrevistada 01), “Então, eu acho que é uma conscientização mesmo (...) Tipo assim, a minha turma, uma experiência própria, eles não jogam canudinho com a caixa do suco. Tipo, nós fizemos uma arte bem bacana com os canudinhos. Ou seja, eles faziam uso de um material que não é, assim, reciclado, um material que pode prejudicar a natureza, mas eles estavam tão espertos, assim, que tiravam o canudinho e me entregavam.” (entrevistada 04), “Um consumo consciente né, é muito interessante para explorar a criatividade da criança, a noção de mundo, o compartilhamento com o outro, com os colegas com os pares, então, o consumo é interessante em todos os âmbitos, né? Desde que seja regrado né, consciente.” (entrevistada 06).

**Educação financeira:** “(...) depende do consumo, se ele for guiado para uma coisa para que a criança entenda o valor, o trabalho que tem por trás daquilo que ela está usufruindo, eu acho que é um

consumo positivo porque a gente precisa disso na sociedade né, de alguém que produza e de alguém que usa esse produto para continuar gerando capital (...) positivamente, é quando ele é guiado para a criança, explicado, que ela pode comprar, que ajuda a gerar o capital e tudo mais.” (entrevistada 05), “(...) eu utilizo com eles aquele livro oficina das finanças (...) eles vão percebendo a importância do consumo e do desperdício. Então é aí onde a gente vai percebendo essa importância de ser trabalhado, desde os pequeninhos, essa questão de concepção (...) a criança, ela vai contabilizando a importância do guardar né, do economizar, do poupar (...) a gente vai ministrando, é exatamente também nessa mesma perspectiva. O quê que eu gasto que é necessário, que é importante, que eu preciso, o que eu gasto, que é uma renda extra e o que eu poupo desse dinheiro? (...) a gente entra com o sistema monetário, com vários tipos de cédula que nós temos no mundo e a implicação de tudo isso que a gente tem.” (entrevistada 11), “acho que saber né, assim, o que... as coisas têm valor né e saber que elas vão ter que ter uma condição, dinheiro ali, tem que conquistar isso de alguma forma e que elas precisam comprar, que nada vem simplesmente fácil né, assim, e não é uma coisa que, de repente, aparece na vida delas, porque, às vezes, dependendo da idade, eles acham que é assim mesmo, né?” (entrevistada 12), “O consumo, para as crianças, ele é positivo, desde que ele seja conduzido de uma maneira reflexiva, né? A gente trabalha muito na questão do consumo, em todos os sentidos, porque a gente trabalha muito com a questão da sustentabilidade no colégio que eu trabalho. Então assim, a gente busca evitar muito a questão do desperdício, até dos materiais escolares, entendeu? Assim, em detalhes, por exemplo: pular folha, deixar folha em branco do caderno, né? Então assim, eu acho que o consumo, ele não é... a gente não pode demonizar o consumo, né? A gente vive em um país capitalista, né? A gente vive em um lugar onde existe o consumismo e ele é bom, né? Quem não gosta? Mas, faz parte da nossa cultura, mas eu acredito que ele precisa de ser pensado, eu acho que entra muito uma questão de educação financeira aí.” (entrevistada 13), “(...) apesar deles começarem muito novos, é nessa faixa etária que eles começam a ter mesada e compreender de fato o valor do dinheiro.” (entrevistada 14).

## Categoria B: Implicações negativas do consumo



*“Quais são as implicações negativas do consumo para o desenvolvimento da criança?”*

**Consumismo:** “(...) alguns anúncios levam, também, a muito consumo assim, ao extremo, que eles vão ficar querendo “eu quero isso, eu quero aquilo, e se não for agora... eu preciso daquilo”, e muitas coisas eles não precisam, né? Então assim, o ponto negativo também é essa coisa de sempre estar ali o acesso e eles quererem tudo.” (entrevistada 01), “(...) dependendo da criança, se ela não consegue entender que o consumismo exagerado vai trazer problemas, porque é mais gasto, mais problema para a sustentabilidade e o ambiente, eu creio que isso não vá favorecer o desenvolvimento dela como pessoa na sociedade, como cidadã (...) De uma maneira geral, o consumo como ele está hoje, principalmente com a internet, publicidade e tudo mais (...) está fazendo com que a gente cresça com uma cabeça mesmo de consumismo elevado, querendo sempre fazer trocas o tempo todo, não dando uma vida útil para qualquer produto que seja, e isso acaba implicando negativamente no quesito mesmo de sustentabilidade, no ambiente e tudo mais, e até para fazer a criança entender o valor que aquilo tem para ela, como saber lidar com isso, o quê que ela pode realmente aproveitar, sem ficar gastando excessivamente (...) a partir do momento que não é reforçado que, o uso excessivo vai fazer um mal, que o consumismo não é uma coisa boa, aí nós entramos nos problemas.” (entrevistada 05), “O consumo exagerado, o consumo sem objetivo específico, o consumo por consumir, o consumo voltando, pegando aí a parte do brinquedo né, especificamente, aquele dado em recompensa, né? (...) não tem essa função (...) de explorar a criatividade, o trabalho em equipe, a troca entre pares. Então a parte negativa é essa, quando é indiscriminado esse consumo, sem objetivo.” (entrevistada 06), “É, negativo só essa, é um consumo é descontrolado, desmedido, sem propósito, apenas para constar que “Ah eu tô ali no mesmo nível da minha faixa financeira”, digamos assim. Eu digo isso porque em duas escolas diferentes você tem visões totalmente diferentes desse consumo, né? Escola pública você tem um consumo muito menor e muito mais né... necessário, só compra mesmo o que é necessário, enquanto numa escola particular de alto nível assim, não nível... o poder aquisitivo, digamos assim, você tem um consumo muito mais aleatório, muito mais por status do que por necessidade.” (entrevistada 07), “De consumo, de uma forma geral, hoje em dia, as crianças, eu acredito que elas estão consumindo mais, eu não sei se é pela nossa época, em que nós estamos vivendo né, em que as crianças estão tendo cada vez mais brinquedos, elas estão tendo mais roupas (...) está tendo muito lanche fácil né, muito salgadinho, biscoito, muito refrigerante, muito suquinho, sabe? (...) Não só em

biscoito, como brinquedos, até roupas, tudo de uma forma geral, as crianças estão sendo mais consumistas.” (entrevistada 08), “O excesso. É querer sempre ter o quê o outro tem ou melhor.” (entrevistada 10), “O consumo desenfreado... existe tanta coisa por trás de um consumo desenfreado, né? Ele pode estar querendo saciar algo que ele não tenha através de um consumo né, buscar suprir. Acontece muito hoje em dia né, as famílias trabalham demais, os filhos acabam ficando período integral dentro do colégio e, às vezes, o consumo vem para suprir algumas carências que eles têm, né? Eu acho que o consumo desenfreado, ele pode trazer uma falsa saciedade, entendeu? Uma falsa saciedade de necessidades, porque, aquela coisa, você compra algo que você quer muito, vamos relacionar com brinquedos, né? (...) Querem, querem, querem brinquedo, aquele brinquedo, daqui a pouco ele tá lá no meio de mais um monte, né?” (entrevistada 13), “(...) muitas crianças que tem um contexto de classe média alta, elas têm tudo. E aí, esse consumo, ele acaba sendo desenfreado mesmo “Ai eu quero, eu tenho, eu quero, eu tenho, eu quero”, porque não são eles que compram. Acho que a maior chave da criança é que, ela depende de um adulto que, talvez não teve uma educação financeira e que leva a vida assim, de uma forma muito consumista. Então eu acho que é justamente isso, não que seja de fato da criança, mas vem enraizado dentro de um contexto familiar.” (entrevistada 14), “O problema é quando o consumo né, como eu vejo em muitos casos, ele é trabalhado como forma de preencher lacunas, né? Então, é da pessoa até se colocar como superior na sociedade (...) É consumir para ter, né? Está ficando confusa essa questão para a criança. Eu acho que, inclusive, para os adultos também, e eu acho que as redes sociais fomentaram muito isso, de uma maneira negativa e pejorativa, né? Para o adulto é difícil, que dirá para uma criança, para um adolescente, né? É ter, essa é uma linha muito tênue, né? Desse consumo consciente e o consumo abusivo, né? E eu acho que as pessoas estão rompendo já, há algum bom tempo, essa fronteira. E aí a gente vê pessoas né, acumulando coisas com o objetivo não de ter uma boa sobrevivência ou de ter um conforto, mas de mostrar mesmo, de muita aquela questão da aparência, do ter para ser algo, né? Aparentar algo numa sociedade consumista.” (entrevistada 15).

### Problemas de socialização:

- Conflitos: “(...) depende muito de como a família lida com aquilo, porque a criança reflete muito a dinâmica familiar (...) se é uma criança que toda semana tem uma caneta nova, um lápis de cor novo, aquilo faz dela, traz uma sensação, mesmo que ela não entenda que aquilo seja uma forma de poder sobre as outras crianças, acaba trazendo certo conflito, para ela entender, assim, os limites, as possibilidades que, as outras crianças às vezes querem usar e compartilhar, né?” (entrevistada 02), “(...) o que eu vejo, assim, quando a criança tem muito brinquedo, traz muitos brinquedos ou pede muitos brinquedos, acaba que ela não tem tantos colegas para que ela queira compartilhar o brinquedo, ou seja, “eu comprei, eu fiquei esperando, ou isso aqui é meu, eu não vou dividir com você” (...)” (entrevistada 04), “(...) eu vejo isso muito atrelado ao uso do celular e eu tive muitos problemas já com um estudante, do tipo de não conseguir se relacionar com colegas dentro da sala de aula, que eram super amigas (...) Eu acho que é muito isso assim, às vezes né, a criança tem algum brinquedo ou alguma coisa que a família não concorda que o filho tenha e aí acaba tipo, gerando um conflito ali, naquele ambiente escolar, porque a criança não entende porque que a família “Por que que o outro pode e eu não, né? Então isso tem impactos, assim, na aprendizagem, porque a criança sofre com aquilo ali e fica vendo o amigo com aquele brinquedo e, às vezes, ele realmente ele é excluído (...)” (entrevistada 09).
- Isolamento: “Eu tenho grandes crianças assim que, que ter, é tanto brinquedo, ter tantas coisas, faz com que ela fique mais sozinha, mais isolada, então eu acho que o isolamento é a resposta para a sua pergunta. O isolamento ou, assim, a pessoa não quer tantas amizades, não tem tantos colegas para compartilhar, sabe, tem mais o consumo, mais a coisa que... em vez de uma amizade.” (entrevistada 04).

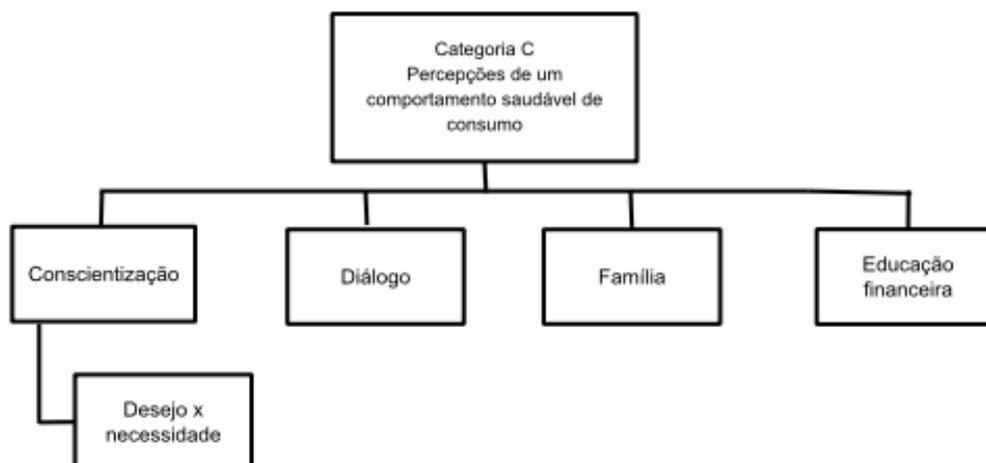
Preferência a dispositivos eletrônicos: “(...) eles têm muito acesso ao celular, tem crianças que não têm o que comer, mas tem acesso ao celular, tem celular, tem internet. Então, hoje em dia, a criança não brinca, né? Os brinquedos deles são celulares, né, naquela faixa entrando na puberdade.” (entrevistada 03).

Pois é, eu vejo isso muito atrelado ao uso do celular e eu tive muitos problemas já com um estudante,

**Aumento do descarte:** “(...) a facilidade no mercado para esse tipo de consumidor, que são as crianças, eu acho que assim, a facilidade de coisas que você usa e joga fora está sendo cada vez mais, entendeu? Então cada vez mais tem mais alimentos, tanto alimentos quanto brinquedos, coisa assim que é de pouca durabilidade e coisas que estão sendo jogadas fora, mas com, assim, cada vez mais. (...) eu acredito que está contribuindo para jogar cada vez mais produtos fora, entendeu? (...)” (entrevistada 08).

**Imediatismo:** “Então, hoje a gente tem uma geração fast food. A gente tem uma geração imediatista, sabe? (...) Porque são crianças que, com 6 anos, já têm um cartão de crédito (...) Então esse imediatismo, esse não saber, realmente, de onde vem esse dinheiro? (...) a gente ainda percebe essa questão do imediatismo muito pontual dentro do processo deles, sabe? (...) tudo deles é como se fosse uma compensação, entende? (...) A família, ela não se percebe no processo de educar e, por vezes, para compensar essa atenção, a gente percebe é que é muito mais fácil isso, sabe? Eu te dou para você ficar quieta, eu te dou um tablet (...) Então assim, é muito pronto, então eu percebo que o imediatismo, ele interfere muito no consumismo. E o mercado, ele é safo, o comércio, ele é inteligente, então ele percebe a geração que nós temos hoje de famílias, em que querem compensar, por exemplo, a atenção, em que querem transferir, hoje ou a gente percebe que existem transferências de papéis (...) é uma realidade também que a gente tem dentro do contexto infantil, onde esse imediatismo, ele acontece muito grande e a criança, por exemplo, não tem aquele processo de construção com ela de “Vou dar um cofrinho e você vai guardando esse dinheiro para comprar algo que você quer bastante”, né?” (entrevistada 11), “Aí temos a questão né, de querer tudo, acha que né, assim, é difícil para eles selecionar um pouco o quê que é prioridade, o que é importante, o quê que dá para esperar. E aí a gente acaba tendo assim umas frustrações bem complicadas, às vezes, em relação a isso, de achar assim “Ah, mas eu tenho dinheiro, então eu vou comprar isso aqui”, né? Então, às vezes, não leva em consideração a importância, o momento (...)” (entrevistada 12), “Eu acho que também precisa de ter a espera, né? Hoje em dia essa geração não espera. Eles não têm o prazer da espera, porque é um prazer também, né? Se a gente for ver pelo lado positivo, eles não tem mais isso, eles são muito instantâneo. Eu brinco que eles são a geração fast food, né? Está tudo pronto.” (entrevistada 13).

### Categoria C: Percepções de um comportamento saudável de consumo



*“Descreva, segundo sua percepção, como seria o comportamento saudável de uma criança em relação às práticas de consumo.”*

**Diálogo:** “(...) os pais têm que ter uma boa conversa, explicar né até assim a situação financeira deles, o quê que eles podem ali naquela hora, o que seja proveitoso para eles, então isso tudo é conversa, conversa mais com a família, né? Porque nem tudo a gente pode ter, nem tudo eles vão poder ter e nem tudo é adequado para aquele momento.” (entrevistada 01).

**Família:** “Eu acho que um consumo consciente guiado, de certa forma, pelos pais né, os mentores daquela criança, assim, entender o impacto daquele objeto, ou o quê que aquilo representa, né? (...) para que a criança faça escolhas diante do que ela consome. Eu falo muito de material escolar, que as crianças de 6 anos, elas estão muito nessa fase, assim, das coisas bonitinhas, de lápis de cor, de apontador, e hoje o mercado traz muito isso, né? Assim, é uma borracha em formato de picolé, é um lápis diferente, são os marca textos que empilham. Então tudo isso faz com que a criança tenha uma sensação de consumo ali dentro dos próprios materiais escolares, que era para ser uma coisa simples, né?” (entrevistada 02), “Comportamento saudável diria a partir da família (...) o impacto real vem quando a família faz né (...) é aquela história né “Eu estou falando o que você tem que fazer”, mas quando eu estou fazendo, a criança, ela aprende com o que eu estou fazendo, entendeu, com as minhas atitudes. Então assim, quando a família tem esse hábito, essa questão do descarte correto do lixo né e do uso consciente das embalagens e de tudo o que ela está produzindo, aí quando a família interage, ah isso tem mais impacto, com certeza.” (entrevistada 08), “(...) eu acho que o comportamento saudável né, ele tem que partir de uma família consciente, de um ambiente ao redor que tenha essa consciência, né? Até porque, a criança aprende muito mais pelo o que ela vivencia, pelo o que ela vê, do que, pelo o que é falado né, para ela. Então é aquele ditado né, que o exemplo arrasta. Então a criança, ela é muito sagaz, as crianças de hoje, elas já são muito questionadoras, muito mais observadoras e fazem conexões muito mais rápidas. Então se o ambiente em que ela está inserida né, seja aí o ambiente escolar, familiar né, onde ela tem os momento de lazer, se eles não promovem esse consumo consciente, se isso não é falado né, se a família não tem uma identidade né, de como gerir esses recursos né, os recursos que estão disponíveis, vai ser impossível da criança ter essa consciência sozinha.” (entrevistada 15).

**Conscientização:** “(...) como a gente faz um trabalho sobre essa consciência, sobre o consumo de coisas naturais, então assim, eu vejo que eles já sabem, algumas crianças com os pais no mercado,

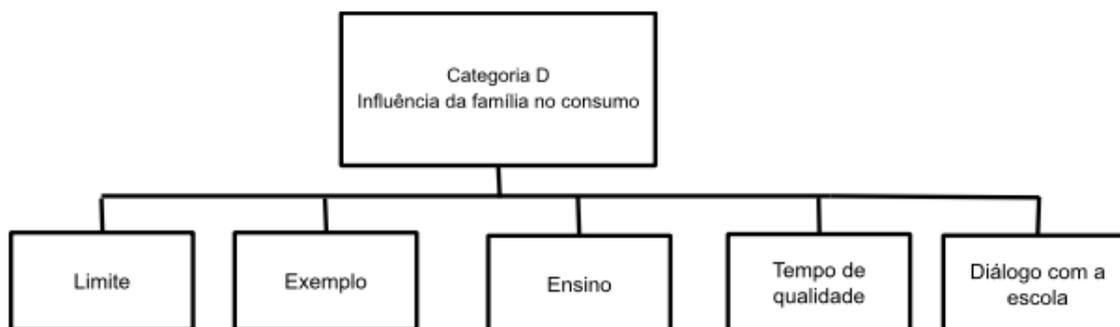
indicar “ah eu quero tal fruta, eu quero... eu sei que a melancia é muito pesada, custa mais”, então é um consumo consciente (...)” (entrevistada 04), “Eu acredito que quando a criança sabe o valor das coisas, acaba sendo mais interessante essa noção dela né, de consumo. Então assim, o porquê de estar ganhando, o porquê de estar compartilhando, o quanto aquilo custou, o quê que implicou aquilo, a dificuldade ou não na aquisição, desse produto, desse brinquedo, né? Acho que é por aí, quando ela tem consciência do que está sendo ofertado para ela, né?” (entrevistada 06), “Seria ela saber para que é que ela está adquirindo aquilo, né? Não só para brincar, ok porque brincando a gente também aprende né, desenvolve algumas habilidades, mas ela ter consciência que aquilo ali é um momento de prazer mas que não é só ter, porque é um ter para aproveitar né, para desenvolver alguma coisa, para crescimento individual.” (entrevistada 07), “(...) eu gostaria sim que ele tivesse essa percepção de que as coisas têm valor né, sim, e que a gente trabalha né, para conquistar isso e que existem coisas que são muito são prioridades, a gente precisa comprar de comida né, produto de limpeza e de higiene e que, aí se a gente tiver a possibilidade de fazer outras coisas, comprar outras coisas, aí tudo bem, não teria um problema. Essa consciência, eu acho que seria muito bom né, até porque às vezes, também, a gente faz um né um assim “Ah não, hoje tudo bem, vamos comprar uma coisa que a gente tá com vontade de comer”, mas é uma coisa que aos poucos né, até para adulto acho que é um pouco difícil, acho que para criança é um pouquinho mais.” (entrevistada 12).

- **Desejo x necessidade:** “(...) desejos e necessidades, o quê que é desejo, o quê que é necessidade, e elas listaram, assim, e alguns foram um pouco conflituosos, assim né “Ah, mas isso é uma necessidade, eu preciso disso”, “Ah será que precisa mesmo?”, né? Então assim, foi muito bacana, foi uma atividade muito legal, assim, delas entenderem e dialogarem entre si o quê que realmente é vital né, uma necessidade vital ali, então teve “Ah uma bola de futebol para um jogador de futebol é algo vital? Sim, preciso de uma bola de futebol. Mas para um médico, é uma necessidade vital?” Então a gente começou a dialogar nesse... “e para você? Agora você vai listar coisas que realmente são necessidades, coisas que são desejos, que vocês gostariam de ter (...) Então eu acho que elas têm esse senso, assim, crítico, sabe? É claro que algumas “Ah não, mas eu quero”, né? Mas, no fundo, no fundo a gente sabe que eles conseguem identificar né, o quê que é necessidade, o quê que não é, enfim.” (entrevistada 09), “Ela entender que ela precisa de ter aquilo que ela realmente necessita, não aquilo que ela quer. Lógico, que às vezes a gente quer um mimo mas, no geral, que seja um consumo do que necessita.” (entrevistada 10), “(...) eu acho que a tratativa vem dentro de um contexto que a gente trabalha, que é os desejos e necessidades. Eu acho que, quando eles começam a refletir o quê que é desejo, o quê que é necessidade, a cabecinha deles muda de uma forma considerável, até o ponto que a escola consegue fazer essa mudança de pensamento, porque eles começam a entender que existem coisas que eu quero, mas existem coisas que eu não preciso, mas eu quero. Então é estabelecer prioridades.” (entrevistada 14).

**Educação financeira:** “(...) a questão de consumo saudável é a criança entender de onde que vem esse dinheiro e o valor que esse dinheiro tem e como que ela pode utilizar de maneira saudável, isso sendo trabalhado na escola, financeiramente junto com a família, as propostas de como que... Que consumo é favorável? Quando é exagerado? Quando eu preciso guardar dinheiro ao invés de gastar? Como que eu preciso entender se eu quero um brinquedo e eu não tenho dinheiro, que eu vou precisar juntar? (...) é entender todos os processos por trás de uma compra até ter o produto final (...) tentar fazer com que a criança entenda que o dinheiro ele tem um valor, que é suado, que não é uma coisa que a gente consegue da noite para o dia né, e que a gente precisa pensar como que eu vou gastar de uma forma correta (...) Saber avaliar os preços, no caso para a criança (...) de 6 a 10 anos, eles já têm uma noção de quanto que custam as coisas, e a gente vem trabalhando justamente como que é avaliar o melhor produto. Então seria no caso da criança entender de onde que vem esse dinheiro e qual, como que ela deve pesquisar para que esse consumo que ela queira, sei lá, um brinquedo que ela está querendo naquele momento ou um celular, dependendo se ela recebe mesada, ou se ela, enfim, tem um capital fixo em casa. Como que esse dinheiro pode ser aplicado para uma coisa positiva? Então, eu vou pesquisar para ver qual é o produto mais barato, eu vou pesquisar quais são as opções aí baseadas na renda que eu tenho, e a criança mesmo saber que ela comprar e dar valor para aquilo que ela está utilizando, não gastar loucamente em seguida, ou até mesmo saber economizar, e aí vem aquela questão de guardar né, em cofrinho e tudo mais.” (entrevistada 05), “(...) tem realidades de famílias que realmente já cultivam essa prática “Olha, você quer bastante? Então você vai pegar o dinheiro que a vovó te deu, o dinheiro que o titio te deu e enfim, e vai guardar”. Então eu tenho sim que tem esse cofrinho em casa e que é feito toda essa consciência, que não é assim “Ah eu quero esse brinquedo”, não, ele vai juntando, juntando, juntando, até que ele consiga. Por vezes a família pode te ajudar a contribuir ali na versão final, mas a criança, ela participou daquele processo (...) Eu acho que

também não é extinguir e falar assim “Ah, você não vai ter acesso ao dinheiro”, também não é isso, isso não é educativo, né? Mas explicar primeiro a função do dinheiro para a criança, de onde ele vem, né? Ou foi uma prestação de serviço, ou foi algo que eu vendi, enfim, de onde veio esse dinheiro? Por que esse dinheiro, ele chegou na nossa casa? A função que ele tem aqui em casa, né, digamos assim. Então a criança, ela tem que compreender que aquele dinheiro foi para pagar isso, pagar aquilo outro, sabe? A criança, ela ser parte daquele processo dentro de uma casa, porque, por vezes, a criança, ela é colocada como criança, onde a gente volta aos tempos antigos, onde a criança, ela não tinha valor e função e pensamento nenhum. E não é uma realidade que a gente tem. As crianças são pensantes, as crianças são inteligentíssimas, sabe? (...) Então a criança, primeiro entender todo o contexto, eu acho que é importante sempre isso, a criança, ela precisa estar inserida dentro do que está vivendo, seja no ambiente familiar, escolar onde ela estiver, né? E depois, fazer ela ter esse processo do que ela “Ah, ela quer comprar? Então ok, a gente vai comprar. Quando que você vai comprar desse dinheiro que você tem? Quanto que você ainda vai manter guardando?” (entrevistada 11), “É uma criança que já tem uma educação financeira, entendeu, que já tem uma visão de guardar, o que eu posso, o que eu ganho... Porque, com o público que eu trabalho, eles são de classe média alta, então a maioria deles tem mesada, né? Então, assim, eles têm aquela percepção de qual porcentagem eu posso guardar, de qual porcentagem eu posso gastar, entende? E eu acho que uma criança, vamos pensar, um consumismo saudável, seria uma criança que tem noção de educação financeira, que é raro. Apesar da gente trabalhar, inclusive, dentro do colégio, onde eu estou, a gente tem essa disciplina. Educação financeira. Mas é desafiador, é bem desafiador, viu? É remar contra um tsunami.” (entrevistada 13).

## Categoria D: Influência da família no consumo



*“O que os pais e parentes podem fazer para que a criança tenha um comportamento saudável em relação ao consumo?”*

**Limite:** “É nessa pegada de conversar, de também não querer dar tudo, sabe? Porque às vezes, eu vejo assim, que eles querem tanto agradar, que às vezes acaba sem dar aquele limite, e a criança para ela se desenvolver, ela precisa daquele limite sabe? Tanto em compra, quanto em outros aspectos (...) Não querer agradar o tempo inteiro.” (entrevistada 01), “Então assim, eu acho que é necessário esse policiamento sabe, é uma autorização, uma validação, mas com uma supervisão, o tempo todo, assim, inclusive no que está mexendo, né? (...) falta o quê? Firmeza, né? Falta firmeza com filho, regras claras dentro de casa, porque na escola a gente tem regras. Então não adianta nada seguir regras na escola, mas em casa fazer o que quer, né? (...) é importante criar o hábito, a rotina de estudos. (...) não adianta o pai lá impor (...) Então eu acho que tem que ter combinados claros em casa, mas não pode ser imposição sabe, tem que ser um diálogo assim, saudável, e a criança se perceber nesse processo, de uma forma responsável, desenvolvendo essa autonomia (...)” (entrevistada 09), “Aprender a dizer não” (entrevistada 10), “Falar não, porque eu acho que é a maior dificuldade dos pais, né? Hoje em dia, os pais acabam, o que eu falei, às vezes, o consumismo, ele vem para suprir uma necessidade, uma ausência. Então acho que os pais, eles têm muita dificuldade de dizer não, hoje em dia, entendeu?” (entrevistada 13).

**Exemplo:** “(...) esse exemplo tem que vir de casa. Então é a família mostrar, trabalhar o valor real do dinheiro, como que é difícil conseguir esse dinheiro, como que a gente pode fazer mesmo para, na hora de comprar, evitar o consumismo, pesquisando, mostrando para essa criança quais são as possibilidades de compra que ela tem, dependendo da quantidade de dinheiro e que, saber mesmo dar valor às coisas (...) Então, no caso das crianças, eu imagino que, saber dar valor após a compra, porque é uma coisa que a gente percebe muito, não só nas crianças, como nos adultos também, de comprar, passar um tempo, esquecer que você sofreu ali para comprar aquela coisa, dependendo nem sofreu, mas tava com a expectativa de comprar e logo depois que comprou esqueceu e quer comprar de novo (...) com os pais trabalhando aí, um pouquinho mesmo sobre o consumismo, como evitar, como perceber que o dinheiro é um gasto importante e tem que ser bem aplicado. Eu acho que o exemplo tem que vir da família, nesse quesito de mostrar para a criança os passos que ela tem que seguir e entender aí como que funciona essa parte do consumo.” (entrevistada 05), “(...) eles têm que fazer em casa entendeu, eles têm que ter uma lixeira, eles têm que ter uma lixeira para cada tipo de alimento, de alimento não, perdão, para cada tipo de descarte, ter uma lixeira só para alimentos, outra para vidros, outra para plásticos e assim vai. Então assim, se a família fizer isso, a criança ela já vai ter aquele hábito, entendeu? Então o hábito, ele vem desde de quando a criança é pequena e na educação infantil é que é mais importante esse hábito.” (entrevistada 08), “(...) a questão do ambiente, acho que primeiro parte da família, tem que ser um valor familiar e se não for um valor familiar né, às vezes a família tá ali, naquele, não sabe para que lado, né... já tá ali imersa nessa de ter muito consumista e tudo, mas aí vem uma criança e elas querem algo a mais para essa criança, quer que né, essa criança tenha outros valores, eu acho que é primeiro começar, ali do núcleo familiar (...)” (entrevistada 15).

**Ensino:** “(...) eles não têm muita noção assim de valor né, então tudo tem que ser ensinado, tudo tem que ser passado para ele. Então essa consciência é mais das famílias, propriamente ditas, do que da criança em si, a criança vai consumir aquilo que está sendo ofertado para ela, né? E o cuidado, do zelo,

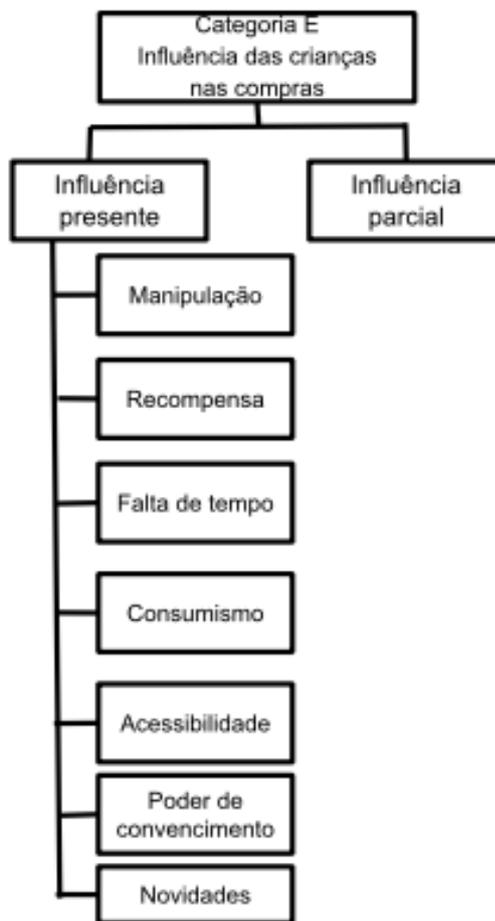
também tem que ser ensinado, porque senão né, não só os valores, desse consumo, às vezes, a doação, saber que outras crianças podem usar aquele brinquedo que ele vai descartar, então isso tudo depende muito da família, sabe, da educação que esses parentes, que esses pais estão ofertando para essa criança, entrou um, saiu outro, né? Para quê ter em excesso? (...) Se for bem conduzido, eu acho que não tem problema, pelo contrário, só benefícios.” (entrevistada 06), “Conversar, ensinar desde cedo e o consumo não pode ser desenfreado, sabe? Precisa ser intencional.” (entrevistada 07), “(...) adulto ele tem, ele tem que ensinar para a criança. Se o adulto chega no mercado e fala “Não, nós vamos comprar só isso, isso e aquilo”, a criança vai fazer birra, vai, mas o adulto tem que ver isso também, entendeu? O adulto ele tem que ver e explicar para a criança, mas é difícil (...)” (entrevistada 08), “É contribuir, sabe? É trazer a criança para o contexto mesmo financeiro (...) dentro do contexto de aprendizagem social, a gente traz habilidades sociais, histórias sociais, onde a criança ela precisa entender o contexto que está inserida, então não dá isso, assim, não é uma criança, somente atípica, é qualquer criança, qualquer ser humano, ele precisa ter uma aprendizagem social hoje, ele consegue dar função, sabe? Por vezes, a gente tem criança que a família dá simplesmente o dinheiro para ela e ela não sabe quanto que vai receber de troco, ela não sabe nem o que é o sentido do troco. Para ela, o dinheiro ele vem por abracadabra, né? (...) Claro que tudo monitorado, não estou falando para deixar nada solto, mas esse acompanhamento, ele precisa acontecer, porque essa aprendizagem social, ela vai realmente trazendo isso como habilidade para a criança, a gente traz muito competência e habilidade. Então, para ter a competência de manipular o dinheiro, de fazer compra, eu preciso ter essa habilidade e essa habilidade, ela precisa ser construída, sabe, dentro do contexto escolar, mas também muito mais familiar né, nessas relações.” (entrevistada 11), “(...) acho que é uma coisa bem bacana a gente levar eles para esses lugares né e sempre conversando mesmo, assim, para ele, mostrando o quê a gente não pode ficar sem, essas prioridades, né? Aqui, meu pai faz com ele um cofre também né, que a gente já conversou com ele que, depois que estiver cheio, a gente vai poder escolher uma coisa para comprar e aí a gente já explicou para ele que depende do valor que estiver dentro do cofre, que quanto mais você encher e colocar, mais dinheiro vai ter para comprar uma coisa, então a gente vai fazendo assim. Ah, eu brinco com ele também, às vezes, de vendinha, de lojinha né, a gente tem aqueles dinheirinho de papel e aí eu acho que é engraçado que a loja dele é tudo caro, né? (...) Uma coisa que a gente faz, também, é ensinar ele a não, como é que fala a palavra? Agora me fugiu... desperdiçar, né? Porque a gente fala tanto para ele assim “Ah, isso aqui custou um dinheiro e tal, se você não... ah, não quer brincar mais? Vamo ver o quê que a gente pode fazer”, e eu acho que a gente gera nele um pouquinho dessa consciência.” (entrevistada 12), “Bom, eu acho que uma grande ação é em relação à mesada mesmo, e o que eles destinam àquela mesada. (...) Claro que eles (os pais) me ajudavam, mas eles colocavam ali uma autonomia para o quê eu iria comprar (...) Aí eu comentando com os estudantes que eu falei assim “Eu queria um tênis, o tênis era caro” e aí a minha mãe falou assim “Olha, eu posso dividir no cartão de crédito”. Até aí então eu não sabia o quê que era cartão de crédito, porque na nossa época era muito diferente e eles já sabem, eles já têm, né? Quando chegou no mês seguinte, eu achei que ela ia pagar, estava tudo certo, minha mesada estava livre e aí não foi isso que aconteceu, eu tive que pagar todas as prestações (...) ela estava ensinando como é a vida, porque hoje vocês têm cartão, aí vocês compram, a família paga. Mas, quando vocês crescerem, vocês que terão que pagar. Então ela já estava me ensinando como que é esse contexto aí de educação financeira e como eu agiria da vida adulta” (...) Então eu acho, assim, que um grande ganho é a mesada, para que eles consigam, de fato, tentar administrar e não só dar a mesada, mas estabelecer o quê que eles devem gastar e com o quê que eles devem gastar, para que eles compreendam aí os desejos, as necessidades, dentro de um contexto real.” (entrevistada 14).

**Tempo de qualidade:** “acho que não (...) dando muitos presentes para as crianças, eu acho que gera essa parte consumo na família, e se a família se conscientizar, que fazer uma leitura, que ir com a criança a um lugar é mais importante do que o consumo, é mais importante do que um brinquedo, do que uma compra, o estar com um adulto ou estar com parente, ou com os pais, é muito mais valioso e vale muito mais a pena e (...) é mais saudável para as crianças” (entrevistada 04).

**Diálogo com a escola:** “Eu acho que, principalmente em relação à escola, ouvir os professores, assim, como que aqueles objetos estão impactando no desenvolvimento acadêmico daquela criança (...) Por exemplo, então eu tenho uma aluna que toda semana ela tem uma coisinha nova, um negócio de pendurar no lápis, um negócio de... várias coisas. E a gente já falou isso na reunião de pais, e os pais continuam mandando. Aí todo dia uma fita diferente, é uma coisinha diferente, isso é consumo também (...) Então eu acho que os pais, eles podem orientar, assim “olha hoje você não vai ter isso porque a gente deixou para comprar isso numa data especial, né, numa celebração”. Ter muito cuidado

com essa coisa da recompensa, de presentes, né? Mas assim, a criança entender que em hora para tudo, inclusive para ganhar coisas novas” (entrevistada 02), “(...) e também buscar a escola, né? Eu acho que é o segundo grande convívio da criança, então ela tem ali o eixo familiar, mas a escola acaba refletindo muito né, no que a criança é, no que ela vivencia. Então, de repente, até buscar na identidade dessa escola, quais são os valores que essa escola né, tem como base, né?” (entrevistada 15).

## Categoria E: Influência das crianças nas compras



*“Você acredita que as crianças conseguem influenciar as decisões de compras rotineiras tomadas por seus pais? Por que?”*

**Influência presente:** “Eu não acho, eu tenho certeza (...) As minhas crianças, estimuladas pela escola, fazem pedidos do lanche, informam que tem que usar um tênis, então é uma coisa que nós quando... eu acho que o adulto conduz sim, o adulto conduz... e assim, conduz a compra mas estimulado pela criança que tem outros estímulos por trás. Então eu acho que sim, a criança interfere diretamente nesse consumo.” (entrevistada 04), “Eu tenho certeza absoluta. Desde compra até decidir aonde vai comer, sabe? Tipo... a gente sabe que é uma geração meio de reizinhos, né? Eles acabam decidindo mais do que deviam, inclusive.” (entrevistada 13).

- **Manipulação:** “Sim, acredito sim, porque, naquela pegada de “eu quero”, eles acabam dando uma manipulação ali, falando uma coisinha ali ou outra que deixa né os pais assim um pouquinho “ai, vou dar né, pra ele não ficar triste, pra ele não ficar frustrado”, então eles dão uma manipuladinha sim.” (entrevistada 01),
- **Recompensa:** “Com certeza (...) influencia muito, assim, a tomada de decisão, principalmente em crianças que fazem birra e sabem que vão receber uma recompensa.” (entrevistada 02), “(...) e criança é criança né, falando com jeitinho a gente cede. A gente meio que compra a criança através de compras mesmo, né? É complicado, eles influenciam bastante, tem que ter muita firmeza, assim, nas decisões porque eles influenciam sim.” (entrevistada 06), “Porque eles têm um alto poder de convencimento e hoje os pais são muito rendidos a isso. Então se a criança chora no meio de uma loja de brinquedo, o pai vai lá e compra porque não quer que a criança fique chorando, né? Não é nem porque a criança precisa daquilo, ele não quer mais aquele momento. E criança faz uma birra ou até motivo de barganha

mesmo, né? “Ah se você se comportar eu vou comprar tal coisa”, né? Então, eles têm, eles sabem que têm esse poder sobre os pais, hoje em dia. Antigamente nem tanto, mas hoje tem muito.” (entrevistada 07), “Eu acho que depende da criança e da família, porque eu vejo, assim, nossa eu falo como as turmas né, as classes são heterogêneas, assim, em todos os sentidos, as crianças, as famílias, as relações. Às vezes um estudante, que é super autônomo, tem uma família que é super protetora, às vezes um que é autônomo, tem uma família que deixa, sabe, olha, independente, livre, leve e solto. Então eu acho que depende muito desse relacionamento que é estabelecido entre as famílias (...) Eu acho isso saudável, assim, a recompensa em certos momentos, mas eu vejo também crianças que parece que mandam, assim, os pais, inclusive, os pais ficam com o maior medo do mundo de contrariar o filho, sabe? (...) Até que ponto essa criança tem o domínio da família e não a família o domínio dela né, inclusive nessas relações de compra e de consumo. Então eu acho que depende muito da relação que se estabelece ali, entre pais, têm pais que eu vejo com uma firmeza e com um posicionamento e a criança entender “Não, realmente, pai, assim, não preciso disso agora, vamo fazer isso depois” e outros tipo assim “Poxa, mas por que que você não vai me dar, tipo eu mereço”, né, tipo, então é isso, assim.” (entrevistada 09), “Sim, porque, por um lado os pais querem agradar, querem evitar conflitos né e, por outro, os pais acabam cedendo porque a criança tem também suas vontades, seus gostos então às vezes a gente também tem que acatar né, as vontades, os gostos da criança, não é só a vontade do pai.” (entrevistada 10).

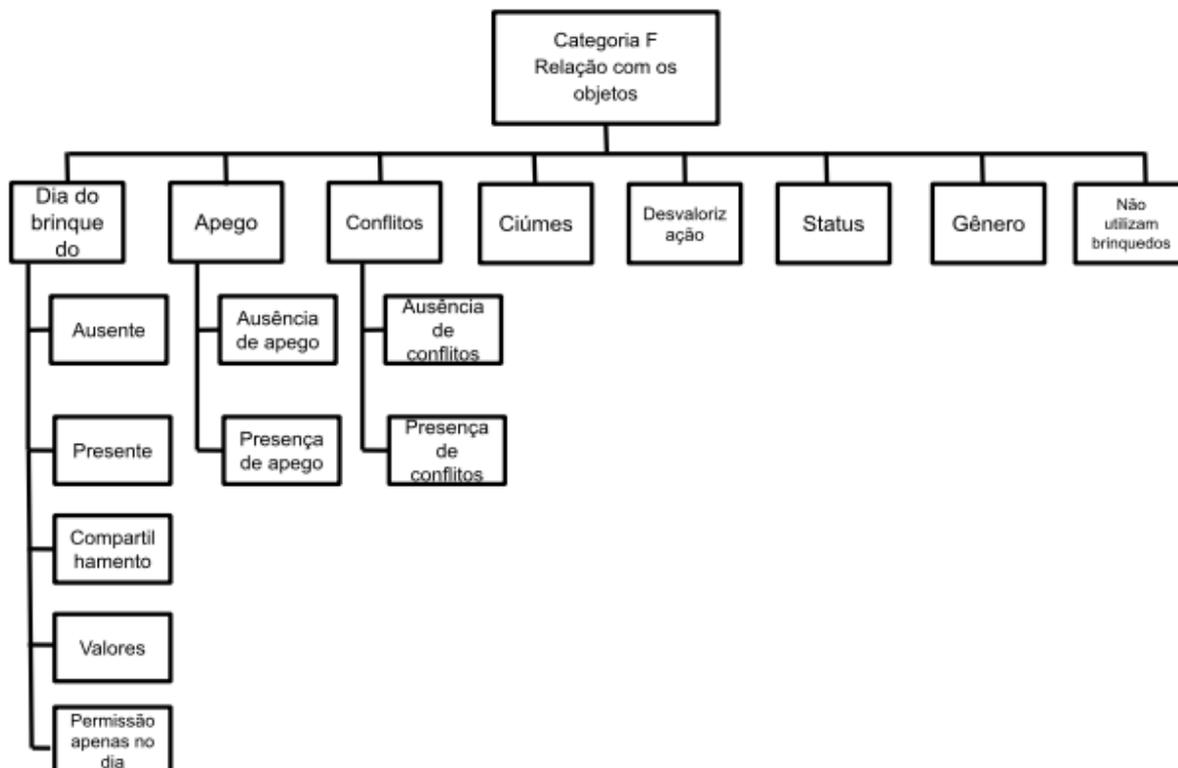
- **Falta de tempo:** “Com certeza. Elas influenciam, as crianças de hoje elas mandam nos pais, até no consumo, né. Os pais compram o que os filhos querem, a gente vê isso no comércio, no supermercado, porque as crianças têm uma influência muito grande sob os pais. Os pais, por eles serem muito ocupados, eles estão perdendo poder de decisão, não diz não, não dizem não para os filhos porque eles não têm tempo para os filhos, e essa falta de tempo está fazendo com que eles sejam o tempo todo “sim, sim, sim”, e isso não é educar uma criança né, educar uma criança é você dizer o “sim” e o “não” na hora certa. Então eles mandam em tudo nas escolhas de tudo em casa.” (entrevistada 03),
- **Consumismo:** “Olha eu acho que sim porque, se a família é aquela família que gasta a todo custo sem se preocupar com dinheiro, sem se preocupar com o consumismo excessivo, eu acho que a criança está fazendo parte disso e influenciando porque, se eles não têm esse problema de gastar e a criança pediu o tempo todo, e a criança comprar o tempo todo, ela está influenciando no poder de compra da família, né?” (entrevistada 05), “Sim. Eu acredito, as crianças, elas têm um poder com as famílias, incrível, né? (...) Eu vim de uma família muito consumista né, extremamente consumista, desorganizada financeiramente, que era aquela coisa, assim, ter para manter as aparências, né? Acho que isso é uma realidade, assim, da classe média né, brasileira, assim, do ter para mostrar, né? E, infelizmente, eu vim com algumas lacunas para a vida adulta (...) Então, eu também tenho isso, de acabar, acho que muitas famílias, de acabar querendo dar para os seus filhos o que eles não tiveram, eu escuto muita essa fala “Ah, eu não tive. Então eu vou dar”. E eu trago, sabe essa lacuna, essa ferida (...) E aqui, assim, não nesse conceito, né, de consumo, mas a gente vê também as crianças influenciando muito positivamente as suas famílias. Então, assim, elas têm voz, né? Até porque, eu acredito que, grande parte né, de pais, mães, enfim, querem oferecer o melhor né, para as suas crianças. E acho que, parte disso, começa na escuta, né? Então eu acho que sim, que tem uma grande influência, sim..” (entrevistada 15).
- **Acessibilidade:** “Ah consegue... consegue muito. Até porque as coisas são muito acessíveis para elas, né? Se você leva uma criança no supermercado, por exemplo, tudo que você não vai comprar na sua lista está lá, no alcance da mão dela né, na prateleira bem chamativa, colorida, interessante (...)” (entrevistada 06),
- **Poder de convencimento:** “Sim, eu acredito demais. Até porque as crianças, como eu, estava te falando, o repertório delas é impressionante, né? (...) E você vê a construção de vocabulário, a percepção, a argumentação que alguns têm, que realmente, por vezes, deixa a gente sem ter o que argumentar. Então eu acredito que, com os pais não seja muito diferente, né? Então, esse poder argumentativo que a criança tem, questionador que ela tem, ela faz, ela consegue ter influência, sabe, naquele processo (...) as crianças, elas são inteligentíssimas e elas sabem dar funcionalidade (...) é importante a gente trazer essa figura pensante para eles, sabe, para ser um adulto que tem escolhas, escolhas assertivas, sabe, que saibam se posicionar, que saibam falar assim “Não, eu não vou receber isso porque eu sei o valor do meu trabalho”, por exemplo. Hoje a gente vê muita gente, muitas pessoas sujeitas a receber um valor muito inferior por um medo de ser descartado, por, enfim, por “N” situações, que isso não foi trabalhado com segurança na infância. A gente tem uma geração que não foi trabalhada a

inteligência emocional, sabe? Não que essa geração tenha, mas eu vejo que essa... hoje, a geração de hoje, precisa, inclusive, ser mais... um pouco mais firme do que como foi a nossa geração, né? Mas, hoje, a gente já se discute muito sobre a inteligência emocional, já se preocupa muito com o quê uma criança sente, o quê uma criança pensa, né? E isso entra todo no valor do dinheiro, né?" (entrevistada 11), "Eu já me peguei várias vezes gastando um pouco a mais, assim, não muita coisa, porque também não dá, mas, tipo assim, comprando um shampoo um pouquinho mais caro, porque o shampoo tinha uma coisinha que ele ficou animado, sabe? Então acaba que, a gente também não deixa de agradar, né? E tem pais que vão muito mais nessa onda, assim, né? Acaba que, eu acho que... tem uma situação também, que a gente vivenciou, ele queria porque queria um tênis de um jeito específico. Eu não compraria esse tênis de jeito nenhum, pelo valor, assim, se ele não estivesse me pedindo há tanto tempo, não gostasse há tanto tempo. Então ele acabou mudando ali, me influenciando para comprar. Então acho que, acaba sim, muitas vezes, a gente acaba cedendo." (entrevistada 12).

- **Novidades:** "Eu acho, assim, que, eles conseguem... eles querem as coisas, querem tudo, né? E novidade para criança é o que não falta, né? A indústria sabe disso né, e está sempre criando uma coisinha, uma coisa que chama atenção e tal, personagens que eles sabem que as crianças gostam, bota em uma embalagem, tudo. Então eles acabam influenciando sim." (entrevistada 12).

**Influência parcial:** "Em partes. Às vezes a criança sim, porque quando a criança tem aquela consciência né, de que comprar coisas mais sustentáveis, entendeu, não tanto descartáveis, aí vai. Só que criança é criança (...)" (entrevistada 08).

Categoria F: Relação da criança com os objetos (no contexto escolar)



*“Como se dá a relação da criança com os brinquedos, com os objetos que levam para a escola? (ex: se é somente no dia do brinquedo)? Como você lida com situações de conflito envolvendo o apego ou ciúmes de objetos entre seus alunos?”*

Apego:

- **Ausência de apego:** “Tem umas que são super desapegadas, por mais que levem, assim, um brinquedo extraordinário, que é do sentimento dele, ele tá lá... ele coloca “para jogo”, né? (...)” (entrevistada 01), “Mas, por exemplo, o material escolar, muitos levam sempre algum objeto extra né, para levar, então eles gostam de levar para mostrar e eles compartilham bem. E a gente tem alguns casos de criança que pega né e, mas eles, no geral, eles compartilham bem, eles gostam de levar para mostrar, o material escolar eles compartilham bem, eles dividem, não vejo um apego, assim, de não deixar o outro utilizar. Tem uns que tem mais cuidado, mas eles não têm esse apego de não deixar usar.” (entrevistada 10), “A maioria, a maior parte das crianças, eles não têm muito cuidado, não têm muito apego não, né? Tem uma ou outra que tem aquela coisinha assim, mal cuidado, não sei se é por causa do público, assim, que eu trabalho, mas eles não têm essa preocupação em “Ah, quebrou”, “Ah ficou jogado ali no chão, nem se preocupa em guardar.” (entrevistada 12), “Em relação ao apego, eu vejo que, pelo menos na instituição que eu trabalho, as crianças, elas tendem a dividir mais com os colegas e isso acontece, geralmente na faixa, nas faixas etárias menores, porque os meus, eles já levam com o intuito do colega ver, do colega apreciar, né? E aí, o que pode ser que aconteça, que geralmente é um das únicas coisas que eu tenho que mediar, é que, por exemplo, eu levo pensando em brincar com determinados colegas, aí eu já né, o colega que eu não tenho mais afinidade, tanta afinidade, eu não vou deixá-lo brincar. Então pode ser que aconteça, mas dentro desse contexto, mas de forma geral, eles levam para compartilhar mesmo e para mostrar de “Nossa, como eu sou chique” e eles estão numa fase de “Ai eu sou mais rico que você”. Então, isso reflete nos brinquedos.” (entrevistada 14).

- **Presença de apego:** “Olha, é complicado. Porque assim, eles sempre querem levar uma coisa que é muito importante para eles, que eles querem ali levar mas só para mostrar, compartilhar já é uma coisa muito difícil, vai de cada criança, sabe? (...) Aquelas baby reborn né, que tá na moda, que parece uma criança de verdade, aí é um ou outro que pega e não pode “porque é minha filha”, sabe? Acontece.” (entrevistada 01), “(...) a minha turma como são crianças de (...) quatro anos, então na segunda-feira tem, eu ainda tenho uma dificuldade de se despedir, então eles podem trazer brinquedos para mostrar, uma novidade, ou alguma coisa para contar, então pode ser um livro, pode ser uma fruta, então eles trazem isso e não dividem.” (entrevistada 04), “Eu tenho crianças que têm muita dificuldade de compartilhar o brinquedo né, aí você vai ver, geralmente, é filho único né, já tem uma vida muito dentro de apartamento, não tem o convívio dos pais, que trabalham o dia inteiro por N motivos, rotina, né? (...) crianças que chora, quando perde um brinquedo, quando estraga, quando quebra (...) a criança não tem, esse ainda... a parte emocional ainda bem fortalecida, né?” (entrevistada 06), “(...) as crianças da educação infantil, elas querem levar brinquedo todo dia, porque eles têm ali no brinquedinho deles uma espécie de refúgio, entendeu? O brinquedinho para eles é como se fosse uma espécie de um pedacinho da casa deles, da família deles, então por isso eles querem insistir em levar o brinquedinho de segunda à sexta-feira para a escola, principalmente para as crianças especiais, que são os alunos autistas, né? Os alunos autistas, eles têm muito apego (...) É bem melhor o brinquedo do que levar uma chupeta, do que levar uma cobertinha, por quê? (...) Educação infantil, eles são pequenos. Então é bem melhor o brinquedo para fazer essa ponte, entendeu, entre a escola e a casa deles, o ambiente familiar, onde eles se sentem acolhidos, a criança, ela se sente acolhida no seu ambiente familiar (...) Então a gente aproveita essa questão do apego familiar, que traz aquele brinquedinho de casa, a gente trabalha também outras coisas, a gente pode trabalhar o compartilhar (...) nós temos as outras crianças, que são as não laudadas, que a gente chama, então assim, a gente já começa a trabalhar o desapego (...) mais na frente, nem sempre a criança vai ter (...) esse elo de brinquedo entre as famílias e a escola. Mais na frente a gente tem que preparar a criança para ser um estudante, estudante, entendeu? (...) Tem um brinquedo, tem um dia do brinquedo, mas esse brinquedo, em determinado momento, ele vai ser para você utilizar na sua casa, em determinado momento, a escola é a escola. Então a gente é uma espécie de elo, de transição, entendeu, de soltar esse brinquedo” (entrevistada 08), “Agora, quando eu trabalhei com crianças menores, eles têm muito mais esse apego, eles não gostam de dividir, não gostam mesmo e eles acabam cuidando um pouco mais, eu acho que esse vínculo ali ainda com o brinquedinho é maior, né? Eles acham o máximo levar, que é aquele momento com aquele objeto lá, cuidam mais e aproveitam, até melhor, o tempo ali, que tem com o brinquedo.” (entrevistada 12), “Olha, sim, têm conflitos, porque têm aqueles brinquedos que eles são mais apegados, né? (...) tem as situações, por exemplo, de boneca, que é uma coisa mais apegada, né? E aí, assim, tem que ter respeito, porque ninguém é obrigado a emprestar realmente, né? A pessoa tem que, a criança tem que se sentir à vontade, também, para isso (...)” (entrevistada 13),

**Ciúmes:** “Se aquela criança está demonstrando que ainda não está pronta para compartilhar aquele brinquedo, a gente chega para a criança e fala “olha, eu entendo, eu acho que você não tá pronto, então por isso você vai botar o seu brinquedo na mochila. Quando você estiver pronto para brincar e compartilhar, você pega o seu brinquedo.” E quando isso começa a ser recorrente, assim, de uma criança que sempre leva um brinquedo e não quer compartilhar e aí a gente precisa às vezes interferir, conversar com os pais né, para que ela entenda que ali é um ambiente que outras crianças vão tocar no brinquedo dela, assim como outras crianças estão deixando que ela toque no brinquedo, em outros brinquedos.” (entrevistada 02), “Sim, tem criança que chega, por exemplo, com a sua... tem umas meninas que chegam com as suas bonequinhas, que outras crianças não podem pegar, então aí aquela questão do compartilhar.” (entrevistada 08),

### Conflitos:

- **Ausência de conflitos:** “(...) não tem conflitos, elas brincam sempre da mesma coisa, e os meninos sempre da mesma coisa. Então não tem conflito não, é bem tranquilo para eles esse horário. Nas séries menores elas levam bonecas, levam bolas, elas levam muitos brinquedos, ali primeiro e segundo aninho, eu observo na escola, porque eu nunca dei aula para essas séries, mas eles levam os brinquedos.” (entrevistada 03), “(...) atualmente, não estou tendo problemas de conflito com brinquedos em sala de aula, as crianças elas entendem que é o dia

do brinquedo, que ela tem o direito de emprestar e de não emprestar, e a gente trabalha muito a questão do respeito com o espaço do colega (...) Então, nesse quesito, elas levam o brinquedo para a escola, mas a gente não tem conflito porque a gente trabalha muito as regras de convivência e de respeito com o espaço e o material do colega (...)” (entrevistada 05), “(...) eles são muito respeitosos, tem um ou outro, né, que acabam querendo burlar, mas a gente conversa, a gente pauta tudo sempre pelo diálogo muito franco ali, muito aberto com o grupo e um acaba apoiando e ajudando o outro.” (entrevistada 15).

- **Presença de conflitos:** “(...) tem outros assim, que não querem, e os outros ficam na curiosidade e acaba rolando brigas (...)” (entrevistada 01), “(...) é um momento de conflito, porque a partir daquele momento a criança está tirando um brinquedo que ela gosta de um ambiente completamente controlado que é a casa dele, que ele tem todo poder e tudo, assim, ele tem controle daquele ambiente, e vai para um ambiente que também é controlado, mas não pelos pais, e é um ambiente compartilhado com outras crianças, com outras, principalmente na minha escola, com outras culturas, crianças vindas de outros países, às vezes é um brinquedo completamente diferente, ela não vai saber mexer no seu brinquedo do jeito que você queria, então é uma criança que vai tirar a roupa da sua boneca e você não queria que tirasse, e aí são esses conflitos que vão fazendo a criança aprender a falar, a falar seu ponto de vista, a falar que não gostou (...) então esses conflitos são muito importantes.” (entrevistada 02), “Sempre tem uma briguinha, uma ou outra, “ah tia ele pegou, ele entrou na frente, no meu lugar”, então a gente determina tempo de uso para cada um, para todo mundo poder utilizar esses espaços sem briga, mas os conflitos existem e eu acho natural né, para o aprendizado deles, tem aquele que bate, senta a mão no colega, e aí a gente vai conversando (...) depois de um processo né, está bem tranquilo, e eu acho que é assim que funciona, conversando, lembrando as regras de uso, dos espaços de convivência, dos brinquedos que são de uso coletivo, do próprio brinquedo.” (entrevistada 06), “Quando acontece de alguém não entrar num acordo de “Ah, eu não quero brincar com ele” ou “Eu quero... eu quero esse brinquedo mas ele tá brincando”, a gente tenta mostrar para a criança que as coisas não acontecem no tempo que ela quer e não do jeito que ela quer. Então a ideia é fazer com que eles percebam que precisa esperar a sua vez para jogar precisa entrar num acordo para brincar de acordo com as regras daquela brincadeira (...) Então são mediações muito é superficiais ali que a gente faz, mas de maneira que a criança consiga entender que ela precisa seguir as regras da brincadeira, da socialidade ali, da socialização e do momento, né?” (entrevistada 07), “(...) os conflitos, é o tempo todo. No dia do brinquedo é mais, por que? Aí tem uma variedade de brinquedo e aí tem aquelas bebê Born, nem sei se é assim que chama e aí a menina quer pegar a bebê born, mas a outra morre de ciúme e não quer emprestar. E aí outro dia eu descobri que uma menina tinha estipulado um tempo para cada uma ficar segurando a bebê dela (...) e eu falei que cada hora vai ficar com uma, só que estava meio injusto assim sabe, ela deixava mais tempo com as amigas dela, aquelas que não eram tão amigas deixavam pouco tempo (...) A menina foi lá e pegou sem permissão, então, tem conflitos, nesse sentido de estragar brinquedo (...) já aconteceu de perder cartinha e isso também virar um conflito e eu já mando a real “Ó, a responsabilidade é de vocês, se perder, perdeu. Eu não quero saber de confusão na minha sala, não!”, já chega desse jeito, porque aí eles já sabem, eles já ficam mais receosos sabe, na hora de ficar emprestando e trocando o material. Mas assim, é criança né e eu falo o tempo todo, não tem como não ter conflito, porque eles não têm essa consciência e às vezes até empresta um brinquedo, mas aí já olha e já dá aquele sentimento de ciúme e já quer ir lá e pegar e a outra não quer aceitar devolver, porque “Poxa, você me emprestou”, então qualquer coisinha é motivo de de conflito.” (entrevistada 09), “Com relação à conflitos, aí sim, eles brigam. Se alguém pega, joga, aí eles já acham ruim que está mexendo com o quê é deles.” (entrevistada 12).

### Dia do brinquedo:

- **Presente:** “E isso, assim, separar muito o que é brinquedo e o que não é, porque aí a criança fala “porque a minha tiara que brilha não é brinquedo”, só que a sua tiara que brilha atrapalha o nosso momento de rodinha, então ela vai vir no toy day. Sabe assim, então, porque as coisas infantis e de criança, elas têm muito som, elas têm muito barulho, então assim, é uma pulseira que faz barulho, um colar que faz barulho, e tudo isso acaba virando um objeto na mão das crianças que às vezes distrai elas do processo de aprendizagem (...)” (entrevistada 02), “Bom,

na escola a gente tem sim o dia do brinquedo, que é toda sexta-feira né, onde cada criança pode levar o seu brinquedo e enfim, pode compartilhar com os colegas.” (entrevistada 05), “A gente quer que essa criança, ela traga mais vivência para a gente do ambiente familiar dela, eles são muito pequenos, então eles não falam como que é na casa deles, então quando eles trazem um “objetozinho” da casa deles, é como se eles estivessem trazendo uma parte da casa deles para a escola, por isso nós temos o dia do brinquedo.” (entrevistada 08), “O que eu percebo mais na sala é bonequinhos, umas bonequinhos pequenininhas, às vezes, até bolinhas, bolinhas de gude, parece de gude, mas não é de gude, as cartinhas que eu vejo mais (...) Eles gostam muito de jogos de tabuleiro também, vira e mexe aparece uns jogos de tabuleiro. Eletrônico não aparece, mas eu acho que é porque na escola é proibido, porque se não apareceria aos montes, tá? Mas é sempre a boneca, casinha de boneca, é cartinha, eles têm até um álbum, tem gente que tem álbum dessa grossura assim ó, cheio de cartinhas de Pokémon (...)” (entrevistada 09).

- **Ausente:** “(...) eles não têm mais esse dia do brinquedo (...) a partir do primeiro ano já não tem mais esse dia do brinquedo. Eles têm alguns momentos em que eles né, combinado com a professora, eles podem levar alguma coisa, mas aí com um propósito específico. Eventualmente alguns ainda levam né, por algum motivo específico, ali aquela coisa do apego, de não chorar na hora de entrar, ainda acontece, então as famílias liberam, a gente às vezes libera também. Mas eles normalmente não levam (...)” (entrevistada 07), “A gente não tem dia do brinquedo, então eles não têm autorização para levar brinquedos.” (entrevistada 10), “Agora nessa faixa etária que nós estamos, lá na escola não tem um dia específico, assim, do brinquedo, uma vez por mês, uma vez por semana, né? São situações assim, ah é Dia das Crianças e tal.” (entrevistada 12).
- **Compartilhamento:** “No dia do brinquedo, combinado com os professores, é para trazer uma coisa que seja de uso coletivo e que seja consciente que pode estragar (...) Então se ela não quer compartilhar ou se é um brinquedo que não dá para compartilhar porque é uma coisa muito valiosa, ela apresenta e a gente guarda. Assim, eu deixo a criança, já que ela está tão apegada, se é uma coisa que ela não pode emprestar, ela pode apresentar e, assim, a coisa depois vai ser guardada, porque se eu não posso compartilhar nesse momento, eu guardo né, porque na hora ela vai ter que dividir mesmo com os amigos (...)” (entrevistada 04), “Hoje, eu já tenho total controle desse momento de brincar com o brinquedo do outro, eles já conseguem fazer de forma mais tranquila esse compartilhamento dos brinquedos. Mas eu tenho crianças que gostam de brincar sozinhas, que não compartilham, não porque não queiram, mas que gostam de brincar sozinho, né?” (entrevistada 06), “É um momento que eles têm ali, para compartilhar o brinquedo, não é só para brincar sozinho, se fosse para brincar sozinho, brincaria em casa, né?” (entrevistada 13), “(...) eles já tem uma facilidade muito maior de partilha, né? Então eles trazem os brinquedos, eles têm uma facilidade maior, principalmente com os colegas né, que são mais chegados.” (entrevistada 15).
- **Valores:** (...) as crianças precisam compartilhar. Então ela não vai escolher um brinquedo para levar para a escola que ela não quer mostrar e nem compartilhar com ninguém, porque na escola a gente aprende a compartilhar.” (entrevistada 02), “(...) Então não mexa no material do colega se ele não der permissão, se ele der permissão, tenha cuidado com o brinquedo do colega, o quê que a gente pode fazer com esse brinquedo, sempre trabalhando o espaço e o direito da criança (...) Inclusive, na hora do intervalo, nós temos uma dinâmica com os brinquedos que a escola proporciona (...) a gente sempre tenta trabalhar que compartilhar é bom, mas que a gente precisa respeitar também o direito do colega de, naquele dia, ele não querer emprestar ou de querer, mas tem um determinado tempo para você brincar. Então todos esses quesitos são trabalhados mesmo para... porque a gente trabalha muito o conceito de fraternidade (...)” (entrevistada 05), “(...) hoje, eu acho que o mais importante é criar uma rotina, estabelecer uma rotina e explicar, ir trabalhando né a empatia, a solidariedade, a troca. Então com o dia do brinquedo, hoje, na minha sala, é muito mais tranquilo, mas foi um processo de ensinar a cuidar desse brinquedo né, desapegar caso estrague, caso perca, enfim. Com os materiais de sala de aula, o gibi, o próprio brinquedo da escola, os espaços de convivência, que todo mundo usa o parquinho né, que são brinquedos de forma que todos vão brincar.” (entrevistada 06), “Ninguém é obrigado a emprestar também, entendeu? Isso não é uma obrigatoriedade. Mas é interessante que leve um brinquedo onde possa ser trabalhado coletivamente, a gente pede isso. Geralmente eles levam brinquedos até iguais, para poder ficar brincando (...)” (entrevistada 13).
- **Permissão apenas no dia:** “Mas ao mesmo tempo, a gente tem que fazer um limite, entendeu? (...) não dá para trazer o brinquedo de segunda a sexta.” (entrevistada 08), “(...) a

primeira regra, que a gente tem muita dificuldade na escola, é levar brinquedos só na sexta-feira. Vira e mexe tem alguém com uma bonequinha, que é pequenininha, colocou ali na mochila escondido e trouxe, cartinhas de Pokémon é aos montes, é o que mais aparece, então sempre eu vejo alguém mexendo ali embaixo da mesa, pode saber que é cartinha, inclusive, foi proibido na escola (...)" (entrevistada 09), "(...) eles só tem 1 dia realmente da semana, que é o dia do brinquedo, que é na sexta-feira." (entrevistada 13), "(...) eles levam só no dia do brinquedo e tem alguns brinquedos que não são autorizados." (entrevistada 14).

**Desvalorização:** "E aí, o quê que eu percebo? Essa questão do consumo dessa não valorização, sabe, que acaba com o brinquedo, assim, como algo descartável, porque tem uma fartura ali (...) não é incomum a gente ver uma criança pisando nesses brinquedos, sabe, assim, quase que destruindo propositalmente. Então eu acho sim que isso é um reflexo sabe, dessa cultura descartável, sabe, onde o zelo, o cuidado é tudo tão tanto, né? É uma oferta tão grande que acaba banalizando isso. Então, eu acho legal, inclusive, o dia do brinquedo, justamente para isso, porque a gente sabe né, da fartura, assim de recursos né, brinquedos mesmo que as crianças têm em casa e é quando eles vêm para a escola, eles têm que vivenciar né, a rotina com esse material e aí entra mesmo nessa questão do cuidado, porque, por mais que, também, na escola tenha uma boa oferta, é coletivo né, não é pessoal. Então ali já entra essa questão do cuidado, do cuidado para durar. Não é algo que a gente quebrou, a gente repõe imediatamente, porque tem que levar a criança a reflexão né, a refletir que, às vezes uma coisa quando acaba, ela não vai ser imediatamente repostada e, em algumas vezes, ela nem consegue ser repostada, né?" (entrevistada 15).

**Status:** "O que eu observo, de forma geral, assim é que eles compram um brinquedo novo, que é super colorido e tudo mais, para levar para a escola e que aquele brinquedo, em pouco tempo, ele já não vai mais ser utilizado, é só para meio que um status, né? Para a gente, a gente pode voltar como status, para eles não, para eles é que todo mundo vai chegar falando "Nossa, que brinquedo legal (...)" E existe esse descarte, assim, de, de fato "Ah, usou ali um pouquinho e não vai mais utilizar" (...) Tudo é moda (...)" (entrevistada 14).

**Não utilizam brinquedos:** "Agora do quarto ano para frente, as meninas já estão mais naquela coisa da puberdade mesmo (...) Se não tem bola na escola, eles levam. Então eles já vão até uniformizados. Quanto às meninas, elas não brincam, não têm boneca, não levam nada. O que eu vejo que elas levam, na faixa etária das minhas alunas, são maquiagens, elas levam maquiagem para a escola (...) Mas uma única coisa que eles gostam é de futebol, bola, só bola, mais nada. Mas eu faço atividades que eles exercitem a coordenação motora, essas coisas, porque os meninos gostam, mas as meninas se deixar ficam sentadas, com maquiagem, e a única que elas querem usar é o celular, mas na escola é proibido levar, então é proibido elas não levam nada." (entrevistada 03).

**Gênero:** "As meninas, geralmente, brincam mais de boneca com a outra colega, os meninos tem mais uma questão de competição né, então eles levam cartinha, levam carrinho e joga carrinho e tal (...)" (entrevistada 06).

## Categoria G: Percepção das crianças sobre o interesse



*“Como você observa o surgimento de interesse da criança por um brinquedo e o momento da falta de interesse por ele?”*

### Curiosidade:

- **Momentânea:** “Eu vejo muito que esses brinquedos de hoje eles são muito momentâneos, assim, você vê o olho da criança brilhando, é um brinquedo que têm uma cor mais chamativa, no toque, ele é um brinquedo que tem textura, né? Então assim, sei lá... um fidget toy, um pop it, né, que ficou super famoso, sabe, de bolinha. É um brinquedo que chama muita atenção, mas uma criança não vai ficar tanto tempo naquele brinquedo, porque não é um brinquedo que você traz tanta criação.” (entrevistada 02),
- **Possibilidades:** “É diferente de uma boneca, que você traz uma história, então a gente pode brincar de mamãe e filhinha, pode brincar de aluna e professora, essas coisas todas, né? Então eu acho que depende do brinquedo, traz uma certa limitação de criação das crianças, assim, sabe? (...) Então eu acho que as crianças vão perdendo o interesse de acordo com a falta de possibilidades que aquele brinquedo traz de imaginação, de interação e tudo mais.” (entrevistada 02),

- **Influência:** “É... vai muito pelo outro, né? O quê o outro está fazendo, ele vai lá e quer fazer também. Pouquíssimas vezes são aquelas que a criança olha o desenho na capa ou olha o próprio brinquedo, falar “Ah, eu quero brincar com isso”, a menos que seja um brinquedo que ela já tenha brincado antes em casa o que ela tem já em posse dela, né? Então assim, se for um brinquedo que também está muito na moda né, está muito visível ou é muito falado, aí eu acredito que haja um interesse.” (entrevistada 07), “(...) eu vejo que as crianças são muito manipuláveis, assim, às vezes, nesse sentido, por que? Às vezes, tem até um brinquedo que ele nem é tão interessante, mas um colega que ele tem um perfil de liderança levou o brinquedo, todo mundo quer ver, porque ele soube manipular aquele brinquedo de uma forma a trazer atração para aquele brinquedo, porque ele já tem um perfil de liderança, ele sabe usar aquele brinquedo de uma forma atrativa para os colegas. Então eu acho que tem esse lado, que depende muito da criança, de como a criança expõe esse brinquedo que trouxe né (...)” (entrevistada 09), “O momento de interesse é quando outros se interessam. Então, o livro, se outros se interessam, ele também quer ou aquele lápis, aquela canetinha, então se tem, se ele vê que alguém do convívio dele, alguém que ele admira, se interessa por aquele, ele busca também.” (entrevistada 10), “(...) é muito do que... um aparece com uma coisa, aí pronto, todos vão aparecer com aquela mesma coisa (...)” (entrevistada 14),
- **Interação:** “Mas e aí quando que surge o desinteresse? Porque esses jogos são legais quando alguém participa, então se eu estou ali sozinho participando, tá, quem que vai me responder? Quem eu quero ver errar? Quem eu vou conseguir pegar aqui ó nessa pegadinha? É isso que eles querem ver, sabe? (...) Então assim, isso que eles querem ver, eles gostam né, de um jogo que causa ali uma expectativa neles (...) E é muito também tipo “Ah, o jogo tá ali abandonado, mas se alguém foi lá e mexeu no jogo e criou algo novo com aquele jogo, eu também quero ver, quê que fulano tá fazendo. Por que que tá aquele monte de gente ali perto do menino né, eu quero ir lá, quê que eles tão fazendo?” “Nossa, ó lá, o pessoal começou a gritar, o quê que é aquilo lá?”. Então assim, é muito isso, eu acho que vai muito como a forma como as crianças estão manipulando esses brinquedos, chamando atenção para esses brinquedos (...)” (entrevistada 09),
- **Novidades:** “Ó a curiosidade, quando eles percebem que é novidade, né? Então, quando, por exemplo, é algo que é novo, aí chega, a partir do momento que ele já desvendou de tudo o que era possível, eu percebo essa troca de interesse.” (entrevistada 11),
- **Objetos temáticos:** “Hoje em dia, eles... é muito voltada, assim, para esses desenhos. Eu acho que, desde... antes eu achava que era mais, assim “Ah, isso aqui é divertido. A gente vai brincar, vai se divertir”, mesmo que fosse um brinquedinho simples, sei lá, um jogo da memória, uma coisa assim. Agora, se tiver um personagem que eles gostam, de algum desenho, de algum filme, eles ficam muito interessados para saber.” (entrevistada 12)

### Abandono:

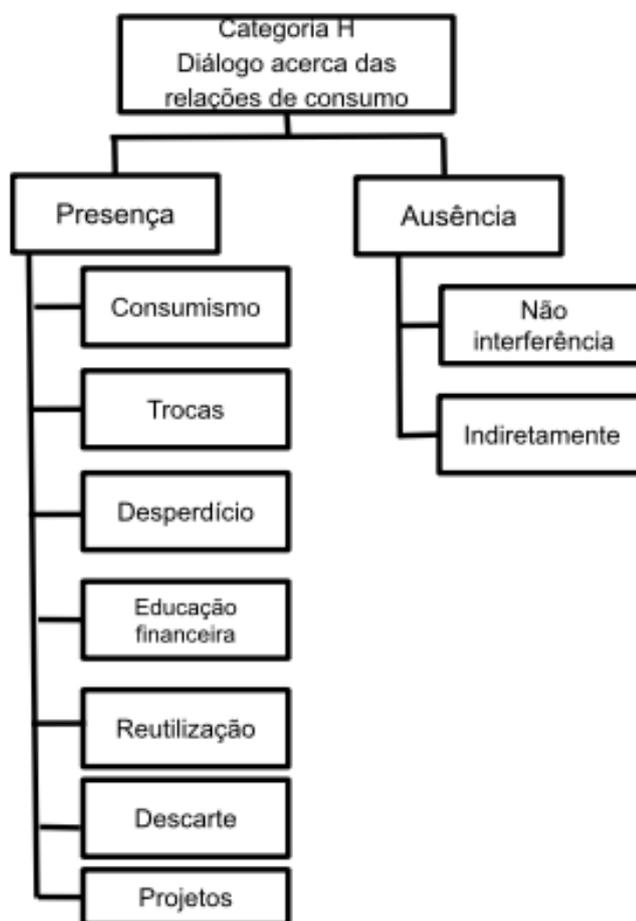
- **Imediatismo:** “É muito rápido, sabe? Às vezes fica naquele consumismo de “eu quero, eu quero, eu quero”, e não é uma coisa nem muito interessante para ele, que ele brinca ali umas duas semanas e já descarta ou por não querer mais mesmo ou por ver outros né que chamam mais atenção, aí ele vai ficar naquele dilema que “eu quero outro, não quero mais esse” né? (...) Mas o descarte é muito rápido, eu vejo que é muito rápido, assim, eles não têm esse... igual nossa época, né, esse apego de ficar muito tempo com um brinquedo, de brincar, que aquele ali é divertido e é meu.” (entrevistada 01), “Esses dias eu propus uma atividade, que estava até no livro, no planejamento, brinquedos de materiais reciclados (...) Então assim, foram duas aulas com esses brinquedos, terceira aula já acabou o interesse, já não... aquilo para eles não era mais interessante, sabe, já foi (...) Eles são muito acelerados, por isso, esse consumo que o pai né, comprou uma boneca, já não gostei mais daquela boneca e semana que vem quer outra boneca e aí vai, né (...) o interesse deles, assim, é muito imediato, sabe, pá-pum, e eles lidam muito bem com isso, porque já tem um outro depois né, em seguida já vai surgindo outra coisa.” (entrevistada 06), (...) eles são muito fast food, né? É muito rápido o interesse deles, é muito rápido, é uma coisa, assim, absurda, assusta até né, o poder de descarte que eles têm. Então, assim, não dura muito tempo, sabe? Tem aqueles que realmente têm um apego maior com determinado brinquedo, por exemplo, tem aquela boneca que é a minha boneca preferida ou tem aquele carrinho que é o meu carrinho preferido. Mas isso não... é um ou outro brinquedo, entendeu? (...) Eu acho que, assim, o apego teria que talvez, não sei nem se é apego, mas o cuidado, assim, o afeto, talvez, eu acho que deveria ser um pouco maior. Eu... talvez eu acho que não seja pelo excesso” (entrevistada 13).

- **Barganha:** “Às vezes alguns até dá uma troca ali com os pais “Não pai, eu não vou querer mais esse mas eu dou para ter o outro, ou eu faço bazar”. Normalmente as crianças agora, hoje em dia, estão muito no bazar, né, de trocas. Isso é legal. Ou trocas de um brinquedo com outro, né, que os pais mesmos organizam, ou de vendas mesmo, coloca ali igual nos Estados Unidos, coloca ali para vender na porta de casa, eu acho super legal isso. Aí compra, pega o dinheirinho e pede para o pai juntar, né?” (entrevistada 01),
- **Enjoo/Tédio:** “(...) eu acho que o abandono só acontece depois que ele brinca até não... enjoar mais, enjoar do brinquedo, ou quando ele não consegue brincar de uma forma, sabe, da forma adequada do brinquedo com o brinquedo (...)” (entrevistada 04), “(...) a gente estava falando justamente dessa expectativa de ter alguma coisa e, depois que tem ela, você descarta (...)” (entrevistada 05),
- **Amadurecimento:** “Aí é muito individual, né? Cada criança tem a sua forma de expressar o sentimento ali quando perde um brinquedo, ou quando aquele brinquedo deixa de ser interessante para ele (...) tem criança que, no início do ano, levava brinquedo toda sexta, hoje já não leva, e aí eu pergunto “fulano, mas não trouxe brinquedo, não?”, “Ah não, tia, não quero mais”. Então acho que isso vai muito do amadurecimento da criança né, eles vão trocando os interesses. Então eu tenho crianças mais infantilizadas e que ainda gostam de bichinho de pelúcia, e aí não tem interesse por um outro brinquedo. Eu sempre incentivo os brinquedos coletivos, que eles possam brincar juntos, né? Então assim, é natural, acho que do amadurecimento deles, o desinteresse de alguns brinquedos, trocas né, eles vão trocando. Às vezes tem criança que não gosta de brinquedo, que gosta de brincadeiras juntas, né?” (entrevistada 06), “(...) eu acho que tem fases também da vida que as crianças desenvolvem um gosto por alguma coisa, por exemplo, o cubo mágico, que foi o auge o ano passado (...) Esse ano eu percebo mais, assim, nas meninas, as bonecas, diferentes bonecas, grandes, pequenas, médias, com casinha, sem casinha e os meninos agora começaram a comprar essas cartinhas, que tem me chamado a atenção, que é esse jogo de pergunta e resposta.” (entrevistada 09), “Tem criança que o tempo de espera dela com o brinquedo, ele é maior. Tem criança que não, tem criança que vai olhar e vai falar “Não, isso aqui eu não quero”, entende? Então eu acredito que seja muito pessoal, entra muito dentro da zona de interesse, né? Entra muito no momento que a criança está, por exemplo, tem crianças que estão naquela na fase do desenvolvimento, em que o interesse dela é por carrinhos, por exemplo. Então, se eu trazer quebra-cabeça, outras coisas, ela não vai interessar. Então principalmente quando a gente trabalha com o público de autistas, um exemplo, a gente sempre parte da zona de interesse da criança (...) a falta de interesse, ela vai acontecer? Vai acontecer. A gente deu várias funções para aquele brinquedo e a criança ainda não despertou, ok? Está tudo bem, então agora vamos fazer o seguinte, vamos olhar o que você não quer, vamos dar para uma outra criança que precisa brincar, né? Então esse movimento ele precisa acontecer. Isso não somente em casa, mas na escola isso também acontece. “Você não quer? Ok. Então vamos organizar e vamos oportunizar o outro amigo para brincar”, porque, por vezes, eles não querem, mas também não quer dividir, né? Isso também é muito pontual (...) Então é muito importante trazer essa questão para consciência para a criança, respeitar sim o interesse dela, mas de trazer para ela a perspectiva do outro, né? O que não está sendo legal para mim agora pode ser legal para o outro e eu preciso entregar para ele em bom estado.” (entrevistada 11)
- **Falta de paciência:** “E se é um jogo, assim, coletivo, você ter paciência de lidar com o outro, nessa idade “você errou, a culpa é sua, não você jogou errado” aí começa. E parece que as pessoas, as famílias não querem mais isso, né? Então acaba que está se perdendo os jogos de tabuleiro né... quebra-cabeça é uma tortura, eles não tem paciência para montar quebra-cabeça, já era (...)” (entrevistada 06), “E o desinteresse é na medida em que ela precisa... demanda muito dela, seja de pensar ou seja de esperar, já perdeu o interesse. Então isso está muito voltado para o imediatismo, né? (...) Então nessa faixa etária, o que a gente percebe, é que a brincadeira deles precisa ser imediata né e precisa ser dinâmica (...)” (entrevistada 07)
- **Dinamicidade:** “E aí, dependendo de como é um jogo, que hoje, tipo, precisa ser muito mais elaborado para eles gostarem, para eles ficarem mais tempo, assim, ali concentrados né, animados ali em brincar.” (entrevistada 12)
- **Disputa com eletrônicos:** “E é uma disputa com os aparelhos eletrônicos muito grande, né? Então eles preferem um joguinho do celular, então é... é complicado (...) E o celular, o joguinho você não tem muito esforço mental, você está ali pá pá pá, aí você passa de uma fase, vai para a outra e tal, o brinquedo você tem que ter uma criatividade, você tem que ter um repertório para brincar com aquele brinquedo.” (entrevistada 06), “E querendo ou não, essa

questão dos eletrônicos, né? Então está muito forte, assim, eles trocam facilmente um eletrônico por qualquer outro brinquedo. Então eu vejo que, por exemplo, lá na minha turma, se eu trago uma proposta de um jogo de tabuleiro, alguma coisa assim, eles gostam e tal, mas se eu falo que vou fazer um jogo online, que tem um objetivo ali, da gente descobrir as palavras, em um tempo né, aquela... nossa! Eles ficam muito mais animados.” (entrevistada 12)

- **Aceitação social (moda):** “E o desinteresse, quando é o contrário né, mesmo que ele leva um objeto e ninguém se interessou, ele também não valoriza muito mais aquele objeto ali. Então é aceitação social mesmo.” (entrevistada 10), “(...) e na mesma intensidade que aparece, ela também desaparece. Por quê? Porque vai outra, vem outra, vem outra, vem outra e a gente vivenciou várias modas aí, do cubo, do negocinho lá de apertar que eu esqueci o nome. Então assim, por exemplo, agora eles estão com uma moda que é da minha época, que era um Tamagotchizinho, nem sei se esse aí é o nome, né? Mas, assim, é algo que vai durar 2 semanas, 3 semanas, já sumiu. Então assim, é muito dentro disso da modinha, né? Eu sei que, historicamente, a sociedade sempre viveu nessa questão da moda, do que está em alta. Às vezes eu nem gosto, mas como todo mundo está tendo um brinquedo daquele, eu também quero ter. E aí, de fato, alguns têm interesse, mas a maioria é só para trazer mesmo.” (entrevistada 14)
- **Disposição dos objetos:** “(...) a oferta né, que você falou para ter essa curiosidade, eu acho que aqui, por mais que não tenham, o encantamento, assim, os brinquedos tão caros como eles têm em casa, mas aqui a gente pauta muito pela estética do ambiente, sabe? O ambiente cuidado, harmonioso com os cantos preparados. Então a gente chega um pouquinho mais cedo, prepara esse ambiente para recebê-los e a gente percebe desde os pequeninhos, quão encantador, né? Às vezes não é nem o brinquedo, o objeto em si, mas é a forma né, como aquilo ali foi apresentado a ela, como está sendo disposto para ela (...) eu fui organizando, assim, sabe, de uma forma bacana e, assim, eles estavam andando pelas salas, que estavam mais soltos, pisavam, não ligavam, nem queriam mais saber daqueles objetos. Na hora que eu arrumei, que eu fiz a composição ali do ambiente, assim, foi quase que imediatamente, todos voltaram, retomaram o seu interesse por aqueles brinquedos e objetos, né? Eles estavam ali à disposição o tempo todo, mas estavam né, jogados, bagunçados. Então, a forma como a gente organizou né, é um chamariz também para essa criança, de interesse, valorização e cuidado também.” (entrevistada 15)

Categoria H: Diálogo acerca das relações de consumo



*“Existe, na escola, alguma conversa com a criança acerca das relações de consumo?”*

**Presença:** (...) inclusive nas partes das roupas, porque eu tenho crianças que... não é brinquedo mas, a fantasia não dá mais, então “vou passar, vou vender para terceiros”. Então lá eles já falam assim “ah coloca no aplicativo”, crianças de cinco anos, “coloca no aplicativo, porque a sua fantasia do Batman não dá mas em você”. (entrevistada 04), “Sim, o tempo todo (...) isso inclusive está no currículo né, na matriz curricular do 2º ano, o uso, o consumo, a gente começa trabalhando a matemática e os valores e a gente... fala muito e eles trazem um repertório muito interessante, assim, de casa, geralmente, eles falam de supermercado “Ô tia, cê viu o preço de tal coisa, como tá caro”, eu falei “Tá vendendo?” (entrevistada 06), “Sim, nós temos oficinas que é o que a gente está fazendo agora com relação à questão alimentar, nós temos oficinas, nós temos... Como são crianças né, a gente lida mais com teatrinho, historinhas, então a gente utiliza muito da literatura infantil (...) a gente está sempre tentando inovar cada vez mais, enquanto educação infantil, sobre essa parte, entendeu, do consumo infantil.” (entrevistada 08)

- **Consumismo:** “(...) igual eu estava te falando agora, sobre não consumir muito, para a gente comprar realmente o quê que a gente vai querer ficar um bom tempo. o quê que é importante...” (entrevistada 01), “(...) eu estou trabalhando consumismo e consumo (...) eu estou diferenciando para eles essa questão de consumo e consumismo, por quê que a gente tem que consumir tanto e vem, aí questão do planeta também né, entra todo esse assunto. Consumir é necessário, mas o consumismo degrada também o planeta, né? Então eu estou trabalhando nesse momento com eles porque, na cabecinha deles, isso é zerado, é um assunto que, para eles... não sabem nada. Partindo da escola mesmo esse assunto, para que eles tenham uma consciência ambiental e de consumo.” (entrevistada 03), “Aí no estojo deles,

assim, eles têm uns cinco, seis lápis, para quê cinco, seis lápis né, vocês sabem que o lápis... de onde vem o lápis, aí a gente já entra lá na história, na geografia né, falar assim ó “a gente não precisa ter esse exagero de coisas né, porque existe um... de onde veio, esse consumo” e a gente fala sobre indústrias né, a poluição do ar, a gente engloba tudo. Então a gente sempre está falando do consumo em todas as matérias né, desde sempre e lembrar (...) a gente sempre está lembrando, de uma forma lúdica, né? Eles são crianças, são muito pequenininhos, não tem ainda esse entendimento que a gente tem, do macro né, então a gente começa ali pelos materiais deles, os brinquedos dele, o lápis, os bens de consumo ali, naquele ambiente, né? E aí a gente vai ampliando à medida que eles vão amadurecendo o entendimento.” (entrevistada 06), “Em ciências também, nosso conteúdo de ciências ele foca muito também em consumismo, Geografia, então a gente trabalha de que forma? A gente faz com os estudantes, às vezes, produção de cartazes sobre conscientização desse consumismo, elaboração de fichas de atividade, então para eles refletirem sobre... a gente expõe lá uma situação problema “E aí? Você acha que é um desejo ou uma necessidade? Ah você concorda com essa atitude?”. Foi lá, comprou uma garrafinha de bichinho, sei lá, alguma coisa assim que queria e descartou no lixo, não poderia reutilizar, né? Charges, a gente trabalha muito com charges, até mesmo para desenvolver essa criticidade neles, então vídeos, o tempo todo assim, a gente sempre volta nesse assunto porque é uma temática que perpassa por todos os componentes curriculares.” (entrevistada 09), “A gente trabalha algumas unidades que traz a questão do consumo, do consumismo e eles trazem muito a rotina da família, então alguns se identificam como consumistas, alguns se identificam como aquele que consome o que é necessário, alguns trazem experiência da família do reutilizar, então algumas unidades a gente aborda o tema e eles conseguem se identificar nas diferentes posições aí de consumo.” (entrevistada 10)

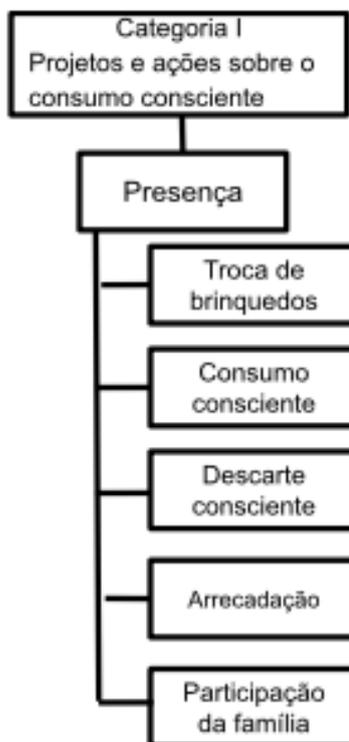
- **Trocas:** “Então eu sempre procuro falar sobre as trocas (...) Explicar sobre as trocas, até para não rolar uma pressão com os pais, sabe? De querer comprar a toda hora, sempre, porque, às vezes, em casa eles não têm essa orientação, e eu acho que é importante fazer essa orientação na escola, também, para até eles chegarem em casa e ter oportunidade de fazer essa conversa com os pais.” (entrevistada 01)
- **Desperdício:** “Na escola e na sala de aula, na escola e na sala de aula existem sim, com o consumo e com o desperdício, que eu acho que os dois estão bem ligados, né? O desperdício é porque é uma coisa, vamos supor, eu comprei maçãs, vou trazer maçã. Eu tenho crianças que são assim “a maçã é só minha, mas eu dou duas mordidas e vou jogar fora”. Então ó, gastou o dinheiro, você não quis dividir. Então eu acho que é... interfere sim, e que, inclusive nessa parte do lanche (...)” (entrevistada 04), “(...) a gente conversa eventualmente sobre o consumo no geral né, na hora do lanche, não desperdiçar comida e na hora da brincadeira o respeito né entre os colegas (...)” (entrevistada 07)
- **Educação financeira:** “Sim, tem o projeto financeiro, né? (...) E aí a gente conversa, também, da questão dos sonhos né, com eles, por exemplo “Ah professora, eu tenho um sonho de ter um brinquedo assim X, assado.” “Tá, você tem condição de ter ele agora?” “Não”. Então vai ser um presente a longo prazo. Então por quê que numa data específica, sei lá, dia das crianças, você junta esse dinheiro para comprar para você. Então nesses dias que tem feriado, realmente, é onde a gente tem mais o crescimento de consumo, mas a gente tenta trabalhar mesmo essa questão do que é mais essencial. Esse é o seu maior sonho? Ele dá mais trabalho? Então você vai juntar até o ponto que você conseguir comprar. E aí eu já não sei... eu creio que ele entra, um pouquinho, nesse quesito de aniversário, dia das crianças, páscoa e tudo mais, que é quando a gente realmente costuma comprar, né? (...) Não para falar para elas que tem um dia específico de comprar um presente, um brinquedo que elas queiram, mas que, a gente não pode comprar tudo todo dia né, porque, senão vai exagerar no consumismo (...)” (entrevistada 05), “Sim. Inclusive, a gente trabalha muito, a gente tem um, como eu disse, o livro de educação financeira na escola e a todo tempo a temática é voltada para o consumo, consumo em diferentes aspectos, assim, em questões de saúde, em questões de financeiro mesmo né, de valor, de preço, questões de necessidades e desejos, então diferentes vertentes.” (entrevistada 09), “Existe, nós temos, como eu te disse, a gente tem aula de educação financeira. E aí a gente trabalha muito essa questão de consumo. Nós temos um livro que trabalha situações né, hipotética de consumismo mesmo, sabe, de guardar, de gastar (...)” (entrevistada 13), “É, nós temos aula de educação financeira, né? E aí temos um livro que é direcionador e esse projeto, ele vem com a mesma abordagem, mas com contextos diferentes, assim, de acordo com aquela faixa etária. Então, desde muito novinhos, eles tem esse projeto de educação financeira.” (entrevistada 14).

- **Reutilização:** “A gente fala, em alguns momentos, sobre reutilização, reciclagem, tem campanhas né de doação de brinquedo, mas isso deve acontecer mais para outubro. Então são momentos específicos que a gente tem que engajar as crianças nesse momento sobre esse assunto, entende?” (entrevistada 07)
- **Descarte:** “Temos, nós temos vários projetos na escola, né? (...) a gente trabalha muito, então, repensar, reutilizar, recusar, por vezes. Então isso eu percebo que seja um movimento da escola, sabe? Hoje a gente ainda tem um contexto em que a escola ainda fica muita suja, fica, sabe? Mas assim, é bem menor do que já foi antes, nós já tivemos movimentos em que a gente trouxe para a perspectiva para as crianças do consumo de lixo, por exemplo, e aí foi uma das metas nossa era diminuir o lixo consumido na escola (...) a gente traz muito isso também, desse processo de, realmente, de como é que está acontecendo isso, sabe? A quantidade de lixo que é produzida? A importância do meio ambiente. Isso não somente em Matemática, em Ciências e Matemática, por exemplo, agora a língua portuguesa (...) Como eu já tinha te dito, é um público já de classe média alta, onde são as crianças que já é muito imediatismo e tu sabe, é tudo muito pronto. Então, às vezes, a gente precisa trazer para eles isso, sabe, de que é importante entender o outro, respeitar o outro, que tem pessoas que moram na rua, embaixo de um papelão, sabe? Então, assim, a gente traz esses choques de realidades, às vezes, em alguns momentos, para que eles percebam o outro, né?” (entrevistada 11)
- **Projetos:** “Sim, a gente tem essas conversas (...) Às vezes algum projeto que está sendo trabalhado, dá vazão né, dá ganchos para que a gente trabalhe essa questão de consumo. Mas eu acho que, na verdade, ele está ali inserido no nosso cotidiano, então é o que eu falei, quando a gente tem o dia do brinquedo e trabalha dessa forma, né? Tudo são objetivos de uma conscientização mais ampla, social, de cuidado, de partilha (...) Semana passada ela trouxe dois fantoches também, feito com picolé, palito de picolé e um papel colorido que ela achou (...) Então, essa criança, ela vem aqui me mostrar, ela é valorizada, a gente vê valor naquilo, né? Não é só o bonitinho. A gente valoriza a criatividade dela, a intencionalidade, sabe? (...) Então, a gente demonstra esse real interesse porque, assim, é uma proposta que tem tudo a ver com o que a gente tem como valor mesmo (...) A gente foi trabalhar o N, que a gente trabalha por fonemas, e trabalhou N de natureza, então no N de natureza, foi trabalhado tudo isso, sabe? Mas a gente traz o N de natureza, com uma sensação de conscientização. Então foi trabalhado, coleta seletiva, o consumo, né? A partir da história, Gabriela na janela, onde os vizinhos jogavam tudo por fora da janela e trouxe todo aquele lixo, então a gente foi discutir sobre o lixo, sabe?” (entrevistada 15)

### Ausência:

- **Não interferência:** “Não, não que eu me lembre assim diretamente da gente falar o quê que é legal, o quê que não é, a gente não interfere nisso (...) É mais quando, assim, “olha, acho que não vai dar pra você trazer mais tantas canetas, porque essas canetas tão fazendo você deixar de concentrar na atividade pra você decorar a sua atividade”. É mais assim, quando é uma consequência para aquilo que a gente está programado a desenvolver com as crianças, entende?” (entrevistada 02), “(...) especificamente de “Evitem comprar, não comprem muito”, não.” (entrevistada 07)
- **Indiretamente:** (...) lá na escola tem a matéria de matemática ministrada em inglês, né? (...) Eles até conversam um pouco, porque eles começam a trabalhar com dinheiro, mas não entra muito, assim, no que deveria ser, no que é importante. Acaba que a gente, de vez em quando, quando vai conversar com eles sobre organização de materiais, por exemplo, eles tem um estojo que deve, meu deus, passar dos 500 reais de valor de coisas e aí a gente fala “Olha gente, vamos olhar isso aqui. O papai, a mamãe comprou isso aqui com muito carinho, isso aqui é caro, isso aqui é caro, isso aqui é assim, é assado”. Então, vamos tomar cuidado, vamos guardar esse livro que você tem, esse material todo, caderno, então a gente tem que cuidar, conservar. É mais nesse sentido, assim, pelo o que eles têm, para a gente trabalhar esse cuidado, mas não muito, assim, específico, apresentando para ele essas relações não.” (entrevistada 12).

## Categoria I: Projetos e ações sobre o consumo consciente



*“A escola tem atividades ou projetos que envolvem a questão do consumo consciente ou a valorização dos bens de consumo?”*

**Presença:** “(...) a gente está querendo, tentando criar uma feira, ver a possibilidade para que eles produzam algum objeto e durante um tempo a gente consiga vender, para eles perceberem justamente como que o processo de fabricação de qualquer coisa é demorado, como que a venda é demorada, que tudo tem que ser bem feito, muito bem pensado antes de comprar, para estimular que eles entendam essa parte mesmo, do consumismo, desde a etapa de produção, até a venda e depois da venda, como que fica? Esse dinheiro que a gente recebeu nessas vendas, se ele foi suficiente, como que a gente trabalha com oferta e produto (...)”, “Sim, tem. Inclusive a gente tem projeto agora no próximo mês, que a gente fala até sobre a ONU, a gente faz, assim, uma coisa mais ampla né, do consumo, no grande, no macro, e aí a gente aborda um tema e discute esse tema (...) E aí a gente vai levantar problemas, seja de lixo, seja de poluição, seja de descarte, descarte, mau descarte né de produtos, o lixo, enfim, aí a gente levanta hipótese de problemas, a gente levanta problemas, a gente vem com hipóteses de solução para esse problema. Então eles trazem muito né, essa consciência né, então o quê que a gente pode fazer, o quê que a gente pode fazer na nossa comunidade para melhorar esse problema? E aí eles vão falando do jeitinho deles, bem ainda... de forma bem imatura, mas a gente já começa a fazer esse pensamento crítico, do descarte, do mau descarte, do uso indiscriminado dos bens de consumo, enfim. Então tem projetos sim na escola, sempre a gente tem lá a separação de lixo né, coleta seletiva, a gente tem reaproveitamento de brinquedos, a gente tem esse brinquedo feito de materiais reciclados (...)” (entrevistada 06), “(...) então sempre que a gente tem oportunidade, a gente inclusive desenvolve esses projetos até para o macro (...) Então a gente sempre pensa nessas propostas, claro que nem sempre é possível implementar, porque o nosso tempo é uma loucura, esses projetos são muito maiores né, mas as discussões, elas estão o tempo todo, eu acho que a gente não passa nenhuma semana, assim, sem mencionar isso, essas questões de consumismo (...) e é um assunto que eles gostam muito de discutir.” (entrevistada 09), “A gente, em sala, tem, então a gente traz alguns livros, alguns temas né, livros e traz algumas discussões nesse sentido do consumo (...)”

Mas a escola, em si, não tem uma campanha de consumo consciente. Na sala que a gente tem, dentro dos temas que a gente trabalha, então a gente traz literatura, traz debate né, dentro disso.” (entrevistada 10), “Então é como eu te falei, às vezes, é uma história que a gente traz, em uma rodinha e que aborda né, a questão do consumo. E aí entra até a questão do consumo enquanto alimento né, da questão da alimentação mais saudável também né, que faz parte desse consumo mais consciente né, de nutrir o corpo com o que é saudável né, de, enfim, o que é o alimento saudável? E o que é o alimento industrializado, né? Acaba sendo né, aquele consumo mais trash, polui o ambiente, então a gente entra em todas essas questões, né?” (entrevistada 15)

- **Trocas de brinquedos:** “Em alguns projetos assim que a gente faz, eles até ficam um pouco mais desapegados, por exemplo, de levar uma coisa que eles né, não fazem muita questão. Tem uma coisa muito legal né que a gente faz, desses brinquedos que eles são mais desapegados, de um dia eles compartilham e levarem um final de semana para a casa do outro. Aí eu penso na cabecinha deles, que eles até desapegam mais e acham importante fazer trocas, ter outras coisas, para eles verem o quê que eles podem brincar ou que podem melhorar, e o que pode ser feito até para não ter aquele consumo extremo.” (entrevistada 01), “Sim, tem esse, eu acho que o ponto chave que a gente trabalha, é educação financeira mas, por exemplo, História, a gente estava trabalhando com objetos né, então eles levaram muitos objetos e, inclusive, era proposto né, que a gente fizesse uma troca ali, de brinquedos que não estava usando mais (...)”. (entrevistada 09)
- **Consumo consciente:** “Existe sim na nossa escola, com as minhas crianças, esse ano ainda não foi trabalhado, mas o consumo consciente, inclusive dos objetos pessoais, é sempre falado em sala, o cuidado com o creme dental, que custa caro, o cuidado com aparelho, o cuidado com a roupa, o cuidado com o tênis, então todos são consumos, né? Então a gente está... sempre está alertando, deixando eles cientes de como usar da forma adequada, para que aquilo dure mais e que outras pessoas consigam usar depois.” (entrevistada 04), “Alguns professores falam em sala, mas não é uma prática da escola, uma prática seria mais do professor em tentar conscientizar os alunos ali, o pequeno grupo, que o desperdício né, precisa cuidar do material, é importante, vai ter que comprar de novo né, demanda dinheiro dos pais. Mas eles ainda são muito novos para compreender tudo isso, até porque eles não têm para o público que é nessa escola, eles não têm essa maturidade e em casa a família também não exige isso. Então eles têm essa prática de comprar por comprar e “Ah, perdeu? Tá bom eu compro outro”, pouquíssimas são as famílias que têm esse cuidado mais... essa atenção né, no não desperdiçar, no cuidar do material e dos brinquedos.” (entrevistada 07), “(...) na escola, por exemplo, nós tivemos agora a Páscoa, e aí nós pegamos a campanha da fraternidade, onde o tema era a fome, desse ano, e nós fizemos uma sensibilização com as crianças fazendo toda essa perspectiva do desperdício de alimento, né? Porque, dentro do consumo, a gente também tem crianças que simplesmente pegam a comida perfeita e jogam no lixo, né? (...) é trazer a funcionalidade mesmo, sabe? Se eu não vou querer isso, não, eu levo pra casa, eu dou para alguém, mas enfim, eu não vou jogar no lixo, né? (...) Nós temos, por exemplo, a alimentação na escola, a cantina, então (...) aquele, resto de comida que está limpa, sabe? Mas assim, foi feito e não foi consumido num total. Então são montadas marmitas, onde são levadas aos moradores de rua, entende? (...) a gente incentiva muito eles, as crianças, principalmente, que almoçam na escola a colocar somente o suficiente que vai comer no prato, para a gente não ter esse desgaste, esse descarte muito grande de alimento (...)” (entrevistada 11).
- **Descarte consciente:** “A prefeitura daqui faz esse projeto nas escolas, na a separação do lixo, trabalha nas escolas, a prefeitura manda trabalho da dengue, eles fazem todo um trabalho nas escolas sobre essa questão das doenças, do lixo, da dengue, é todo um trabalho, e a prefeitura é envolvida nisso e trabalha nas escolas, é um projeto bem legal. (...) Tem sim, na escola a gente ensina sobre o lixo reciclável, inclusive eu já trabalhei esse tema esse ano, de quais as lixeiras que deve usar, na escola tem.” (entrevistada 03), “Então, por exemplo, as lixeiras na escola, são todos seco e orgânico, onde já traz para a criança, também, essa perspectiva de... sabe, de reutilização do material. A gente utiliza muito materiais reciclados, então a gente constrói coisas com materiais reciclados, para eles perceberem. A gente não utiliza TNT, EVA, por exemplo, na escola, fazendo toda essa questão de sustentabilidade, né? (...) Hoje a gente ainda tem um contexto em que a escola ainda fica muita suja, fica, sabe? Mas assim, é bem menor do que já foi antes, nós já tivemos movimentos em que a gente trouxe

para a perspectiva para as crianças do consumo de lixo, por exemplo, e aí foi uma das metas nossa era diminuir o lixo consumido na escola (...) A utilização, por exemplo, do papel. Recortou, jogou dentro do lugar certo, porque outra pessoa, ela vai vir, vai reciclar, então assim, fazer o próprio papel reciclado com eles a gente também faz né, para eles perceberem esse processo.” (entrevistada 11).

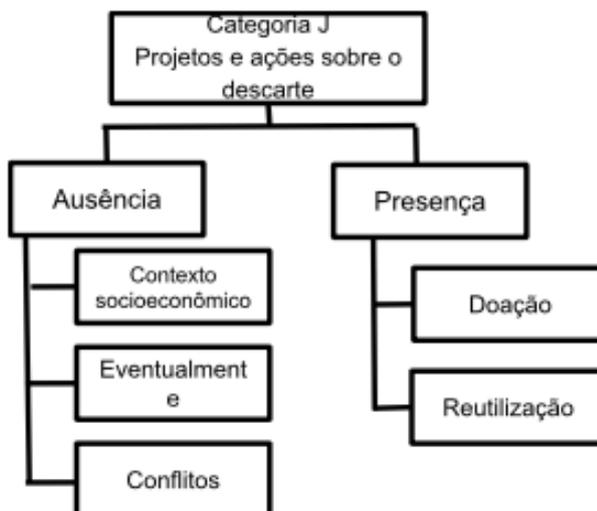
- **Arrecadação:** “Todo ano, no ano letivo, tem o service day. Então é um dia no ano que as crianças levam brinquedos que não usam mais (...) e aí tem essa conversa, assim, “olha a gente vai arrecadar brinquedos, roupas, que vocês não usam, às vezes é uma coisa que tá no seu armário, um vestido que já não te cabe, uma calça que tá curta, um tênis que tá apertado, e a gente vai juntar essas coisas... uma boneca que você já não acha tão legal assim...”, porque tem outras crianças que não têm acesso, muito mais para o lado social, sabe? Então, assim, (...) “lembra quando você ganhou esse vestido o tanto que você ganhou o tanto que você gostou e agora não te cabe, imagina outra criança ganhando ele?”. Então no service day tem isso, das crianças juntarem tudo, aí é um grande café da manhã com as famílias em um sábado, e tem algumas atividades de serviço, assim, então, pintar algumas partes da escola, sabe, é bem da comunidade, a escola trabalha muito em comunidade, e depois tem essa doação para creches.” (entrevistada 02), “(...) só em momentos muito específicos. Então quando tem campanha de doação ou quando eles estão fazendo uma campanha para ajudar mais uma creche, que é mais... é financeiramente mais dependente, aí eles fazem toda uma mobilização, aí fala muito “Ah, se você tiver material que você não está usando mais...”, mas isso não é falado sempre, assim.” (entrevistada 07), “Sim, nós temos essas oficinas, entendeu, nós temos essas historinhas (...) e nós temos, também, sempre, no final, eu acho que toda escola faz isso (...) nós temos sempre uma parte que tem de crianças, que têm um pouco mais de poder aquisitivo né e nós temos crianças que têm menos poder aquisitivo (...) A gente tem aquela questão assim de “Vamos juntar os brinquedos, para poder ajudar outras crianças, outra instituição, um brinquedo que você não usa mais ou até mesmo para nossa escola?”, entendeu? “Um brinquedo que você não usa mais, vamos trazer um brinquedo que você não usa mais para agregar à nossa salinha?”, “A nossa brinquedoteca está com poucos brinquedos, quem tem brinquedo para doar para a nossa brinquedoteca?”. Então é onde a gente faz aquela questão também do desapego, entendeu? (...) “Tem algum um brinquedo que você não brinca mais, mas que está...ainda dá para usar, entendeu, ainda está em perfeito (...)” (...) às vezes tem isso, tem muitas escolas que fazem isso, principalmente para o para o Natal, entendeu? (...) Porque, às vezes, eles têm muitos brinquedos e tem algum brinquedo que dá para ele tirar, dá para ele poder doar, entendeu?” (entrevistada 08), “A escola, em si, não tem projeto, ela trabalha às vezes com algumas campanhas de doação, do que você não usa mais, o que você não utiliza né, de doação.” (entrevistada 10), “A gente é uma escola em pastoral, então por isso que a gente traz né, essa perspectiva. (...) E aí nós fizemos o quê? A arrecadação de alimentos. Então cada ponto da escola tinha um QR Code onde tinha que você descobriu o quê que estava falando ali no QR Code, aí tinha uma mensagem realmente reflexiva sobre o processo e cada turma, por exemplo (...) todo o primeiro ano, trazer leite de coco. Outra turma ficou para trazer macarrão, e nisso, o que foi mais interessante dessa campanha, fomos que nós, professores, nós, funcionários, também fizemos parte (...) Nós tivemos sensibilização com a equipe de professores, onde a gente abordou sobre fome, sobre alimentação, sobre tudo isso, sabe? (...) Então na gincana também tem esse movimento, onde a gente traz para a criança, sabe? “Vamos dividir aquele brinquedo?” (...) eu trago sempre na perspectiva é legal trazer um brinquedo novo, a gente sempre recebe brinquedos novos. Mas antes, eu sempre peço “Tudo bem, trazer um brinquedo novo, né? Mas eu quero que a criança traga um brinquedo da casa, que ela não queira”, né? Então, essa é uma regra que eu sempre converso com eles, porque é claro que a criança ela precisa do melhor, então tudo bem, a gente trazer um brinquedo novo, vai ser muito legal, mas aquele brinquedo que está bom, em bom estado, é uma aprendizagem para a criança que está dando, não para quem vai receber, né? (...) uma outra campanha a gente tem o PJM, onde a pastoral, ela faz todo o movimento com os jovens da escola, que também é encantador. E os jovens, eles fazem ações, então, por exemplo, já tiveram ações de arrecadar na escola toda, absorvente né, para as meninas que não conseguem ter, de outras escolas, enfim, outros lugares onde precisa, isso é frágil. Itens de higiene pessoal, de tudo isso, já foi feito. As crianças confeccionaram bonecas de pano e, junto com os outros brinquedos, foram levar. Então assim, é um movimento que eu percebo que não é somente dentro do contexto de sala de aula, mas que ele ampliou em toda a comunidade educativa (...) foi feito um desafio né, de trazer tampinhas para ajudar a comprar cadeira de rodas para outras pessoas (...) A gente está com um projeto lá na escola com os pequenininhos, que é do

PATAMA, que é de juntar as tampinhas para comprar ração, né?” (entrevistada 11), “Teve um ano que a gente fez lá um projeto que foi bacana, eu não me lembro muito bem, a gente tinha um cofre, eles tinham um cofre em casa, que eles iam fazendo, juntando esse dinheiro e, dinheiro, assim, que eles não iam usar né, tipo “Ah sobrou um troco, alguma coisa”. E aí, eles pegavam esse dinheiro e aí a gente juntou todo esse dinheiro para comprar cestas básicas.” (entrevistada 12), “(...) a gente tem projetos, assim, de trabalho, mais na questão, por exemplo, de brinquedo, de roupa. A gente tem muito, campanha de doação, entende, para que eles também se desapeguem né, do quê eles não usam mais e do quê eles não querem mais também né? A gente sempre trabalha, quando tem esse desapego, a questão de que eu não vou doar também o que não me serve, se não serve para mim, não vai servir para o outro. Se tá quebrado, se está destruído, eu não quero, eu não vou querer nada destruído e nem o outro, né? Então, assim, a gente... os projetos, além desse material didático que eu estou te dizendo, que a gente trabalha nas aulas, a gente faz esses trabalhos de campanha mesmo, sabe, de doação. E aí, quando esses materiais são arrecadados, são levados à comunidades carentes, que eles acabam tendo, não são todos que vão, é escolhido uma turma ou outra, e eles vão visitar também.” (entrevistada 13), “(...) a escola, por ser uma escola católica e né, ter essa filosofia, a gente tem algumas campanhas, por exemplo, de doação, se não serve para você, serve para outra pessoa. Já chegamos a fazer trocas também, tipo brinquedo que eu não uso mais eu posso trocar com meu colega por um que ele também não usa mais. Só que eu percebo que a adesão é baixa. Porque é meu, né? Muitos estudantes preferem ter um quarto gigantesco de brinquedo do que doar. Então eu acho que é algo que ainda precisa ser muito trabalhado. E então, assim, essa questão da conscientização do dinheiro, do olhar para o outro, que existem, enquanto você está comprando muito, tem pessoas que não tem nada. Então a gente, por exemplo, esse ano, a campanha da fraternidade falava sobre a fome, e aí a gente fez diversas campanhas em relação a isso, para conscientizá-los (...) Teve uma campanha que era para doar absorvente. Claro que não atingiu tanto essa faixa etária porque eles ainda estão ali no processo de evolução, mas eu acho interessante também de ser trabalhado.” (entrevistada 14), “(...) os brinquedo do ato Sorriso Renovado (...) a gente acaba abordando tudo isso, a questão do cuidado, da conscientização, da partilha, muito incisivamente (...) está entrelaçado né, na nossa cultura e no valor da nossa escola, esse trabalho.” (entrevistada 15).

### Participação da família:

- Sim: “(...) a gente faz esse trabalho junto com os pais, junto com a comunidade, até mesmo porque eles são muito pequenos, não dá pra dizer assim “Ai eu vou contar uma história para você e você tem que dar o seu brinquedo”, não. Então é algo que a gente tem que trabalhar com os pais, os pais vão virar para eles e falar assim “Olha, você acabou de ganhar um brinquedo novo. Vamos pegar um brinquedo seu mais antigo para fazer doação?”. Então isso é algo que, realmente, nós somos uma ponte com relação a isso, mas quem tem que efetuar todo esse trabalho, todo esse serviço, toda essa questão da doação é realmente a família.” (entrevistada 08), “Tem participação dos pais, assim, a escola eu percebo né, quanto instituição, que a escola, ela preocupa-se sim com todo esse contexto, sabe, de consumo, incentiva, por exemplo, a levar as garrafinhas (...) Hoje nós temos o achados e perdidos, a quantidade de brinquedos, de uniforme, de garrafinhas que não são identificadas e ficam lá. Então, por exemplo, esse material todo que fica no achados e perdidos, ao final do ano, se não tiver, ele é doado, né? Então a família não procurou, é doado (...) A gente tem um grupo de famílias também que abraçam muito a causa, então é como a gente coloca como se ganhasse pontos, por exemplo, na gincana, né? (...) E aí elas movimentam o grupo e, por fim, a gente consegue todos aqueles brinquedos, sabe?” (entrevistada 11).
- Não: “Não, quanto aos pais não, fica focado dentro da escola mesmo. É uma comunidade muito pobre, é muito difícil a gente envolver os pais. Trabalham muito, não tem tempo, entendeu? Assim, aquela coisa que... não dá, a gente não conseguiu ainda envolver os pais, mas dentro da escola há um projeto sim com as crianças, com a comunidade, a prefeitura, então isso tem.” (entrevistada 03).

## Categoria J: Projetos e ações sobre o descarte



*“Entender se a escola tem atividades ou projetos que envolvem a questão do descarte e suas diferentes formas”*

### Presença:

- Doação: “Então, acho que é uma consciência nova para a gente, né? Para a gente adulto e as crianças já estão absorvendo, que é essa coisa de alugar, emprestar ou passar para a frente né, ou vender. Então lá na escola existe sim, um projeto bem legal chamado Beleléu, que é onde coloco tudo que é perdido. Então são consumos pessoais, que são coisas pessoais perdidas pela escola, são colocadas nesse Beleléu, que é um dito “buraco negro”. E, assim, é trabalhado com as crianças “olha, até dia 25 de cada mês, tem que passar no Beleléu e olhar, porque o que está lá, se não tiver dono, vai ser doado, para as crianças carentes” (...) Lá na escola, esse projeto é aplicado a toda escola, e é uma escola que tem do maternal ao segundo ano do ensino médio, então envolve crianças de nove meses a, por enquanto, dezessete anos. “E há sim uma participação intensa da família, com o resgate junto às crianças desses consumos né, que são os materiais, ou roupa, ou laço de cabelo, ou garrafinha, junto com a família, as crianças vão lá e resgatam” (entrevistada 04), “Assim, o que tem mais de projeto de escola é doação, né? Isso não só para brinquedos, a gente trabalha muito com esse quesito de solidariedade com o próximo, principalmente, no quesito de fome. Então se você compra alguma coisa, está sobrando em casa e que você possa ajudar, mesmo que esteja sem sobrar, que você consiga doar, a gente trabalha com isso. E o brinquedo a gente estimula da mesma forma, inclusive com roupas, né? Tem aquela roupa que você não está usando mais no armário, em vez de usar fora, a gente já trabalhou muito para fazer uma colcha de retalho, ou aquele brinquedo que não te interessa mais, porque você cresceu e acha que ele já está né... as crianças têm disso “Ah, esse brinquedo é mais para bebê”, então o quê que você pode fazer com esse brinquedo? Será que você não pode ir para um ponto de doação, doar para quem você conhece, quem você sabe que precisa? Então nesse quesito, a gente trabalha mesmo com doação, depois que aquele objeto que a gente comprou não nos interessa mais, mas ele ainda tem uso, então a gente trabalha com reciclagem e com doação.” (entrevistada 05), “(...) lá a gente tem, é muito voltado para âmbito religioso né, a gente tem a pastoral, então direto é feito algum projeto, voltado para esse tema mesmo, para esse assunto, né? Eles doam muito, os brinquedos deles né, das crianças, roupas, então sempre acontece, junto com a pastoral da escola, esse comportamento né deles, assim, de sempre estar lembrando em doar, em compartilhar, em partilhar com o outro, então isso é muito forte na minha escola.” (entrevistada 06), “(...) a gente faz uma reunião de pais e explica tudo isso, o assunto fica bem mais claro. Aí o pai vai lá, os pais né, vão lá... eles né, a família em si, a família vai lá e trabalha com a criança tudo isso, essa questão “Nós temos, ó nós temos aqui 5 carrinhos, eu estou te dando mais um carrinho. Vamos escolher 1 ou 2 carrinhos para dar para as crianças que não têm?”,

entendeu? Então esse é um trabalho que nós, enquanto educação, enquanto escola, nós podemos estar oferecendo tanto para as crianças quanto para os pais, mas a decisão final é sempre da família.” (entrevistada 08), “A gente já fez, também, de doação de brinquedos que eles não brincavam mais (...) Lá, também, a gente, por exemplo, tem um achados e perdidos né, que a gente incentiva a colocar o nome e tudo, mas que ficam muitas coisas, então, no fim do ano, dá para juntar não sei quantas caixas de lápis de cor, tesoura, tudo quanto é material e aí a gente já vai falando para eles “Ó, esse, se não tiver dono, no fim do ano a gente vai doar” (...) apesar de né, deles entenderem um pouco errado, a gente não mostra, porque que aquilo, que às vezes eles largam né e fala assim “Ah, a minha mãe compra outra”, sabe? Então a gente fala “Olha, isso aqui tem valor, isso aqui dá para você usar bastante” e aí, assim, a gente tenta tudo usar, tudo o usar ao máximo, né? (...) Mas, por exemplo, doação mesmo de roupa, essas coisas, assim, eles, pelo menos quando eu ouço eles falando alguma coisa, tem bastante “Ah minhas roupas quem usa é minha prima ou então meu irmão, meu irmão mais novo”, não tem muito problema com roupa não e brinquedo.” (entrevistada 11), “(...) eles doam. A gente trabalha muito essa questão e o colégio que eu trabalho é um colégio católico. E esse ano, especialmente, a campanha da fraternidade fala muito da fome, né? Das pessoas que estão em condições de rua, né? Então isso está sendo muito explorado, especialmente esse ano, entende? Da questão das pessoas que estão né, na rua, que estão passando fome, então, durante o ano todo isso está sendo muito trabalhado, está sendo feito campanha, onde eles trazem doações de comida, de roupa. Agora vai ter uma gincana, e aí é o momento que eles doam também os brinquedos. Então a gente tenta conscientizar nesse sentido também, né? Para que eles percebam que, enquanto está tendo um excesso de um lado, está de um desequilíbrio de outro, né?” (entrevistada 14), “(...) A gente faz uma sensibilização, né? Como eu te falei, por mais de um mês, essas crianças, por meio de história, de vídeos, trazendo a realidade dessas crianças carentes, dessa creche, contando a história da creche, né? É o que a gente chama de sensibilização. E aí depois a gente entra com um projeto para as crianças e para as famílias. E aí, o que a gente fala é que isso né, essa atividade, esse projeto, só tem sentido se realizado junto com a criança, que não adianta a família né, gente vê muita família que vai e compra para a criança não doar. Então está tirando, olha só, a oportunidade que está tirando de fazer um trabalho com essa criança né, de conscientização de consumo circular e tudo mais, né? Então, a gente, na verdade, é um projeto tão abrangente, que a gente acaba, também, não educando só as crianças, mas também até as famílias, muitas vezes, né?” (entrevistada 15).

- Reutilização: “A gente usa muito material descartável para fazer projetos né, essas maquetes, essas coisas todas, a gente sempre incentiva o uso de materiais descartáveis. Semana passada mesmo, a gente fez uma oficina de instrumentos musicais lá e foi com garrafa descartável (...) Papel, a gente faz a separação entre descartáveis também, porque a gente fala para eles “Olha, esse material aqui serve para outras coisas, tem pessoas que vivem disso” (...) Agora, tem coisas, assim, que é muito específico da família, sabe? (...) E, assim, as famílias, a gente tem um perfil que gosta muito de ajudar, incentiva e ensina a criança né, toma cuidado com isso, para não desperdiçar, e outros não.” (entrevistada 11).

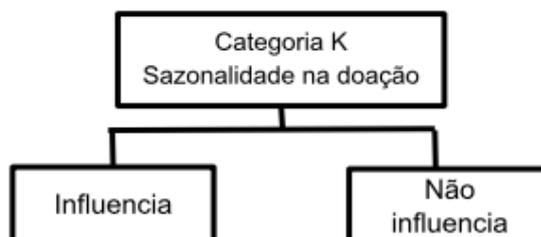
### Ausência:

- Contexto socioeconômico: “(...) a comunidade é muito pobre, lá quem doa somos nós, os professores, que doa para a comunidade, porque é muito pobre. Esses dias mesmo, eu levei sacola, pedi doação, eu pedi e consegui sacolas de roupas para uma senhora que tem cinco filhos e as crianças não tinham nem roupa para ir para a escola. Então eu doe um monte de roupinha infantil. Então a escola faz projeto de cesta básica para doar para os pais muito carentes. Então é mais da comunidade para a escola, da escola para a comunidade não tem (...)” (entrevistada 03).
- Eventualmente: “É, no lanche não pode, de brinquedo também não pode. Então, se acontece, acontece fora do ambiente escolar, e aí eu não vou saber te dizer como é que funciona isso para eles, mas é o que eu te falei, vai depender de comunidade para comunidade, digamos assim, se a gente for entender que a escola é uma comunidade né, numa escola pública a gente vai ver isso com muito mais frequência né, sendo muito mais usual essa troca de material, de doação e tal e, na escola onde eu trabalho, seria mais assim “Ah, quebrou? Joga fora”, né? Não tem aquele cuidado de “Ah, será que o próximo não pode consertar? Ou será

que só não ter uma rodinha para o próximo já não serve?” (...) Quando vai chegando ali época de outubro, que é mês das crianças, aí teve agora a campanha do agasalho, aí eles fazem, mas é pontual, específico para essa data, entende? Não é uma coisa que mobiliza a escola o ano inteiro. “Ah, uma vez por mês ou a primeira sexta do mês, a gente vai fazer uma doação em massa de brinquedos que não servem mais”, isso não, a gente não tem.” (entrevistada 07), “Eu vejo que as campanhas da escola são bem poucas, assim, é mais de Natal, Páscoa, no inverno, essas campanhas mesmo, básicas né. Nós fizemos o ano passado, uma campanha de troca, mas não era com objetos dela, que era o “Pata na tampa” para eles arrecadarem tampinhas para ajudar animais né, de situação de abrigo. Mas a escola em si não foca muito nessa proposta, eu não vejo muito um envolvimento nessa proposta de descarte, de doação, assim, não vejo muito envolvimento nessa área.” (entrevistada 10).

- Conflitos: “(...) eu não participei ainda de nenhum projeto de troca mesmo, de objetos, e é uma questão bem delicada que, inclusive, a gente até tentou propor, mas aí o quê que surge né, de empecilho? Ai, porque dependendo da idade da faixa etária e também na faixa etária já, a criança, ela não entende, assim, essa troca. Às vezes, ela pode considerar que não foi tão justa e chorar, sabe, ter algum sentimento ali. É claro que é importante a gente trabalhar isso também né, esse sentimento e refletir com elas que “Olha, por que que você tá triste? O quê que aconteceu?”, então, a gente não viveu... bom, eu ali na escola que eu estou hoje, eu não vivenciei, mas por questões assim, de talvez ter um receio né, da criança não entender “Nossa, eu estou doando, sei lá, uma boneca, uma bebê born, que custa sei lá 800 reais, mas eu troquei por bolinhas de gude?”, sabe? E inclusive pode entrar até o receio da família também né, em selecionar ali. O que eu vejo mais é doação de livros, porque aí livros não tem essa coisa de “Ai o livro custou muito mais caro que o outro”, sabe? E a escola é muito cuidadosa, nesse sentido de tentar ser o mais justa possível, assim, com todos, então entra em conflito e a criança, às vezes, realmente, tem crianças que entendem, tem outras que não entendem, a gente tem muita criança que é laudada, então uma criança, dependendo do nível né, que tiver, por exemplo, de autismo, chora a semana inteira por causa daquilo ali, então a gente tem esse receio, assim, a gente não vivenciou ainda um projeto de troca de materiais, assim, de brinquedos. Mas, tem crianças que já comentaram na sala que já doaram, que já separaram brinquedos e fizeram limpas e vi as famílias, assim, já em atendimento, já comentaram também que doaram né, para alguma instituição de caridade, então isso acontece bastante.” (entrevistada 09).

## Categoria K: Sazonalidade na doação



*“Você identifica a influência da sazonalidade tratando-se da alternativa da doação?”*

**Influencia:** “Eu acho que algumas famílias têm isso sim, de eles quererem fazer até uma troca por um outro brinquedo, mas para ajudar. Tem um grupo de pais (...) no meio do ano, também, façam essas trocas para levar brinquedos para essas pessoas mais carentes na Estrutural, nas comunidades. E eu acho isso super legal porque as crianças elas já vão tendo uma ideia de que é importante fazer essas trocas, que é importante ajudar o próximo, sabe? Então se você tem uma educação, que possa fazer essa educação né, é muito importante, até para o crescimento e desenvolvimento dela, de não ficar com aquele apego, de compartilhar, de ajudar o próximo.” (entrevistada 01), “Sim, muito disso também, assim, “Ah porque é natal, então tá na hora da gente fazer essas doações né, tá na hora de...”.” (entrevistada 02), “Então, eu acho que isso pode acontecer nas famílias (...) nós temos projetos também anualmente, que é entre novembro e dezembro, a gente recebe doação de brinquedos, roupas e sapatos, para fazer doação com uma outra escola pública (...) acontece sim, dependendo da sazonalidade, porque eu acho que a família fica emocionalmente mais envolvida, com essa coisa de doação, de ajuda e envolve as crianças. Aí nesse caso, eu acho que as crianças são envolvidas pela família.” (entrevistada 04), “Nesses dias de feriado, em específico, é onde a gente tem mais consumismo, né? Porque é aquela compra daquele brinquedo, é a compra de presente de aniversário, então é mais perceptível mesmo em feriados (...) Tem, inclusive agora na páscoa, justamente, nós tivemos um projeto aí de doação de alimentos né, não é uma coisa que acontece constante. A gente sempre lembra e espera que isso parta deles, não que seja um pedido da escola, a gente sempre tenta trabalhar com eles mesmo fora da escola, principalmente porque a gente está vendo um monte de gente no semáforo e tudo mais, mas a gente trabalha isso neles que, esse princípio de solidariedade não tenha uma data específica, seja mesmo do coração, seja um momento que alguém esteja precisando e que ele possa doar. Mas nessas datas a gente tem mesmo, assim, esse trabalho maior de recepção de doação.” (entrevistada 05), “Para momentos específicos, tem sim, embora essa questão de é... né, “Vamos, uma vez por mês, reunir um tanto de alimento, um tanto de comida”, que acho que são pessoas que têm condições, seria mais socialmente adequado, digamos.” (entrevistada 07), “É importante, principalmente no Natal, no Dia das Crianças, então assim, a gente sempre trabalha com esses projetos. Eu acho que toda escola de educação infantil tem que trabalhar com esses projetos, entendeu, voltados não só para essa época de Dia das Crianças, de Natal. A gente entende que são épocas mais difíceis, que tem crianças que não têm brinquedo nenhum, crianças que não ganham nada, no Natal também não ganham nada, entendeu? Mas a gente entende que é algo que a gente, enquanto instituição de ensino, a gente pode estar oferecendo esse tipo de ação para as outras crianças, entendeu, outras crianças mais vulneráveis, digamos assim, a gente pode estar oferecendo esse tipo de doação, não só nessas datas, mas em outras datas também e é muito importante porque são crianças que realmente precisam.” (entrevistada 08), “Por exemplo, Dia das Crianças, eu não vou me recordar aqui, mas a escola sempre tem projetos. Mas, por exemplo, na Páscoa a gente fez doações de cada segmento, cada nível doou alguma coisa. Então, o nosso segmento doou macarrão, tipo, as professoras doaram macarrão e as crianças doaram, acho que era feijão, do quarto ano, mas não era brinquedo (...) A gincana, lá na nossa escola, todo ano ela acontece no segundo semestre do ano, esse é um momento que as crianças vivenciam ali atividades né, durante toda semana, é um campeonato mesmo, quem ganha, tem medalha e um dos desafios é doação de brinquedo. Então, quem doa mais brinquedos, ganha mais pontos. Então a sala chega a ficar, assim, uma montanha de brinquedo. E elas se empenham, que você não faz ideia. As famílias, ano passado, chegaram a comprar sacos de bola para doar, então chegavam lá na minha sala, assim, com sacos de bola que não tinha mais onde

guardar. Então se não tem em casa, as famílias se empenham e vão lá e compram (...) Então, todo ano, na gincana, tem esse desafio que é de doação de brinquedos, usados e novos né, a família que quiser comprar também fica à vontade para comprar. Mas aí também entra a questão do consumismo “Estou comprando com qual intenção? “né, tipo, mas enfim.” (entrevistada 09), “É mesmo voltado mesmo para Natal, campanha de inverno, só essas campanhas mais pontuais mesmo, não vejo um trabalho contínuo aí nessa área. Não existe, por exemplo, uma entidade que a escola apoie, que os pais né, doem, não vejo a escola apoiando esse aspecto, de influenciar crianças a organizarem né, porque são crianças que têm condições, né? Então a escola não se envolve muito nesse aspecto não. Não tem uma campanha anual, o ano inteiro né, alguma coisa que, seja o foco da escola, realmente não é o foco da escola esse tipo de campanha, esse tipo de processo.” (entrevistada 10), “É, eu acho que é, essas datas comemorativas, assim, esses eventos acabam aumentando, né? Acho que o Natal né, principalmente.” (entrevistada 12), “Então, assim, a gente faz alguns momentos de captação. Não dá para fazer o ano inteiro, até porque os pais iriam ficar bravos, né? Então, a gente, assim, a gente inicia todo ano isso, tá? A gente inicia com a campanha da fraternidade, por ser um colégio católico. E aí acontece uma arrecadação em torno do tema da campanha. Como eu te disse, esse ano foi a questão da fome, houve arrecadação de alimento. Depois, acontece ainda, quando entra aí o inverno né, acontece uma campanha de agasalho, né? Faz essa sensibilização na questão do inverno, e aí, quando tem a gincana deles, que é mais ou menos em Agosto, aí é quando tem um envolvimento deles, assim, na questão das brincadeiras, porque aí entra, também, a doação entra como uma prova, entendeu, de arrecadação. Então assim, não é durante o ano todo, mas são feitas, no mínimo, umas 3 campanhas no ano, no mínimo.” (entrevistada 13), “Aham, tipo, por exemplo, no Natal, né? Então, de fato, isso acontece. Ele não é uma realidade só da nossa escola, uma realidade... Na verdade, eu vou trazer uma problematização maior. Eu já passei por outras escolas e a maioria delas não se preocupa com esse tipo de coisa (...) Eu passei por diversas escolas que, por exemplo, a única doação que acontecia era da gincana da escola, onde eles arrecadavam alimento (...) Então, é essencial esse tipo de campanha e campanha o ano todo, gente, porque a pessoa não passa fome só no Natal, a pessoa não passa frio, só quando está muito frio, o frio, ele vem aí na madrugada. Quem mora na rua vivencia o frio quase que... claro, que em algumas épocas do ano, com maior intensidade, mas o frio, ele não deixa de existir. Então eu acho que é algo que precisa ser mais trabalhado. Aonde eu trabalho, existe, mas que, em outras épocas do ano, elas também, essas campanhas também devem existir.” (entrevistada 14), “(...) mês de outubro é muito intensa essa movimentação e depois, a gente vê que cessa, né? A gente não vê um movimento de querer uma retomada ou de famílias que “Ah, vamos ajudar né, aquela creche, final do ano”, não. É muito intenso nesse período, no mais, né, é o que eu falei, a gente faz essas intervenções né, busca trabalhar esses valores por meio do que é valor para a gente, do que a gente leva para as crianças.” (entrevistada 15).

“(...) esses projetos, esses temas, na minha escola, em específico, não é sazonal, ele é o ano inteiro. Então a questão da partilha, da doação, do uso consciente, todo momento é falado sobre isso, né? Aí tem ainda os projetos pontuais (...) mês que vem vai acontecer esse né, e cada turma, cada série, pega uma ODS e trabalha, e levanta o problema e a gente vai trazendo soluções. No final do ano, tem um outro projeto que é de venda de produto, então eles criam o produto, de uma forma bem consciente, não pode usar nenhum material que seja, que não seja bom para a natureza, então assim, ano passado eles confeccionaram, produziram home spray, e aí a sacola para... vendia mesmo, venderam. E aí a sacola para levar embora né, a compra desses home spray, era caixa de leite, que eles mesmos já pintaram, decoraram, tudo com... a gente não usa EVA, porque eles sabem que o EVA não se decompõe facilmente (...) não é um período que acontece, é o ano inteiro, lá né, na minha escola. Sim, na páscoa, é feita uma ação, aí a caixa enche, aí, o final do ano, é solicitado ou os materiais deles que não foram utilizados né, então a gente monta kits para... porque o Marista tem escolas sociais né, tem as privadas, particulares e tem as sociais, então é feito, no final do ano, esse reaproveitamento do material escolar, e tudo é... a família é convidada, nesse movimento, então a gente monta kits no final do ano. Então assim, no final do ano é típico material escolar né, na páscoa, acontece muito dos alimentos, no dia das crianças é feito a doação dos brinquedos, né? Mas a caixa está lá o ano inteiro né, a pessoa vai colocando lá diversos tipos de doação, de doações. Mas nessas épocas né, em que a escola dá uma... enfatiza mais, manda comunicado, fala, tem né divulgação, aí sim tem... é maior no natal, né? Natal todo mundo ajuda todo mundo (...)

**Não influencia:** “(...) mas eu acredito que a escola foge um pouco desse padrão (...) E, também, porque assim, na escola a gente tem desde o maternal até o ensino médio, então todo mundo participa dos mesmos eventos, e as crianças não são brasileiras, assim, eu acho que mais da metade não são brasileiras. O Brasil tem muito essa cultura de consumo, né? (...) Quando você olha uma criança

européia, é uma criança que tem cinco irmãos, e que a criança mais nova está usando o tênis do primeiro, sabe assim, o tênis passou por todos e eles usam o tênis até acabar, eles usam o uniforme até acabar. E isso eu até discuto muito com as minhas colegas, assim, de onde vem isso? Eu acho que o Brasil era um país muito pobre, antes, assim, sem recurso, sem acesso, e com essa ascensão do Brasil, as pessoas quiseram consumir coisas novas, coisas estrangeiras né, assim, a Nike, por exemplo, Adidas (...)" (entrevistada 02), "Não, até que, eu acho que não, assim, quando, sempre, quando tem essa proposta de doação, eles abraçam mesmo, assim, sabe? (...) Então, assim tem movimentos, por exemplo, no final do ano, em que cada criança, e nós, professores, adotamos uma criança, e aí não, nesse não, realmente é um presente novo que a gente compra, porque é o de Natal, é o Papai Noel que vai mandar e aí a gente constrói uma carta. Então quem vai dar faz ainda uma cartinha e coloca lá para a criança que vai receber. Então assim, são movimentos eu percebo que ao longo do ano mesmo, assim, eu não vejo uma época específica. Claro que não é, por exemplo, o ano inteiro, né? Então a gente tem na Páscoa, a gente tem agora quando começa o frio, a gente tem na gincana e tem no final do ano, então assim, os 4 movimentos ou quando o PJM, que são eles, sabem de uma situação, são crianças e jovens, e aí eles fazem esse movimento. Isso aí acontece também, que foi o que eu te falei do absorvente." (entrevistada 11)

