

MÃE, CADÊ AQUELA ROUPA?! CRIANÇAS, DESCARTE E AMOR.

*Mom, where is that cloth?
Children, disposition and love.*

¹Fafita Lopes Perpétuo (Mestre em Administração – UEM) –
fafitalopes@hotmail.com
Olga Maria Coutinho Pépece (Doutora em Administração – UEM) –
opepece@gmail.com

RESUMO

Esta pesquisa objetivou investigar a participação das crianças no descarte de suas roupas. Os resultados apontam que as crianças participam separando peças que acreditam poder ser descartadas e negociando para o “não descarte” de roupas às quais possuam apego afetivo o que demonstra o amor pelos objetos como mediador dessa relação.

Palavras chave: Descarte; Roupas; Criança.

ABSTRACT

This study aimed to investigate the participation of children in the disposal of their clothes. The results show that children participate separating pieces that they believe can be dismissed and negotiating for the "no discharge" of clothes which have emotional attachment which shows fashion consumption since childhood has love for objects as mediator of this relationship.

Key words: Dispose; Clothes; Child.

INTRODUÇÃO

O mercado infantil brasileiro cresce 14% ao ano (WERTON, 2013). A relação entre comprar e consumir em certa medida acaba por oportunizar o descarte que poderá ocorrer, de acordo com Laitala (2014), devido a uma

¹Fafita Lopes Perpétuo: Mestre em Administração – PPA/UEM. Professora de Pós-Graduação e Graduação.
Olga Maria Coutinho Pépece: Doutora em Administração – PPA/UEM. Professora do Programa de Pós-Graduação Doutorado e Mestrado em Administração.
Agradecimento especial pelas contribuições para o aprimoramento deste artigo à professora do curso de Design de Moda da UFPE Agreste Dra Ana Paula Celso de Miranda.

questão funcional do produto, perda de qualidade, novas necessidades ou desejos, por fatores psicológicos como o prazer de comprar e/ou por efeito damoda.

Com base na abordagem de McNeal (1992) sobre os mercados em que as crianças estão compreendidas (primário, de influência e mercado futuro) esta pesquisa se volta para tratar do público infantil pensando nos três mercados: 1) o primário, pois o descarte analisado é da roupa que pertence à criança atualmente; 2) o de influência, pois será analisada a participação da criança como influenciadora do descarte de suas roupas; e 3) o futuro, pois se sabe que a experiência é uma fonte de informação interna dos consumidores e o processo de descarte na infância irá provavelmente influenciar as formas de descarte enquanto adulta¹.

Portanto, este artigo tem como tema o descarte de posses considerando, para tanto, as roupas infantis como objeto de estudo. Compõe este artigo um estudo qualitativo realizado em duas etapas. A primeira compreendeu a realização de grupos de foco com crianças e a segunda contemplou a coleta de dados com as mães das mesmas crianças que participaram dos grupos focais, e outras por indicação, por meio de entrevistas em profundidade. Em ambas etapas optou-se por tratar de crianças na faixa etária de 10 a 12 anos. A discussão teórica está centrada na apresentação de diferentes perspectivas acerca do descarte e na relação das mães com esta prática. A pergunta norteadora desse estudo foi: Quais são as influências no processo de descarte de roupas infantis?

2. DESCARTE

Diferentes fatores que podem influenciar as decisões de compra, mas de alguma maneira estes fatores são organizados e levam o consumidor a tomar a decisão mais lógica e coerente para ele (ENGEL et al., 2000/1968). Assim, Engalet al. (2000/1968) estruturaram o Modelo do Processo de Decisão do Consumidor que de maneira esquemática revela como diferentes forças internas e externas interagem e afetam como os consumidores pensam, avaliam e agem. O referido modelo apresenta sete estágios pelos quais os

consumidores passam na tomada de decisão: (1) reconhecimento da necessidade; (2) busca de informações; (3) avaliação de alternativas pré-compra; (4) compra; (5) consumo; (6) avaliação de alternativa pós-compra; e (7) descarte.

Portanto, o descarte é uma das etapas do processo de decisão do consumidor e contempla o como as pessoas se desfazem de suas posses. Por meio de estudos como o desenvolvido por Jacoby et al. (1977) o tema do descarte foi introduzido na literatura de marketing a partir da década de 1970 (SEGO, 2010; SUAREZ et al. 2011). A investigação de Jacoby et al. (1977) sobre o descarte resultou em uma taxonomia para descrever o comportamento de descarte por parte dos consumidores e conseqüentemente o destino adotado pelos consumidores para os itens descartados. De acordo com estes autores, em se tratando de descarte, o consumidor tem três opções: manter, desfazer-se de forma temporária ou permanente. A ação de manter é entendida como continuar usando um produto, convertê-lo para outro propósito ou armazenar para uso posterior. Em relação a desfazer-se de forma temporária entende-se: emprestar ou alugar. Já desfazer-se de forma permanente refere-se a jogar fora, doar, vender ou trocar. No presente artigo considera-se descarte apenas o descarte permanente.

Suarez et al. (2011) entendem que Jacoby et al. (1977) definem descarte de forma genérica e propõem o emprego do termo no seu sentido mais amplo, incluindo, no ato em si, o processo físico e emocional de desligamento do objeto. As autoras apresentam um arcabouço conceitual para o descarte e cinco benefícios para aqueles que se engajam nessa prática. Assim, o consumidor pode ter como benefícios do descarte: (1) higiene, organização, reposição; (2) maximização de recursos; (3) mudanças e afirmação de identidade; (4) conexão com outros; e (5) autopetuação. O benefício relativo à **higiene, organização e reposição** trata da dimensão mais cotidiana do descarte que resulta no gesto muitas vezes automático de jogar fora. Na **maximização de recursos** o que move o processo de descarte é o desejo de aproveitar recursos, como o espaço ocupado pelo objeto ou de obter parte do valor que foi pago na sua aquisição. Já em relação ao benefício de **mudanças e afirmação de identidade** o descarte aparece como o meio de facilitar ou

validar mudanças de status e papéis sociais, ampliando e solidificando um novo autoconceito e identidade de papel social. Sobre o benefício da **conexão com outros**, a principal motivação do descarte está na criação ou no rompimento de vínculos com outros indivíduos. Finalmente o benefício da **autoperpetuação** está atrelado à imortalidade simbólica como “heranças”.

Para Roster (2001) o descarte é um processo que implica na separação de forma definitiva entre o consumidor e sua posse. Segundo o autor este processo ocorre de tempos em tempos quando os consumidores avaliam o valor do objeto em relação a seus custos e quando estes superam os benefícios, os objetos se tornam candidatos ao descarte. Roster (2001) ainda identificou que em relação ao descarte, os consumidores expressam ambivalência de sentimentos positivos e negativos tais como: alívio, arrependimento, sentimento de perda, insatisfação. Para os consumidores: (1) a natureza e o significado de um bem podem influenciar o envolvimento emocional no processo de descarte; (2) o tempo para que o descarte ocorra pode levar de segundos a anos; e (3) o processo de descarte pode decorrer de uma série de fatores como: mudança, transições na vida, novos projetos ou limpeza associada a estações climáticas.

Já Lastovicka e Fernandez (2005) visualizam o descarte como o processo de desprendimento de si mesmo. O estudo destes autores apontou caminhos distintos que os bens tomam à medida que migram de uma pessoa para outra. Assim, quando a posse de um bem migra do “eu” (“*me*”), para o “não eu” (“*not me*”) os significados associados ao bem descartado podem ser negativos ou positivos e, por conseguinte, seguem por dois caminhos. A posse que migra do “eu” para o “não eu” carregada de forma negativa representa o primeiro caminho. O segundo caminho é aquele traçado por posses carregadas de forma positiva. E neste sentido, Lastovicka e Fernandez (2005) reforçam que o indivíduo enquanto consumidor emprega uma gama de rituais de despojamento tais como: limpar os bens antes do descarte; manter os bens em locais de transição até que sejam descartados; e tirar fotografias dos bens descartados. O terceiro caminho identificado pelos autores revela uma trajetória adicional no descarte, o qual se traduz na relação entre vendedor e comprador quando se descobrem com uma identidade comum e compartilham

experiência e conhecimento acerca do bem. Nesse caminho, o bem cruza a fronteira do “eu” para “nós” e assim o vendedor compartilha (*shared self*) e renova as esperanças de que o novo proprietário compreenda e perpetue os significados desse bem.

Suarez et al. (2011) afirmam que o descarte tem influências internas e externas. Nesse sentido a moda, ou o Sistema da Moda, onde o consumo é maior que o desgaste, como coloca Barthes (2009/1963) é um dos influenciadores no descarte de roupas. Lipovetsky (2009, p.184) entende a moda como um dispositivo social caracterizado pela temporalidade “particularmente breve” que afeta diversas esferas da vida social. Isto posto, Lipovetsky (2009) acrescenta que o tempo breve da moda e seu desuso sistemático caracterizam a produção e o consumo de massa. Assim, a relação entre comprar e consumir moda impulsionada pela temporalidade “particularmente breve”, em certa medida, acaba por oportunizar o descarte. E nessa lógica impulsionada pela concorrência econômica que por sua vez estimula o consumidor, por vezes impele o desuso acelerado.

Phillips e Sego (2011) e Sego (2010) relacionam as mães às decisões e às práticas de descarte de posses dos filhos. As autoras indicam que o descarte ocorre de forma contínua relacionada às mini transições do contexto da vida diária, muitas vezes ligadas às mudanças de estações climáticas e ao crescimento. Sego (2010) analisa os significados para as mães em relação aos bens das crianças que são descartados e aponta quatro categorias de itens descartados: *rubbish* (lixo), *mementos* (recordações), *wares* (produtos) e *intended heirlooms* (heranças intencionais). Os itens que não são pessoalmente significativos para as mães e não são mais valiosos para terceiros são descartados (*rubbish*). Os itens de relevância pessoal profunda para a mãe são mantidos e armazenados sem planos de transferência de propriedade (*mementos*). A terceira categoria é composta por itens que tem menos significado pessoal para as mães, mas que podem ser úteis para outra família (*wares*). E por fim, itens que as mães descrevem como significativos para suas famílias e são mantidos em exibição em casa ou guardados com intenção de passá-los aos próximos filhos (*intended heirlooms*).

3. POSSES AMADAS E O EU EXTENDIDO

De acordo com Ahuvia (2005) e confirmado por Türe e Ger (2016) existem determinadas posses com as quais os indivíduos se apegam de tal forma que podem ser chamadas de posses amadas ou segundo Belk (1988) posses especiais. Esse tipo de posse tem o importante papel de auxiliar na estruturação dos relacionamentos sociais uma vez que “as pessoas utilizam o consumo para manter o seu senso de identidade ao longo do tempo e se definirem em relação às outras pessoas” (AHUVIA, 2005, p. 171). O estudo de Belk (1988) sobre “posses especiais e o eu estendido” apresenta maiores detalhes sobre este fato pontuando que “os consumidores fazem uso de determinadas posses para ampliar e reforçar o seu senso de eu” (1988, p. 139). Reforçar o senso do “eu” é uma tarefa relevante para os consumidores, pois estes possuem um senso do eu múltiplo e fragmentado (FIRAT; VENKATESH, 1995) e o consumo auxilia na realização desta tarefa (MURRAY, 2002).

As posses amadas também auxiliam a reduzir a tensão entre a identidade passada e a nova identidade do indivíduo (AHUVIA, 2005), pois reforçam para o próprio indivíduo esta mudança, pois ajudam a comunicar a mudança do indivíduo (WALLENDORF; ARNOULD, 1988) ao externalizarem, visualmente aos outros, sinais desta mudança. Além disso, as posses amadas podem ser aquelas que transmitem segurança ao indivíduo, como no caso do cobertor que as crianças elegem como companhia para levá-lo onde quer que vão (WALLENDORF; ARNOULD, 1988).

4. MÉTODO DE PESQUISA

O estudo é interpretativista portanto o percurso metodológico é qualitativo. Como o corpus envolve crianças, a pesquisa foi iniciada com a aprovação do Conselho de Ética da Universidade Estadual de Maringá. A coleta de dados primários foi realizada em duas etapas: A primeira compreendeu a realização de grupos de foco com crianças e a segunda contemplou a coleta de dados com as mães das mesmas crianças e outras

indicadas por meio de entrevistas. Em ambas etapas optou-se por tratar de crianças na faixa etária de 10 a 12 anos. Para Roedder-John (1999), entre 10 e 12 anos as crianças passam a ter a capacidade de considerar simultaneamente o próprio ponto de vista e também o de outra pessoa (em uma mesma situação), o que é uma importante junção para a interação social. A pesquisa intencionou entrevistar os pais e foram enviados convites para ambos mas só as mães responderam o que em si já indica um achado de pesquisa onde o pai não se reconhece como envolvido no processo de descarte de roupas. O que confirma a afirmação de Sego e Phillips (2011) de que as mães são as principais responsáveis pelo descarte de produtos dos filhos.

Na primeira etapa foram realizados dois grupos de foco, com filmagens com crianças de escola particular na cidade de Londrina (PR). Tal procedimento foi realizado mediante autorização da escola e dos pais e teve como objetivos: compreender como se dá a participação das crianças no processo de decisão de descarte de roupas infantis e identificar as mães que foram entrevistadas na segunda etapa da pesquisa. O planejamento para realização dos grupos de foco foi realizado em conjunto com a escola e levou quatro meses. Foi proposta a realização de dois grupos com duração de 30 minutos cada. Durante a interação com as crianças, estavam presentes, além da moderadora, outras duas pesquisadoras para observações e notas de campo.

Todos os 12 alunos da única turma com o perfil do corpus da pesquisa participaram do procedimento e a divisão dos participantes dos grupos foi realizada pela professora. A gravação resultou em 67 minutos de vídeo e sua transcrição totalizou 11 páginas e outras quatro páginas contemplaram as notas das observadoras. A validade dos dados coletados nesta etapa da pesquisa se deu pela triangulação dos dados referentes à transcrição da filmagem, à observação e pela troca de percepções entre as três pesquisadoras.

A coleta de dados na segunda etapa foi realizada por meio de entrevistas com mães ao longo de 34 dias. Além das mães identificadas a partir dos grupos de foco, foram entrevistadas outras mulheres localizadas pela rede de contatos de uma das pesquisadoras conforme técnica da bola de neve onde,

a partir de um primeiro contato, cada uma das entrevistas indicava uma outra pessoa que tivesse passado por experiências semelhantes. A coleta de dados foi finalizada com 17 entrevistas. Entre a 5ª e a 7ª entrevistas foi notada a repetição de informações o que indica a saturação do discurso. Ainda assim foram realizadas as demais entrevistas como objetivo de confirmação dos dados.

As entrevistas foram conduzidas após a realização de pré-teste para avaliação de inconsistências e ajustes pertinentes (MALHOTRA, 2001). A pesquisa não teve como referência avaliar a relação do descarte de acordo com a condição socioeconômica, no entanto, se considerado que apenas duas crianças não estudam em escola particular, pelo grau de instrução das mães, ou pela localização geográfica das residências das entrevistadas, o grupo está situado nas classes A e B (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA [ABEP], 2015).

Todas as entrevistas foram conduzidas a partir de um roteiro de perguntas semiestruturado. De forma adicional, 38 peças de roupas que já haviam sido separadas para serem descartadas foram fotografadas. Os dados coletados nas entrevistas com as mães passaram pela análise de conteúdo (AC). Para tanto, foram realizadas as etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e interpretação (BARDIN, 2004/1977). Optou-se pela AC por tema. O processo de tratamento dos dados foi realizado com uso do software NVIVO10. No que tange à confiabilidade, os dados coletados nas entrevistas, observações e fotografias permitiram a triangulação de dados. Todas as entrevistas foram gravadas, transcritas e analisadas e juntamente com as fotografias constituem o corpus de análise. As entrevistadas e as crianças tiveram seus nomes alterados de forma a preservar seu anonimato.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

O uso do uniforme é opcional na escola em que os grupos focais foram realizados. No entanto, à medida que as crianças foram se aproximando foi possível perceber que as roupas usadas eram de modelos similares: calça e

blusa de frio (por conta do dia chuvoso). Ao todo participaram três meninos e nove meninas.

O grupo soube relatar com facilidade o que acontece com as roupas que não usam ou não servem mais; sendo que em sua maioria são realizadas doações para familiares (irmãos e primos) e instituições; uma criança mencionou a venda para brechó. Pode-se identificar que a participação das crianças no processo de decisão de descarte se dá: (1) pela identificação das peças que são inadequadas para uso e a consequente sinalização para as mães, (2) pela própria separação das peças para avaliação das mães e (3) pela ciência das crianças de que as roupas são doadas.

Cabe analisar que o descarte é iniciado pela criança ou pela mãe, no entanto a decisão de quem receberá as peças e a ação final, seja doar ou vender, é papel de um adulto (mães ou avós). Outro ponto levantado é que o descarte ocorre porque a roupa não serve, pelo estado de conservação ou porque a criança não gosta da peça. E cabe ainda ressaltar que há uma relação emocional como tratado por Roster (2001) da criança com a roupa a ser descartada, o que é entendido por Türe e Ger (2016) como uma relação de amor entre os consumidores e suas posses. Maria (uma das crianças que participou do grupo) enfatiza o que foi mencionado: *“teve um vestido que rasgou, era pequeno pra mim, mas eu achava ele lindo e minha mãe queria dar pra minha prima, aí eu fiquei brava com ela porque ela “tava” querendo dar e eu não...”* E por fim acrescenta: *“depois ela não fez mais isso porque eu falei que eu “tava” muito triste com ela porque ela tinha dado aquele vestido”*. Tal relação de amor é ratificada por Mariana (outra das crianças do grupo) ao mencionar: *“eu dou pras minhas irmãs a roupa que eu gosto e sei que elas não vão sumir com elas (as roupas)”* o que confirma o amor pelas posses, pois a criança quer que ela continue a ser amada e que o seu próximo proprietário a valorize e cuide.

O universo de roupas infantis das entrevistadas acontece no diminutivo. Os termos usados para descrever são *“blusinhas de malhinha”* ou de *“alcinha”*, bem *“larguinhas”*, usam com *“shortinho”* porque é *“modinha”* o que também conota carinho e infância onde tudo é relacionado com pequeno e fofo. Referências como estas permearam as entrevistas quase que em um

contínuo que demonstra o papel das posses em representar o eu dos indivíduos (BELK, 1988).

Além da revenda para brechós e empréstimo para amigos, a doação é a forma de descarte mais citada, sendo familiares, amigos, creches, igrejas e funcionários domésticos os beneficiados. Cabe ressaltar que há uma escala que direciona a separação das peças; aquelas que são novas, pouco usadas ou caras que são destinadas para revenda, empréstimos e doação para familiares e amigos e as demais são doadas para creches, igrejas e funcionários domésticos. Duas das mães entrevistadas citam outros destinos das roupas dos filhos. A primeira deposita as roupas no lixo reciclável “*pra alguém pegar*” e a segunda recicla “*calça vira short*”.

Quando o guarda roupa está ficando “*muito cheio*” ou está “*precisando fazer uma limpa*” e também na mudança da estação (verão e inverno) são os momentos mais citados em que a separação das roupas para descarte acontece. Nestes momentos as mães solicitam aos filhos que provem as roupas, verificam se o tamanho é adequado ou se estão “*usadinhas*”. Outro momento dessa separação ocorre quando os próprios filhos identificam as peças que não servem ou não gostam mais. A recorrência com que as mães descrevem a realização do descarte das roupas dos filhos remete ao que foi retratado por Roster (2001) que de tempos em tempos os consumidores avaliam o valor do objeto e quando os custos superam os benefícios, os objetos se tornam candidatos ao descarte.

Assim como outras mães, Sonia relata que a filha tem alguns “*apegos*” em relação às roupas a serem descartadas: “*por exemplo, ela vai ver um vestido no corpo da prima, então ela sente; mas vai mesmo assim, a gente faz umas vontades um tempo, mas vai!*”. A filha interrompe a entrevista e fala de maneira aborrecida: “*ela deu minha roupa do Bob Esponja e tem um vestido que a mamãe quer doar que eu não quero. Porque ele é muito bonito e eu usei no casamento da minha tia*”. A criança transfere a recordação do momento especial, o amor pela tia e pelo Bob Esponja para as roupas.

Relação similar é caracterizada por uma mãe que relata que tem algumas peças que são preferidas e mesmo que estejam pequenas a filha fala: “*mãe, mas eu gosto tanto, mas eu falo: filha não, esta não dá mais*”. Outra mãe

entrevistada relata que também, às vezes, a filha pede para guardar alguma peça como um par de tênis que ganhou do pai (já falecido). Esta entrevista também foi interrompida pela filha para contar que tem um pijama que era dela e que hoje veste uma de suas bonecas e *“já falei pra minha mãe que nunca vou doar. Eu amo aquele pijama”*. O tênis é a lembrança do amor do pai e guardar a reciprocidade. Bem como o pijama que passa a ter um novo uso para justificar a continuidade de sua posse pois passa a vestir uma das bonecas da criança. A menina retrata o que Lastovicka e Fernandez (2005) entendem como significado positivo do bem e por isso essa peça é emocionalmente mais difícil de descartar. A menção de “amor pelo pijama” reflete a relação de amor aos objetos e a identidade dos consumidores retratada por Ahuvia (2005). Para o autor há uma distinção entre as posses cujo valor é físico e instrumental versus aqueles cujo valor é na maior parte simbólico.

As mães também mencionaram que mantêm peças usadas em casa como lembranças dos filhos como é exemplificado por Fernanda: *“eu só guardei uma sacola de cada uma com coisas de quando elas eram bem pequenas, até dois anos”*. Tal referência está em acordo com Seigo (2010), pois referem-se aos mementos no caso a lembrança do filho-bebê onde a relação mãe e filho é quase visceral. A relação de amor entre os consumidores e suas posses entendidos por Türe e Ger (2016) como objetos de amor apontam que tais posses servem como referencial das lembranças de eventos chave da história de vida.

Durante as entrevistas foi possível esclarecer que as mães realizam o descarte, de forma preponderante, por um senso de reutilização. Este pode ser entendido à luz de Suarez et al. (2011) como um dos benefícios do descarte, a maximização de recursos, ou seja, o desejo de reaproveitar recursos. Outras razões mencionadas foram: a prática da família toda em repassar roupas usadas, o não acúmulo e a liberação do espaço. Como identificado por Calíope et al. (2014), as razões que levam a decidir por manter, desfazer-se de forma permanente ou temporária, estão relacionadas a questões hedônicas, utilitárias ou socioambientais. Assim, as questões utilitárias se observam nas ações de vender, jogar fora, emprestar, doar ou guardar itens para uso posterior da família ou amigos. Acrescenta-se que as peças repassadas para

familiares e amigos, além da característica utilitária conotam uma função de sociabilização à medida que reforçam ou fortalecem os laços entre os participantes do descarte. Já a perspectiva hedônica está caracterizada nas ações de dar novo uso e nas roupas guardadas como lembranças. A perspectiva ambiental foi mencionada apenas por uma das mães. No entanto, durante as entrevistas foi possível elucidar a justificativa preponderante apresentada pelas mães para doar roupas: ajudar outras pessoas (em especial as menos favorecidas), o que conota característica social à medida que as mães se sentem bem por realizar tais doações. É salutar destacar que a questão social aqui mencionada tem o sentido de ajudar outras pessoas, mesmo que estas sejam desconhecidas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se tomarmos o descarte de roupas infantis como uma ação para educar as crianças para o consumo, de forma indireta o que está sendo ensinado é que: (1) a peça pode ser descartada porque a criança não gosta ou (2) por questão de estética/funcionalidade com os seguintes argumentos: não cabe ou está apresentando sinais de desgaste ou está fora de moda. Em ambos os pontos tratam-se de peças em condições de uso, no entanto não adequadas na visão das mães para que seus filhos continuem usando o que demonstra o que Bourdieu (2007/1959) apontou sobre o fato do gosto ser construído socialmente. Ademais, é salutar mencionar ainda que doar para pessoas carentes tem um sentido mais destacado de “ajudar o próximo” e entendido como filantropia, já doar para familiares ou amigos tem um sentido de reaproveitar recursos e entendido como senso prático, seja porque a peça tem um preço elevado (para aquela mãe) ou está em bom estado de conservação. Cabe elucidar ainda a mudança de perspectiva das mães em relação à venda ou troca de roupas usadas e a diminuição do preconceito nesse sentido, no entanto ações desta natureza aparecem de forma tímida no grupo pesquisado. Mas, em contrapartida, conota mais profundidade em relação à educação para o consumo e para o reaproveitamento de recursos e ainda como meio de estabelecer conexões pelo reaproveitamento das roupas.

Assim, mesmo havendo diferentes razões para que as mães realizem o descarte é salutar o desejo de ajudar outras pessoas e estabelecer conexões por meio do reaproveitamento das roupas de seus filhos. Por fim, quais são as influências no processo de descarte de roupas infantis?

Ficou evidenciado que os filhos são um mercado de influência quando orientam as compras e também o fazem no descarte de suas roupas. E nesse sentido é possível concluir que mesmo que as mães estejam relacionadas às práticas e às decisões de descarte, as crianças participam e influenciam tal decisão, seja de maneira direta ou indireta. A influência dos filhos se dá quando eles separam uma peça para descarte, seja porque está inadequada, seja ainda porque não gosta dela. Ainda nesse sentido, influenciam os pais quanto ao “não descarte” haja vista que eles consideram a opinião da criança quando decidem manter uma peça. Tal influência nem sempre é verbalizada pela criança e por vezes a influência ocorre de maneira sutil, como deixar de usar uma peça por não gostar dela o que revela ainda a relação de amor que as crianças tem por algumas peças de roupas, ou seja, se a criança influencia o descarte/não-descarte, o que o determina é o amor (ou a ausência dele).

REFERÊNCIAS

AHUVIA, A. C. Beyondtheextended self: Lovedobjectsandconsumers' identitynarratives. **JournalofConsumerResearch**, v. 32, n. 1, p. 171-184, 2005. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/10.1086/429607>>. Acesso em: 15 nov. 2014

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de L. A. Reto, A. Pinheiro, 3.ed. Lisboa: Edições 70, 2004. (Obra original publicada em 1977).

BARTHES, R. **Sistema da moda**. Tradução, I. C. Benedetti. 1. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. (Obra original publicada em 1963).

BELK, R. Possessionsandtheextended-self. **JournalofConsumerResearch**, v. 15, n. 2, pp. 139-168, 1988.

BOURDIEU, P. **A distinção crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

CALÍOPE, T. S. et al. Comportamento de consumo de moda: motivações e atributos no descarte de roupas usadas. In **Encontro de Marketing da ANPAD – EMA**, 2014 Gramado: ANPAD. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EMA/ema_2014/2014_EMA329.pdf>. Acesso em: 15 nov.14

ENGEL J. F., BLACKWELL, R. D., MINIARD P. W. **Comportamento do consumidor** (8ª ed., C.A. de Menezes, Trad). Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000, (Obra original publicada em 1968).

FIRAT, A. F.; VENKATESH, A. Liberatorypostmodernismandthereenchantmentofconsumption. **Journalofconsumerresearch**, p. 239-267, 1995.

MINIARD, P. W.; ENGEL, J.; BLACKWELL, R. **Comportamento do consumidor**. Tradução de C. A. de Menezes. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000. (Obra original publicada em 1968).

JACOBY, J.; BERNING, C. K.; DIETVORST, T. F. Whataboutdisposition?. **The Journalof Marketing**, p. 22-28, 1977. Disponível em: <http://journals.ama.org/loi/jmkg>. Acesso em: 15 nov. 2014.

LAITALA, K. Consumers' clothingdisposalbehaviour—a synthesis ofresearchresults. **InternationalJournalofConsumerStudies**, v. 38, n. 5, p. 444-457, 2014.

LASTOVICKA, J. L.; FERNANDEZ, K. V. Three paths todisposition: The movementofmeaningfulpossessionstostrangers. **JournalofConsumerResearch**, v. 31, n. 4, p. 813-823, 2005.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. (Obra original publicada em 1987).

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCNEAL, J. U. **Kids as customers: A handbookof marketing tochildren**. Lexington Books, 1992.

MURRAY, J. B. The politicsofconsumption: A re-inquiryon Thompson andHaytko's (1997)“Speakingof Fashion”. **Journalofconsumerresearch**, v. 29, n. 3, p. 427-440, 2002.

JOHN, D. R. 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.

ROSTER, C. A. Letting Go: The Process and Meaning of Dispossession in the Lives of Consumers. **Advances in Consumer Research**, v. 28, n. 1, 2001.

SEGO, T. Mothers' experiences related to the disposal of children's clothing and gear: keeping Mister Clatters but tossing broken Barbie. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 9, n. 1, p. 57-68, 2010. Disponível em: [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1479-1838/issues](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1479-1838/issues). Acesso em: 15 nov. 2014.

PHILLIPS, B. J.; SEGO, T. 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: <http://mtq.sagepub.com/content/11/4/435>. Acesso em: 15 nov. 2014.

SUAREZ, M. C. et al. Oportunidade e desafio em marketing: como e por que as pessoas se desfazem de seus bens? **Revista Eletrônica de Administração**, v. 17, n. 1, p. 26-57, 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/read/article/view/38699>. Acesso em: 15 nov. 2014.

TÜRE, M.; GER, G. Continuity Through Change: Navigating Temporalities Through Heirloom Rejuvenation. **Journal of Consumer Research**, p. 11, 2016.

WALLENDORF, M.; ARNOULD, E. J. "My Favorite Things": A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage. **Journal of Consumer Research**, v. 14, n. 4, p. 531-547, 1988.

WERTON, A. **Mercado brasileiro infantil cresce 14% ao ano. 2013.** Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2013/08/mercado-brasileiro-infantil-cresce-14-ao-ano-segundo-o-ibge.html>. Acesso em: 17 jun. 2015.

¹O estudo de McNeal (1992) está voltado para a influência das crianças em relação às compras realizadas pelos pais. Neste estudo propõe-se o entendimento de tal influência, porém no descarte de roupas infantis.