

O CONSUMO INFANTIL E O MERCADO DE BRINQUEDOS: ANÁLISE DA MARCA GLASSLITE

Gabriel Gonçalves Zarate Vilchez[1]
João Pedro Garulo Vieira Silva[2]
Rafaela Barbosa de Oliveira[3]
Nirave Reigota Caram[4]

[1]Aluno de Publicidade e Ppropaganda do Centro Universitário Sagrado Coração
[2]Aluno de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Sagrado Coração
[3]Aluna de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Sagrado Coração
[4]Professora do Centro Universitário Sagrado Coração

RESUMO

O mercado de brinquedos passou por transformações nas últimas décadas, influenciada por fatores econômicos, tecnológicos e culturais. A Glasslite, indústria de brinquedos criada na década de 60, foi um marco no mercado nacional. Contudo, com o avanço dos games, a globalização dos brinquedos e dificuldades financeiras da empresa, encerrou suas atividades. Por meio de pesquisa exploratória bibliográfica, analisou-se a trajetória da marca e as mudanças do comportamento do consumidor infantil refletindo sobre uma possível reformulação e relançamento alinhado às exigências e desejos do público no cenário atual.
Palavras-chaves: comportamento de consumo; público infantil; mercado de brinquedos.

INTRODUÇÃO

O estudo do comportamento do consumidor é indispensável para a compreensão de mercado. Samara e Morsch (2005) destacam a importância de entender as influências nas decisões de compra. Com o foco de investigação no público infantil e nas mudanças de consumo no passar das décadas, verificou-se a possibilidade de relançamento de uma marca de sucesso. A Glasslite S.A. foi uma indústria de brinquedos brasileira fundada em 1968, e que em 1980, se tornou uma das maiores fabricantes do país. Esse sucesso se deu pelo licenciamento de personagens e marcas internacionais. Na década de 90, começou a enfrentar dificuldades devido a concorrência com brinquedos importados, o avanço dos videogames, problemas financeiros e a perda de licenças importantes. Em 2002, encerrou suas atividades e, em 2005, decretou falência. (FÁBIO, 2018).

OBJETIVOS

Compreender as mudanças ocorridas no comportamento do consumidor infantil para propor uma reformulação da marca Glasslite no mercado, baseada na análise de seu histórico e nas tendências de consumo na contemporaneidade.

METODOLOGIA



A pesquisa de caráter exploratório foi realizada a partir de levantamento bibliográfico visando entender o comportamento do consumidor infantil e história da marca da Glasslite.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

As crianças da década de 2020 migraram da televisão aberta para o Youtube e plataformas de Streamings. O uso da internet e celular entre elas cresceu em mais de 200% nos últimos 10 anos (CRUZ, 2025). Entretanto, as crianças ainda brincam com brinquedos. Segundo Negrão (2025), os brinquedos licenciados cresceram 9% globalmente nos últimos 3 anos, atingindo 29% das vendas no Brasil em 2024. A autora também listou algumas tendências: brinquedos vintage dos anos 80 e 90, maquiagem infantil, bonecas, brinquedos para adultos e divisão por gênero.

Neste contexto, reflete-se sobre uma possível reformulação e relançamento da marca alinhada aos desejos do público atual. A proposta inicial desta reformulação seria: criação de linhas de brinquedos com apelo nostálgico e releituras contemporâneas, investimento em conteúdo digital e transmídia, mudanças no tom e no direcionamento da comunicação, atualização da filosofia de design mantendo a identidade da marca e aquisição de licenças estratégicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória da Glasslite evidencia como a conexão emocional com o público pode ser um ativo valioso para as marcas. Ao analisar o comportamento dos consumidores de ontem e de hoje percebe-se um cenário propício para a revitalização da marca desde que atenda às novas demandas por propósito, inovação e conexão. Reforça-se, então, a importância de unir memória afetiva e adaptação às novas realidades do mercado, posicionando a Glasslite como uma marca capaz de resgatar o passado enquanto aponta para o futuro.

REFERÊNCIAS

CRUZ, E. **Uso de internet por crianças entre 6 e 8 anos dobrou na última década.** Agência Brasil, 2025. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-02/uso-de-internet-por-criancas-entre-6-e-8-anos-dobrou-na-ultimadecada#:~:text=A%20propor%C3%A7%C3%A3o%20de%20crian%C3%A7as%20que,de%206%20a%208%20anos. Acesso em: 17 abr. 2025.

FÁBIO, T. **A História da Glasslite e seus Brinquedos.** YouTube, 31 jul. 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rd4flXVzkXk&t=45s. Acesso em: 15 abr. 2025.

NEGRÃO, P. **Que brinquedo comprar para as crianças em 2025? Fui na maior feira do setor na América Latina e revelo o que vai bombar em 2025.** São Paulo Para Crianças, 2025. Disponível em: http://saopauloparacriancas.com.br/que-brinquedo-comprar-para-as-



criancas-em-2025-fui-na-maior-feira-do-setor-na-america-latina-erevelo-o-que-vai-bombar-em-2025/. Acesso em: 16 abr. 2025.

SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do Consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.