Este material foi testado com as seguintes questões de acessibilidade:

- PDF lido por meio do software *NVDA* (leitor de tela para cegos e pessoas com baixa visão);
- Guia da *British Dyslexia Association* para criar o conteúdo seguindo padrões como escolha da fonte, tamanho e entrelinha, bem como o estilo de parágrafo e cor;
- As questões cromáticas testadas no site *CONTRAST CHECKER* (https://contrastchecker.com/) para contraste com fontes abaixo e acima de 18pts, para luminosidade e compatibilidade de cor junto a cor de fundo e teste de legibilidade para pessoas daltônicas.

REVISTA UFG | ISSN: 2179-2925 DOI: 10.5216/REVUFG.V26.85605

Coleção Barbie *Inspiring Women*: Desafios ao Empoderamento Emancipatório na Educação das Meninas

Barbie Inspiring Women Collection: Challenges to Emancipatory Empowerment in Girls' Education

Colección Barbie Inspiring Women: Desafíos para el Empoderamiento Emancipatorio en la Educación de Las Niñas

Emmanuel de Paula Ferreira Rocha
Universidade Federal de Goiás (UFG), Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia, Goiânia, Goiás, Brasil,
emmanuel_ferreira@discente.ufg.br

Sheila Daniela Medeiros dos Santos
Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, Goiás, Brasil,
sheila_medeiros@ufg.br

Resumo: Este trabalho objetivou analisar as imutabilidades e as rupturas implícitas e explícitas no conceito de empoderamento disseminado na coleção Barbie *Inspiring Women*, considerando a prevalência de padrões de comportamento destinados às meninas na sociedade atual. Para efetivar este estudo, desenvolveu-se uma pesquisa qualitativa bibliográfica, fundamentada no referencial

teórico de Vigotski (2000) e Freire e Shor (2013). As análises revelaram que o cerne do debate está na relação que se estabelece entre o conceito de empoderamento e o que de fato é oferecido pela Mattel para empoderar as meninas, como empresa capitalista em uma sociedade neoliberal edificada no consumo. Conclui-se que o conceito de empoderamento, contrariamente àquele difundido pela Mattel, deve referir-se à conquista da liberdade pelos indivíduos subordinados a uma posição de dependência econômica ou física de qualquer natureza. Portanto, o empoderamento deve, indubitavelmente, envolver a libertação do oprimido.

Palavras-chave: Barbie *Inspiring Women*. Empoderamento. Psicologia histórico-cultural.

Abstract: This study set out to examine both the consistent aspects and the implicit and explicit ruptures in the concept of empowerment as presented in the Barbie Inspiring Women collection, while also considering the prevalence of behavioral patterns for girls in today's society. To conduct this research, a qualitative and bibliographic research was developed, based on the theoretical frameworks of Vigotski (2000) and Freire and Shor (2013). The analysis revealed that the central issue lies in the gap between the notion of empowerment and what Mattel actually offers to empower girls, particularly as a capitalist enterprise operating in a neoliberal, consumption-driven society. In conclusion, the study argues that, unlike Mattel's portrayal, empowerment should refer to the attainment of freedom for individuals subjected to any form of economic or physical dependency. Therefore, true empowerment must fundamentally involve the liberation of the oppressed.

Keywords: Barbie *Inspiring Women*. Cultural-historical psychology. Empowerment.

Resumen: Este estudio tuvo como objetivo analizar las permanencias y rupturas implícitas y explícitas en el concepto de empoderamiento difundido en la colección Barbie Inspiring Women, considerando la prevalencia de patrones de comportamiento dirigidos a las niñas en la sociedad actual. Para ello, se desarrolló una investigación cualitativa, de tipo bibliográfico, fundamentada en el referente teórico de Vigotski (2000) y Freire y Shor (2013). Los análisis revelaron que el eje del debate está en la relación entre el concepto de empoderamiento y lo que ofrece Mattel para empoderar a las niñas, como empresa capitalista en sociedad neoliberal edificada en el consumo. Se concluye que el concepto de empoderamiento, contrariamente al difundido por Mattel, debe referirse a la conquista de la libertad por los individuos subordinados a una posición de dependencia económica o física de cualquier naturaleza. Por lo tanto, el empoderamiento debe, indudablemente, implicar la liberación del oprimido.

Palabras clave: Barbie *Inspiring Women*. Empoderamiento. Psicología histórico-cultural.

Data de submissão: 23/03/2026
Data de aprovação: 16/06/2026

Introdução

É nitidamente perceptível o tamanho do sucesso alcançado pelas bonecas Barbie desde o seu lançamento em 1959, nos Estados Unidos da América (EUA), assim como o crescimento que a companhia Mattel atingiu no mercado de brinquedos infantis.

Em quase sete décadas de existência, Barbie atuou em mais de 30 filmes e séries como protagonista, destacou-se como personagem principal em jogos eletrônicos, viajou o mundo inteiro, assumiu diversas personalidades e profissões, encarnou o papel de distintas celebridades e mulheres notáveis, e tornou-se *vlogueira* e *influencer*, sobressaindo-se em redes sociais, como *YouTube* e *Instagram,* nas quais conta com mais de 2 milhões de seguidores.

Barbie foi criada pela empresa norte-americana Mattel, fundada na Califórnia (EUA), em 1945, pelo casal Ruth Handler e Elliot Handler, juntamente com um amigo chamado Harold Matson (History, 2022).

A figura de Barbara Millicent Roberts, conhecida mundialmente como Barbie, emergiu de forma peculiar e enigmática, não apenas pelo seu ecletismo e sagacidade, mas sobretudo pela sua altivez consagrada no cerne da nossa sociedade.

Com o passar dos anos, Barbie tornou-se o principal produto comercializado pela empresa Mattel: em um pouco mais de meio século, superou a marca de 58 bilhões de peças vendidas, sendo que a boneca dominou as prateleiras das lojas de 150 países no mundo todo (Gerber, 2009).

O que a boneca Barbie representava – a saber, uma mulher jovem, solteira, sem filhos, bonita, independente e que podia ser o que quisesse – seduziu grande parte do público feminino, infantil e adulto, fazendo com que o brinquedo alcançasse um sucesso de dimensão inigualável (Altmann, 2013). Essa imagem representativa de beleza, juventude e sucesso definiu a identidade da Barbie por muito tempo e determinou o perfil oficial da boneca.

Após o lançamento da primeira Barbie, a empresa Mattel buscou inovar ao criar diferentes versões colecionáveis do brinquedo utilizando vestimentas inéditas que acompanhavam as tendências da moda, as quais, na maioria das vezes, eram predominantemente na cor rosa.

Convém destacar que, a partir da consolidação atingida pela marca e pela linha do brinquedo em questão, a Mattel começou a arriscar-se na produção de novas integrantes para fazerem parte do círculo social da Barbie. Introduzir as meninas no mundo onírico cor-de-rosa da Barbie tornou-se o mote das campanhas publicitárias da Mattel ao longo do tempo (Gerber, 2009; Roveri, 2008; Steinberg, 2001).

Entretanto, apesar de consolidar-se como uma marca globalizada, em 2014, a boneca Barbie vivenciou um enorme revés ao perder o posto de brinquedo mais vendido no mundo (Santos, 2020), uma vez que o padrão estético intangível prescrito não permitia uma identificação incessante com a maior parte das crianças, vista a pluralidade de identidades e existências na sociedade.

Essa falta de representatividade já vinha rendendo diversas críticas à Mattel por parte de movimentos sociais, antes mesmo do marco temporal mencionado, de modo que, em 2016, a Barbie criada sob os padrões higienistas e eugênicos deixou de ser exclusiva e a Mattel passou a povoar o mercado com corpos barbísticos que possuíam diferentes silhuetas e estaturas, tons de pele, tipos de cabelo, formas faciais e cores de olhos (Silva; Santos, 2024).

Além desta linha denominada *Barbie Fashionistas* – que se dizia inovadora e que priorizava a diversidade e a inclusão por abarcar bonecas com vitiligo, alopecia e deficiência física – a empresa líder global de brinquedos, mais uma vez, revolucionou (ao menos aparentemente) o mercado, ao celebrar o empoderamento feminino por meio do lançamento da coleção Barbie *Inspiring Women* (Mulheres Inspiradoras, em tradução livre), a qual homenageava mulheres contemporâneas de diferentes nacionalidades e profissões e mulheres notáveis que marcaram a história da sociedade (Silva; Santos, 2025).

Entretanto, apesar do apelo publicitário vinculado ao empoderamento, ainda é possível notar, em diferentes versões da boneca, conteúdos digitais e artefatos comercializáveis que chancelam a marca, assim como sistemas simbólicos (Vigotski, 2007) imbricados a uma espécie de "cultura das princesas", a qual vertiginosamente (re)produz estereótipos de feminilidade e dita estilos de vida, modos de ser, de se relacionar e de estar no mundo (Lord, 2004).

Por fim, ao considerar a sociedade capitalista marcada pelo ideário neoliberal, assevera-se a imprescindibilidade de, ao invés de evidenciar a aceitação tácita da coleção Barbie *Inspiring Women*, questionar o conceito de empoderamento nela imbricado, o qual indubitavelmente afeta a educação das meninas.

Em face deste cenário que se delineia, ratificado pela criação da coleção Barbie *Inspiring Women*, o presente trabalho expõe como objetivo geral: analisar as imutabilidades e as rupturas implícitas e explícitas no conceito de empoderamento disseminado na coleção Barbie *Inspiring Women,* considerando a prevalência de padrões de comportamento destinados às meninas na sociedade atual. E, como objetivos específicos: caracterizar a coleção Barbie *Inspiring Women* e problematizar o conceito de empoderamento sob o enfoque da perspectiva Histórico-Cultural em Psicologia.

A partir de tal problemática, realizou-se uma pesquisa qualitativa de ordem bibliográfica (Lüdke; André, 2013), pautada na perspectiva Histórico-Cultural em Psicologia, desenvolvida por Vigotski (2000), com o auxílio dos escritos produzidos por Freire (1996) e Freire e Shor (2013).

Logo, a construção e o desenvolvimento da presente pesquisa passaram a refletir sobre o modelo metodológico adotado e o referencial teórico que forneceu as bases para investigar os desafios propostos. Após esse primeiro esclarecimento, buscou-se compreender, a partir de Vigotski (2010) e Freire e Shor (2013), o conceito de empoderamento, bem como a forma como tais autores o percebem, com o intuito de estruturar os possíveis argumentos que permitam análises concretas.

Ao seguir a proposta mencionada, a presente pesquisa propiciou uma leitura crítica perante um produto destinado à brincadeira e ao jogo simbólico das meninas. A partir disso, permitiu pensar nos efeitos decorrentes da percepção que as meninas são capazes de desenvolver sobre si mesmas frente ao mundo, considerando o conceito de empoderamento e a imposição de padrões de comportamento que têm se tornado cada vez mais recorrentes em nossa sociedade.

Das Trilhas Metodológicas à Arquitetura da Pesquisa

Esta pesquisa se apoia nos princípios da Psicologia Histórico-Cultural desenvolvida por Lev Semionovich Vigotski, que compreende a formação e a dinâmica do desenvolvimento da cultura sob a dialética. Inspirada pelo materialismo histórico-dialético marxista, no qual o homem é produto da história que ele mesmo mobiliza, a Psicologia Histórico-Cultural se fundamenta a partir de uma bi-implicação lógica entre natureza e cultura, elementos estes que, ao atuarem em conjunto, resultam no que entendemos por *ser humano*.

O ser humano é justamente o homem natural imbricado aos produtos advindos da cultura, tanto do uso dos signos quanto das ferramentas desenvolvidas pela aplicação do *trabalho* na natureza. Tal transformação só se efetiva com a emergência da consciência, na qual o homem, como ser da natureza, toma consciência de si mesmo (Pino, 2018).

Porém, para compreender melhor esta relação estabelecida por Vigotski (2000), devem-se considerar os contornos conceituais do que ele reconhece como *representação simbólica*.

Embora a presente pesquisa tenha Vigotski (2000, 2007, 2010) como principal referencial, também recorreu aos escritos de Paulo Freire, como *Pedagogia da autonomia* (1996) e *Medo e ousadia: o cotidiano do professor*, em coautoria com Ira Shor (Freire; Shor, 2013).

Além destes estudos, esta pesquisa também contou com o uso de produções teóricas presentes em *websites,* como: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD); Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES); e Biblioteca Eletrônica da *Scientific Electronic Library Online* (SciELO). Em face disso, o foco da pesquisa foi compreender as noções de empoderamento disseminadas pela coleção Barbie *Inspiring Women*, levando em consideração a imposição, às meninas, de padrões de comportamento que circundam nossa sociedade.

Em um primeiro momento, realizou-se uma pesquisa nas plataformas de artigos científicos mencionadas anteriormente, em que o filtro utilizado foi constituído pelas palavras-chave: "empoderamento e psicologia histórico-cultural", visando encontrar materiais que pudessem contribuir com a construção da presente pesquisa. Dito isso, obteve-se como resultado: um artigo na plataforma SciELO; sete artigos na plataforma dos periódicos CAPES e seis artigos na plataforma BDTD.

Após a apropriação das premissas básicas da Psicologia Histórico-Cultural apresentadas por Vigotski e da pesquisa realizada nos periódicos digitais de artigos, o presente trabalho foi delimitado a partir da seleção dos materiais consultados: livros, artigos, revistas, jornais e teses. Já para a obtenção das informações acerca da coleção Barbie *Inspiring Women*, empreendeu-se um estudo dos principais elementos apresentados e enfatizados no *website* oficial da Mattel acerca da coleção mencionada, além da busca pela percepção advinda dos *websites* de notícias e comentários de revistas digitais acerca da referida coleção.

Convém mencionar que o estudo e a investigação proporcionados pelo referencial teórico destacado possibilitaram a problematização dos conceitos balizadores da crítica proposta na pesquisa, a saber, o conceito de empoderamento, enfatizando como este se estrutura diante das investidas propositivas da coleção, e como esta relação resulta ou não em uma contradição.

Assim, por meio da presente pesquisa, foi possível compreender de maneira crítica a identidade da coleção *Inspiring Women* e como ela se desdobra verdadeiramente na realidade, após relacionar todos os aspectos mencionados com base na perspectiva Histórico-Cultural em Psicologia.

Empoderamento: Bases Conceituais em Perspectiva

No contexto das redes sociais, pautas políticas, produções teóricas contemporâneas e, principalmente, nos movimentos sociais dos grupos subjugados e minoritários, a ideia expressa por meio da palavra empoderamento tem ganhado força e conotação, estando presente em materiais que têm sido utilizados de maneira recorrente.

A palavra tem origem na língua inglesa, derivada de *empowerment*, um neologismo de *power* (poder), ou seja, uma modificação da palavra original com o objetivo de expressar uma ideia que passa a ser percebida quando é usualmente colocada em determinadas situações. *Power* é um substantivo que admite o que é nomeado na língua inglesa por *verbing*, a possibilidade de se transformar em verbo (Berth, 2019). O resultado de toda essa mobilização das palavras seria o de dar poder a alguém.

Há, no mínimo, dois apontamentos indispensáveis que devem ser destacados no que diz respeito à origem da palavra: o primeiro deles refere-se ao fato de que o termo foi cunhado pelo psicólogo e sociólogo americano Julian Rappaport (1977), no livro *Community Psychology: Values, Research, and Action*, em um contexto de discussão dos grupos oprimidos que protestavam pelo seu reconhecimento e respeito à sociedade (Berth, 2019). Já o

segundo apontamento a ser ressaltado trata dos estudos desenvolvidos por Freire e Shor (2013) que abordam o conceito de empoderamento na língua nacional, reconhecendo que os povos marginalizados possuem as condições necessárias para empoderar a si próprios por meio de algo que Freire (1996) reconhece como *teoria da conscientização.*

A partir destas observações, torna-se possível aprofundar o diálogo diretamente com Freire e Shor (2013) e Vigotski (2000). Isso porque a percepção de ambos ocorre em um nível psicológico, de desenvolvimento e de emancipação por parte dos indivíduos, em que, para tornar possível tal interseção, é necessário considerar a realidade histórica e cultural em que os sujeitos estão envolvidos.

Freire (1996) compreende que a educação deve ser emancipatória, atuando na perspectiva da realidade daquele que é educado, trazendo os exemplos que conversam com o seu dia a dia e buscando atribuir a criticidade necessária para o desenvolvimento do sujeito. O educador deve levar o educando a desenvolver uma capacidade crítica, curiosa e que busque superar o senso comum, ao mesmo tempo em que respeita esse saber balizador das percepções comunitárias da realidade.

Podemos compreender que o empoderamento em Freire (1996) ocorre concomitantemente ao ato de ensinar a pensar, por parte dos educadores que aguçam a

curiosidade dos educandos e compreendem que certa criticidade tem de ser assumida por eles. É essa ânsia por um conhecimento crítico que o autor nomeia de *curiosidade epistemológica* (Freire, 1996).

É justamente a capacidade de superação do senso comum, com respeito, em direção a um saber rigoroso que envolve a realidade em que o indivíduo está inserido, que representa a possibilidade de empoderamento.

Sendo assim, é a partir da perspectiva de quem compreende de maneira crítica, pensa com cuidado e curiosidade, e vai além do saber comum estabelecido, que o sujeito torna-se capaz de atuar e mobilizar o mundo e a própria história, operando do mesmo modo que a dinâmica estabelecida pela Psicologia Histórico-Cultural desenvolvida por Vigotski (2000), no sentido da presença de uma dialética constante entre a atuação do homem na natureza e da natureza na cultura.

Do mesmo modo, Vigotski (2010) aborda a ideia de uma emancipação nas operações psicológicas dos indivíduos por meio do desenvolvimento biológico em sua relação com o contexto histórico e cultural, advindo do processo de aprendizado por parte do sujeito (Vigotski, 2010). O que se sobressai nas elaborações teóricas do autor em relação a esta discussão é que o empoderamento estaria relacionado com a capacidade de apropriação entre os conhecimentos científicos (constituídos formalmente a

partir de uma pesquisa e investigação crítica) e os conhecimentos espontâneos (aspirações e suposições que são geradas pelo indivíduo e que dão origem a um conhecimento apartado de uma problematização teórica e crítica).

Assim, ao tratar do desenvolvimento e do aprendizado na infância, o autor compreende que não há um distanciamento entre estes dois aspectos, de modo que, para aprender, é necessário que a criança se desenvolva, ao mesmo tempo em que, para a criança se desenvolver, é condição primordial que ela aprenda (Vigotski, 2010). Neste ínterim, o autor faz observações acerca da necessidade de ambos os aspectos se desenvolverem inextricavelmente, visto que, em um movimento dialético, um dá suporte e propicia condições basilares ao outro.

A partir de tais informações, compreende-se que o empoderamento apontado tanto por Freire (1996) como por Vigotski (2010) ocorre em um nível mental que se desenvolve por meio da relação estabelecida com aspectos exteriores ao indivíduo, com base nos processos de socialização dos conhecimentos, pela compreensão da condição sociopolítica em que o indivíduo está inserido e do modo como ele opera na realidade considerando o conhecimento científico.

O empoderamento, portanto, é a compreensão primordial do reconhecimento e da capacidade dos diversos

sujeitos de se apropriarem da realidade à sua volta e de operarem mentalmente para agirem no mundo, na e pela linguagem. Este é um exercício baseado na *práxis*, uma atuação que exige a mobilização tanto da teoria quanto da prática. Empoderar-se é reconhecer a possibilidade de emancipação da atuação no real a partir de operações que ocorrem e afetam o indivíduo, proporcionando-lhe a capacidade de atuar como protagonista na realidade.

Isso se relaciona completamente com a Psicologia Histórico-Cultural pensada por Vigotski (2010) e explicitada por Pino (2018), pois essa perspectiva compreende que a atuação do indivíduo na realidade é potencialmente resultante do contexto cultural em que está inserido. Neste sentido, a cultura e a natureza desenvolvem relações conjuntas em que há influência mútua, ou seja, as condições materiais e históricas implicam modificações nos indivíduos. Logo, em condições avessas ao bem-estar humano, torna-se necessário mudar as condições materiais para que ocorra um empoderamento por parte dos indivíduos, ao mesmo tempo em que são os próprios indivíduos que precisam alterar as condições que os afetam.

Possíveis Críticas à Coleção *Inspiring Women*

No dia 6 de março de 2018, o canal oficial da Barbie no *YouTube* publicou o anúncio de uma nova coleção que seria

lançada pela Mattel como uma forma de celebrar o Dia Internacional das Mulheres e homenagear personalidades femininas notáveis da história mundial. Em sua totalidade, foram projetadas 17 bonecas inspiradas em mulheres do mundo real. Porém, apenas três delas foram comercializadas inicialmente, enquanto as outras 14 foram inseridas no mercado somente posteriormente (Barbie, 2018b).

As primeiras bonecas comercializadas foram: Frida Kahlo, uma artista mexicana, revolucionária e símbolo do movimento feminista; Amelia Earhart, uma pilota norte-americana, considerada a primeira mulher a cruzar o Oceano Atlântico pilotando um avião sozinha; e Katherine Johnson, uma matemática, física e astrônoma, também norte-americana, que calculava trajetórias de missões espaciais da NASA com alta precisão (Barbie, 2018b).

As outras 14 mulheres homenageadas na coleção foram: Patty Jenkins, cineasta estadunidense que dirigiu o filme Mulher Maravilha; Chloe Kim, atleta de *snowboard,* que foi campeã nas Olimpíadas de Inverno em 2018; Bindi Irwin, australiana que participou ativamente do movimento de conservação da natureza; Nicola Adams, boxeadora britânica que conquistou duas medalhas de ouro nas Olimpíadas de 2012 e 2016; Çagla Kubat, atriz, modelo e atleta de *windsurf*; Hélène Darroze, *chef* de cozinha francesa reconhecida internacionalmente, que conquistou duas

estrelas *Michelin*; Hui Ruoqi, que foi campeã olímpica de vôlei nos Jogos Olímpicos de 2016; Leyla Piedayesh, designer e empreendedora, fundadora da marca de roupas *Lala Berlin*; Lorena Ochoa, que já foi considerada a melhor jogadora profissional de golfe feminino do mundo; Martyna Wojciechowska, jornalista, apresentadora, editora de revista e autora polonesa; Sara Gama, jogadora de futebol italiana, capitã do time feminino da Juventus; Xiaotong Guan, atriz chinesa e embaixadora do Dia Mundial da Vida; Yuan Yuan Tan, bailarina chinesa que se tornou dançarina principal no Ballet de São Francisco e no Ballet de Hong Kong; e, por fim, Vicky Martin Berrocal, empreendedora e designer de moda (Barbie, 2018b).

Esta coleção foi denominada *Inspiring Women,* "Mulheres Inspiradoras" em tradução livre, com base no seguinte anúncio na capa da coleção: *Celebrates Role Models* (Barbie, 2021), justamente com o intuito de celebrar mulheres consideradas referências mundiais, para que, segundo a empresa, pudessem servir de modelos e de inspiração para as meninas que consumissem o produto. Entretanto, neste momento, emerge previamente a questão: As bonecas da coleção são consideradas referências mundiais por quem e para quem?

Para problematizar esta questão, é interessante destacar a afirmação da empresa Mattel ao declarar que compreende a necessidade de as crianças estarem

atualmente cada vez mais habituadas e próximas das mulheres que revolucionam e revolucionaram a nossa sociedade (Barbie, 2018a).

Após a publicação do anúncio que apresentava a nova proposta da empresa, no dia 8 de março de 2018, a Mattel lançou uma linha especial de bonecas Barbie, desta vez, de acordo com a empresa, inspirada em mulheres historicamente importantes para a humanidade.

O lançamento ocorreu a partir de um projeto denominado *Barbie Shero Program*, em que 14 personalidades femininas foram selecionadas para serem homenageadas e presenteadas com uma boneca única e exclusiva, produzida à semelhança de cada uma delas. Este projeto, convém mencionar, já estava em ação desde 2015 (Ferrari, 2018).

Embora o lançamento pudesse parecer à primeira vista uma grande iniciativa por parte da empresa Mattel, é relevante considerar as intenções atribuídas à coleção, questionando de maneira crítica a possibilidade da utilização da pauta feminista de empoderamento, por meio da identificação com as figuras apresentadas e da representatividade, como material potencialmente favorável à obtenção de lucro.

Ao analisar os aspectos aparentemente plausíveis, faz-se necessário interpelar as peças publicitárias lançadas pela Mattel sobre o icônico brinquedo, as quais exaltam o

fato de que trazer versões de mulheres que fizeram história pode servir como inspiração real para as crianças: Será que a "boneca", de fato, deu um novo passo rumo ao empoderamento? As bonecas da coleção realmente "inspiram" as crianças?

Estes são alguns pontos a serem problematizados, pois, ao analisar a boneca da Frida Kahlo, por exemplo, percebe-se uma adaptação de seus traços fenotípicos aos traços da Barbie, ainda que a proposta seja a representatividade e a fuga de padrões estéticos.

Ora, qualquer um que veja a boneca perceberá uma suavização do rosto, em comparação ao de Frida Kahlo, além de constatar a diminuição da intensidade de suas sobrancelhas, quase retirando a monocelha que caracterizava a face que ela possuía. Além disso, Frida Kahlo apresentava dismetria nos membros inferiores, a saber, suas pernas não possuíam o mesmo comprimento, o que acabou não sendo representado na boneca.

Podemos contrapor também outros exemplos das bonecas lançadas na coleção, como a *chef* de cozinha francesa Hélène Darroze. Isso porque, ao analisarmos os atributos físicos da referida *chef* com atenção, parece que estamos lidando com uma boneca genérica da linha clássica da Barbie, pois esta é visualmente semelhante à "Barbie principal", a que carrega o perfil da empresa. De fato, a Barbie Hélène Darroze chega a se assemelhar tanto à

boneca matriz, que seus olhos se tornam azuis, ao contrário da cor dos olhos da *chef* de cozinha, que são castanhos. Outra característica da mesma boneca é que o seu sorriso perde completamente a singularidade que possui, passando a ser apenas uma linha branca no rosto da boneca.

Além dos exemplos citados anteriormente, temos ainda o caso da boxeadora Nicola Adams OBE, que possui os músculos do braço muito mais definidos do que o braço projetado no brinquedo, sendo produzido fino como em todas as outras bonecas Barbie. Aliás, os corpos de todas as bonecas da coleção, com exceção de uma das de que tomamos conhecimento, a de Ashley Graham (modelo ativista do corpo), são iguais, todas elas possuem as cinturas muito bem definidas e finas, além de seus braços, rostos, pescoços e pernas. Por isso, a impressão que se tem é que, embora a coleção declare retratar mulheres reais, cada uma com traços únicos que as caracterizam, todas são "barbieficadas" ao serem transformadas nas bonecas.

A partir de tudo o que foi colocado, compreendemos que a ideia de empoderamento não é qualificada como o desenvolvimento de uma visão crítica do mundo, a partir do aprendizado do indivíduo inserido em uma determinada cultura e história, visando a uma transformação social e conjunta de indivíduos subjugados e oprimidos, na medida em que aprendem a questionar a sua própria realidade (Vigotski, 2007; Freire, 1996). Isso não ocorre porque,

embora novos perfis de bonecas sejam apresentados às crianças, toda a questão corporal permanece implícita e a padronização passa a suceder neste momento, com as mulheres reais sendo utilizadas inadvertidamente como exemplos e como inspiração para o público feminino.

É interessante observar que os exemplos trazidos para a coleção são de mulheres com feitos extraordinários, em sua maioria americanas e europeias, o que acaba por desconsiderar a experiência das existências e exemplos acessíveis e diários das realidades colocadas à margem dos países em desenvolvimento, criando um completo descompasso entre as possibilidades apresentadas e a realidade em que se está, de modo que esses exemplos não falam sobre a margem, mas sobre o centro (Kilomba, 2019).

Acrescenta-se a esta assertiva o fato de que existem inúmeras mulheres de coragem, extraordinárias e indubitavelmente inspiradoras que não ganharam notoriedade pública e fazem parte da nossa cotidianidade. E, ainda que elas sejam anônimas no sentido que se coloca, quando comparadas às mulheres selecionadas para serem homenageadas pela coleção, estas mulheres estão, do mesmo modo, construindo a história e transformando as pessoas e o mundo.

Por conseguinte, a partir das características identificadas nas bonecas lançadas pela coleção, instala-se uma contradição daquilo que se espera do termo

empoderamento, com aspectos identificados factualmente nas bonecas Barbie e nas influências que a marca causa na sociedade, principalmente no público infantil que consome seus brinquedos e diversos outros conteúdos.

Em *Medo e ousadia,* Freire e Shor *(*2013) instituem uma interlocução promitente acerca do termo, contribuindo de modo notável para o debate. Estes autores questionam o conceito de *empowerment* utilizado em demasia nos EUA e tratado a partir de uma perspectiva concernente tão somente ao indivíduo.

Nesse contexto, Freire e Shor (2013), ao salientarem que o empoderamento, em sentido individual, não serve de nada em um contexto sociopolítico, reiteram a necessidade de um empoderamento coletivo, visto que estamos inseridos em um contexto mais amplo que transcende a nossa própria individualidade.

Em consonância com isso, encontra-se o trabalho de Marinho-Araujo (2016), que, dentre os 14 (quatorze) artigos mencionados na metodologia, apresenta um estudo visando a empoderar os indivíduos dentro do contexto educacional e a possibilitar-lhes a percepção de potencialidades que podem vir a desenvolver transformações sociais, ou seja, coletivas, nos contextos de que fazem parte e estão inseridos.

Sendo assim, com base em Freire e Shor (2013), é possível indagar se o empoderamento que é propagado

pela coleção Barbie *Inspiring Women* "empodera", de fato, as meninas em algum nível social, ou sequer chega a "empoderá-las" individualmente.

Desse modo, a boneca Barbie segue apresentando um perfil inatingível que reforça um ideário machista do gênero feminino, o qual acaba por gerar uma exclusão do próprio público que consome os produtos e a marca como um todo, pois não há um reconhecimento ou semelhança por parte da aparência e do estilo de vida no mundo real. Daí a razão de as bonecas surgirem como um ideal a ser seguido.

Quando a coleção *Inspiring Women* apresenta mulheres consideradas como inspiração para a sociedade, ocorre um movimento que visa certo empoderamento por apresentar mulheres que fogem do imaginário que foi construído: da Barbie branca, cisgênero, loira, de olhos azuis e rica. Porém, mesmo apresentando existências diferentes, ainda assim a Mattel as padroniza em um "molde de corpo Barbie".

Neste ínterim, observa-se ainda que a boneca mais famosa da empresa estadunidense (re)produz um imaginário que contribui para a imposição de padrões de comportamento às meninas na tessitura social.

Nesse cenário, ao ter como pontos de ancoragem as premissas de Freire e Shor (2013) sobre o conceito de empoderamento e as elaborações teóricas de Vigotski (2000) acerca da constituição da consciência humana, questiona-se se a proposta disseminada pela coleção Barbie

Inspiring Women procura modificar as relações de opressão estabelecidas por estereótipos machistas que fundamentam a visão e a condição histórica das mulheres na sociedade, e se, consequentemente, busca propiciar condições ou direcionar as meninas a um real empoderamento.

Por fim, nota-se a existência de uma grande contradição no projeto de empoderamento difundido pela Mattel, o qual conta com a possibilidade de reproduzir um estereótipo de gênero feminino, justamente porque as mesmas mulheres utilizadas como exemplo de empoderamento são alvo de modificações estéticas em suas bonecas para serem compreendidas e aceitas como Barbies.

Considerações finais

Este trabalho objetivou analisar as imutabilidades e as rupturas implícitas e explícitas no conceito de empoderamento disseminado na coleção Barbie *Inspiring Women*, considerando a prevalência de uma "cultura das princesas" na sociedade atual. Alicerçado neste objetivo geral, buscou-se, primeiramente, caracterizar a coleção Barbie *Inspiring Women,* considerando os estereótipos de gênero que tipificam a "cultura das princesas" na sociedade atual e, na sequência, procurou-se problematizar o conceito de empoderamento sob o enfoque da perspectiva Histórico-Cultural em Psicologia.

A partir das reflexões estabelecidas sobre o conceito de empoderamento, tendo como base Vigotski (2000), Freire (1996) e Freire e Shor (2013), pudemos desenvolver um diálogo com o que foi proposto e apresentado pela coleção Barbie *Inspiring Women* e percebemos que, embora o projeto procure apresentar figuras femininas como modelos de inspiração para o público consumista da marca, ele acaba se comprometendo em diversos aspectos em vista dos estereótipos apresentados pelas bonecas lançadas na coleção. Do mesmo modo, observa-se a instituição de um imaginário inatingível e questionável propalado por uma "cultura das princesas" que impõe às meninas modos de falar, pensar, vestir-se, comportar-se e ser.

É de suma importância que novas figuras femininas sejam apresentadas à sociedade, reconhecidas e valorizadas, como foi o caso da biomédica brasileira Jaqueline Góes, que ajudou a sequenciar o DNA do coronavírus (BBC, 2021), ao ser escolhida pela Mattel para ser homenageada na coleção. Porém, faz-se necessário destacar que, embora a Mattel desenvolva um projeto que, ao primeiro olhar, parece ser interessante e completamente válido, ela comete uma espécie de "barbieficação" das mulheres selecionadas para funcionarem como modelos inspiradores de empoderamento.

Como foi analisado anteriormente, apesar de serem apresentadas singularidades dessas figuras homenageadas,

ainda assim os corpos seguem sendo padronizados de acordo com as necessidades e o perfil da boneca Barbie inicial, que se tornou a "cara" da empresa. Por isso, o projeto revela-se como uma estratégia lucrativa diante dos discursos minoritários que reivindicam direitos iguais nos diversos movimentos sociais.

É a partir da transfiguração de variados corpos femininos em um mesmo corpo, a saber, o corpo da "Barbie original", que a marca volta a reiterar um imaginário ideal da figura feminina, como foi feito pelas princesas da Disney nos anos 2000, e que pôde ser percebido pela pesquisadora Sarah Coyne (2016). Quando uma Barbie da Frida Kahlo tem características físicas específicas da pintora excluídas em sua boneca, ou quando os olhos castanhos da *chef* Hélène Darroze se tornam azuis, ou ainda quando a boxeadora Nicola Adams OBE tem os seus braços afinados, assim como as diversas outras mulheres que passam a ter seus corpos padronizados, o ideal Barbie continua a ser reproduzido, enquanto, contraditoriamente, a Mattel afirma se preocupar em empoderar por meio da inspiração.

A identidade da mulher loira, branca, magra, de olhos azuis, rica e cisgênero continua a se perpetuar na coleção analisada, ainda que disfarçadamente, e o imaginário estético, machista, sexista e padrão permanece sendo chancelado. Neste cenário, a "cultura das princesas" pode vir

a se tornar um problema tão grande quanto outras formas de preconceito levantadas na atual pesquisa.

Desta forma, é preciso impedir que esta "cultura das princesas" seja legitimada e difundida, para que os mecanismos propulsores do autêntico empoderamento ocorram, ou seja, o empoderamento que objetiva a ação-reflexão-ação humanas na história, o qual visa à participação real e simbólica das meninas e mulheres na busca da democracia, da equidade e da justiça social.

Referências bibliográficas

ALTMANN, H. Barbie e sua história: gênero, infância e consumo. **Pro-Posições**, v. 24, n. 1, p. 275-279, jan./abr. 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/j/pp/a/rwtcRthN93Np34gSDTZXnRJ/?lang=pt. Acesso em: 12 dez. 2022.

BARBIE. **Barbie celebrates role models**. Mattel, 2021. Disponível em: https://barbie.mattel.com/en-us/about/role-models.html. Acesso em: 12 dez. 2022.

BARBIE lança linha de bonecas que homenageia mulheres inspiradoras. **Revista Galileu**, Sociedade, 6 mar. 2018a. Disponível em: https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2018/03/barbie-lanca-linha-de-bonecas-que-homenageia-mulheres-inspiradoras.html. Acesso em: 24 out. 2022.

BARBIE lança linha 'Mulheres Inspiradoras' em homenagem ao Dia Internacional da Mulher. **Diário do Estado**, Cotidiano, 7 mar. 2018b. Disponível em: https://diariodoestadogo.com.br/barbie-lanca-linha-mulheres-inspiradoras-em-homenagem-ao-dia-internacional-da-mulher-30398/. Acesso em: 15 dez. 2022.

BBC. **Barbie brasileira: Biomédica que ajudou a sequenciar DNA do coronavírus é homenageada com boneca. G1**, 4 ago. 2021. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2021/08/04/barbie-brasileira-biomedica-que-ajudou-a-sequenciar-dna-do-coronavirus-e-homenageada-com-boneca.ghtml. Acesso em: 25 jun. 2023.

BERTH, J. **Empoderamento**. São Paulo: Pólen, 2019. 184 p.

COYNE, S. M.; LINDER, J. R.; RASMUSSEN, E. E.; NELSON, D. A.; BIRKBECK, V. **Pretty as a Princess**: Longitudinal Effects of Engagement With Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children. *Child Development*, v. 87, n. 6, p. 1909-1925, 2016.

FERRARI, S. Barbie homenageia ícones femininos no Dia Internacional da Mulher. **Epgrupo**, 7 mar. 2018. Disponível em: https://www.epgrupo.com.br/barbie-homenageia-icones-femininos-e-lanca-boneca-frida-kahlo-no-dia-internacional-da-mulher/. Acesso em: 3 jul. 2023.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, P.; SHOR, I. **Medo e Ousadia**: o cotidiano do professor. Trad. Adriana Lopes. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

GERBER, R. **Barbie & Ruth**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2009.

HISTORY. **Mattel**. Califórnia, 2022. Disponível em: https://corporate.mattel.com/en-us/about/history. Acesso em: 14 dez. 2022.

KILOMBA, G. Quem Pode Falar? In: KILOMBA, G. **Memórias da Plantação**: episódios de racismo cotidiano. Trad. Jess Oliveira. 1. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LORD, M. G. **Forever Barbie** - The unauthorized biography of a real doll. New York: Walker & Company, 2004.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em Educação**: Abordagens Qualitativas. 2. ed. São Paulo: EPU, 2013.

MARINHO-ARAUJO, C. M. Inovações em Psicologia Escolar: o contexto da educação superior. **Estudos de Psicologia**, *v. 3, n.* 2, p. 199–211, 2016.

PINO, A. As Marcas do Humano: Pistas para o Conhecimento da Nossa Identidade Pessoal. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 39, n. 142, p. 227-236, jan./mar. 2018.

RAPPAPORT, J. **Community Psychology**: Values, Research, and Action. Nova Brunswick, Canadá: Harcourt School, 1977.

ROVERI, F. T. **Barbie**: Tudo o que você quer ser... ou considerações sobre a educação de meninas. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, 2008.

SANTOS, S. D. M. Ciladas do 'novo' estilo Barbie: subserviência e hegemonia na constituição da identidade das meninas. **Pós-Limiar**, Campinas, v. 3, 2020. Disponível em: https://seer.sis.puc-campinas.edu.br/pos-limiar/article/view/4786. Acesso em: 1 jul. 2024.

SILVA, G. A. G.; SANTOS, S. D. M. Barbie Dream Gap: o potencial (i)limitado do imaginário criativo na educação das meninas. **Poiésis Pedagógica**, v. 23, p. 1-20, jan./dez. 2025. Disponível em: https://periodicos.ufcat.edu.br/index.php/poiesis/article/view/74720. Acesso em: 25 mar. 2025.

SILVA, H. V. F.; SANTOS, S. D. M. Barbie Fashionistas: da retórica da diversidade aos modelos de feminilidade e padrões estéticos normativos na educação das meninas. **Itinerarius Reflectiones**, v. 20, n. 1, p. 1-16, 2024. Disponível em: https://revistas.ufj.edu.br/rir/article/view/76903/40092. Acesso em: 25 mar. 2025.

STEINBERG, S. R. A mimada que tem tudo. In: STEINBERG, S. R.; KINCHELOE, J. L. **Cultura Infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 321-338.

VIGOTSKI, L. S. **Obras escogidas**. 5 v. Madrid: Visor, 2000.

VIGOTSKI, L. S. **A formação social da mente**: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores. 7. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

VIGOTSKI, L. S. **A construção do pensamento e da linguagem**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.