

A INFLUÊNCIA DA BONECA BARBIE NA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO SOCIAL E PROFISSIONAL (APOIO UNIP)

Aluna: Beatriz Schefer de Santis

Orientadora: Profa. Dra. Angela Maria Pizzo

Curso: Pedagogia

Campus: Paraíso

Esta pesquisa propõe um estudo sobre a boneca Barbie como instrumento de mediação infantil e sua relação na formação de mulheres em cargos empresariais executivos. Apresentamos como a Barbie revolucionou a indústria de brinquedos, seu papel social em relação à evolução da mulher no mercado de trabalho e projetos feitos pela Mattel valorizando essa importância. Para isso, analisamos estudos bibliográficos relacionados a Pedagogia, Psicologia Social e Marketing, além de documentários e projetos específicos da boneca. Coletamos informações para melhor entender e analisar a venda das bonecas em relação aos números de mulheres em posições relevantes no mercado e na sociedade, tornando este estudo interdisciplinar ao relacionar esses dados com a qualidade educacional nacional e norte-americana. Concluímos que, assim como o mercado de trabalho, a Mattel mantém as opções profissionais da boneca atualizadas, enfatizando seu *slogan* direcionado ao público infantil feminino que diz “você pode ser tudo que quiser”, ao mostrar que não deve haver diferença de gênero no mercado de trabalho. Ao mesmo tempo, percebeu-se uma diferença em relação ao preço do produto em relação aos salários brasileiros e norte-americanos, o que faz com que o acesso a essa visão profissional infantil se torne mais difícil em nossa situação atual, porém pode-se explorar opções, como a boneca virtual, programas de *streaming* e ambientes virtuais.