

GÊNERO E BRINQUEDO:

Como a boneca mais famosa do mundo influencia a construção de padrões e estereótipos

Fauve Huback Ferreira¹

Sonia de Alcantara Gouveia²

Resumo

O presente trabalho discorre sobre a questão de gênero e sua influência na construção da identidade da criança através dos brinquedos e brincadeiras, sendo de extrema relevância essa temática que é pouco discutida. O artigo inicia-se com uma discussão sobre gênero e seus conceitos e depois descreve como o universo infantil pode ser influenciado pela ideia de consumo e poder causada pelos brinquedos. Foi feita uma pesquisa teórica e a expectativa é comprovar a hipótese de que de fato as brincadeiras e os brinquedos exercem influência nos padrões de gênero.

Palavras-Chave: Gênero. Brinquedos. Infância.

GENDER AND TOY:

How a World's Most Famous Doll Influences Pattern-Building and Stereotyping

Abstract

This paper discusses the issue of gender and its influence on the construction of the identity of the child through the toys and games, is extremely important to discuss a topic that is traditionally muted. The article starting with a discussion of gender and its concepts and then describing how the infant universe can be influenced by the idea of consumption and power caused by toys. A theoretical research has been done and the expectation is to prove the hypothesis that in fact the games and toys influence on gender patterns.

Keywords: Gender. Toys. Children.

Introdução

¹Licenciada em Pedagogia no Centro Universitário Geraldo Di Biase – UGB.

²Mestre em Educação pela Universidade Católica de Petrópolis – UCP. Docente do curso de Licenciatura em Pedagogia – UGB.

Não acredito que existam qualidades, valores, modos de vida especificamente femininos: seria admitir a existência de uma natureza feminina, quer dizer, aderir a um mito inventado pelos homens na sua condição de oprimidas. Não se trata para a mulher de se afirmar como mulher, mas de tornarem-se seres humanos na sua integridade. (BEAUVOIR, 2009, p.361)

Partindo dessa citação de Simone de Beauvoir retirada do livro “O segundo sexo”, este trabalho vem descrever sobre a necessidade da discussão de gênero na sociedade contemporânea a qual o machismo e o patriarcado ainda imperam. Esse artigo se justifica pela necessidade da desconstrução de paradigmas e preconceitos sobre a questão de gênero e como isso influencia o universo infantil, principalmente através dos brinquedos e brincadeiras.

A primeira e a segunda infância são fases cruciais no desenvolvimento e na construção da personalidade e da identidade do indivíduo, nelas que deveriam ser trabalhadas a desconstrução de padrões, só que infelizmente são nelas que são alimentadas, incentivadas e transferidas atitudes e comportamentos e atitudes presentes nos adultos, criando assim, crianças impregnadas de estereótipos padronizados e preconceitos e através dos brinquedos e brincadeiras, esses padrões se definem como normais.

O presente trabalho tem como objetivo discutir a questão de gênero, com foco na influência de brinquedos e brincadeiras, com destaque para o papel da criação da boneca “Barbie”.

O trabalho inicia-se com uma breve introdução, seguida de uma discussão conceitual sobre gênero, em que é relatado como essa temática é debatida desde os tempos antigos, logo em seguida, vemos como os brinquedos e brincadeiras influenciam ou não na construção da identidade e por último, como a Barbie transmite cultura e dita padrões de moda e comportamento em crianças do mundo inteiro.

Gênero e sua Construção: Entendendo Padrões e Preconceitos

Desde os tempos antigos, várias sociedades dividem-se entre masculino e feminino, e tudo nelas costuma ser rotulado: roupas, cores, profissões, esportes, objetos, brinquedos, brincadeiras etc. Não é novidade, portanto, que não haja somente tal divisão nos tempos modernos, há também hierarquização, de acordo com a qual o homem é a figura detentora de poder, sendo tudo o que é dito masculino mais valorizado e mais enaltecido. Isso é algo naturalizado, como se a mulher sempre tem menos valor do que o homem, até mesmo quando realiza atividades impossíveis de serem realizadas por eles, como, por exemplo, a geração de uma vida. Ela é vista apenas como reprodutora, como criadora, e quem exerce os papéis sociais mais importantes é o homem. “A humanidade é masculina”, segundo Simone de Beauvoir (2009, p. 16), porque “o homem define a mulher não em si, mas relativamente a ele, ela não é considerada um ser autônomo”.

As distinções de gênero acarretam uma série de padrões e de preconceitos que lentamente vem sendo discutidos e desconstruídos. Mas, afinal, o que é gênero? Essa é uma palavra muito usada nos dias de hoje; expressões como “igualdade de gênero” e “ideologia de gênero” vêm sendo muito faladas. Joan Scott (1989), em seu artigo “Gênero? Uma categoria útil para análise histórica” aborda gênero como “uma maneira de referir-se à organização social da relação entre os sexos”, ou seja, entende que o gênero é construído a partir das relações sociais com pessoas do mesmo sexo e/ou do sexo oposto e, também, de fatos históricos e sociais, não se podendo desconsiderar o determinismo biológico e as próprias identidade e subjetividade do indivíduo: juntos, esses fatores determinam a identidade de gênero dos indivíduos.

Os rótulos da sociedade geraram padrões de gênero, de que resultam inúmeros preconceitos. Tantas mulheres quanto homens que não compartilham da masculinidade hegemônica do mundo másculo e viril são discriminados o tempo todo. Uma mulher não pode exercer profissões ditas masculinas, como, por exemplo, a de motorista e a de pedreira, e não pode ter preferência pelas cores azul e verde; se chegar a usar uma roupa que não seja considerada “feminina”, é julgada, discriminada e rotulada por se apossar de coisas do mundo dos homens. Homens que, por sua vez,

resolvem ser vaidosos; que realizam atividades domésticas; que cuidam da casa, da família e dos filhos; que usam roupas cor-de-rosa são apedrejados. Todos os indivíduos são categorizados de acordo com estereótipos permeados de preconceito e de identidade sexual.

É necessário que esses padrões e preconceitos sejam desconstruídos, falados e mostrados para o mundo, para que possam ser trabalhados e entendidos como algo que diz respeito única e exclusivamente à intimidade de cada um. Para tanto, nada melhor do que começar essa desconstrução na infância, fase em que a criança reproduz os hábitos dos adultos que fazem parte de seu círculo de convivência, algo que pode resultar tanto em algo bom quanto em algo ruim. Se o adulto prega discursos de amor e de respeito ao próximo, a criança será educada dessa maneira e reproduzirá a fala desses adultos; porém, quando são transmitidos discursos de ódio, de intolerância, de preconceito e de cultura machista, independentemente de ser menino ou menina, a criança também os reproduzirá.

Desde pequenos, meninos são ensinados a serem opressores, a intimidar o sexo oposto. São ditas a eles, a todo instante, frases como “isso não é coisa de homem”, “meu filho é menino, vai ser pegador quando crescer”, “cresce e vira homem”, “não pode brincar com esse brinquedo porque ele é de menina” etc. Esses discursos, machistas por excelência, são reproduzidos antes mesmo de a criança aprender a falar. As meninas, por sua vez, aprendem a ser submissas; ouvem que a mulher é um ser inferior ao homem e que devem ser bem-comportadas, “santas”, “ter modos”; são criadas e educadas para ser boas esposas, donas de casa, mães.

Se vão a festas, as mulheres são consideradas sem valor, porque o mundo deseja um tipo de mulher “bela, recatada e do lar”, como se refere a revista *Veja*, na edição de 19/04/2016, à mulher do Presidente da República, Michel Temer, elegendo-a como modelo de mulher ideal. A presente discussão não diz respeito ao fato de que uma mulher não possa ser assim, mas, pelo contrário, defende que ela se sinta livre e à vontade para realizar os afazeres domésticos, se assim desejar, e que seja respeitada, não julgada, caso não escolha esse caminho e opte por outro estilo de vida. Além disso, devido ao fato de que as crianças recebem uma educação cheia de padrões e de preconceitos que precisam e que podem ser desconstruídos, pretende-

se argumentar que tais barreiras podem começar a ser rompidas por meio de jogos e de brincadeiras.

Brinquedos e Brincadeiras: Estabelecendo Relações

Manson (2002, p. 23) traz da Antiguidade o registro de vários brinquedos e brincadeiras como pião, ossinhos, nozes, figurinhas e outros. As bonecas eram comuns para as meninas e, já nos séculos V a.C. ao século IV d.C., foram encontradas pelos arqueólogos na Bacia do Mediterrâneo aproximadamente 500 bonecas. (MANSON, 2002. p.23 apud MÜLLER, 2007, p. 28)

Desde as origens da humanidade, os adultos criam objetos para as crianças se divertirem, os quais foram denominados de brinquedos. Segundo Echeverria (2012, p. 1), “brinquedo é um objeto destinado a divertir uma criança, e brincadeira é a ação de brincar, divertimento, festinha entre amigos”.

Não é de hoje que os brinquedos e as brincadeiras são utilizados para classificar e para rotular o gênero das crianças. Quando foram criados, já havia especificação de brinquedos para meninos e para meninas. Desde o ventre, são estabelecidos padrões de gênero para o bebê que ainda não nasceu. São esperadas atitudes, comportamentos, pensamentos e imaginação de acordo com o sexo. Se for menino, são esperadas crianças agressivas, racionais, pequenos líderes; se for menina, espera-se que demonstre delicadeza, sensibilidade, beleza, comportamentos de “mocinha”. Ao começarem a ter contato com brinquedos e com brincadeiras, a sociedade e as indústrias do ramo criam rótulos e os impõem às crianças por meio de propagandas atrativas, de condutas julgadas adequadas para o gênero que irá usufruir daquele brinquedo. Segundo Louro (2003, p. 55):

Se observarmos as propagandas de brinquedos dirigidos às meninas, veremos que elas investem de forma importante na ideia de cultivo a beleza como algo inerente ao feminino, aliado sempre ao supérfluo, ao consumo desenfreado, ou seja, não basta ter apenas a boneca tal, é preciso ter todos os modelos e variações da mesma boneca e seus respectivos acessórios. Outros itens se somam aos brinquedos, tais como produtos de maquiagem, roupas e calçados, perfumes e etc., na tentativa de reafirmar a beleza e a vaidade como algo natural.

As diferenças que são rotuladas como “coisas de menino” e “coisas de menina” são construções de uma sociedade machista e opressora. As crianças não são detentoras de práticas sexistas; elas estão presentes no mundo dos adultos, que esperam que meninas hajam de um jeito e que meninos, de outro. Nesse sentido, as crianças são influenciadas pela sociedade em relação a tudo, desde seus gostos a preferências por determinados brinquedos.

Ao entrar em uma loja de brinquedos, o (a) atendente logo nos pergunta o seguinte: “É para menina ou menino?” A resposta que deveria vir à cabeça das pessoas seria esta: “É para criança”. Infelizmente, a sociedade cresceu e construiu sua cultura baseada no machismo, na prepotência e na hegemonia masculina. Quando se chega ao setor dedicado aos “brinquedos de menino” nas lojas, vai-se ao encontro de super-heróis, de skate, de bola, de jogos que desenvolvem o raciocínio lógico: todos os brinquedos são destinados à construção da identidade de um menino forte, independente, capaz de solucionar problemas de maneira prática e eficaz. Ao se dar de cara com o setor de “brinquedos de menina”, estão expostos utensílios domésticos em geral, maquiagens, bonecas, como se para aprender a ser uma mulher somente seja necessário saber cuidar da casa e dos filhos e ficar bonita: os brinquedos mostram às meninas como serem robôs de uma sociedade que oprime e que rebaixa a mulher corriqueiramente. Os meninos nem são incentivados nem são ensinados a ter carinho e afetividade, pois seus pais e/ou responsáveis pensam que isso afeta seu lado másculo. De acordo com Nolasco:

Dentro dessa perspectiva, as relações interpessoais masculinas se restringem a encontros sociais em que pouco se fala ou se compartilha de experiências vividas; elas são marcadas por atitudes em que o que está em questão são demonstrações de atitudes de “macho”, os ditos homens de verdade. (Nolasco, 1997, p.18)

A maior preocupação dos pais ao dar brinquedos aos filhos não é somente a diversão gerada por ele, mas, além disso, a possibilidade de aquele objeto o tornar aquilo que se espera que o filho seja. Para a sociedade, um menino não pode brincar com um brinquedo considerado feminino, ou vice-versa, porque sua sexualidade é questionada, antes mesmo de a criança saber o que isso seja e de compreender sua orientação sexual. A ideia de brinquedos do sexo oposto está relacionada, a todo o tempo, com a sexualidade da criança, e isso muito mais por parte dos homens. As

crianças não se preocupam com se determinado brinquedo é de menina ou de menino; elas procuram uma companhia para se divertir e para construir seus conceitos por meio de brincadeiras e de diversão. Segundo Finco:

Os meninos e meninas brincam de tudo aquilo que lhes dê prazer: de bola, de boneca, de empinar pipa, de carrinho. Ao brincar com todos os brinquedos que desejam não deixam que ideias, costumes e hábitos, que já faziam parte da educação de meninos e meninas na primeira metade do século XIX, limitem suas formas de conhecer e vivenciar o mundo, determinando o que devem ser o que devem pensar e que espaços devem ocupar. Os brinquedos e brincadeiras são rotulados e classificados em determinado gênero, apresentando para as crianças uma hierarquização e uma cultura excludente. (FINCO, 2005, p. 13)

Barbie como Construtora de Gênero

Baseada no livro “Ruth e Barbie” de Robin Gerber (2009), a boneca Barbie foi pensada pela primeira vez na década de 50, quando Ruth Handler, sua criadora, observava sua filha Bárbara brincar com suas amigas. As meninas, que já eram pré-adolescentes e já não queriam mais brincar com as bonecas tradicionais, que representavam a figura de um bebê, usavam bonecas de papel, que representavam mulheres adultas. A boneca que transitava no imaginário de Ruth era o desejo, as fantasias de todas as adolescentes da época.

Ruth Handler e seu marido, Elliot, foram os fundadores da Mattel, a maior fábrica de brinquedos do mundo. Por ter sido criada em uma época em que as mulheres muito mal saíam de casa, a empresa era formada, em sua grande maioria, por homens, que não davam crédito algum às ideias da presidente. Os sócios não acreditavam que esse fascínio de Ruth por uma boneca pudesse ser um sucesso comercial, tanto que julgavam vulgar uma boneca com corpo de mulher porque, na época, era inadmissível que uma mulher estivesse à frente de uma empresa. Ruth ia a reuniões e entrava pela porta dos fundos da própria empresa; além disso, os locais em que se reunia com clientes não permitiam a entrada de mulheres.

Quando os sonhos da dona da Mattel começaram a tomar forma, foi dado à boneca o nome de Barbie, em homenagem à sua filha, Bárbara, que não ficou muito

feliz com a ideia de ter seu nome associado ao produto. Finalmente, Barbie foi lançada no mercado. No começo, não obteve êxito nas vendas e ficou encalhada nas prateleiras das lojas de brinquedos. A Sra. Handler mal podia acreditar que sua maior criação havia fracassado. Então, ao fazer pesquisas com os consumidores, descobriu que um dos motivos do acontecido era o fato de que os pais não aceitavam ter esse tipo de boneca em suas casas.

Sabendo que, no que dependesse dos adultos, sua nova boneca fracassaria, Ruth buscou atingir seu público-alvo por meio de campanhas de marketing. Ela investiu tudo o que tinha nisso, pegou empréstimos, fez parcerias para que seu comercial fosse exibido em horários cuja audiência fosse maior. Seu auge foi sua parceria com Walt Disney, a partir da qual Barbie começou a aparecer nos intervalos das animações do Mickey e de sua turma. Foi o “boom”! Sucesso! As vendas deslancharam, as prateleiras não paravam cheias. Porém, a clientela não se contentou com uma única “boneca dos sonhos”, e houve necessidade de que novas roupas, de que novos acessórios e, até mesmo, de que novas bonecas, representando as amigas de Barbie, fossem criados. Posteriormente, um boneco para representar o namorado de Barbie foi criado, levando o nome de Ken, em homenagem a Kennedy, irmão de Bárbara.

Os lucros da Mattel cresceram demasiadamente, e Ruth Handler se tornou um sucesso absoluto. Ela batia de frente com tudo o que uma mulher da época não podia ser e servia de exemplo para inúmeras outras mulheres. Defendia a causa das minorias e empregava na Mattel mulheres e imigrantes, que não eram empregados, de forma alguma, em qualquer outra empresa dos EUA. Não tinha nem medo nem vergonha de batalhar por seu espaço e de se impor como mulher. Ela se unia às demais mulheres e se tornava a personificação do ideal que criou para a sua boneca. Gerber (2009, p.255) informa que Ruth “deu então início à campanha para comercializar a Barbie como um modelo de escolhas profissionais, com o slogan *We girls can do anything*”³.

Ruth Handler não imaginava que seu sucesso incomodaria tantas pessoas. Tornou-se alvo constante de críticas e de inveja, pois o fato de uma mulher presidir

³Em português, “Nós, garotas, podemos fazer qualquer coisa”.

uma empresa ainda era visto como algo incomum, mesmo dentro da Mattel, gerando a maior decepção e a maior frustração da sua vida. Alguns de seus funcionários fraudaram as normas da receita federal, e Ruth Handler foi processada por fraude e destituída do seu posto de presidente, desligando-se, logo em seguida, da Mattel para outro ramo.

Assim como sua criadora, a boneca Barbie, sucesso de público no mundo inteiro, é ditadora de padrões de beleza, de moda e de comportamento. A menina que não tem uma é excluída do círculo de amigas e, ainda, torna-se vítima de bullying. Barbie é o modelo de moda, e todas as garotas querem ser como ela: loira, cabelos compridos e lisos, magra e branca. Ainda que haja outras bonecas da linha, elas são consideradas apenas “amigas” da Barbie; além disso, têm características diferentes das dela, de modo que somente ela, o padrão loiro magro e perfeito, pode ser a Barbie, e nada pode apagar sua supremacia.

O sucesso da Barbie está relacionado à ideia de consumo, de aquisição, de acordo com a qual a felicidade é encontrada se você puder comprá-la. Isso influencia a construção da personalidade e da identidade das crianças. Sabemos que o gênero é uma construção social e cultural: o indivíduo se forma e se constrói enquanto ser pertencente àquela ideologia na qual ele acredita. Dessa maneira, com uma boneca que traz consigo tal bagagem cultural não poderia ser diferente, e ela influencia na construção de gênero das meninas. A Barbie é uma educadora, mas não no melhor sentido que essa expressão poderia apresentar. Ela educa as meninas, ensina-as que mulher de verdade é apenas a que tem seu padrão “perfeito”. As meninas projetam-se na boneca em sua busca pela perfeição, moldando-se aos olhos de uma sociedade consumista, capitalista e exacerbadamente machista.

Por não, ainda, sua personalidade e sua identidade formadas, a criança se observa no espelho de algo que idolatra, seja ele um brinquedo, seja ele um personagem, seja ele um desenho animado. Ela, então, assimila-lhes o comportamento e o reproduz. Muitas vezes como apoio e com a influência dos próprios pais, viram adultos em miniaturas, e a sociedade de que fazem parte julga esse fato normal. Mesmo as crianças que não podem comprar o que o marketing da Mattel vende podem assumir sua identidade, sua personalidade, sua construção de gênero e sua sexualidade.

A maior fábrica de brinquedos do mundo vende um padrão estereotipado de um modelo que ao ver da sociedade parece ideal, segundo Santos (2016,p.22),”o padrão imposto por Barbie dissemina a “Fórmula da Felicidade”, fórmula essa que não condiz com a realidade de muitas meninas” e ao lançar a Barbie, lança um padrão de corpo, para uma criança que não tem sua personalidade formada, ela vai achar que se ela não tiver aquele tipo de corpo, vai estar excluída, vai se sentir com a autoestima baixa, causando futuros transtornos psicológicos, tornando-a um adulto com algum tipo de frustração. Como se não bastasse estereotipar o corpo, ao lançar as bonecas, elas vêm com uma gama de roupas e acessórios, evidenciando ainda mais aquele padrão de beleza e enaltecendo o consumismo em exagero, pois ao comprar uma Barbie que graça terá se não comprar toda a linha de produtos? A Mattel traz por traz de sua linha, ainda que proposital ou não, uma formação de caráter e uma padronização infanto-juvenil, causando nas crianças que consomem a Barbie uma espécie de frenesi para que a cada dia tenham mais e mais. Só que por trás das lindas bonecas loiras e magras, estão crianças que vão se moldar através delas, através de suas roupas e acessórios e a frustração de não se ver num determinado brinquedo é frustrante, mas isso é mais comum do que parece.

A boa nova é que a todo instante em redes sociais, surgem notícias de que a Mattel estaria lançando novos modelos da boneca, com padrões e estereótipos diversificados, espera-se que sejam notícias verídicas, as crianças que brincam com os produtos da empresa se sentiriam representadas se pudessem se ver em um brinquedo. Claro que isso está longe de alcançar padrões mundiais, para que todas as crianças que consomem a Barbie possam ver ao menos uma característica sua na boneca, mas todo começo é válido, o mundo está mudando, as crianças de hoje já não são mais como as de anos atrás, espera-se que essas mudanças ocorram e a Barbie é uma representante mundial do universo infantil, ela tem que passar por essas transformações também. Segundo SANTOS (2016, p.22)

A Barbie é uma boneca idealizada para a disseminação do corpo perfeito, porém, nos dias atuais, com a luta pela igualdade de gênero e a quebra dos padrões de beleza, pode-se afirmar que ela ainda está inserida em velhos padrões e que certamente não poderão se adequar na vida de nossas meninas. Por isso vieram as mudanças e a diversidade de corpos e cores lançadas recentemente. Durante décadas e décadas ela nada mais do

que espalhou pelo mundo uma beleza egocêntrica, vaidosa, ilusionista, e quebrar este tabu nada mais é do que quebrar estes padrões. É mostrar que “você pode ser o que quiser” sendo do jeito que é.

Considerações finais

Com essa pesquisa foi possível observar que a indústria voltada para o consumo infantil é dicotômica e excludente. Os brinquedos e as brincadeiras têm total influência na construção de gênero, pois eles são criados para segregar. A boneca Barbie, é um dos principais brinquedos que é usado para tal, pois ela dita padrões de comportamento, de gênero e de atitudes, a começar pelo preço, que elimina a classe baixa que consome produtos da indústria infantil, a qual só permanece aquele que tem poder aquisitivo para a compra e a manutenção de roupas e acessórios, excluindo completamente aquelas crianças mais pobres, evidenciando ainda mais a sua função de excluir, de segregar.

Cabe aos familiares e aos educadores a quebra desses rótulos, pois vimos na pesquisa que a criança não tem a distinção de que tal brinquedo é para tal sexo, isso é inculcado em suas cabeças através dos pensamentos dos adultos, transbordando preconceito e imaginando que aquilo vá trazer alguma influência na identidade das crianças.

Essa pesquisa é de suma importância para nós, educadores, ela nos mostra como são essenciais o debate e a desconstrução constante de padrões de estereótipos causados pelo preconceito e pela estagnação da sociedade.

O interesse pelo tema é grande e o prazer em estudá-lo aumenta a cada leitura e pesquisa, tornando assim possível a continuidade após a graduação.

Referências

BEAUVOIR, Simone. **O Segundo Sexo**. Tradução Sérgio Milliet. 2 Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009. 2v.

ECHEVARRIA, Alexandre. **Jogos e Brinquedos e Brincadeiras: História Dos Jogos e a Constituição Da Cultura Lúdica**. Cruz Alta: Unicruz, 2012.

FINCO, Daniela. **Educação Infantil, Gênero e Brincadeiras: das naturalidades às transgressões**. São Paulo, Unicamp, 2005.

GERBER, Robin. **Barbie e Ruth: A história da mulher que criou a boneca mais famosa do mundo e fundou a maior empresa de brinquedos do século XX**. São Paulo: Ediouro, 2009.

LINHARES, Juliana. **Marcela Temer: Bela, Recatada e “Do Lar”**. Veja. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>> Acesso em: 14 maio 2016.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e Educação: Uma Perspectiva Pós-Estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. **Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MÜLLER, Verônica Regina. **História de Crianças e Infâncias: registros, narrativas e vida privada**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007

NOLASCO, Sócrates. Um “Homem de Verdade”. In: Homens. Dário Caldas (org.) São Paulo: SENAC, 1997.

SANTOS, Kaline Silva. **Barbie: influência da boneca mais “famosa” do mundo nos padrões de beleza infantil**. Guarabira: UEPB, 2016.

SCOTT, Joan. **Gender: A Useful Category of Historical Analyses. Gender and the Politics of History**. New York, Columbia University Press, 1989.