



3 – MENTE SOBRE PLÁSTICO: desvendando o poder psicológico da Barbie na construção do *Self*¹ MENTE SOBRE PLÁSTICO: desvelando el poder psicológico de Barbie en la construcción del *Self*

Cleuseni Resende de Oliveira²
 Debora Louise Oaida³
 Mario Alberto Otero Mancini⁴
 Sheila de Souza Moreira⁵
 Eugênio Pereira de Paula Júnior (orientador)⁶

RESUMO

O artigo tem por objetivo investigar a relação entre a Barbie e o conceito de *Self* da Psicologia Analítica, para compreender de que maneira essa identificação pode influenciar o desenvolvimento do *Self* nas pessoas. Trata-se de pesquisa quantitativa, de natureza exploratória e caráter descritivo, que utilizou-se como instrumento de coleta de dados, uma entrevista semiestruturada com perguntas fechadas, com dados obtidos analisados estatisticamente de acordo com as respostas obtidas e interpretados por conceitos e estudos da Psicologia Analítica. A pesquisa evidenciou que a identificação pessoal com a Barbie pode ter impactos psicológicos e emocionais profundos em algumas pessoas, destacando a importância de considerar a influência dos símbolos culturais na psicologia contemporânea.

Palavras-chave: Psicologia Analítica, Barbie, Identificação, Individuação, Projeção.

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo investigar la relación entre Barbie y el concepto de *Self* en Psicología Analítica, para comprender cómo esta identificación puede influir en el desarrollo del *Self* en las personas. Se trata de una investigación cuantitativa, de carácter exploratorio y de carácter descriptivo, que se utilizó como instrumento de recolección de datos, una entrevista semiestruturada con preguntas cerradas, con datos obtenidos analizados estadísticamente de acuerdo a las respuestas obtenidas e interpretados por conceptos y estudios de la Psicología Analítica. La investigación demostró que la identificación personal con Barbie puede tener profundos impactos psicológicos y emocionales en algunas personas, destacando la importancia de considerar la influencia de los símbolos culturales en la psicología contemporánea.

Palabras clave: Psicología Analítica; Barbie; Identificación; Individuación; Proyección.

¹O presente artigo foi utilizado como Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Graduação em Psicologia do Centro Universitário UniDomBosco, Curitiba/PR, Brasil. Orientador: Prof.º Drº Eugênio Pereira de Paula Júnior.

²Cleuseni Resende de Oliveira, cleuseni.oliveira@acad.unidombosco.edu.br; ³Debora Louise Oaida, debora.oaida@acad.unidombosco.edu.br; ⁴Mario Alberto Otero Mancini, mario.mancini@acad.unidombosco.edu.br e

⁵Sheila de Souza Moreira, sheila.moreira@acad.unidombosco.edu.br, são discentes do curso de Psicologia do Centro Universitário UniDomBosco, Curitiba/PR, Brasil.

⁶Eugênio Pereira de Paula Júnior é Neuropsicólogo; Mestre em Educação (UTFPR, 2000); Especialista em Neuropsicologia (CFP, 2007); Doutor em Gestão do Conhecimento (Dom Bosco, 2015) e, Professor orientador do Centro Universitário UniDomBosco, Curitiba/PR, Brasil. Contato: genio97@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa se propôs a explorar a influência psicológica da boneca Barbie na construção do *Self* das pessoas, com ênfase na abordagem da Psicologia Analítica, que adota uma perspectiva simbólica e não linear da psique, considerando os símbolos como elementos integradores do consciente e do inconsciente, propiciando o desenvolvimento pessoal através da individuação (Padua, Serena, 2018). O conceito do *Self*, formulado por Carl Jung, é central nesse estudo, representando a busca pela individuação e equilíbrio dos opostos internos. A visão de Marie Louise von Franz e de Nise da Silveira são igualmente relevantes, enfatizando sua importância na busca da unidade interna e no mergulho nas profundezas da psique.

Nesse contexto, como a identificação pessoal com a Barbie pode influenciar a autenticidade e a busca por autodescoberta nas pessoas? Este estudo visa contribuir para essa compreensão.

O objetivo deste artigo é investigar a relação entre a Barbie e o conceito de *Self* da Psicologia Analítica, para compreender de que maneira essa identificação pode influenciar o desenvolvimento do *Self* nas pessoas, além de explorar como essa identificação influencia a formação da identidade e a individuação, avaliar o impacto das narrativas na autoestima e no autoconhecimento, analisar como diferentes representações da boneca refletem estágios do desenvolvimento de *Si Mesmo*, examinar como a identificação influencia valores e crenças pessoais ligados ao *Self*, investigar se essa conexão varia com características individuais e contribuir para compreender a influência da Cultura Pop na formação da identidade (Cechin, Silva, 2012).

A justificativa para o estudo é multifacetada. No âmbito acadêmico, contribui para a compreensão da relação entre identificação com personagens midiáticos, no caso a Barbie, e os processos psicológicos. No contexto científico, a investigação oferece uma abordagem significativa para compreender os efeitos psicológicos da mídia na formação do *Self*, com aplicações em Psicologia clínica, terapia, educação e mídia. Socialmente, é relevante por sua análise da influência da Barbie na formação do *Self* e comportamentos, abordando possíveis impactos positivos como a desconstrução de estereótipos de gênero.

Quanto à metodologia, trata-se de pesquisa quantitativa, de natureza exploratória e caráter descritivo, que envolveu uma revisão sistemática de literatura, análise de teorias e conceitos (Michel, 2005). Utilizou-se como instrumento de coleta de dados, uma entrevista semiestruturada com perguntas fechadas, direcionadas para a investigação da influência da Barbie na autenticidade e autodescoberta, onde os dados obtidos foram analisados estatisticamente de acordo com as respostas obtidas e interpretados por conceitos e estudos da Psicologia Analítica. A pesquisa foi aplicada no segundo semestre do ano de 2023, para 208 alunos do período noturno, de cursos variados, do Centro Universitário UniDomBosco.

Em resposta a questão norteadora da pesquisa, conclui-se que, pela ótica da Psicologia Analítica, a identificação com a Barbie aciona projeções arquetípicas, instigando reflexões sobre autenticidade e individuação. A pesquisa evidenciou que a identificação pessoal com a Barbie pode ter impactos psicológicos e emocionais profundos em algumas pessoas, destacando a importância de considerar a influência dos símbolos culturais na psicologia contemporânea.

A submissão ao Comitê de Ética de Pesquisa com Seres Humanos (CEP)¹ do Centro Universitário UniDomBosco, foi realizada sob registro nº CAAE nº: 73499523.8.0000.5223.

A MAGIA DO SELF

O conceito do *Self*, formulado por Carl Gustav Jung, abrange o núcleo central da psique humana, transcendendo os aspectos individuais e integrando consciente e inconsciente, representando dessa forma a busca pela Individuação e o equilíbrio dos opostos internos, sendo o *Self* a força unificadora que direciona esse desenvolvimento pessoal e espiritual (Rocha, 2018). Por meio de símbolos e sonhos do inconsciente coletivo, busca-se a

¹Com parecer favorável nº 6.336.658/2023. A coleta de dados foi respaldada na Resolução CNS nº 466, de 12 de dezembro de 2012 e no Código de Ética do Psicólogo. A participação da pesquisa se deu de forma voluntária – o participante realizou a leitura do Termo de Consentimento Livre Esclarecido – TCLE, autorizando sua participação ao assinalar em “Li e concordo em participar”, tendo acesso a pesquisa.

autorrealização, integrando progressivamente as diferentes facetas da psique.

Nessa ordem de ideias, o *Self* é entendido como a essência primordial de todas as atividades humanas, revelada através de sonhos, imagens e fantasias como artefatos poderosos para explorar a psique. Enfatiza que esses símbolos permitem discernir o inconsciente, refletindo a projeção do mundo interno do si mesmo e tornando-se uma introjeção do mundo externo (Hark, 2000). Destaca por sua vez a importância vital do simbolismo e da dinâmica interativa entre consciente e inconsciente no processo de construção da identidade e na compreensão mais profunda da psique humana, incluindo o processo automático e inconsciente de projeção e introjeção de conteúdos latentes do inconsciente (Teodoro et al., 2019).

Segundo Bonfatti et al. (2021), o *Self* possui uma dimensão transpessoal, conectando o indivíduo com a totalidade do universo e permitindo uma harmoniosa integração ao contexto social e cultural, que no olhar da teoria junguiana, isso reflete na busca pela totalidade e sentido da vida, desempenhando dessa maneira um papel fundamental no caminho rumo ao autoconhecimento e à plenitude.

No contexto da Psicologia Junguiana, o referido conceito de *Self* assume uma relevância central como um arquétipo unificador que busca a integração dos elementos conscientes e inconscientes da psique, visando a realização pessoal e o equilíbrio psicológico (Hark, 2000):

A denominação de *Self* não cabe unicamente a esse centro profundo, mas também à totalidade da psique. O reconhecimento da própria sombra, a dissolução de complexos, liquidação de projeções, assimilação de aspectos parciais do psiquismo, a descida ao fundo dos abismos, em suma, o confronto entre consciente e inconsciente, produz um alargamento do mundo interior do qual resulta que o centro da nova personalidade, construída durante todo esse longo labor, não mais coincida com o ego. O centro da personalidade estabelece-se agora no *Self*, e a força energética que este irradia englobará todo o sistema psíquico. A consequência será a totalização do ser, sua esferificação (abrundung). O indivíduo não estará

mais fragmentado interiormente [...] Seu mundo agora abraça valores mais vastos, absorvidos do imenso patrimônio que a espécie penosamente acumulou nas suas estruturas fundamentais. Prazeres e sofrimentos serão vivenciados num nível mais alto de consciência. O homem se torna ele mesmo, um ser completo, composto de consciente e inconsciente incluindo aspectos claros e escuros, masculinos e femininos, ordenado segundo o plano de base que lhe for peculiar (Teodoro, Silva & Ferreira, 2019, p.17, apud Silveira, 1983, p.99-100).

O *Self*, segundo Jung, é o arquétipo central e a totalidade psíquica, que influencia a integração e vários processos e aspectos da psique. Jung tinha uma visão fenomenológica dos arquétipos, relacionados às experiências significativas da humanidade, mas o conceito de *Self* apresenta dificuldades de definição na sua teoria (Bonfatti et al, 2021).

EVOLUÇÃO DA PSICOLOGIA ANALÍTICA DO SELF: A CONTRIBUIÇÃO FEMININA NO DESENVOLVIMENTO DA TEORIA

Começando pelo conceito de *Self* de Marie Louise von Franz, em vista de que segundo ela, é essencial na busca da unidade interna do ser humano, integrando suas partes conscientes e inconscientes. Ao explorar os significados simbólicos dos contos de fadas, o indivíduo mergulha nas profundezas de sua psique, reconhecendo aspectos ocultos e enfrentando desafios internos (Franz, 1980). Os contos de fadas espelham a jornada de autorrealização, mostrando o caminho da individuação e a jornada do herói rumo ao pleno desenvolvimento de cada indivíduo. Compreender e integrar o *Self* proporciona sentido, propósito e razão à existência, conduzindo a um caminho de crescimento pessoal e equilíbrio psicológico (García, 2018).

A ideia do *Self*, proposta por von Franz, enfatiza a transcendência das fronteiras consciente e inconsciente, já que o *Self* emerge da conexão entre esses dois conteúdos, ao longo do eixo ego-*Self*, permitindo um desenvolvimento contínuo (Franz, 1980). A evolução depende do desejo do ego de receber as mensagens do *Self*. A

escolha de acolher essas mensagens abre um caminho para a autodescoberta e transformação psicológica, que ao integrar consciente e inconsciente, o indivíduo alcança equilíbrio e harmonia interior, desvendando aspectos ocultos e rumando ao autoconhecimento pleno (Bacarin, 2019).

A próxima visão do *Self* é a de Nise da Silveira, renomada psiquiatra brasileira. Seu conceito ganha destaque por ela compreender o *Self* como o núcleo da nossa totalidade psíquica, possibilitando a experiência de transcendência do ego, e ao perceber a fragilidade do ego em relação aos mistérios profundos e à nossa própria alma, o *Self* nos permite mergulhar nos abismos da consciência e ir além das projeções da *anima/animus* e da sombra (Sousa, 2021).

Sousa (2021) comenta que através desse processo contínuo de autoconhecimento, pode-se expandir as fronteiras da consciência e experimentar um algo para além de si. Nise da Silveira enfatiza que somente ao reconhecer os limites é que pode estar apto a superá-los, possibilitando um encontro mais autêntico com sua essência interior (p.5, citado por Sousa, 2021).

Na parte mais profunda do inconsciente coletivo, Jung desvelou um elemento central de extrema relevância na psicologia junguiana: o *Self* (Si Mesmo). Ele age como uma fonte inesgotável de energia psíquica, desempenhando um papel fundamental. Como explorado anteriormente, ele desempenha um papel importante nas dinâmicas de renúncia aos desejos egoístas. Quando a renúncia ocorre por medo da opinião pública e da conformidade com os códigos sociais, isso indica que o *Self* permanece nas sombras do inconsciente, projetando-se na esfera externa e alinhando-se à consciência moral coletiva. No entanto, à medida que ele se torna perceptível como um fator psíquico determinante, a renúncia aos desejos egoístas deixa de ser motivada pela pressão da moral coletiva e passa a ser regida pelas leis internas inerentes ao próprio *Self*. Esse conceito é essencial para compreender a psicologia humana e fornece insights valiosos para a compreensão das motivações intrínsecas por trás das ações individuais (Silveira, 2023).

HI, BARBIE!

O brinquedo, enquanto objeto cultural, desempenha um papel fundamental na

construção da infância, envolvendo complexos significados e práticas que são gerados não somente por seus criadores e disseminadores, mas também pelos próprios usuários (Cechin, Silva, 2012). Revelando discursos, concepções e representações sociais, esses artefatos carregam consigo valores culturais que refletem a concepção histórica da cultura circundante onde são concebidos. A dinâmica histórica da cultura hegemônica do momento, molda as subjetividades de acordo com suas próprias premissas (Cechin, Silva, 2012).

A Barbie, concebida na década de 1950 por Ruth Handler, cofundadora da Mattel, surgiu como uma resposta à ausência de bonecas adultas no mercado infantil. Lançada em 1959, a boneca se tornou um símbolo cultural, moldando a perspectiva das meninas ao apresentar um padrão estético e comportamental ideal, gerando impactos psicológicos significativos na autoimagem, autoestima e construção de identidade (Silva, 2016). Além de influenciar preferências de consumo, a Barbie representa uma reflexão sociológica sobre como nossas escolhas de demanda estão intrinsecamente ligadas à busca por uma identidade desejada (Simili Souza, 2015).

Ao longo dos anos, a Barbie se estabeleceu como um signo significativo e influente, amplamente conhecido, colecionado, admirado e elevado ao status de uma personalidade imortal na Cultura Pop, recebendo um constante influxo de renovação para permanecer viva no imaginário geral (Simili Souza, 2015). Com mais de 60 anos de existência pública, a trajetória da Barbie revela como os objetos de consumo não se restringem a meras mercadorias, mas adquirem uma dimensão simbólica e tornam-se veículos de significados, moldando a cultura, os valores sociais e influenciando diretamente a construção da identidade pessoal e coletiva (Silva, 2016).

Neste contexto, destaca-se a relevância da semiótica da Barbie, que, como ícone cultural, também influencia a construção da identidade, tanto a infantil como a adulta, através da disseminação de modelos identitários por meio de imagens presentes em filmes, brinquedos, roupas, revistas e outras mídias (Roveri, 2008). Embora nem todas as crianças possam adquirir os produtos comercializados pela boneca, a

marca Barbie exerce uma influência poderosa ao difundir signos de gênero e sexualidade, moldando de forma vertiginosa certas formas de pensamento, comportamento e relações com o mundo para uma ampla gama de pessoas (Roveri, 2008).

A Barbie, como objeto com identidade cultural, alcançou um notável sucesso impulsionado pelas diversas narrativas entrelaçadas em diferentes mídias, as quais têm continuamente renovado e adaptado suas múltiplas identidades, conectando-as às especificidades culturais de cada época (Cechin, Silva, 2012). Ao considerar as representações culturais presentes nessas imagens pictóricas, é possível reconhecer conscientemente os modelos identitários difundidos e seus impactos no processo de identificação e construção da identidade das pessoas assim como seus alcances psicoemocionais (Silva, 2016).

A onipresença e a constante produção de estímulos da Barbie alimentam o desejo de "ser tudo o que você quiser", refletindo o reverso capitalista do consumo (Simili, Souza, 2015). Através de sua vasta variedade de modelos, busca criar identificação com as pessoas e induzir o desejo de consumo em uma sociedade capitalista, utilizando-se da semiótica e imagens arquetípicas para evocar projeções e identificação em cada indivíduo. Assim, a influência psicológica da Barbie na construção da identidade e nos desejos dos indivíduos é reforçada (Roveri, 2008).

No entanto, essa versatilidade também desencadeou debates sobre as influências psicológicas da Barbie, pois os críticos apontam que a imagem idealizada e irrealista da boneca pode afetar negativamente a autoimagem e autoestima das crianças, levando a padrões de beleza inatingíveis e insatisfação com o próprio corpo. Além disso, a ênfase na moda, no consumo e em determinados estilos de vida pode contribuir para a criação de uma mentalidade consumista desde tenra idade, onde a busca por identidade está diretamente vinculada ao que se possui na realidade material (Roveri, 2008).

A influência da Barbie não se limita apenas às crianças, mas também se estende aos adultos e à sociedade como um todo. A marca Barbie tornou-se um fenômeno cultural, permeando diferentes esferas, como

moda, arte, música e até mesmo discussões sobre questões de gênero e representação (Simili, Souza, 2015). A referida boneca pode ser vista como um reflexo da cultura e dos valores da época em que foi criada, mas também atua como um agente ativo na construção e perpetuação de certos estereótipos e ideais (Roveri, 2008; Simili, Souza, 2015).

A trajetória dela é uma mistura complexa de influências culturais, sociais e psicológicas, já que enquanto a boneca continua a ser um símbolo de diversão e imaginação para muitas crianças, também desperta questionamentos sobre os impactos de sua representação estereotipada e seu papel na construção das subjetividades das pessoas, independentemente do gênero (Roveri, 2008; Simili, Souza, 2015). A discussão em torno da Barbie é um reflexo mais amplo das complexidades envolvidas na relação entre consumo, identidade e sociedade contemporânea (Roveri, 2008).

A CONTRIBUIÇÃO DA PSICOLOGIA NA FORMAÇÃO DA BARBIE

A importância da Psicologia na criação da imagem icônica da Barbie é inegável e enraizada na colaboração significativa de Ruth Handler e do psicólogo e consultor de empresas Ernest Dichter. Dichter, um renomado especialista em marketing, desempenhou um papel crucial ao aplicar suas técnicas psicológicas para entender as motivações das pessoas na compra de produtos. Sua abordagem envolveu pesquisas aprofundadas que exploravam as percepções das pessoas sobre produtos e sua relação pessoal com eles. Foi esse enfoque que o levou a analisar a Barbie, conduzindo entrevistas com meninas e mães para entender suas percepções e aspirações em relação à boneca. Ele descobriu que, embora as mães tivessem opiniões negativas sobre a Barbie, as meninas a viam como um modelo aspiracional. Esse insight levou a recomendações estratégicas, como enfatizar o valor educacional da boneca para as mães, minimizando os aspectos sexuais e destacando como as roupas da Barbie poderiam ensinar as meninas a se cuidarem (Gerber, 2023).

Ruth Handler, alinhada com a visão de Dichter, acreditava que a Barbie poderia ser mais do que uma simples boneca, podendo

ser um instrumento de aprendizado e inspiração para as meninas. O lançamento da boneca como uma adolescente que nadava, dançava e trocava de roupas foi um passo revolucionário na publicidade de brinquedos da época. Essa abordagem pioneira permitiu que as meninas se enxergassem na Barbie e sonhassem com um futuro de possibilidades. A Psicologia desempenhou um papel fundamental na criação da imagem da Barbie como um reflexo das aspirações das meninas e na formação de sua identidade como um ícone da cultura pop. Apesar das controvérsias posteriores em relação aos papéis de gênero e ao feminismo, a visão de Ruth Handler e a aplicação das técnicas psicológicas de Ernest Dichter deram origem a uma boneca que se tornou um ícone cultural duradouro (Gerber, 2023).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As perguntas da pesquisa tinham por objetivo obter resposta para a questão norteadora, sendo 15 perguntas fechadas: sobre o gênero dos participantes; sobre a idade dos participantes; sobre a primeira vez que a pessoa viu a Barbie; se a Barbie provoca nostalgia na pessoa; a respeito do valor sentimental que a Barbie tem para as pessoas; se a pessoa teve ou tem identificação com a Barbie; como a Barbie estimula a criatividade e imaginação das pessoas; como a jornada de autodescoberta da Barbie refletiu nas experiências de autoconhecimento das pessoas; como a interação com a Barbie impactou a autoestima das pessoas; sobre a influência da Barbie na percepção da pessoa sobre o papel da mulher na sociedade; sobre a influência da Barbie na percepção da pessoa sobre os papéis de gênero no que é considerado feminino ou masculino; sobre como a Barbie afetou a percepção da pessoa sobre a importância da autenticidade e aceitação de si mesmo(a); sobre como a Barbie influenciou a forma como a pessoa expressa suas emoções e sentimentos; sobre como a Barbie influenciou a percepção da pessoa a respeito da importância da busca pelo equilíbrio entre a individualidade e interdependência e; quais valores ou mensagem a Barbie transmite que a pessoa considera relevante em sua vida.

Segundo Cervo e Bervian (2007, p. 86), “a análise de dados é a transformação de números em informação, em significado, em solução de problemas”, de modo que, uma vez coletados os dados, é preciso analisar e interpretar. Assim, a análise e interpretação dos dados apresentados considerou-se as 208 respostas obtidas, utilizando da ferramenta da análise estatística descritiva, onde os dados são demonstrados em forma de texto, analisados estatisticamente de acordo com as respostas obtidas e interpretados por conceitos e estudos da Psicologia Analítica.

As duas primeiras perguntas referia-se aos dados demográficos da pesquisa. Sobre o gênero dos acadêmicos que participaram da pesquisa, observou-se que a maioria foram mulheres, 77,4% (161 pessoas) se identificaram como sendo do gênero feminino e; 18,8% (39 pessoas) se identificaram como sendo do gênero masculino e; 3,8% (08 pessoas) como sendo do gênero não binário. Não houve respondentes que se identificaram com outros gêneros. Em relação a idade dos acadêmicos que responderam à pesquisa, observou-se que 45,2% (94 pessoas) tem idade entre 18 a 29 anos; seguidos por 32,6% (68 pessoas) com idade entre 30 a 39 anos; 16,4% (34 pessoas) com idade entre 40 a 49 anos e; 5,8% (12 pessoas) com idade entre 50 a 59 anos. Não houve respondentes com idade igual ou acima de 60 anos.

Ao pesquisar sobre qual foi a primeira vez que você teve contato com a Barbie e como você se sentiu ao vê-la; notavelmente, 66,3% dos participantes descreveram um encontro marcante e emocionalmente positivo, enquanto 18,8% lembraram-se vagamente desse momento, e 14,9% relataram uma experiência inicial menos impactante. A Psicologia Analítica, desenvolvida por Carl Gustav Jung, oferece uma abordagem que destaca a importância dos símbolos e do inconsciente na formação da psique humana. À luz dessa perspectiva, a diversidade de experiências iniciais relatadas pelos participantes em relação à boneca Barbie pode ser compreendida como uma manifestação da riqueza simbólica presente na psicologia individual. Essas vivências iniciais variam em termos de intensidade simbólica e emocional, refletindo a ativação de símbolos pessoais ou arquétipos relacionados à beleza, feminilidade e

idealização, como indicado pelos 66,3% dos participantes que descreveram encontros marcantes e emocionalmente positivos com a Barbie. Por outro lado, os 18,8% que lembraram-se vagamente desse momento sugerem uma conexão mais sutil com os símbolos associados à boneca, enquanto os 14,9% que relataram uma experiência menos impactante indicam uma menor ativação de símbolos relacionados à Barbie. Dentro da perspectiva junguiana, os arquétipos, que são padrões universais de significado e experiência compartilhados pela humanidade, podem estar em ação aqui, influenciando as reações iniciais à Barbie e moldando a construção do *Self* de maneira única para cada indivíduo (Silveira, 2023). Isso sugere que a influência da Barbie na construção do *Self* é multifacetada, variando em termos de intensidade simbólica e emocional, dependendo do indivíduo.

Ao questionar em que medida a Barbie evoca sentimentos de nostalgia, a pesquisa investigou a extensão desses sentimentos em cada um dos participantes. Os resultados indicam que a maioria (50,5%) relatou forte conexão emocional com a Barbie, devido à lembranças da infância. Essa forte evocação de nostalgia pode ser entendida à luz do conceito junguiano de Inconsciente Coletivo, que destaca a importância de arquétipos e memórias da infância na formação da psique individual. O conceito de Inconsciente Coletivo de Jung, fundamental na Psicologia Analítica, enfatiza a transferência como a projeção de conteúdos iniciais do inconsciente, vinculados a experiências pessoais. Destaca-se a presença dos arquétipos, imagens universais que residem nas camadas mais profundas do inconsciente, transcendentais às experiências pessoais e encontradas em todas as culturas, integrando-se ao Inconsciente Coletivo (Jung, 2011a). Além disso, 22,6% dos participantes descreveram uma conexão moderada com a Barbie, sugerindo que a boneca continua a exercer uma influência simbólica, mantendo um vínculo com memórias nostálgicas. Por outro lado, 19,7% dos participantes relataram uma conexão moderada com a Barbie, indicando uma evocação mais fraca de sentimentos de nostalgia ligados à boneca. Enquanto 7,2% dos respondentes não expressaram uma opinião formada sobre a influência da nostalgia da Barbie. Essas respostas

refletem a variação na influência simbólica da Barbie na construção do *Self*, destacando a complexidade da psique humana, um ponto enfatizado pela Psicologia Analítica.

A pesquisa explorou o valor sentimental que a Barbie tem na vida dos participantes, revelando que a maioria, 46,6%, expressou um vínculo significativo com a boneca, considerando-a como muito valiosa, evidenciando a forte conexão emocional e a importância atribuída à Barbie. Esse fenômeno pode ser explicado à luz do conceito junguiano do Complexo, que são agrupamentos de conteúdos emocionais, frequentemente ligados a experiências passadas, que exercem uma influência significativa no comportamento e na percepção de um indivíduo. Quando alguém atribui um valor sentimental elevado à Barbie, isso pode indicar a ativação de um Complexo relacionado à infância, onde a boneca é um símbolo que evoca memórias, emoções e significados profundos (Silva, Serbena, 2021). Adicionalmente, 25,5% dos participantes declararam que a Barbie é pouco valiosa, indicando uma conexão menos intensa com a boneca, enquanto 23,1% a consideraram-na moderadamente valiosa, destacando que a Barbie tem um valor sentimental, embora não seja central em suas vidas. Ressaltando a diversidade de significados simbólicos e emocionais atribuídos aos objetos, como a Barbie, em função da experiência individual e do peso simbólico carregado por esses objetos ao longo da vida e; 4,8% sinalizaram não ter uma opinião formada sobre isso.

A pesquisa examinou a identificação dos participantes com a Barbie ao longo de suas vidas, destacando que uma parcela significativa (37,5%) relatou que a Barbie sempre foi uma figura de identificação importante para eles, refletindo a influência duradoura da boneca na construção de seus *Selves*. Essa forte identificação pode ser também ser compreendida à luz do conceito junguiano de Arquétipos, enquanto fenômenos psíquicos, que se concretizam através da expressão simbólica em criações artísticas e narrativas, manifestando-se como imagens específicas com conteúdo simbólico reconhecível pela consciência (Anaz, 2020). A Barbie pode ser vista como um arquétipo, que desempenha um papel central na identificação desses participantes. Além disso, 28,8% dos participantes afirmaram que

não têm uma identificação específica com a Barbie, indicando que a boneca não desempenhou um papel significativo em suas vidas. Pode-se observar a importância das diferenças individuais na forma como os arquétipos se manifestam na psique de cada pessoa, baseado na diversidade das respostas. Por outro lado, 19,2% dos participantes declararam que a Barbie foi uma figura com a qual se identificaram em algumas fases de suas vidas, enquanto 14,4% relataram que nunca tiveram identificação com a Barbie. Essas respostas destacam a natureza mutável das identificações na psique humana e como os arquétipos podem ser mais ou menos ativos em diferentes momentos.

A pesquisa analisou como a Barbie é percebida em relação à capacidade de estimular a criatividade e imaginação. A maioria dos participantes (51%) acredita que a Barbie é uma eficaz ferramenta para fomentar a criatividade e imaginação em crianças e adultos. Essa visão pode ser compreendida à luz do conceito de Imaginação Ativa de Carl Jung, que destaca a importância da exploração ativa do mundo interior por meio de símbolos e imagens. A imaginação ativa é um processo que possibilita o diálogo com as imagens psíquicas do inconsciente. Isso envolve permitir que as imagens fluam de maneira espontânea e, em seguida, dar-lhes uma forma de expressão, como desenho, escrita ou dança, que ajuda na conscientização das imagens. Esse processo visa trazer o significado das imagens para a realidade cotidiana, não apenas vivenciando as fantasias, mas integrando-as e estabelecendo uma conexão entre o mundo interno e o mundo externo (Silveira, 2021). No entanto, uma parcela menor de participantes (36,5%) acredita que a capacidade da Barbie de estimular a criatividade e imaginação é mais seletiva, sugerindo que nem todos se beneficiam da mesma forma. Isso pode ser associado à ideia de que a eficácia da imaginação ativa por meio da Barbie pode variar dependendo do indivíduo e de suas experiências pessoais. Em contraste, uma minoria (5,8%) não vê a Barbie como relevante para estimular a criatividade e imaginação, e um grupo menor ainda (6,7%) não considera a Barbie significativa para essa estimulação em qualquer faixa etária. Essas variações nas

respostas destacam a complexidade da relação entre objetos simbólicos, como a Barbie, e a capacidade de explorar a criatividade e a imaginação na psique individual.

A pesquisa explorou como a jornada de autodescoberta da Barbie em suas diversas versões e histórias influenciou as experiências de autoconhecimento dos participantes. A maioria dos entrevistados (41,3%) relatou que a jornada da Barbie os inspirou e teve um impacto positivo em sua própria busca por autoconhecimento. Essas respostas podem ser interpretadas sob a perspectiva do conceito junguiano de Individuação, que descreve o processo de tornar-se o verdadeiro e único ser que alguém é. A individuação é um processo de constituição e singularização do indivíduo, notadamente o desenvolvimento do indivíduo psicológico como uma entidade distinta do coletivo, da psicologia coletiva, um processo de diferenciação, com o objetivo de desenvolver a personalidade individual (Jung, 2011b). A Barbie, como um símbolo de transformação e autodescoberta, pode ter servido como um arquétipo inspirador para aqueles que se identificaram com sua jornada. Porém, uma parcela significativa dos participantes (25%) não viu uma conexão entre a jornada de autodescoberta da Barbie e suas próprias experiências de autoconhecimento. Isso pode indicar a individualidade das jornadas de autodescoberta, ressaltando que o impacto simbólico da Barbie varia entre as pessoas. Alguns participantes (22,1%) reconheceram que alguns aspectos da jornada da Barbie refletiram em suas próprias experiências de autodescoberta, mas não de maneira abrangente. Por fim, um grupo menor (11,5%) afirmou nunca ter se identificado com a jornada de autodescoberta da Barbie. Essas variações nas respostas demonstram a complexidade das influências simbólicas na busca pelo autoconhecimento, refletindo a diversidade da psique humana na perspectiva da Psicologia Analítica.

A pesquisa buscou entender como a interação com a Barbie afetou a autoestima dos participantes. Os resultados revelam uma variedade de percepções. Para os 38,9% que relataram um impacto positivo em sua autoestima, este fenômeno também é compreendido com o conceito de Individuação, que descreve o processo de

integração e aceitação das várias partes da psique. É um processo de desenvolvimento psicológico que leva à formação de um "indivíduo" psicológico, ou seja, uma unidade e totalidade independente. Esse processo consciente leva à percepção do *Self*, que representa o centro da psique e a busca da autorrealização (González, 2018). A Barbie, como símbolo de beleza e autenticidade, pode ter desempenhado um papel na promoção da autoaceitação e valorização pessoal para esses indivíduos. Por outro lado, 25% dos participantes não identificaram nenhuma relação entre a interação com a Barbie e sua autoestima. Esse grupo pode refletir a ideia de que a influência simbólica da Barbie não é universal e varia de acordo com a experiência e a percepção de cada indivíduo. Além disso, 18,8% mencionaram que a interação teve pouca influência, nem positiva nem negativa, em sua autoestima, enquanto 17,3% destacaram que apenas algumas interações tiveram um impacto positivo. Essas variações nas respostas destacam a complexidade da relação entre a Barbie e a autoestima, demonstrando como objetos simbólicos influenciam a psique individual de maneira única.

A pesquisa investigou o impacto da Barbie na percepção dos participantes sobre o papel da mulher na sociedade. Os resultados revelam que a maioria dos participantes (51,9%) percebeu uma influência positiva da Barbie, destacando a importância da igualdade de gênero e oportunidades. Continua estando alinhado com o conceito junguiano de Individuação, em vista de que alguns participantes que perceberam uma influência positiva da Barbie na percepção do papel da mulher podem ter passado por esse processo de individuação e incorporado os valores de igualdade de gênero e oportunidades como parte de sua identidade única. No entanto, 20,2% dos participantes revelaram que ela teve pouca influência na sua percepção e 11,5% relataram que a influência da Barbie foi negativa, promovendo estereótipos de gênero. Essa divergência de respostas destaca como a interpretação e o impacto de símbolos, como a Barbie. De acordo com a Psicologia Analítica de Carl Jung, a Individuação é um processo de desenvolvimento pessoal que envolve a busca de uma identidade única e a integração de diferentes aspectos da psique. A Barbie, como um símbolo cultural, pode

servir como um objeto que desencadeia reflexões sobre o papel da mulher na sociedade. Os participantes que perceberam uma influência positiva da Barbie podem ter passado por um processo de individuação, incorporando valores de igualdade de gênero e oportunidades em sua identidade. Por outro lado, aqueles que tiveram uma influência negativa da Barbie podem estar lidando com conflitos em relação a estereótipos de gênero em seu processo de individuação. Esses resultados destacam como objetos simbólicos podem desempenhar um papel significativo na formação da identidade individual e na percepção da sociedade em relação ao gênero (Aufranc, 2018).

A análise dos dados sobre a influência da Barbie na percepção dos papéis de gênero e na compreensão do que é considerado feminino ou masculino, revela uma variação interessante respeito as respostas coletadas. Para a maioria dos participantes (49%), a Barbie desafiou estereótipos de gênero e promoveu uma visão mais igualitária, e que pode ser relacionado ao processo de Individuação, que envolve a busca por uma compreensão equitativa dos papéis de gênero, transcendendo as ideias preconcebidas e integrando os aspectos da Anima (o feminino interior em homens) e Animus (o masculino interior em mulheres) (Aufranc, 2018). Por outro lado, 13,9% dos participantes acreditam que a representação da Barbie pode ter reforçado estereótipos tradicionais sobre o que é considerado como feminino e masculino. Essa resposta destaca como a Barbie, apesar de potencialmente desafiadora para alguns, ainda pode perpetuar visões de gênero convencionais. No entanto, 24% dos participantes acreditam que a Barbie teve pouca influência em suas percepções sobre papéis de gênero e estereótipos. Além disso, 13% afirmam que algumas representações da Barbie os fizeram refletir sobre os papéis de gênero, mas nem todas. Essas discrepâncias na influência da Barbie destacam a complexidade da relação entre objetos simbólicos, Individuação, Anima e Animus, e os estereótipos de gênero. Também evidenciam a complexidade da relação entre um símbolo cultural e as percepções individuais de gênero, mostrando que a influência varia de pessoa para pessoa (Aufranc, 2018).

Sobre a importância da autenticidade e autoaceitação, a pesquisa evidencia uma ampla gama de influências que a Barbie teve na percepção dos participantes. Para 45,2% a Barbie desempenhou um papel de destaque na promoção desses valores, resultando em um impacto positivo em sua autoestima e autoaceitação. Isso é congruente com o processo de Individualização, em vista que envolve a busca pela autenticidade e aceitação de si mesmo, e a Barbie pode ter servido como um estímulo eficaz nessa jornada (Silveira, 2023). Contudo, 27,9% dos entrevistados relataram que a Barbie não teve um impacto significativo em sua percepção sobre a importância da autenticidade e autoaceitação. Isso reflete uma neutralidade na influência da Barbie nessa dimensão específica da psique individual. Além disso, 13,9% dos participantes indicaram que a influência da Barbie pode ter reforçado padrões de comportamento inautênticos ou dificuldades na aceitação de si mesmo, enquanto 13% observaram que apenas algumas representações da Barbie trouxeram reflexões sobre a autenticidade e autoaceitação, mas nem todas. A variação nas respostas destaca a complexidade da interpretação de símbolos na psicologia analítica. No contexto junguiano, a interpretação de símbolos é fundamental no processo de individualização e integração com o *Self*. Dessa forma, a diversidade de respostas ressalta a importância de considerar a relação entre a Barbie e o *Self* de forma singular na compreensão da autenticidade e autoaceitação (Silveira, 2023).

A partir das respostas, é possível perceber uma divisão notável entre as opiniões dos participantes em relação a como a Barbie pode ter influenciado a forma como eles expressam suas emoções e sentimentos. Cerca de 39,9% dos respondentes acreditam que a Barbie não teve um impacto significativo em sua expressão emocional. Isso pode refletir a perspectiva de que outros fatores tiveram uma influência mais preponderante nessa área. Por outro lado, 38,9% afirmam que a Barbie influenciou positivamente sua forma de expressar emoções e sentimentos, promovendo uma atitude mais aberta e saudável em relação a eles. Esses resultados podem ser interpretados sob a

ótica da influência de Símbolos e Figuras Arquetípicas, como a Barbie, pode moldar a expressão emocional das pessoas de maneira profunda. A influência da Barbie, como um ícone cultural amplamente reconhecido, pode ter agido como um símbolo poderoso que moldou as atitudes emocionais e culturais daqueles que interagiram com ela (Pato, 2020). Entretanto, é importante destacar a presença de porcentagens significativas de respostas nas categorias restantes. Cerca de 13,9% alegam que apenas algumas representações da Barbie tiveram influência em sua forma de expressar emoções e sentimentos, enquanto 7,2% sugerem que a influência da Barbie pode ter reforçado atitudes reprimidas ou pouco expressivas em relação a suas emoções. A diversidade de respostas reflete a complexidade da influência psicológica da Barbie, demonstrando como o impacto de um ícone cultural pode variar significativamente entre indivíduos. Essas diferentes perspectivas ressaltam a importância de considerar o contexto pessoal e social ao avaliar como a Barbie afeta a expressão emocional e como conceitos da Psicologia Analítica, como os arquétipos, podem estar presentes nesse processo (Pato, 2020). A análise das respostas revela uma interseção intrigante entre o Simbolismo Junguiano, as Figuras Arquetípicas e a abordagem Semiótica de Peirce na consideração da influência da Barbie na expressão emocional. A Barbie, como um ícone cultural contemporâneo, desempenha o papel de um símbolo junguiano complexo que incorpora diversos arquétipos relacionados a questões de gênero, identidade e idealização. A variedade de respostas reflete a natureza multifacetada desses arquétipos, demonstrando como a Barbie pode tanto encorajar uma expressão emocional aberta, alinhada com ideais mais igualitários e saudáveis, quanto reforçar atitudes reprimidas em relação às emoções, consistentes com estereótipos tradicionais. A Semiótica de Peirce vem à tona ao lembrar que os símbolos, como a Barbie, são portadores de múltiplos significados e, portanto, suas influências nas pessoas podem ser profundamente ambíguas, variando conforme a interpretação individual. A divisão de opiniões que a Barbie provoca reflete a complexidade do simbolismo cultural e a diversidade das respostas simbólicas que

cada indivíduo atribui a essa figura arquetípica contemporânea (Pato, 2020).

O seguinte grupo de respostas analisadas revelam uma gama de percepções sobre como a Barbie pode ter influenciado a busca pelo equilíbrio entre a individualidade e a interdependência. A maioria expressa que a Barbie teve um impacto positivo nesse aspecto (46,2%), e essa percepção pode ser explicada através dos conceitos junguianos de Individualização e *Self*. Jung enfatizava a importância de equilibrar a individualidade com a interdependência, o que levaria a um estado de individuação, onde a pessoa é vista como uma totalidade psicológica (Stein, 2020). Para aqueles que sentiram que a Barbie influenciou positivamente, pode ser interpretado como um símbolo que os ajudou a compreender a importância desse equilíbrio. Há também uma parcela significativa (37,5%) que sente que a Barbie teve pouco ou nenhum impacto nessa percepção. Isso pode ser atribuído à diversidade de experiências e interpretações individuais. Além disso, 12,5% das respostas indicam que apenas algumas representações da Barbie trouxeram reflexões sobre o equilíbrio entre individualidade e interdependência, sugerindo que a influência da Barbie pode variar de acordo com a representação específica. Finalmente, uma pequena porcentagem (3,8%) acredita que a Barbie pode ter reforçado atitudes excessivamente individualistas ou dependentes, o que pode ser uma crítica à forma como o símbolo é representado em alguns contextos. As respostas refletem a complexidade da influência simbólica da Barbie e como diferentes indivíduos a interpretam à luz dos princípios da psicologia analítica.

As respostas à pergunta sobre os valores e mensagens transmitidos pela Barbie refletem uma variedade de percepções. A maioria (40,9%) considera que esses valores e mensagens desempenham um papel significativo em suas vidas e exercem uma influência positiva sobre suas decisões e comportamentos. Isso pode ser interpretado também pela Individuação, onde a incorporação de valores e mensagens que ressoam com a busca por uma totalidade psicológica e autenticidade é fundamental. O processo de Individuação, que envolve a integração e a aceitação das partes inconscientes da psique, é um passo na

direção do *Self*. O *Self* representa a totalidade da psique, e a individuação é o caminho que conduz a essa totalidade (Hall, 1992). Na mesma ordem de ideias, uma parcela significativa (35,1%) acredita que os valores e mensagens transmitidos pela Barbie não têm um impacto significativo em suas vidas. Isso pode ser visto como uma demonstração da individualidade na interpretação de símbolos, conforme enfatizado na Psicologia Analítica, onde cada indivíduo é único em sua jornada de individuação, e a forma como interpretam os símbolos pode variar amplamente. Além disso, 24% indicaram que algumas mensagens da Barbie têm relevância em suas vidas e influenciam parcialmente suas decisões e comportamentos, mas nem todas. Essa resposta sugere uma interpretação seletiva dos valores transmitidos, destacando a complexidade das influências simbólicas e como as mensagens da Barbie podem ser absorvidas de maneira seletiva por diferentes indivíduos, dependendo de sua jornada de individuação e experiências pessoais. Demonstrando que, a relação entre a Barbie, o processo de Individuação e o *Self* é complexa e variável, refletindo a diversidade da psique humana.

Examina-se como a identificação com a Barbie pode afetar a autenticidade e a busca de autodescobrimento, considerando o Si-mesmo como um arquétipo fundamental no desenvolvimento psíquico. A Barbie, como ícone cultural, apresenta-se como um elemento simbólico que desperta projeções arquetípicas, destacando sua profunda influência psicológica e seu papel como símbolo contemporâneo na construção de identidades. Este enfoque multidimensional pretende contribuir para a compreensão da interseção entre a psicologia analítica, e a influência dos ícones culturais no desenvolvimento do *Self* na sociedade contemporânea (Medina, 2022).

CONCLUSÃO

A Barbie, como um ícone da Cultura Pop, desempenha um papel significativo na sociedade, influenciando a construção da identidade e do *Self* de algumas pessoas. A pesquisa evidencia que a identificação pessoal com a Barbie pode ter impactos psicológicos e emocionais profundos em algumas pessoas e, destaca a importância

de considerar a influência dos símbolos culturais na psicologia contemporânea. Nesse contexto, a Barbie e outros tantos personagens oferecem um campo de estudo fértil para pesquisas futuras, a explorar como os símbolos da Cultura Pop moldam a percepção de nós mesmos e influenciam a busca por autenticidade e autodescoberta.

Adicionalmente, a pesquisa sublinha a relevância dos conceitos da Psicologia Analítica de Jung na compreensão desses fenômenos psicológicos contemporâneos. Os conceitos de individuação e anima emergem como ferramentas aplicáveis para interpretar as influências simbólicas da Barbie, destacando a necessidade de adaptar e aprimorar os conceitos da Psicologia Analítica no contexto atual, reconhecendo a influência simbólica da Cultura Pop na formação do *Self* nas sociedades atuais.

A pesquisa também ressalta a contribuição da Psicologia na concepção da Barbie, com os insights do psicólogo Ernest Dichter na psicologia do consumidor. A compreensão das motivações e projeções pessoais dos consumidores em produtos, como neste caso a Barbie, oferece uma visão valiosa sobre como os produtos podem ser projetados para atender às necessidades e desejos dos consumidores, revelando como os aspectos psicológicos influenciam a concepção e o sucesso no mercado desde o ponto de vista capitalista.

A pesquisa apresenta, no entanto, algumas lacunas e limitações. Enquanto fornece insights valiosos, a abordagem baseada nas respostas dos participantes pode não capturar totalmente a complexidade dos fenômenos estudados. Pesquisas futuras podem explorar abordagens adicionais, como estudos longitudinais ou análises mais detalhadas das narrativas pessoais dos indivíduos, a fim de aprofundar a compreensão do fenômeno. É importante reconhecer que a Barbie é apenas um exemplo de um símbolo da Cultura Pop e outras influências culturais podem ter efeitos similares ou diferentes nas percepções individuais e na busca por autenticidade.

Em última análise, a pesquisa destaca a tendência humana de projetar-se em objetos e símbolos, como se fossem uma extensão de si mesmos. A Barbie, nesse contexto, não é meramente uma boneca, mas pode ser vista como um espelho das aspirações,

valores e percepções de alguns indivíduos que a incorporam em suas vidas. A identificação pessoal com produtos culturais é um fenômeno psicologicamente rico que merece uma análise mais profunda, visando compreender a interseção entre Cultura Pop e a psique individual. Assim, a pesquisa estabelece um ponto de partida para a compreensão das complexas interações entre símbolos culturais, psicologia e identidade pessoal, enfatizando a importância contínua de investigar como esses elementos moldam o *Self* e influenciam a busca pela autenticidade e autodescoberta na sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

ANAZ, Silvio Antonio Luiz. Teoria dos arquétipos e construção de personagens em filmes e séries. Significação: **Revista de Cultura Audiovisual**, v. 47, n. 54, p. 251-270, 2020. Disponível em: <http://orcid.org/0000-0002-4851-4903>. Acesso em: 12 out. 2023.

AUFRANC, Ana Lia B. Expressões da sexualidade: um olhar junguiano. **Junguiana**, v. 36, n. 1, p. 37-48, 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/jung/v36n1/07.pdf>. Acesso em: 13 out. 2023.

BACARIN, Adriane Viola. Maria de Magdala: o resgate do feminino e a função transcendente *Self*. **Revista do Instituto Junguiano de São Paulo**, v. 4, n. 1, p. 1-24, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.21901/2448-3060/self-2019.vol04.0009>. Acesso em: 22 jul. 2023.

BONFATTI, Paulo et al. Breves considerações sobre o conceito de *self* na psicologia de Carl Gustav Jung. **ANALECTA-Centro Universitário Academia**, v. 6, n. 3, 2021. Disponível em: <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/ANL/article/view/2759>. Acesso em: 25 jul. 2023.

CECHIN, Michelle Brugnera Cruz; SILVA, Thaise da. Assim falava Barbie: uma boneca para todos e para ninguém. **Fractal: Revista de Psicologia**, v. 24, p. 623-638, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1984->

02922012000300012. Acesso em: 24 jul. 2023.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6ª. ed. São Paulo: Pearson, 2007.

CNS – Conselho Nacional de Saúde (Brasil). Resolução no 466, de 12 de dezembro de 2012. Brasília, 2012. **Diário Oficial da União**, n. 12, Seção 1, p. 59, jun. 13. Disponível em: http://www.conselho.saude.gov.br/web_comissoes/conep/index.html Acesso em 25 jul. 2023.

FRANZ, Marie-Louise von. **O significado psicológico dos motivos de redenção nos contos de fadas**. In: O significado psicológico dos motivos de redenção nos contos de fadas. 1980. p.160-160.

GARCÍA, Karina Alejandra Aguado. El método de interpretación simbólica según Marie Louise Von Franz. **Murmullos Filosóficos**, v. 7, n. 14, p. 5-12, 2018. Disponível em: <https://revistas.unam.mx/index.php/murmullos/article/view/68391>. Acesso em: 22 jul. 2023.

GERBER, Robin. **Barbie e o império da Mattel: como a criadora da boneca mais famosa do mundo revolucionou a indústria de brinquedos**. 1ª ed. Nova York: HarperCollins, 2023.

GONZÁLEZ, Juan Carlos Alonso. La individuación desde el enfoque de Carl G. Jung. **Revista de Psicología: (Universidad de Antioquia)**, v. 10, n. 1, p. 325-343, 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7529922>. Acesso em: 12 out. 2023.

HALL, James A. **Jung e a interpretação dos sonhos: manual de teoria e prática**. 4.ed. São Paulo: Cultrix, 1992.

HARK, Helmut. **Léxico dos conceitos junguianos fundamentais: a partir dos originais de CG Jung**. Edições Loyola, 2000.

JUNG, Carl Gustav. **Psicologia do inconsciente**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011a.

JUNG, Carl Gustav. **Tipos psicológicos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011b.

MEDINA, José. **Fronteras de lo inconsciente. El yo como arquetipo y el arquetipo del héroe**, 2022. Disponível em: https://www.academia.edu/78348483/Fronteras_de_lo_inconsciente_El_yo_como_arquetipo_y_el_arquetipo_del_h%C3%A9roe. Acesso em: 28 jul. 2023.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

PADUA, Elisângela Sousa Pimenta de; SERBENA, Carlos Augusto. Reflexões teóricas sobre a psicologia analítica. **Bol. - Acad. Paul. Psicol.**, São Paulo, v. 38, n. 94, p. 123-130, jan. 2018. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415711X2018000100012&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 01 ago. 2023.

PATO, Paulo Roberto Gomes. Psicologia Junguiana na contemporaneidade: Os predicados do conceito de Símbolo. **Instituto Junguiano de Ensino e Pesquisa (IJEP)**, 2020. Disponível em: <https://ijep.com.br/biblioteca-ijep>. Acesso em: 13 out. 2023.

ROCHA, Cleber Almeida da. Processo de individuação de Jung: a projeção como barreira ao autodesenvolvimento. **Journal of Social Sciences, Humanities and Research in Education**, v. 1, n. 2, p. 89-100, 15 dez. 2018. Disponível em: v. 1 n. 2 (2018): JOSSHE. Acesso em: 28 jul. 2023.

ROVERI, Fernanda Theodoro. Barbie: tudo o que você quer ser...: ou considerações sobre a educação de meninas. Dissertação (mestrado) - **Universidade Estadual de Campinas**, Faculdade de Educação, Campinas, SP, 105 p., 2008. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1607513>. Acesso em: 22 jul. 2023.

SILVA, Cauan Esplugues; SERBENA, Carlos Augusto. A teoria dos complexos culturais: uma perspectiva junguiana do social. **Estudos Interdisciplinares em Psicologia**, v. 12, n. 1, p. 158-182, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/2236-6407.2021v12n1p158>. Acesso em: 12 out. 2023.

SILVA, Rosângela Barbosa da. As representações sociais do feminino: um olhar sobre a boneca Barbie. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, p. 181-192, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24860/comunicologia.v9i2.5320>. Acesso em: 30 jul. 2023.

SILVEIRA, Nise da. **Jung: vida e obra**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2023.

SILVEIRA, Suely Teodora da. Caracterização do Método da Imaginação Ativa na Obra de CG Jung: Singularidades e Desdobramentos. 2021. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Psicologia). **Universidade Federal de São João del-Rei**. Minas Gerais, 2020. Disponível em: <https://www.ufsj.edu.br/portal2repositorio/File/ppgpsi/DISSERTACAO%20SUELY%20FINAL.pdf>. Acesso em: 12 out. 2023.

SIMILI, Ivana Guilherme; SOUZA, Michely Calciolari de. A beleza das meninas nas "dicas da Barbie". **Cadernos de Pesquisa**, v. 45, n. 155, p. 200-217, 2015. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010015742015000100200&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 24 jul. 2023.

SOUSA, Erick Miranda de. A arte da diferenciação do modo humano: Nise da Silveira: o elo perdido entre duas tradições. **Junguiana**, v. 39, n. 1, p. 31-44, 2021. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-08252021000100005&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 04 ago. 2023.

STEIN, Murray. **Jung e o caminho da individuação: uma introdução concisa**. São Paulo: Cultrix, 2020.

TEODORO, Elizabeth Fátima; SILVA, Mardem Leandro; FERREIRA, Pedro Henrique Estevão. Arqueologia da psique: um breve esboço da teoria da personalidade à luz de Jung. **Pretextos-Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas**, v. 4, n. 7, p. 301-321, 2019. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/pretextos/article/view/18675>. Acesso em: 02 ago. 2023.

Endereço para Contato: Mario Alberto Otero Mancini
Telefone: (41) 9 9500-1889
mario.mancini@acad.unidombosco.edu.br