

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARÁIBA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO  
Curso de Design de Moda

**VICTÓRIA FIALHO DE AMORIM**

**Sweet Glossy: Coleção com a temática Barbie**

São José dos Campos - SP  
2022

**VICTÓRIA FIALHO DE AMORIM**

**SWEET GLOSSY: COLEÇÃO COM A TEMÁTICA BARBIE**

Relatório apresentado para o Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Design de Moda, da Universidade do Vale do Paraíba.

Orientador: Natalie de Oliveira Manso

São José dos Campos –SP  
2022

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Amorim, Victória  
Sweet Glossy: Coleção com a temática Barbie / Victória  
Amorim; orientadora, Natalie Manso. - São José dos Campos, SP,  
2022.  
92 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

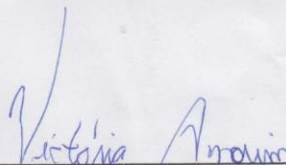
1. Design de Moda . 2. Origem da moda. 3. Corpo perfeito. 4.  
Bild Lili. 5. A História da Barbie. I. Manso, Natalie, orient.  
II. Universidade do Vale do Paraíba. Design de Moda . III.  
Título.

Eu, Victória Amorim, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 8 de Dezembro de 2022.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 12 / 12 / 2022

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus pais por terem me incentivado a seguir a graduação que sempre quis, principalmente pelo suporte e compreensão.

À Prof.<sup>a</sup> Natalie de Oliveira Manso pela confiança e por toda a ajuda durante o trabalho.

“O que você veste é como se apresenta ao mundo,  
especialmente hoje, quando os contatos humanos são tão  
rápidos. Moda é linguagem instantânea.”  
Miuccia Prada

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo a elaboração de uma coleção de moda com a temática Barbie. Será apresentada nos primeiros capítulos a história da boneca, sua relação com o universo da Moda, seu impacto no consumo de moda e comportamento. Espera-se apresentar como resultado uma coleção voltada para o público feminino conforme pesquisa aplicada para identificação do mesmo.

**Palavras-chave:** Boneca; Barbie, Mattel

**Área do Conhecimento:** Moda.

## **ABSTRACT**

*The present work has as objective the elaboration of a fashion collection with the Barbie theme. The history of the doll, its relationship with the Fashion universe and its impact on fashion consumption and behavior will be presented in the early chapters. A collection aimed at the female audience is expected to be presented as a result, according to applied research to identify it.*

**Keywords:** *Doll, Barbie, Mattel.*

**Knowledge Area:** *Fashion.*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Paper Dolls Little Fanny</i> .....	15
Figura 2- Little Henry.....	16
Figura 3 - Artistas homenageados .....	16
Figura 4 - Bild Lili.....	17
Figura 5 - À esquerda Bild Lili, .....	18
Figura 6 - à direita a primeira Barbie .....	18
Figura 7 - Ruth e Elliot Handler .....	19
Figura 8 - Comercial da Barbie anunciando o seu valor de venda, inicialmente por U\$ 3,00 dólares.....	19
Figura 9 - Primeira versão da Barbie.....	21
Figura 10 - Coleção Balmain x Barbie.....	23
Figura 11 – Acessórios Balmain x Barbie.....	23
Figura 12 - Desfile Moschino X Barbie.....	24
Figura 13 – A La Garçonne X Riachuelo.....	24
Figura 14 - Barbie Twiggy .....	25
Figura 15 - Barbie Malibu .....	26
Figura 16 - Barbie Estrela do Rock. ....	26
Figura 17 - Barbie <i>Totally Hair</i> .....	27
Figura 18 - Barbie x Calvin Klein .....	27
Figura 19 – Logotipo da Marca.....	29

## LISTA DE PAINÉIS

Painel 1 – Estilo Evening Dress .....	30
Painel 2 – Características de Roupa para Pesquisa .....	32
Painel 3 – Público-Alvo .....	33
Painel 4 – Inspiração.....	34
Painel 5 – Mapa da Coleção 1 a 10 .....	35
Painel 6 – Mapa da Coleção 11 a 20 .....	35
Painel 7 – Cartela de Cores .....	36
Painel 8 – Tecidos.....	36
Painel 9 – Aviamentos.....	37

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	REFERENCIAL TEÓRICO .....	11
1.1.1	Origem da moda .....	11
1.1.2	O Corpo Perfeito .....	14
1.1.3	Paper Dolls .....	15
1.1.4	Bild Lili .....	17
1.1.5	A História da Barbie .....	18
1.1.6	Marcas de Luxo .....	22
1.1.7	Barbie e a Moda .....	24
2	DESENVOLVIMENTO .....	28
2.1	MARCA.....	28
2.2	PÚBLICO-ALVO .....	29
2.3	COLEÇÃO SWEET GLOSSY .....	31
3	ENSAIO FOTOGRÁFICO .....	36
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	45
	APÊNDICE A: PRÉ-PROJETO.....	48
	APÊNDICE B: QUESTIONÁRIO APLICADO.....	52
	APÊNDICE C: CROQUIS .....	58
	APÊNDICE D: FICHAS TÉCNICAS.....	77
	ANEXO A – CARTA DE ACEITE DE ORIENTAÇÃO .....	93

## 1 INTRODUÇÃO

A influência da boneca Barbie iniciou-se em 1959, tendo como primeira inspiração as *paper dolls* (ou bonecas de papel), com características de adulto. As meninas podiam trocar as roupas das mesmas. Importante observar que na época, só existiam bonecas com perfil infantil.

Aos moldes da cultura do século XIX, as meninas tinham sua liberdade censurada e eram induzidas a se casarem cedo e logo terem filhos. Com isso, a criação da boneca causou, ao mesmo tempo, estranheza e desprezo em várias pessoas, pelo fato de possuir todas as características consideradas ruins na época: solteira, sem filhos, além de estudar e trabalhar conforme o seu desejo. (BRINQUEDOS, 2019).

O que começou como um brinquedo em 1959, hoje se tornou um modelo de mulher independente e até mesmo, deu nome a um personagem, através de uma série na Netflix, de nome: “*Barbie Dreamhouse Adventures*”. São cerca de 37 filmes lançados pela franquia principal.

Portanto, vista a tamanha proporção que a boneca Barbie se tornou, não só em aspectos financeiros, mas sendo um símbolo de empoderamento feminino, esta será a base e principal inspiração para o desenvolvimento do presente trabalho que se propõe a criar uma coleção de moda feminina com as características da boneca.

### 1.1 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 1.1.1 Origem da moda

A moda não é apenas o que vestimos, é a influência no comportamento, na linguagem, nas opiniões e até mesmo nas escolhas estéticas das mais diversas.

Segundo o livro “Breve história da moda” de Denise Pollini (2009), a palavra moda vem do francês “*mode*”, desenvolvida da palavra latina *modus*, que significa maneira de se conduzir.

Gabriel Tarde (1890, fundador da sociologia), afirmava que as classes mais baixas imitavam as mais altas, e que isso era reflexo do desejo de serem

assim também. E segundo sua teoria, a moda deveria sempre ter mudanças para haver a distinção social.

E isso vem desde a antiguidade; no livro “Inventando moda”, Doris Treptow (2013), conta que no Império Bizâncio a cor púrpura era de uso próprio do imperador e de sua esposa, mais nenhum membro poderia fazer uso.

Segundo Palomino (2002), é muito mais que roupa, é um sistema que integra o simples uso das roupas do dia a dia a um contexto maior, político, social e sociológico.

Sendo assim, historicamente falando, a moda começa a surgir no momento em que o homem quer se sentir diferenciado dos outros; é, em outras palavras, individualização.

De acordo com Lipovetsky (1987), a moda é movida pelo fascínio do novo e abandono do antigo, pós ela está fadada ao descarte no futuro.

Moda é uma forma específica de mudança social, independentemente de qualquer objeto particular; antes de tudo, é um mecanismo social caracterizado por um intervalo de tempo particularmente breve e por mudanças mais ou menos ditadas pelo capricho, que lhe permitem afetar esferas muito diversas da vida coletiva. (LIPOVETSKY, 1987)

A partir da segunda metade do século XIV, as vestimentas foram sofrendo algumas modificações, tornaram-se mais fortes no início do século XV. Denise Pollini (2009), conta que foi nessa época que as roupas masculinas e femininas começaram a ter suas diferenças, pois até então o que as diferenciavam eram os acessórios e penteados.

Por um grande período, as roupas masculinas se tornaram exuberantes, porém, em suas transformações, elas tornaram-se curtas, justas, com meias longas para cobrir a perna inteira e um colete com estofado no peito que recebeu o nome de “gibão”.

Quando as meias surgiram, segundo François Boucher, geraram muitas críticas quanto ao pudor, pois eram separadas. Com o tempo, foram unidas e se tornaram como são conhecidas atualmente, as meias calças. E na junção das pernas, ficava a braguilha que enfatizava o sexo. Com as pernas à mostra, o sapato pontudo ganhou fama, por valorizar os pés.

Já as roupas femininas, durante o século XIV, eram compostas de duas partes; um vestido justo por baixo e um volumoso com uma cor diferente, o que permitia a visualização de algumas partes do outro vestido.

A cintura era marcada abaixo dos seios, com o vestido se abrindo e se tornando amplo.

No século XV, esse decote se acentuou, deixando o colo valorizado e sedutor. Os chapéus se tornaram o principal acessório, possuíam diversos formatos, porém o mais utilizado e cobiçado era o que vinha em formato de cone, pois o que era desejado adquiria verticalidade.

Com isso, Denise Pollini (2009), concluiu que a partir da segunda metade do século XIV, a moda era refletida como uma consciência corporal maior do que em épocas anteriores, pois os corpos passaram a ser evidenciados e valorizados pela maneira de se vestir. Com isso, houve uma grande aceleração nas mudanças de roupas, em relação à estética, ao desejo de aparentar sedução.

A moda, em seu sentido historicamente específico, implica, para começar, a expectativa fundamentada de que as formas de vestuário dominantes irão mudar em intervalos explicitamente marcados. (Hans Ulrich Gumbrecht)

Avançando alguns anos, temos a Bella Époque, que teve início no final da Guerra Franco Prussiana em 1871, durou até a eclosão da 1ª Guerra Mundial em 1914.

No livro “A moda do Século XX”, a autora apresenta que foi uma época considerada de ouro, pois a sociedade refletia ostentação e luxo, sendo isso em bailes, festas, jantares, entre outros.

O livro ainda mostra que as roupas eram bem caracterizadas, com espartilhos apertados deixando o corpo em formato de ampulheta, busto erguido e quadris para trás; tudo isso fazendo parte do formato de corpo ideal e perfeito.

De certa forma, podemos concluir que o corpo da boneca Barbie foi inspirado nesse período e por mais que atualmente não exista um formato de corpo perfeito, por muitos anos a boneca teria tido total influência em muitas mulheres na época e até atualmente.

### 1.1.2 O Corpo Perfeito

O tempo todo somos influenciados pelas mídias digitais. Canais de televisão e redes sociais apelam constantemente ao chamado “corpo perfeito”, conhecido também por “corpo de violão”, caracterizado principalmente por seios grandes, cintura fina e quadris largos.

A autoestima não é natural, dada ou inata ao homem. Ela é algo tênue, que surge das diferentes formas pelas quais significamos as situações vividas ao longo da vida, ou seja, se prevalecem de modo positivo ou negativo, ainda que as significações, em muitos casos, sejam contraditórias e nem sempre claras. (FRANCO, 2009).

Ao mesmo tempo, a indústria farmacêutica vende a ideia de que esses resultados inatingíveis podem ser alcançados por meio de suplementos e chás emagrecedores, ao passo que cirurgias plásticas são cada vez mais divulgadas como soluções melhores do que reeducação alimentar e exercícios físicos. Segundo os Volpi (2003 apud ALENCAR, 2010) - ao discutir sobre a questão do narcisismo - a autoestima é uma aceitação social, e as pessoas inflam seus egos ao saírem em busca de uma estetização de corpo.

A televisão, nos bombardeia constantemente com imagens de sucesso, poder, beleza e fama, mostrando-nos o Olimpo, onde desfilam os deuses mais consagrados do futebol, do cinema, da televisão etc. Até mesmo promete o acesso a este Olimpo, desde que sigamos rigorosamente com suas instruções, ou seja, sejamos consumistas. (VOLPI, 2003 apud ALENCAR, 2010).

De acordo com dados obtidos pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, na sigla em inglês), o Brasil ultrapassou os Estados Unidos e tornou-se o país que mais realiza cirurgias plásticas em todo o mundo. Além disso, segundo um levantamento da própria ISAPS, em 2020, o Brasil foi o país em que mais procedimentos cirúrgicos foram realizados na face e na cabeça.

Tais dados com números tão exponents demonstram o desejo das mulheres de atingirem o ideal estabelecido do “Corpo Perfeito”, o que remete diretamente à questão apresentada na seção Problema, no qual se refere à influência negativa da boneca Barbie, ao reafirmar esse padrão corporal inatingível como o ideal de beleza feminina.

### 1.1.3 Paper Dolls

As bonecas de papel, mais conhecidas como *Paper dolls*, surgiram na França, em 1700. Possuíam preços mais elevados que outros brinquedos da época, sendo, com isso, destinadas às mulheres da alta sociedade, com o intuito de serem passatempo para as mesmas. (DUARTE, 2015).

A primeira *paper doll* a ser batizada recebeu o nome de *Little Fanny*, foi produzida em Londres, em 1810, por S&J Fuller. Seu preço girava em torno de 6 *shillings*, (seis pences), o que atualmente equivale a U\$ 30. (*Special Collections Blog*).

Vinham dentro de livros que traziam lições éticas e morais e possuíam aproximadamente 15 páginas. As bonecas contavam com um kit de roupas para colorir, consistia em uma roupa íntima, 6 conjuntos de roupa, além acessórios para cabelo. (MAIDY, 2021).

Figura 1 - *Paper Dolls Little Fanny*



Fonte: Duarte (2015).

Chegou aos EUA, em Boston, somente em 1812; com isso, foi criado o segundo personagem, que recebeu o nome de *Little Henry*. Era no mesmo segmento da *Little Fanny*, com um kit de roupas que continha 3 chapéus e 7 roupas, desde um terno elegante até roupas esfarrapadas. (DUARTE, 2015).

Figura 2- Little Henry



Fonte: Duarte (2015).

A lição de moral da história era sobre coragem, autoconfiança e aventuras. Em 1820, o conjunto foi produzido na Europa e exportado para o mundo todo, especificamente para crianças mais ricas da época. (DUARTE, 2015)

Em 1830, a bailarina sueca Marie Taglioni (1804-1884) foi a primeira personalidade a ser reproduzida e, na década seguinte, a rainha Vitoria ganhou sua versão também.

Assim, as *paper dolls* foram se tornando famosas e, com o tempo, sendo utilizadas para estampar embalagens de produtos, fazerem propagandas de comerciais, inclusive chegando a serem utilizadas por estilistas e designers de moda da época.

Segundo Duarte (2015), a época considerada ouro das *paper dolls* foi entre 1930 e 1950, e vários artistas foram homenageados, dentre eles Frida Kahlo, Michael Jackson e John Travolta.

Figura 3 - Artistas homenageados



Fonte: Marcelo Duarte.

#### 1.1.4 *Bild* Lili

*Bild* Lili foi uma boneca alemã desenhada por Reinhard Beuthien, com a finalidade de ser uma tirinha de jornal. Era uma personagem polêmica, pois trabalhava como secretária e se relacionava com homens mais velhos por dinheiro. (BRINQUEDOS, 2019)

E foi assim que Lili deixou de ser somente um personagem de jornal, com seu cabelo platinado, olhos azuis, seios grandes e batom vermelho.

Figura 4 - *Bild* Lili



Fonte: Memórias (2014).

Segundo o documentário “Brinquedos que marcaram a época”, era uma boneca considerada erótica, pois ficava com as pernas abertas e eram comercializadas em tabacaria, bares adultos e *sexy shops*, com a finalidade de ser um presente para homens em despedidas de solteiro e até substituindo flores para as namoradas.

Porém, como muitas crianças cobiçavam a boneca, os fabricantes resolveram fazer uma versão como se fosse a “amiga da Lili”. Era uma boneca menor e possuía um preço diferenciado. Com isso, foram criados móveis para que as crianças pudessem brincar com suas bonecas. (BRINQUEDOS, 2019)

Em 1956, Ruth Handler fez uma viagem com sua família para a Suíça, sua filha se apaixonou pela boneca Lili, então Handler resolveu comprar 3 exemplares: um para sua filha e dois para estudos.

Em 1959, veio o lançamento da Barbie, que possuía muita semelhança com a Lili. E em 1961, a Greiner & Houser, fabricantes da *Bild* Lili, processaram

a Mattel por infringir a patente que permitia a articulação do quadril da boneca. (BRINQUEDOS, 2019).

Figura 5 - À esquerda *Bild* Lili,  
Figura 6 - à direita a primeira Barbie



Fonte: Memórias cinematográficas (2018).

Entretanto, isso foi resolvido fora do tribunal e em 1964, a Mattel comprou os direitos autorais da patente, causando o fim da boneca Lili.

Derek Gable, ex-diretor de design preliminar da Mattel, explica que a boneca Lili estava longe de ser um modelo feminino para crianças. Utilizadas por homens, a *Bild* Lili era um presente para as mulheres, fazendo com que as mesmas soubessem o que os caras queriam. (BRINQUEDOS, 2019).

#### 1.1.5 A História da Barbie

No ano de 1945 o casal Ruth Handler e Elliot, fundaram a Mattel, uma empresa em parceria com Harold Matson, cujo sobrenome serviu como base para o título da mesma.

A empresa foi criada na garagem do casal. Depois de alguns anos, o sócio do casal se retirou, e não há informações sobre o que teria motivado sua saída. (BRINQUEDOS, 2019).

Figura 7 - Ruth e Elliot Handler



Fonte: Elliot (2022).

Os primeiros produtos da empresa foram porta-retratos de madeira. Com os restos, começaram a criar uma linha de móveis de madeira para casa de bonecas. Mas o primeiro grande sucesso da Mattel ocorreu em 1947, com a criação de um violão infantil. (BRINQUEDOS, 2019).

Em 1955, o casal, através da empresa Mattel, fez parceria com o Walt Disney. Já a boneca Barbie foi confeccionada em 1959. Na ocasião, Ruth observava sua filha brincando com bonecas de papel, as quais, na época, só existiam com perfis de bebê.

O nome Barbie foi criado, levando-se em consideração o da filha de Ruth e Elliot, Bárbara Millicent Roberts. Ruth queria que as meninas soubessem que elas poderiam ser o que desejassem, por isso, a criação da boneca com várias profissões (representação de mulheres adultas e donas de si). E *Bild Lilli*, uma boneca alemã inspirada em tirinhas adultas - conseqüentemente não era um brinquedo infantil. (SILVEIRA, 2014).

Figura 8 - Comercial da Barbie anunciando o seu valor de venda, inicialmente por U\$ 3,00 dólares.



Fonte: Original (2020).

Porém, como todos os vendedores e compradores eram homens, a boneca foi um fracasso. Em uma última tentativa de inserir a boneca no mercado, Ruth contratou o psicanalista Dr. Ernest Dichter, que possuía uma estratégia de marketing chamada “O manipulador”.

Com uma pesquisa de mercado mais aprofundada, descobriram que “O maior medo das mães não era ter filhas muito liberadas sexualmente, mas ter uma filha incapaz de conseguir um marido, porque, nos anos 50, maridos eram meios de sobrevivência. E se essa filha de maus modos aprendesse a se arrumar como uma Barbie, ela faria vista grossa para os seios e a compraria para ela.” Afirma M.G. Lorde - autora de “*Forever Barbie: The Unauthorized Biography of a Real Doll*”

Com isso, Ruth achou um jeito de comercializar a Barbie. E enquanto caixas da Barbie eram distribuídas pelas lojas, o primeiro comercial da Barbie ia ao ar. Uma Barbie com vestido de noiva para lembrar as mães preocupadas qual era o objetivo da boneca. (BRINQUEDOS, 2019).

Jack Ryan tinha um acordo com a Mattel de receber uma porcentagem pelas vendas da boneca. Como foi um sucesso, ele recebeu \$ 57.607,90. E em 1974, Ryan abriu um processo por *royalties* não pagos, dando fim a sua parceria de 20 anos com a Mattel. (BRINQUEDOS, 2019).

O processo durou 5 anos e ele acabou ganhando e recebendo o dinheiro. Mas isso não parou por aí, pois o considerado “pai da Barbie” acabou inventando outros itens, porém nunca mais voltou a trabalhar na Mattel. (BRINQUEDOS, 2019).

A partir de então, foram sendo criadas outras bonecas, como o Ken em 1961, a Vick, amiga da Barbie, em 1963, e a Skipper, irmã da Barbie, em 1964.

Na época, a boneca causou polêmica, por ser solteira, independente, sem filhos e passar uma ideia de liberdade, tudo o que, na época, uma mulher não deveria ser. (BRINQUEDOS, 2019).

Hoje estima-se que a cada 3 segundos, 1 Barbie é vendida no mundo, em uma casa a cada 2 minutos. Inclusive estilistas da Versace, Dior, Moschino, Givenchy já estilizaram a boneca para confecção e divulgação de suas roupas.

Figura 9 - Primeira versão da Barbie



Fonte: Nunes e Lincolins (2019).

Segundo ainda o documentário “Brinquedos”, no início dos anos 70, as vendas da Mattel estavam baixas e com perdas repentinas no trimestre, o que pegou os investidores de surpresa. Começaram a surgir boatos de ganhos falsos da Mattel que apontavam para Ruth Handler.

Para contabilizar vendas, Ruth forjou pedidos e pediu para a equipe mentir. Ela colocava carrinhos da Hotwheels em caminhões, levava para o depósito, deixava a carga no estacionamento e voltava para pegar outra. (BRINQUEDOS, 2019).

E em outubro de 1975, com alguns processos abertos, Ruth e Elliot Handler foram forçados a pedir demissão da companhia que eles haviam fundado há 3 décadas.

Em 1997, Jill Barad, que fazia parte da criação da Barbie, tornou-se CEO da Mattel, e em um gesto simbólico de reconciliação, convidou Ruth Handler para visitar a Mattel pela primeira vez em 15 anos, desde sua expulsão. (BRINQUEDOS, 2019).

A diretora geral e vice-presidente sênior, Lisa McKnight, explica: “Acreditamos que empoderar jovens garotas ajuda a libertar todo seu potencial.” Por isso, a boneca apresenta em seus modelos, mais de 180 profissões e tantos cargos predominantemente masculinos e de forma pioneira, como cirurgiã (1973),

CEO (1985), piloto da força aérea (1991), presidente dos EUA (1992), bombeira (1995), engenheira da computação (2019) e robótica (2018). A campanha de 2014 da Barbie trazia como lema: “Se você pode sonhar, você pode ser.”

“Barbie sempre representou o fato de que a mulher tem escolhas.”, afirmava Ruth, falecida em 2002. Ruth Handler é considerada um gênio por sua invenção, criando uma boneca que modificou o modo como as crianças brincavam. Porém o legado da Barbie foi construído pelo esforço de todas as mulheres da Mattel durante as décadas.

Carol Spencer, designer da Barbie entre 1963 a 1998, afirma que é muito gratificante pensar que a mesma já projetou diversas bonecas por tantos anos, e que tantas crianças já brincaram com a Barbie, incluindo sua filha. (BRINQUEDOS, 2019)

#### 1.1.6 Marcas de Luxo

Com o passar do tempo, a Barbie ganhou o coração de todos - com alguns dos estilistas de grifes, isso, não foi diferente.

Em 2018, a Barbie teve sua parceria firmada com a Balmain que possui mais de 50 peças exclusivas. Oliver Rousteing, diretor criativo, afirmou sobre a última coleção em 2022: “É uma coleção que resgata quaisquer limitações de gênero - é quase 100% unissex.” Em 2022, as roupas e acessórios lançados serão disponibilizados também em tamanho real, não somente para Barbies. (VOGUE, 2021).

"Juntos Barbie e Balmain estão criando um novo capítulo no legado das indústrias de brinquedo de moda." Richard Dickson, presidente e diretor de operações da Mattel.

Figura 10 - Coleção Balmain x Barbie



Fonte: Cointelegraph Brasil (2022).

Figura 11 – Acessórios Balmain x Barbie



Fonte: Cointelegraph Brasil (2022).

Em 2015, a coleção de verão da Moschino foi totalmente inspirada na Barbie. Possuía shorts, tops, vestidos, saia e *croppeds*, e os jeans eram de estampas plastificadas.

Escarpim rosa, bolsa de corrente, óculos coloridos de plástico são alguns dos itens que compunham a coleção.

Cada menina e muitos meninos pequenos cresceram amando a Barbie. Portanto, ela é a inspiração para a coleção desta temporada. Não há outras referências porque ela abrange tudo. A Barbie teve todos os trabalhos e foi até mesmo uma astronauta. (JEREMY SCOTT, *The Telegraph*, 2014)

Além disso, para os amantes da boneca, foi criada uma edição limitada da mesma. (VOGUE, 2015).

Figura 12 - Desfile Moschino X Barbie.



Fonte: Lady Campo (2014).

Em 2019, após comemorar 60 anos, a Barbie ganhou inúmeras homenagens e uma delas foi A La Garçonne x Riachuelo, por Alexandre Hercovich.

Foi lançada uma coleção inclusiva, com tamanhos do PP ao 3G para se adequar a diferentes tipos de estruturas corporais. Além disso, alguns itens foram adaptados, como botões magnéticos e elásticos ou velcros para fechar as peças. A coleção conta com lingerie, roupa fitness, corta vento, bermudas, leggings, regatas e tops. (RIACHUELO, 2019).

Figura 13 – A La Garçonne X Riachuelo



Fonte: Riachuelo

### 1.1.7 Barbie e a Moda

A relação da boneca Barbie vem desde o início de seu lançamento, ela se transforma o tempo todo e sempre segue o que está acontecendo no mundo; com isso, nos anos 60, foi lançada a Barbie *Twiggy*, referência à top model da época. A boneca vestia um mini tubinho e botas amarelas. No final da década, apareceram as versões com roupas floridas, estampas

psicodélicas. E a primeira Barbie negra, Christie (1959), amiga da Barbie, foi lançada. (AGUILLAR, 2016).

Figura 14 - Barbie *Twiggy*



Fonte: The Twiggy (2022).

Continuando a refletir na sociedade, nos anos 70 a Barbie veio com roupas de cores alegres, macacão flaire, *handbands*, tudo remetendo ao estilo hippie.

Em 1971, chegou na versão Malibu, com pele bronzeada e cabelos loiros. Foi um sucesso por bastante tempo e quando lançada, tudo girava em torno da praia. Como as meninas do início dos anos 70 saiam com seus *buggys* e fuscas, a Mattel reproduziu o *buggy* de praia, *trailer* e tudo o que estava na moda. (AGUILLAR, 2016).

Uma curiosidade é que devido ao seu sucesso da onda disco, o boneco Ken ganhou sua versão de John Travolta no filme “Embalos de sábado à noite”.

Foi uma época considerada dos esportes, com isso vieram também as bonecas que jogavam tênis, golf e usavam roupas esportivas. (BRINQUEDOS, 2019).

Figura 15 - Barbie Malibu



Fonte: Amanda Aguillar (2016)

Nos anos 80, chegou a famosa Barbie fitness, com um macacão cintilante, testeira e polainas. Vieram também as versões mais glamourosas, com mangas bufantes, blusas transparentes e lábios vermelhos. (AGUILLAR, 2016).

Os símbolos pop que tiveram total influência nessa década foram Madona e Whitney Houston. (AGUILLAR, 2016).

Durante os anos 80, a Hasbro iria lançar uma boneca que serviria para competir com a Barbie. Judy Shackelford (ex-presidente sênior de brinquedos na Mattel) conta que um responsável pelas vendas ligou e contou que a boneca lançada iria ser uma estrela do Rock. E assim começou uma guerra. Uma Barbie demora cerca de 18 meses para ser desenvolvida. A “Barbie Estrela do Rock” foi projetada em 16 horas e confeccionada em 4 meses. Foi enviada e comercializada antes da boneca da Hasbro, fazendo com que o mundo achasse que a mesma havia copiado a Mattel. (BRINQUEDOS, 2019).

Figura 16 - Barbie Estrela do Rock.



Fonte: Amanda Aguillar (2016).

Já em 1992 foi lançada a “Barbie *Totally Hair*”, possuía cabelos até os pés; foi a mais vendida de todos os tempos - invenção de Carol Spencer, designer da Barbie, 1963-1998. (BRINQUEDOS, 2019).

Nessa década, a Barbie ganhou um exemplar assinado por Calvin Klein. Um *look all jeans* constituído por uma jaqueta, saia e tênis branco nos pés. Já em 1999 as modelos Claudia Shiffer e Naomi Campbel ganharam suas versões em homenagem. (AGUILLAR, 2016).

Figura 17 - Barbie *Totally Hair*



Fonte: Pumuckito (2011).

Figura 18 - Barbie x Calvin Klein



Fonte: Amanda Aguillar (2016)

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 MARCA

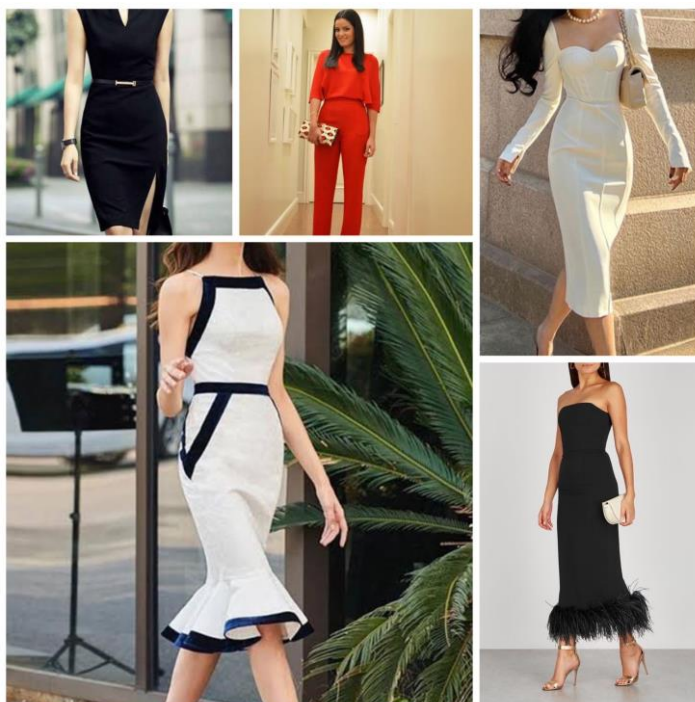
Hype é uma marca de roupas femininas dedicada a mulheres donas de si. A marca tem prioridade em peças únicas, trazendo um visual autêntico e original ao vestir suas clientes.

O nome Hype veio derivado de hipérbole, uma figura de linguagem que representa o exagero de algum fato, sentimento, ação, objeto, enfim, uma palavra ou expressão exagerada, que serve como estratégia para enfatizar algo.

A marca preza por trazer satisfação, confiança e mostrar que toda mulher é única e se veste como quer. A moda é uma forma de expressão, e é isso que a Hype quer trazer a todas as mulheres que vestem alguma roupa da marca.

O segmento de mercado é feminino e “*Eveningdress Wear*”, que se traduz como roupas formais, modernas e confortáveis, para serem usadas em ocasiões sociais sem tanta formalidade.

Painel 1 – Estilo *Evening Dress*



Fonte: Autoria Própria

Dessa forma, a primeira coleção cápsula da marca será primavera/verão 2023, composta por peças ideais para esse clima tropical brasileiro, tendo blazers, calças, saias, vestidos e blusas.

Peças estilosas e versáteis, com tecidos finos, trazem um ar de sofisticação e podem ser utilizadas em dias de muito calor e também em noites com temperaturas mais amenas.

O logo foi pensado a partir da definição da palavra, colocando um raio no lugar do Y, trazendo a ideia de força e poder.

Figura 19 – Logotipo da Marca



Fonte: Autoria Própria

## 2.2 PÚBLICO-ALVO

Para a definição do público alvo, foi feita uma pesquisa quantitativa com 58 mulheres, a fim de se ter um direcionamento certo em relação à idade e gostos dos clientes da marca.

A pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um questionário online de pesquisa *Google Forms*: site grátis para a montagem de questionários para estudo.

Por meio dessa pesquisa, foi constatado que a maioria das mulheres possuem entre 19 e 28 anos e a maior idade atingida, foi mais de 35 anos.

Dessa forma, foi possível analisar que o público interessado nessa proposta de coleção abrange diversas idades, mas na sua maioria, os jovens de 19 a 23 anos.

Na pesquisa, foi feita uma pergunta sobre algumas características de roupas e se as mulheres usariam, e 65,5% responderam que sim, e outros 24,1% responderam que talvez, trazendo êxito na pesquisa, visto que a coleção contará com peças nessas características.

Painel 2 – Características de Roupas para Pesquisa

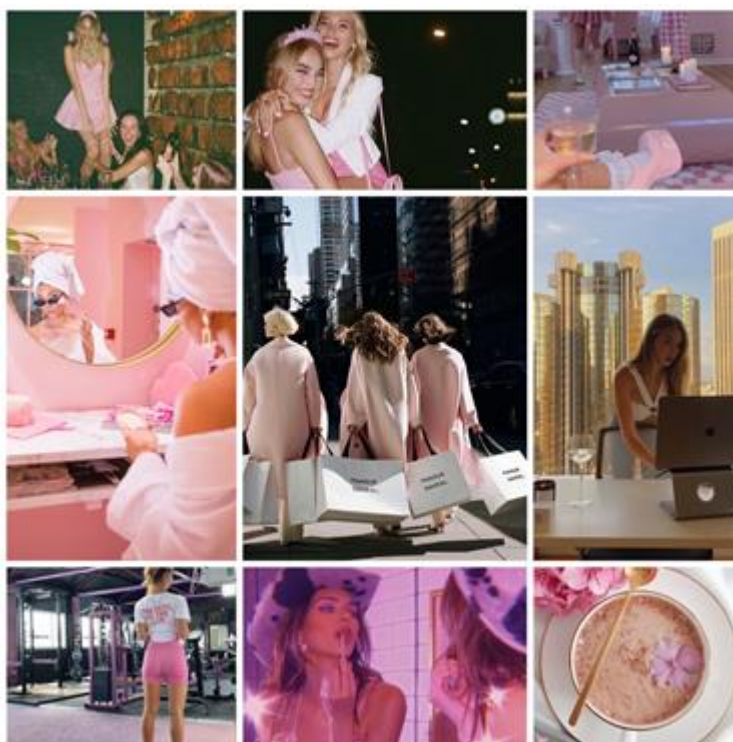


Fonte: Autoria Própria

Com base nos estudos do público-alvo, foi traçado um perfil de público alvo que são mulheres de 19 a 28 anos, pertencentes à classe média e classe média alta, prezam por sofisticação, exclusividade e produtos refinados. São mulheres fashionistas as que gostam de peças com modelagens exclusivas, passem sentimentos de empoderamento e confiança. Possuem como hobby conhecer novos lugares, fazer compras e sair com os amigos.

O foco da coleção é esse tipo de consumidora, mulheres independentes, com estilo próprio, atentas ao mundo da moda que possuem visão artística e sensibilidade estética.

Painel 3 – Público-Alvo



Fonte: Autoria Própria

### 2.3 COLEÇÃO *SWEET GLOSSY*

A inspiração para a *Sweet Glossy Primavera/Verão 2023*, veio através da paixão pela boneca e de todo o seu guarda-roupa, com peças originais e autênticas.

O nome *Sweet Glossy* significa doce brilhante que possui tudo a ver com as características das peças na coleção. Brilho, pérolas, transparência e pele à mostra vão estar presentes na mesma.

A coleção foi pensada para que as mulheres se sintam, assim como a Barbie, um ícone da moda, proporcionando-as uma coleção extremamente feminina e fashionista; mostrando que o rosa pode sim, ser uma peça chave no seu guarda roupa.

Para auxílio do processo de criação, foi produzido um Painel de Inspiração que foi essencial para o desenvolvimento de 20 looks (vide Apêndice C), assim como a escolha da cartela de cores e tecidos.

Painel 4 – Inspiração



Fonte: Autoria Própria

A partir destes elementos, foram elaborados modelos com as silhuetas X e H, peças marcadas na cintura, com recortes e decotes em formato de coração. Quanto às modelagens, por serem arredondadas, com transparência e em alguns casos, até mesmo volumosas, transmitem uma ideia feminina e harmônica.

Priorizando peças com caimento mais leve e solto, de acordo com os comprimentos determinados - curto e o comprido –, a coleção aspira trazer visuais elegantes, porém com toque descontraído devido à Cartela de Cores.

Esta, por sua vez, foi definida com cores análogas. Os dois tons de rosa presentes fazem referência ao mundo da Barbie, enquanto o azul, o lilás e o branco complementam a paleta, trazendo harmonia e um ar criativo para as peças.

Como adendo, vale ressaltar que conforme indicado no Sumário do trabalho, os croquis e as fichas técnicas em tamanho A4 estão, respectivamente, no Apêndice C e Apêndice D.

Painel 5 – Mapa da Coleção 1 a 10








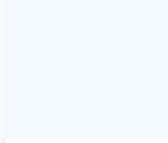
Fonte: Autoria Própria

Painel 6 – Mapa da Coleção 11 a 20



Fonte: Autoria Própria

Painel 7 – Cartela de Cores

					
PANTONE 17-2033 TCX Fandango Pink	PANTONE 14-2311 TCX Prism Pink	PANTONE 19-3955 TCX Royal Blue	PANTONE 15-3930 TCX Vista Blue	PANTONE 15-3620 TCX Lavendula	PANTONE 11-0601 TCX Bright White
RGB 224 79 128 HEX #E04F80	RGB 240 161 191 HEX #F0A1BF	RGB 62 66 139 HEX #3E428B	RGB 128 160 212 HEX #80A0D4	RGB 188 164 203 HEX #BCA4CB	RGB 244 249 255 HEX #F4F9FF

Fonte: Autoria Própria

A escolha dos tecidos seguiu a mesma lógica e proposta, tendo em mente roupas leves e fluidas, mas com um toque de elegância.

O principal tecido utilizado é o Crepe Georgette, por ser fino e de caimento leve, remetendo à delicadeza feminina. Além deste, a organza cumpre o papel de trazer volume às roupas, o tule de malha é utilizado por sua transparência, e por fim o tafetá traz a sofisticação para as peças.

Painel 8 – Tecidos

		
Crepe Georgette	Crepe Prada	Tafetá
		
Tule de Malha	Organza	Forro

Fonte: Autoria Própria

Para os bordados, foram selecionadas pérolas e pedrarias, a fim de manter a elegância das peças.

Painel 9 – Aviamentos



Fonte: Autoria Própria

### 3 ENSAIO FOTOGRÁFICO

















## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o apresentado, a boneca Barbie sempre foi um espelho para as mulheres, principalmente na moda, graças a ela muitos começaram a se interessar no mundo *fashion* desde pequenos.

Assim como citado anteriormente na Introdução, a boneca vem desde 1959 inspirando e influenciando mulheres, já que nessa época as mulheres tinham sua liberdade censurada e a mesma, apresentava um modelo de vida de mulher adulta e dona de si. Ela foi importante para que as mulheres lutassem pelos seus direitos e seus desejos para a construção da sociedade que vivemos.

No presente trabalho foi mostrado toda a trajetória da boneca Barbie, desde a inspiração inicial até o desenvolvimento da mesma. Além disso foi apresentado um pouco sobre o corpo padronizado da boneca, a história dos criadores, a criação da empresa Mattel, algumas Barbie que marcaram as décadas e *collabs* com marcas de grifes.

Apesar de todas as polêmicas sobre padrões de corpo, a boneca Barbie ainda é considerada um ícone *fashion* a ser seguido, e uma referência para o universo feminino.

Dessa forma, a coleção busca explorar a influência que a boneca tem na vida de todos e mostrando que mesmo na idade adulta, você ainda pode encontrar referências dela hoje em dia.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILLAR, Amanda. Acompanhando a moda: Barbie sempre se transformou durante as décadas. **Universo Retro**: o passado sempre presente, 6 abr. 2016. Disponível em: <https://universoretro.com.br/acompanhando-a-moda-barbie-sempre-se-transformou-durante-as-decadas/> Acesso em: 03 maio 2022.
- ALENCAR, Cristian G. Valeski. **Verdadeiro e falso self**: a problemática de ser e de viver no mundo do 007 e da Barbie. In: VOLPI, José Henrique; VOLPI, Sandra Mara (Org.). CONGRESSO BRASILEIRO DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, 15., 2010, Curitiba/PR, 2010. **Anais eletrônico** [...]. Disponível em: <https://www.centroreichiano.com.br/artigos/Anais-2010/ALENCAR-Cristian-Verdadeiro-e-falso-self.pdf> Acesso em: 02 jun. 2022.
- BILD LILLI, a boneca adulta que deu origem à Barbie. **AH: Aventuras na História**, [s.l.], 9 mar. 2020. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-bild-lilli-boneca-pornografica-que-deu-origem-barbie.phtml> - Acesso em: 05 abr. 2022.
- BRINQUEDOS que Marcam Época. Produção: Brian Volk-Weiss. [S.l.]: Netflix, 2019. Documentário. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/80161497>. Acesso em: 04 maio 2022.
- CAMPO, Lady. Barbie na passarela da grife Moschino. **Hoje em dia**, [s.l.], 22 set. 2014. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/barbie-na-passelela-da-grife-moschino-1.276735> - Acesso em: 24 mar. 2022.
- CARDOSO, Jennifer. **Implicações padrão Barbie**: Sentidos que as meninas adolescentes atribuem aos padrões de estética e idealização do corpo. 2018 Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2018. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/10218/1/TCC%20JENNIFER%20CARDOSO.pdf> Acesso em: 02 jun. 2022.
- COINTELEGRAPH BRASIL. **Barbie vira NFT em parceria exclusiva com grife francesa Balmain**. 2022. Disponível em: <https://exame.com/future-of-money/barbie-vira-nft-em-parceria-exclusiva-com-grife-francesa-Balmain/> - Acesso em: 24 mar. 2022.
- CUNHA, Maria. Barbie: Conheça a história da boneca mais famosa mundialmente. **Fala! Universidades**, [São Paulo], 14 maio 2020. Disponível em: <https://falauniversidades.com.br/barbie-conheca-a-historia-da-boneca-mais-famosa-mundialmente/>. Acesso em: 12 maio 2022.
- DUARTE, Marcelo. **Livro “Café em Paris” traz de volta a febre das paper Dolls**. 2015. Disponível em: <https://www.guiadoscuriosos.com.br/blog/bau/livro-cafe-em-paris-traz-de-volta-a-febre-das-paper-dolls-bonecas-de-papel/#:~:text=Elas%20surgiram%20na%20Fran%C3%A7a%20em,brinquedos%20muito%20inovadora%20na%20%C3%A9poca> Acesso em: 23 mar. 2022

ELLIOT Handler and Ruth Handler. **Pinterest**. [S. l.: s. n.], 2022. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/232287293267708755/> Acesso em: 22 mar 2022.

FUZARO, Natália. Conheça a história da Barbie, que comemora 60 anos em 2019. **GLAMOUR**, 19 fev. 2019. (Lifestyle). Disponível em: <https://glamour.globo.com/lifestyle/noticia/2019/02/conheca-historia-da-barbie-que-comemora-60-anos-em-2019.ghtml> Acesso em: 22 mar. 2022.

GARCIA, Claudia. **Mais de 40 anos de história**. Folha online, especial Moda, 2022. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/barbie.htm> - Acesso em: 03 maio 2022.

HANSEN, Marianne. **The History of Little Fanny: Make Your Own Paper Dolls**. 24 Mar. 2020 - Disponível em: <https://specialcollections.blogs.brynmawr.edu/2020/03/24/the-history-of-little-fanny-make-your-own-paper-dolls/> - Acesso em: 05 Abr. 2022.

LAVIER, J. **A roupa e a moda uma história concisa**. São Paulo: Schwarcz Ltda, 2011.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MAIDY, Dear. **A verdadeira história da Barbie**. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (16:51min) Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=O-sW\\_rqbkn0](https://www.youtube.com/watch?v=O-sW_rqbkn0) - Acesso em: 22 mar 2022.

MEMÓRIAS Cinematográficas. **Lilli, a boneca alemã que inspirou a Barbie e virou filme**. 2018 - Disponível em: <https://www.memoriascinematograficas.com.br/2018/07/lilli-boneca-alema-que-inspirou-barbie.html> Acesso em: 13 abr. 2022.

NUNES, Bianca; LINCOLINS, Thiago. Barbie 60 anos: a trajetória da boneca mais famosa do mundo. **AH: Aventuras na História**, [s.l.], 9 mar. 2019. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/barbie-trajetoria-boneca.phtml>. Acesso em: 22 mar 2022.

ORIGINAL (1959) First Barbie Commercial by Mattel. [S. l.: s. n.], 2020; 1 vídeo (1:24min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0puJKqHoR3s> Acesso em: 22 mar 2022.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Nova Alexandria, 2009.

PUMUCKITO, Raúl. Barbie Totally Hair 1991. **Flickr**, [S. l.], 22 fev. 2011. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/58098785@N00/5918144146/in/faves-51422396@N08/> Acesso em: 22 mar 2022.

SILVEIRA, Maria Isabel S. C. Estudo de caso da boneca Barbie: Um olhar sobre as relações que pautaram essa experiência em design. *In: COLÓQUIO DE MODA*, 10., EDIÇÃO INTERNACIONAL, 7., CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA, 1., 2014. Anais Eletrônico [...]. [s.l.]: ABEPEM, 2014. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202014/CO>

MUNICACAO-ORAL/CO-EIXO1-DESIGN/CO-EIXO-1-BARBIE COLOQUIO-dia-30-de-junho-2014.pdf Acesso em: 22 mar. 2022.

STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e comunicação**: A indumentária como forma de expressão. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social) Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2005. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf> Acesso em: 07 maio 2022.

THE HISTORY and adventures of little henry, a paper doll book. 2022. Disponível em: <https://www.bl.uk/collection-items/the-history-and-adventures-of-little-henry-a-paper-doll-book>. Acesso em: 05 Abr. 2022.

THE TWIGGY Doll: MY favorite Barbie was Twiggy in the 60s. added by DrDevience; Source: Mattel. **Fanpop**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.fanpop.com/clubs/the-60s/images/670214/title/twiggy-doll-photo> Acesso em: 22 mar 2022.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo, SP: D. Treptow, 2013.

Barbie Moschino a segunda boneca fashionista criada por Jeremy Scott. Vogue 30 out.2015. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2015/10/barbie-moschino-segunda-boneca-fashionista-criada-por-jeremy-scott.ghtml> - Acesso em: 03 maio 2022.

## APÊNDICE A: PRÉ-PROJETO

### 1. TEMA

O trabalho tem como foco inicial mostrar toda a trajetória da famosa boneca Barbie, apontando desde as primeiras inspirações e os problemas enfrentados para ela ter seu espaço no mercado e se tornar o que é hoje. Tem como foco também justificar como uma simples boneca influenciou tanto a moda e as pessoas que a seguem.

A coleção “*Sweet Glossy*” irá trazer elementos que remetem a esse mundo da Barbie, tendo como inspiração esse universo; irá contar com peças fashionistas, confortáveis e autênticas, preservando as principais referências, sendo a cor rosa, brilhos e pérolas.

### 2. PROBLEMA

Desde os anos 60, a boneca Barbie é forte influência para o universo feminino como um todo. Seu imenso sucesso, inicialmente como Boneca e atualmente como Personagem, tem persuasão sobre o vestuário, estilo de vida e até mesmo sobre o corpo feminino, de maneiras positivas e negativas.

Por um lado, a ideia de uma mulher jovem, solteira e independente foi de grande importância para as mulheres do século passado, pois deu autonomia a estas, em uma sociedade em que esse tipo de comportamento não era bem aceito. Quanto à vestimenta, os tons de rosa em peças modernas se popularizaram vertiginosamente, remetendo a um estilo menos tradicional, mais jovial e descontraído.

Contudo, a personagem também trouxe consigo certos paradigmas em relação ao corpo feminino, uma vez que reafirmava a questão de o “corpo perfeito” ser de uma mulher magra e com cabelos lisos, ideal que até hoje faz com que tanto jovens quanto adultas busquem um físico inatingível e se submetam a diversos procedimentos estéticos visando tal.

### 3 OBJETIVOS

#### 3.1 Objetivo geral

O objetivo primário da realização do trabalho é desenvolver uma coleção autoral de roupas com a temática Barbie, tendo o público feminino – faixa etária entre 19 a 35 anos – como alvo, e ao explorar e trazer elementos do universo da personagem, proporcionar satisfação e confiança às mulheres que vistam as peças da coleção.

#### 3.2 Objetivos específicos

- Apresentar uma pesquisa teórica sobre a história da boneca Barbie e sua influência na moda;
- Dissertar a respeito de o que é moda e tendências de consumo;
- Apresentar uma pesquisa teórica sobre as duas principais inspirações que culminaram no surgimento da Barbie;
- Apresentar marcas de luxo que fizeram parceria com a Mattel;
- Apresentar as mudanças tanto físicas, quanto de estilo que a Barbie teve ao decorrer das décadas;
- Desenvolver uma coleção a partir das informações coletadas;
- Confeccionar as peças.

### 4 JUSTIFICATIVA

A motivação inicial para o estudo e realização do trabalho surgiu de admiração pessoal pela personagem. Ademais, dados como o levantado pelo site especializado *Statista* apontam que, somente no ano de 2021, a Mattel (detentora dos direitos da personagem) levantou uma quantia superior a 1.6 bilhão de dólares com vendas da boneca no mundo todo. Fato esse que comprova o imenso impacto da Barbie até os dias atuais no universo feminino. Portanto, tal contexto demonstra que uma pesquisa teórica se aprofundando na relevância da personagem, aliada a uma coleção de peças inspiradas em tal são de grande valia acadêmica e certamente terão grande adesão do público consumidor.

## 5 METODOLOGIA

Para maior entendimento da questão e a fim de obter pleno êxito na proposta, a pesquisa foi de natureza descritiva, com realização de uma investigação bibliográfica, utilizando artigos científicos, livros teóricos de autores de grande calibre, leitura de textos em sites especializados, além de consulta de material cinematográfico. Além disso, será aplicada uma pesquisa qualitativa e quantitativa para definição do público alvo e melhor direcionamento da coleção para esse público.

## 6 CRONOGRAMA

Tabela 1: Cronograma 2022

<b>ATIVIDADES</b>	<b>Fev</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>Mai</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Set</b>	<b>Out</b>	<b>Nov</b>
<b>Escolha do tema</b>	X									
<b>Pesquisa profunda</b>	X	X	X	X						
<b>Estrutura do referencial teórico</b>		X	X	X						
<b>Entrega Pré TCC</b>					X					
<b>Desenvolvimento Da marca</b>					X					
<b>Definição painel de criação, cores e tecido</b>						X	X			
<b>Criação, produção e fotografar a coleção</b>							X	X	X	
<b>Entrega do TCC final/ banca</b>										X

Fonte: Autoria própria.

## APÊNDICE B: QUESTIONÁRIO APLICADO

### Questionário para pesquisa de público-alvo:

**1. Qual a sua Idade?**

Para determinar a faixa etária majoritária do Público-Alvo.

**2. Em qual estado do Brasil mora?**

Para delimitar geograficamente o Público-Alvo.

**3. Qual o seu nível de escolaridade?**

Afim de identificar o grau de instrução do Público.

**4. Qual é a sua renda mensal?**

A fim de dividir socialmente em classes o público-alvo.

**5. O que costuma fazer em seu tempo livre?**

A fim de identificar por meio dos tipos de lugares que as pessoas costumam frequentar e o estilo de vida que possuem.

**6. Você prefere comprar suas roupas por meio de lojas físicas ou por meio virtual/online?**

A fim de localizar o tipo de segmento, se o público costuma comprar em lojas virtuais ou físicas.

**7. Como você define seu estilo de roupa?**

A fim de entender a imagem pessoal do público.

**8. Possui preferência por roupas mais neutras ou coloridas?**

A fim de identificar qual a preferência de gosto para cores do público.

**9. Você gosta da personagem Barbie?**

A fim de identificar se o público-alvo tem relação com a personagem que inspira a coleção.

**10. Você usaria roupas inspiradas no guarda-roupa da Barbie?**

A fim de delimitar as características das peças.

**11. Você usaria roupas que contenham essas características? (Pérolas, Tule, Brilho)**

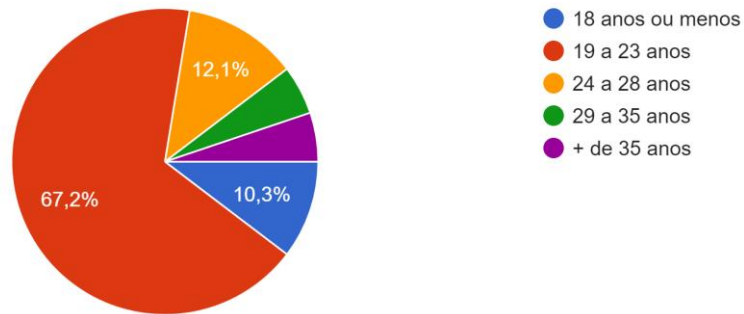
A fim de delimitar as características das peças.

## RESULTADO DA PESQUISA

Gráfico 1: Qual a sua idade?

Qual sua idade?

58 respostas

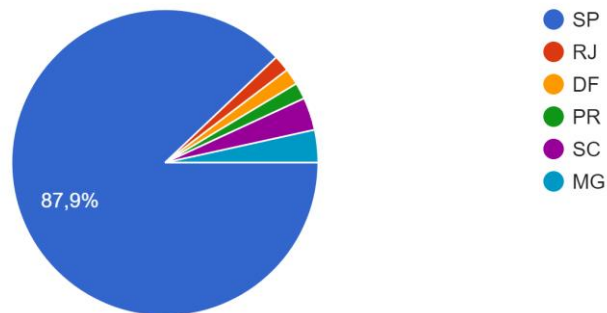


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 2: Em qual estado do Brasil mora?

Qual estado do Brasil mora?

58 respostas

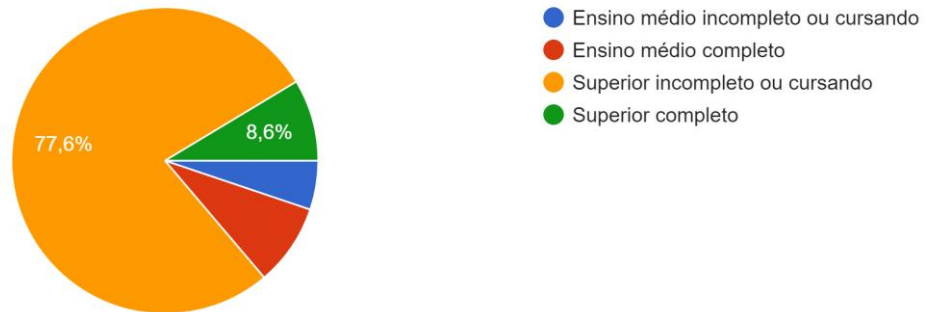


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 3: Qual seu nível de escolaridade?

Qual seu nível de escolaridade?

58 respostas

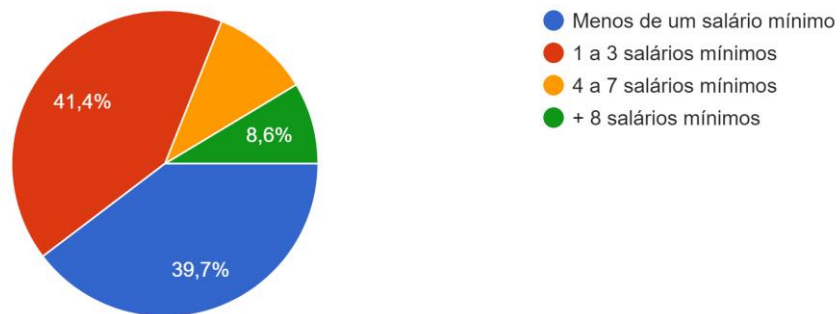


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 4: Qual sua renda mensal?

Qual sua renda mensal?

58 respostas

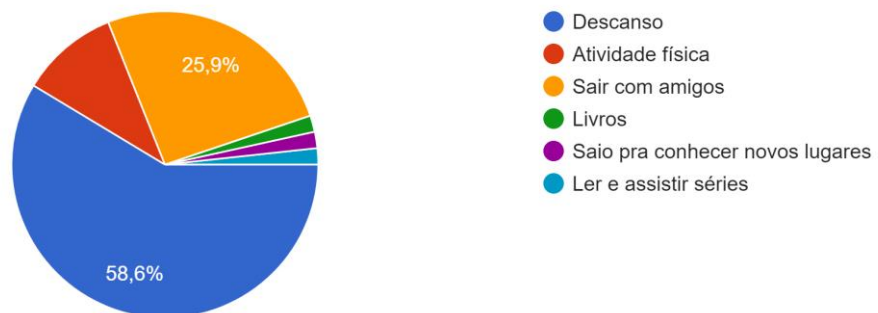


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 5: O que costuma fazer em seu tempo livre?

O que costuma fazer em seu tempo livre?

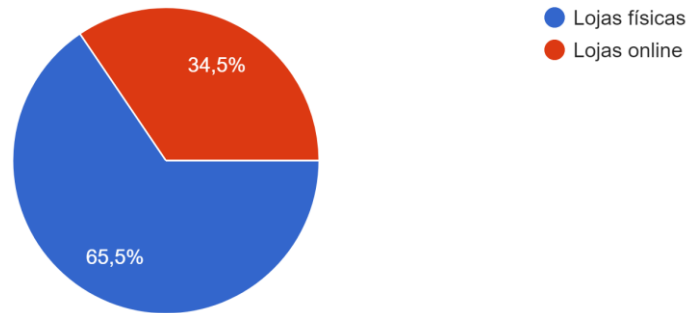
58 respostas



Fonte: Autoria Própria

Gráfico 6: Você prefere comprar suas roupas por meio de lojas físicas ou por meio virtual/online?

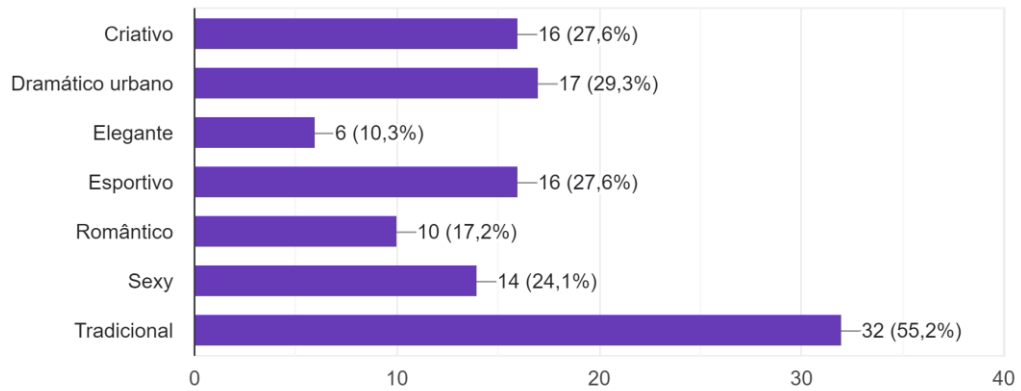
Você prefere comprar suas roupas por meio de lojas físicas ou por meio virtual/online?  
58 respostas



Fonte: Autoria Própria

Gráfico 7: Como você define seu estilo de roupa?

Como você define seu estilo de roupa?  
58 respostas

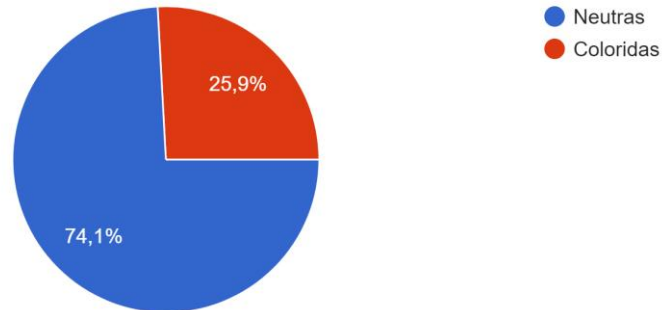


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 8: Possui preferência por roupas mais neutras ou coloridas?

Possui preferência por roupas mais neutras ou coloridas?

58 respostas

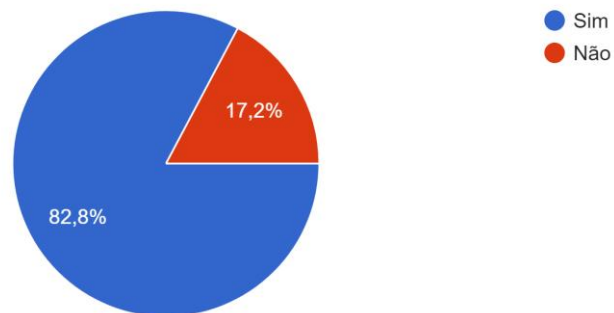


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 9: Você gosta da personagem Barbie?

Você gosta da personagem Barbie?

58 respostas

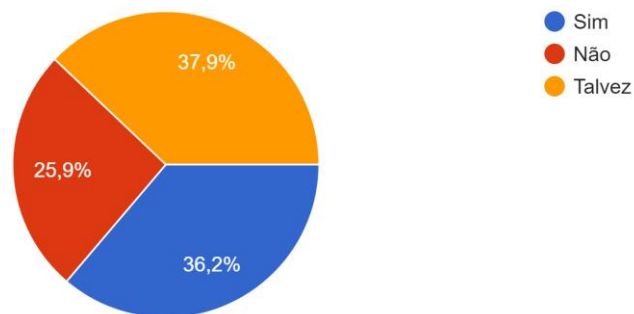


Fonte: Autoria Própria

Gráfico 10: Você usaria roupas inspiradas no guarda roupa da Barbie?

Você usaria roupas inspiradas no guarda roupa da Barbie?

58 respostas

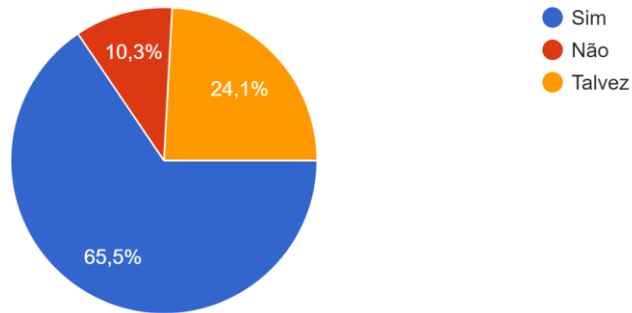


Fonte: Autoria Própria

**Gráfico 11: Você usaria roupas que contenham essas características? (pérolas, tule, brilho)**

Você usaria roupas que contenham essas características? (pérolas, tule, brilho)

58 respostas



Fonte: Autoria Própria

APÉNDICE C: CROQUIS





















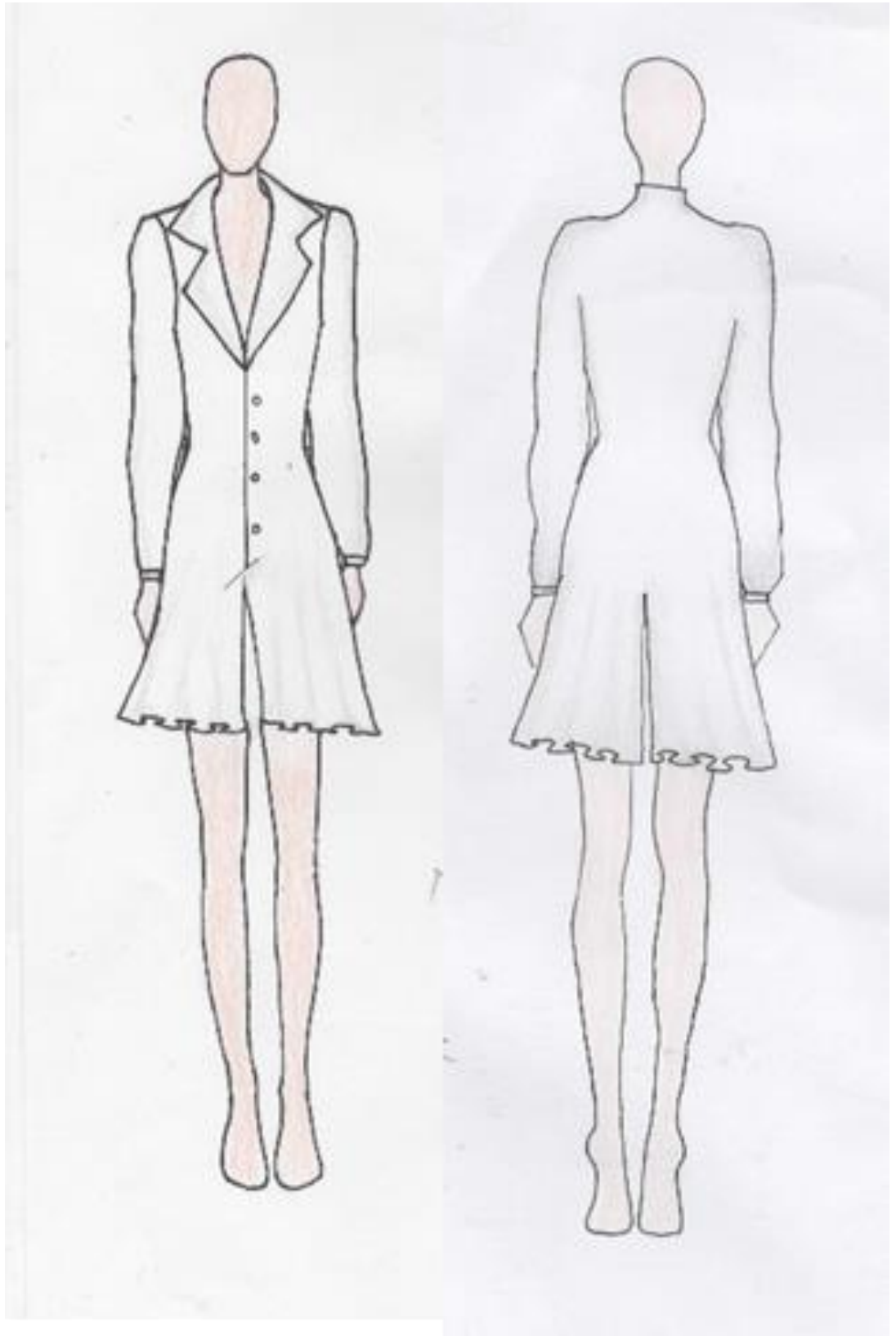


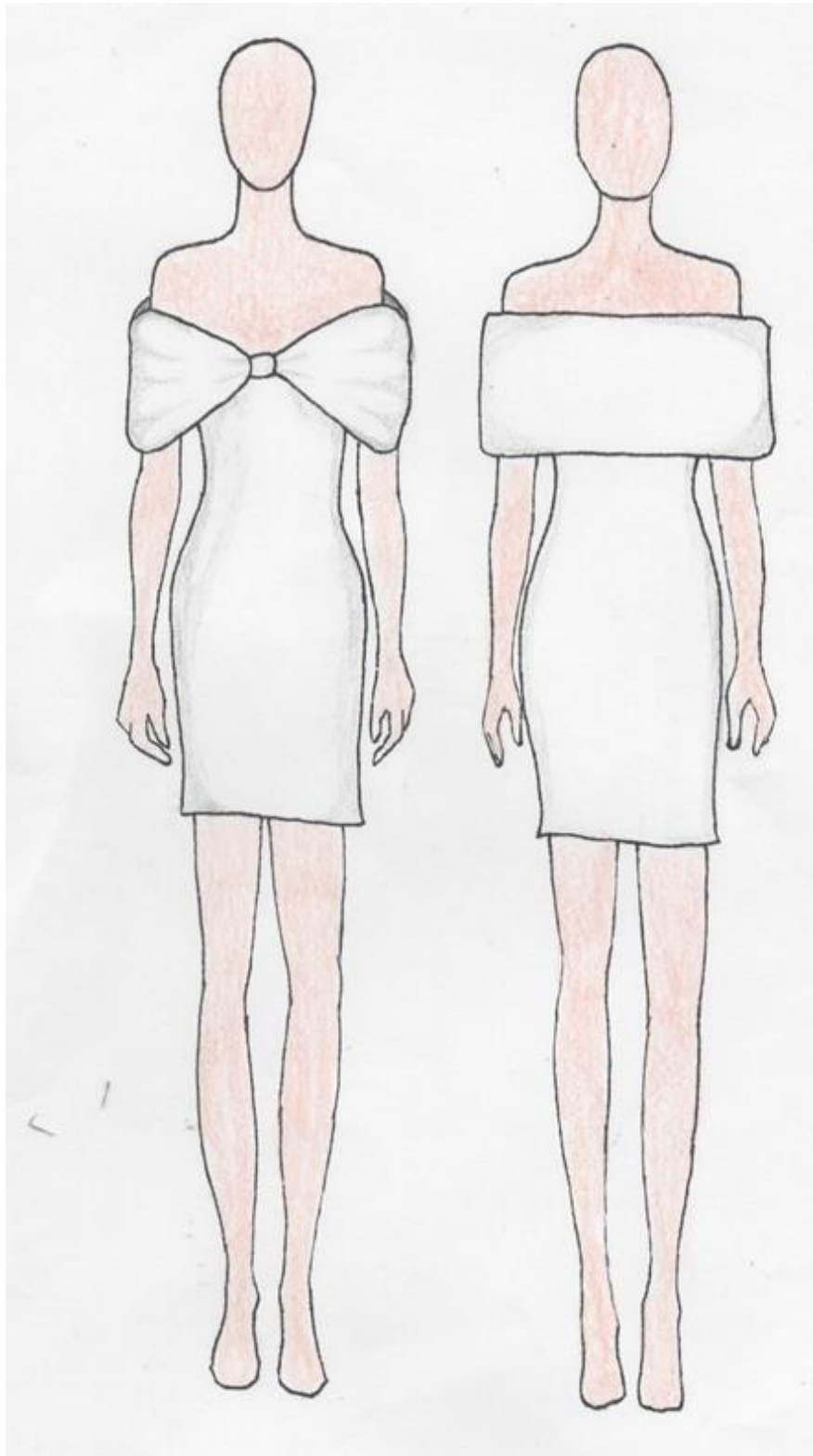




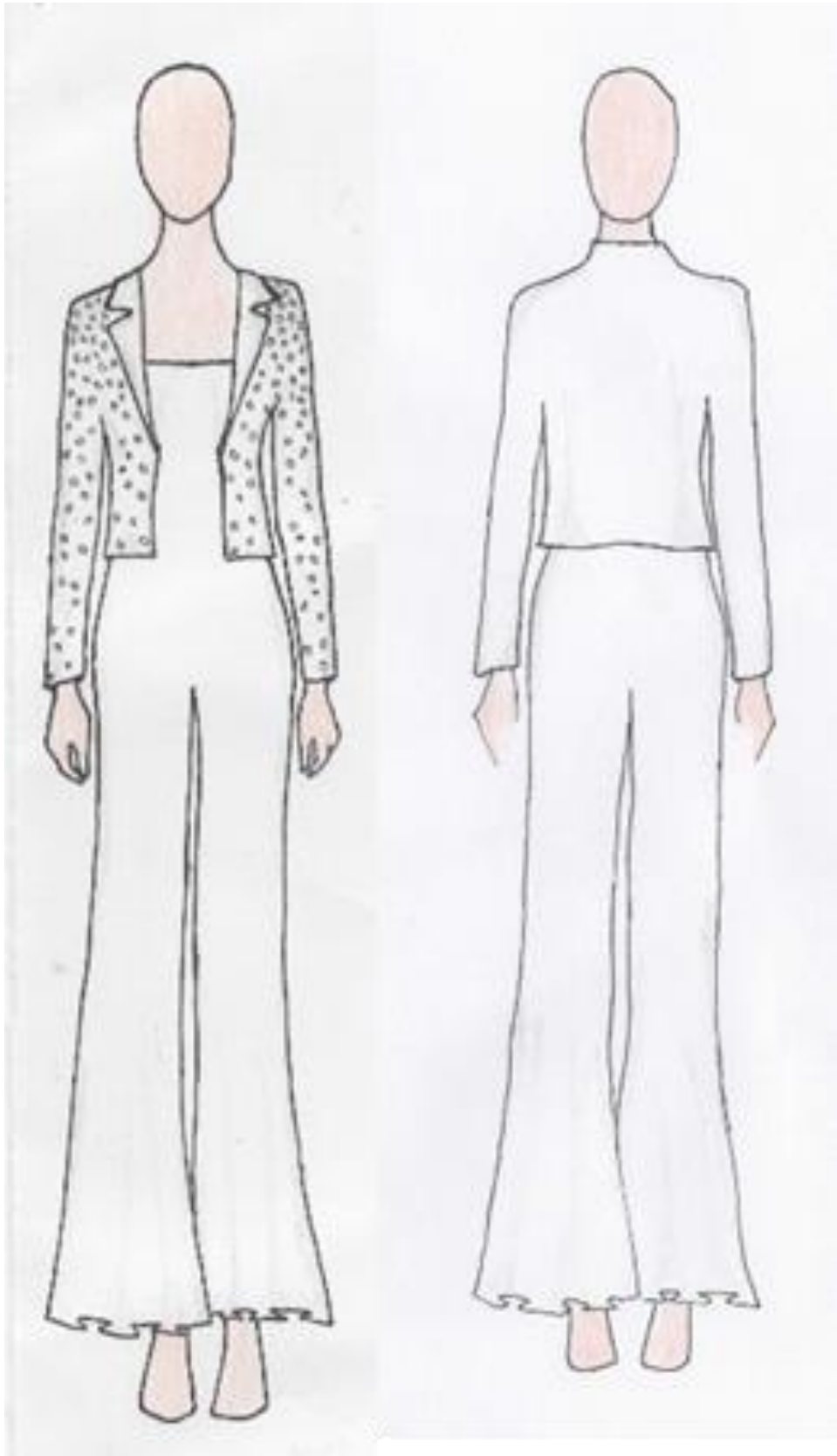






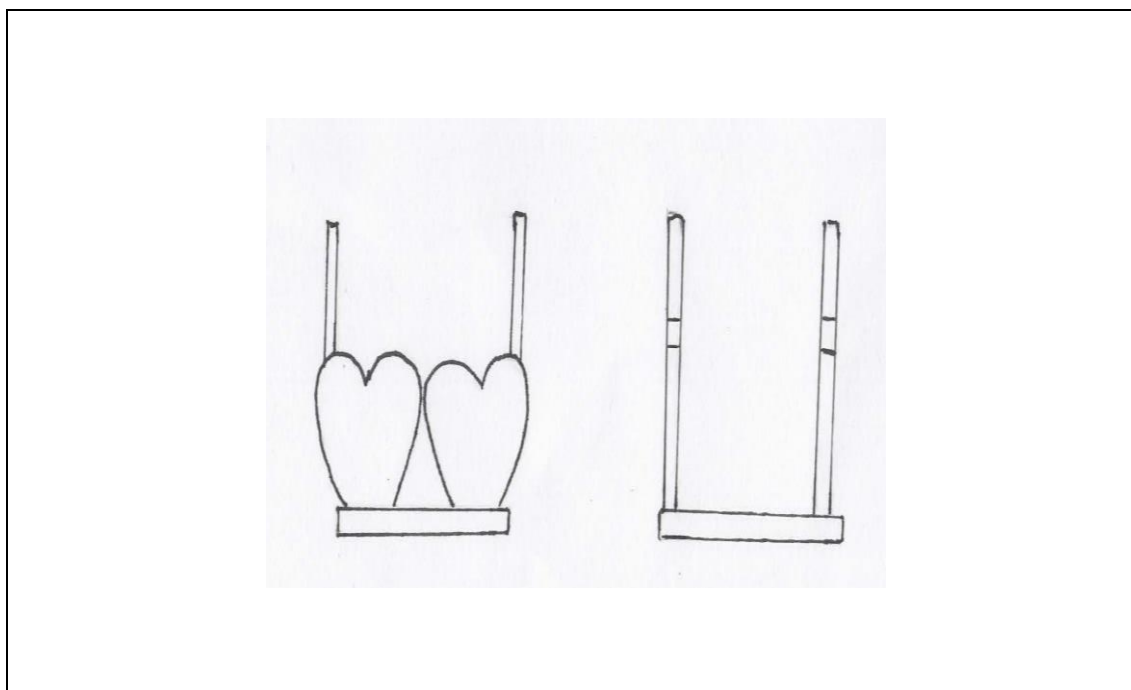






## APÊNDICE D: FICHAS TÉCNICAS

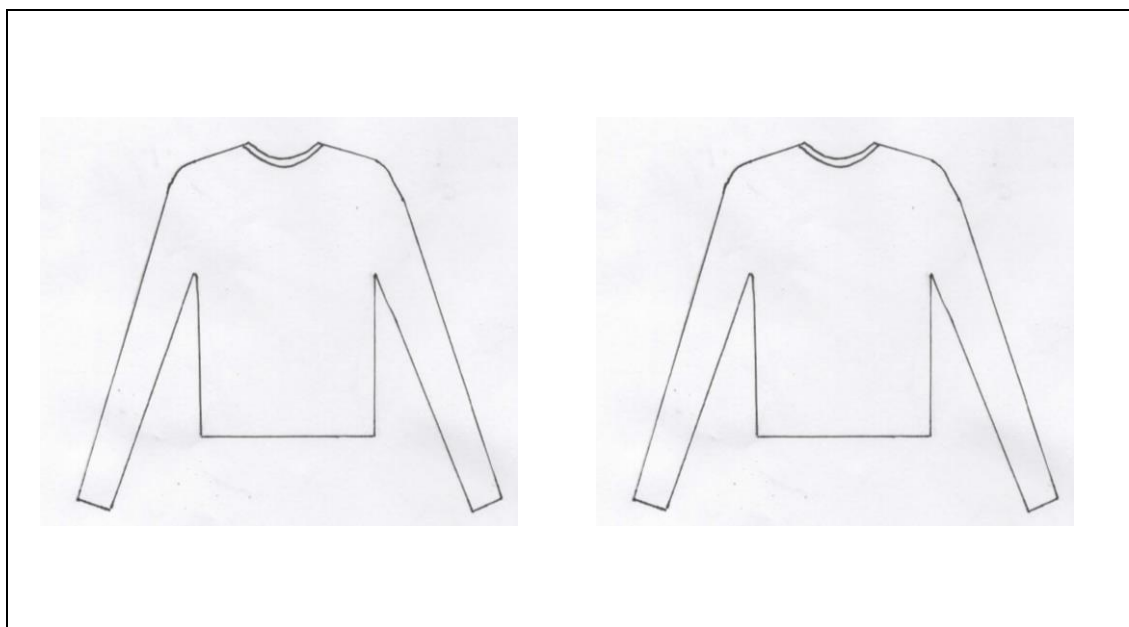
REFERÊNCIA: LOOK 1 - HARNESS DE CORAÇÃO	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: HARNESS DE CORAÇÃO	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	40CM	ROSA ESCURO	EMBOAVA

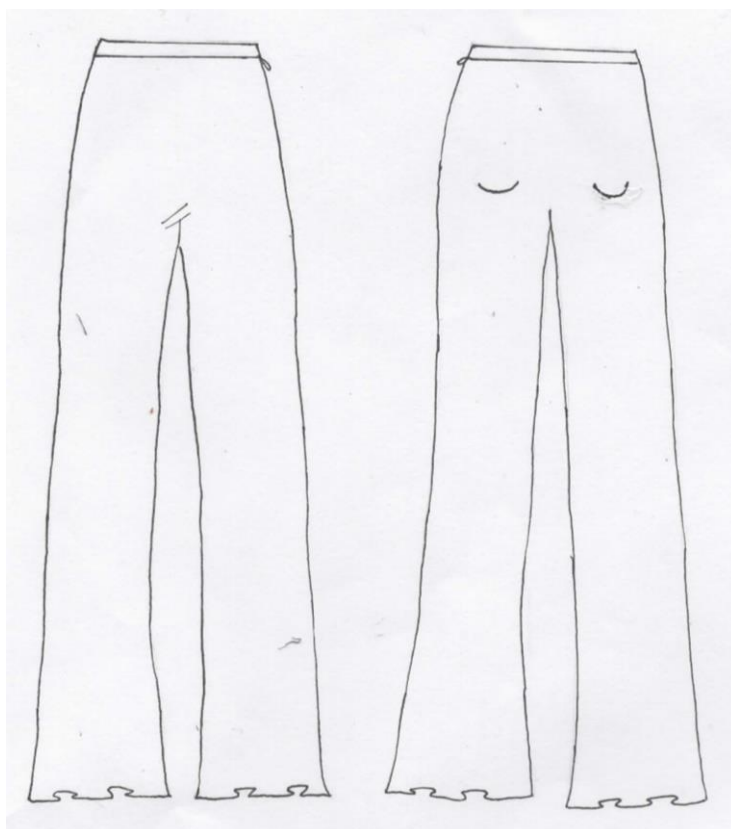
AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
BOJO	1 PAR	NUDE	HELENICE
VIÉS	2M	ROSA ESCURO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 1 - BLUSA TRANSPARENTE	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: BLUSA DE MANGA LONGA TRANSPARENTE	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
TULE DE MALHA COM BRILHO	94% POLIAMIDA 6%ELASTANO	1M	ROSA ESCURO	PAIVA

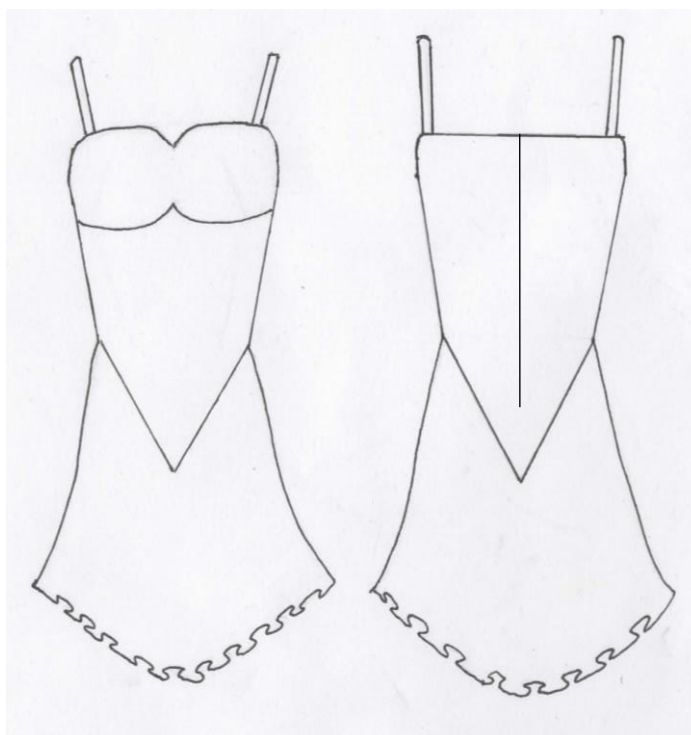
REFERÊNCIA: LOOK 1 - CALÇA PANTALONA	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: CALÇA PANTALONA, CÔS DE 8CM, ZÍPER INVISÍVEL NA LATERL ESQUERDA	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	1,4M	ROSA ESCURO	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	1,4M	ROSA ESCURO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	20CM	ROSA ESCURO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 3 – VESTIDO COM BICO	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: VESTIDO CURTO COM BICO, ALÇA, SAIA EM GODÊ, ZÍPER INVISÍVEL	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	2M	ROSA ESCURO	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	2M	ROSA ESCURO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	35CM	ROSA ESCURO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 8 - VESTIDO CURTO	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: VESTIDO COM COMPRIMENTO ACIMA DO JOELHO E FENDA DE 15CM NA LATERAL ESQUERDA, COSTAS ABERTAS, ZIPER INVISÍVEL	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	1M	AZUL ESCURO	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	1M	AZUL ESCURO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	18CM	AZUL ESCURO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 9 - VESTIDO MIDI	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: VESTIDO MIDI COM ALÇA, 4 CAMADAS DE BABADOS, ZIPER INVISÍVEL	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE PRADA	94% POLIÉSTER 6%ELASTANO	2M	AZUL CLARO	EMBOAVA
TULE DE MALHA COM BRILHO	94% POLIAMIDA 6%ELASTANO	2M	AZUL CLARO	EMBOAVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	30CM	BRANCO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 10 - MACACÃO EM DECOTE CORAÇÃO	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: MACACÃO COM DECOTE EM CORAÇÃO, MANGA LONGA PRINCESA, BOTÃO NA PARTE SUPERIOR DAS COSTAS E ZÍPER NA PARTE INFERIOR	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	2M	AZUL CLARO	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	2M	AZUL CLARO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	16CM	AZUL CLARO	HELENICE
BOTÃO	3 UN	DOURADO	HELENICE

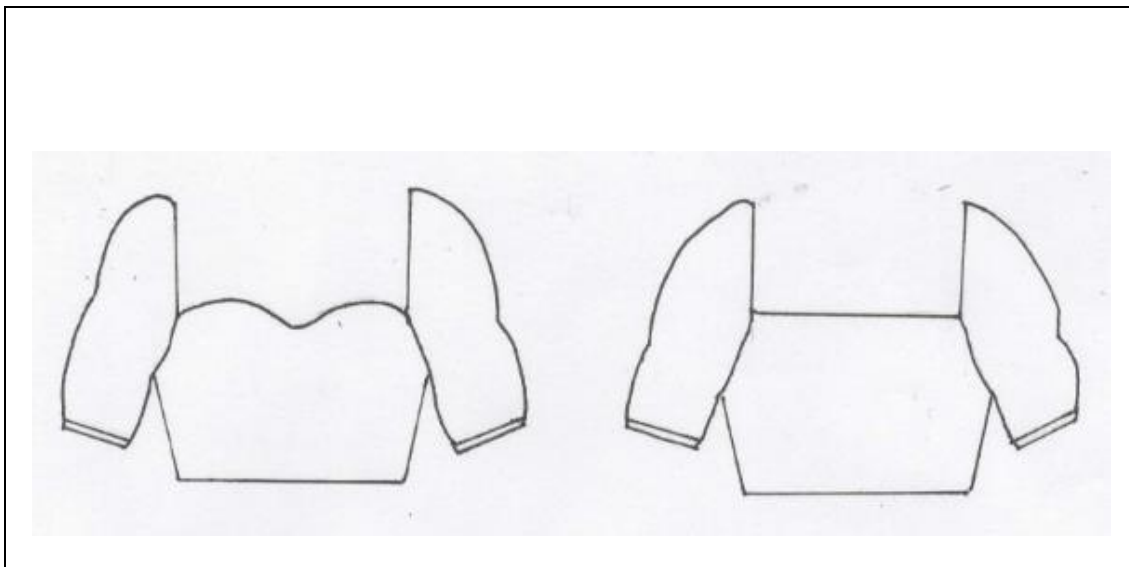
REFERÊNCIA: LOOK 12 - VESTIDO LONGO	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: VESTIDO LONGO COM FENDA DE 60CM NA LATERAL ESQUERDA, MANGA LONGA, DECOTE RETO FRENTE E COSTAS, ZIPER INVISÍVEL, BORDADOS NO BUSTO E CINTURA	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	2M	AZUL ESCURO	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	2M	AZUL ESCURO	PAIVA

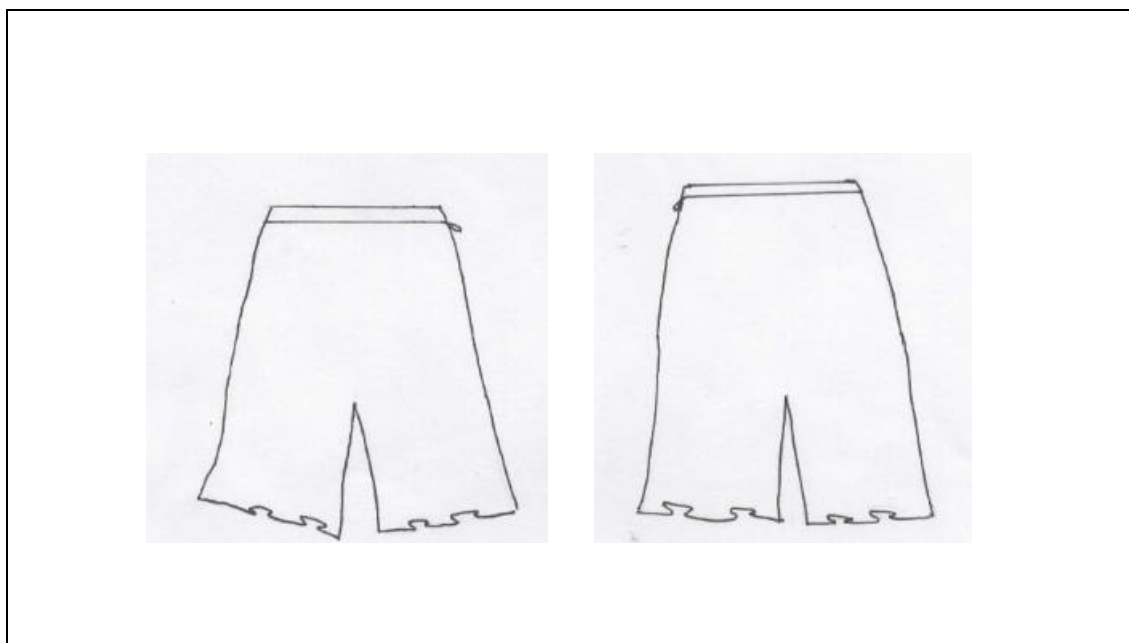
AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	35CM	AZUL ESCURO	HELENICE
PEDRARIAS		AZUL ESCURO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 14 - CROPPED	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: CROPPED COM MANGA PRINCESA, DECOTE EM CORAÇÃO	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	60CM	LILÁS	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	60CM	LILÁS	PAIVA
ORGANZA	100% POLIÉSTER	40CM	LILÁS	PAIVA

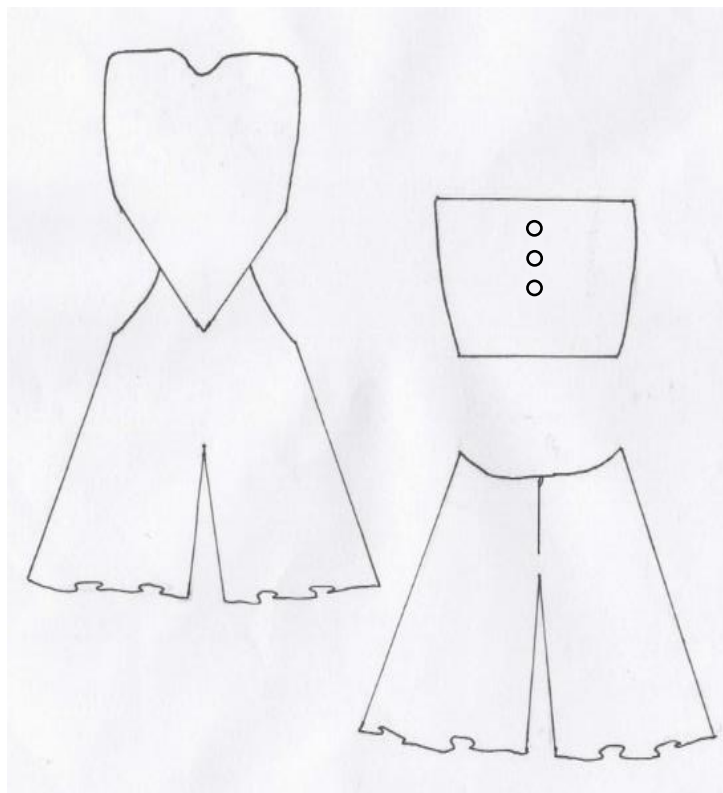
REFERÊNCIA: LOOK 14 - SHORT	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: SHORT COM MODELAGEM EM GODÊ, CÔS DE 5CM, ZÍPER NA LATERAL ESQUERDA	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	1M	LILÁS	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	1M	LILÁS	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER	20CM	LILÁS	HELENICE

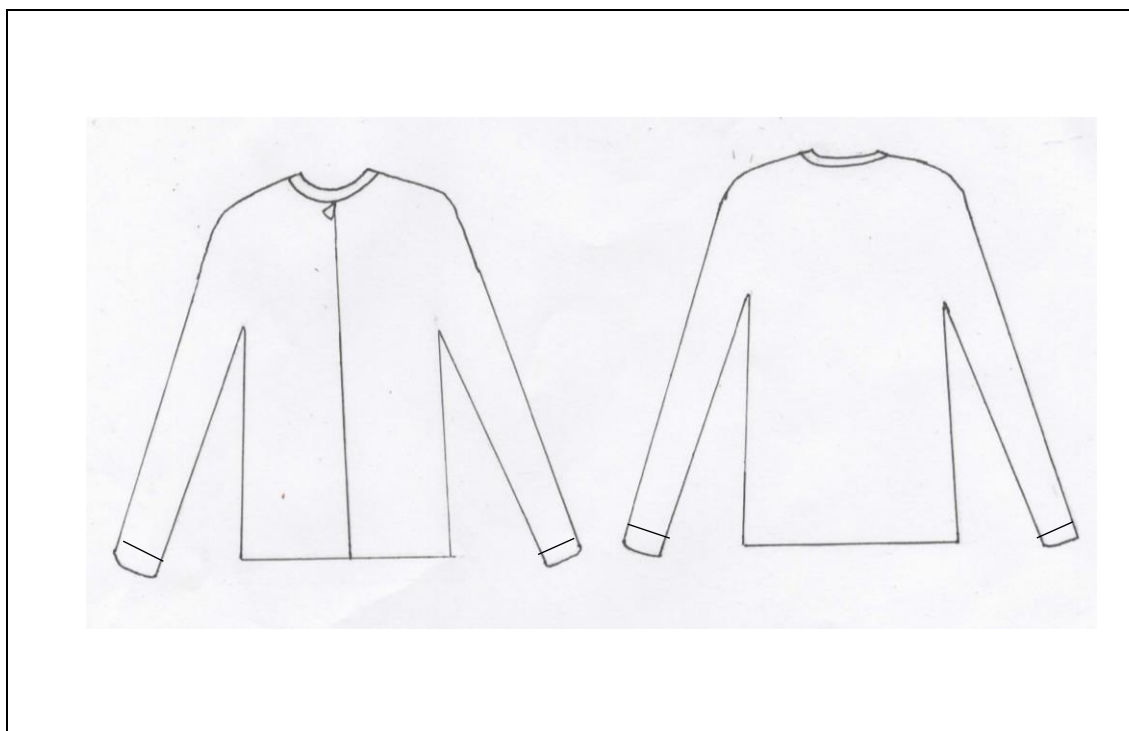
REFERÊNCIA: LOOK 15 - MACAQUINHO	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: MACAQUINHO COM MODELAGEM EM GODÊ, TOMARA QUE CAIA COM DECOTE EM CORAÇÃO, BOTÃO NA PARTE SUPERIOR DAS COSTAS E ZÍPER NA PARTE INFERIOR	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	1,5M	LILÁS	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	1,5M	LILÁS	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	16CM	LILÁS	HELENICE
BOTÃO	3 UN	DOURADO	HELENICE

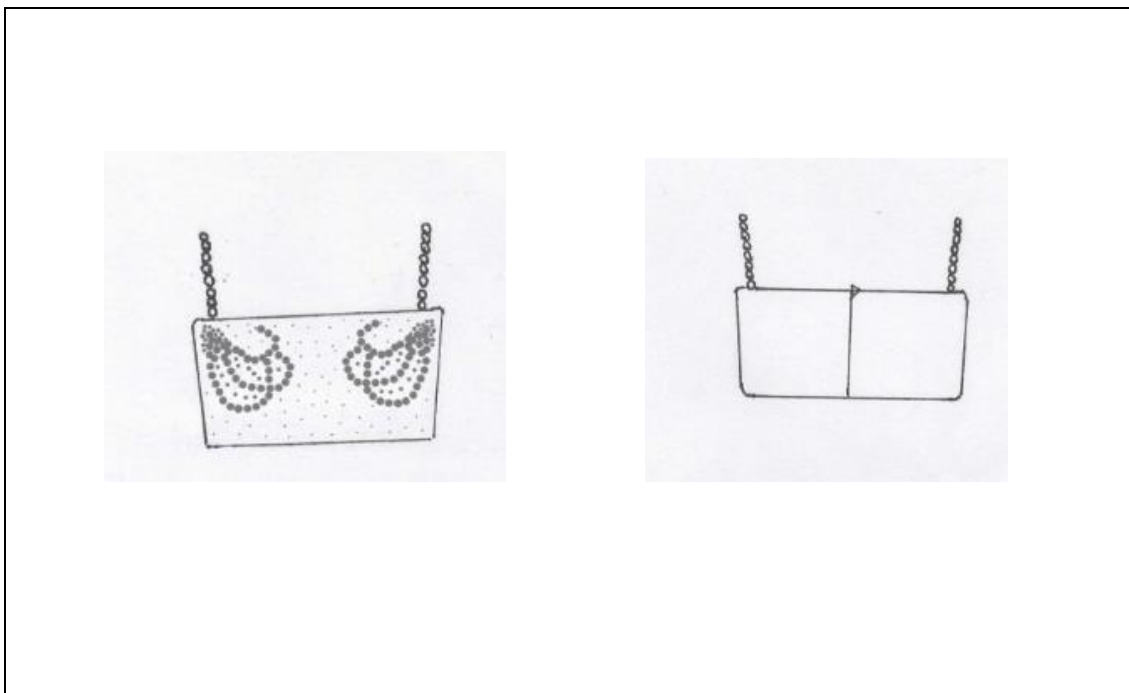
REFERÊNCIA: LOOK 15 - CASACO TRANSPARENTE	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: CASACO TRANSPARENTE TIPO BOMBER, ZÍPER DESTACÁVEL, PUNHO E GOLA DE CREPE	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ORGANZA	100% POLIÉSTER	1,2M	LILÁS	PAIVA
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	50CM	LILÁS	EMBOAVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER DESTACÁVEL	50 CM	LILÁS	HELENICE

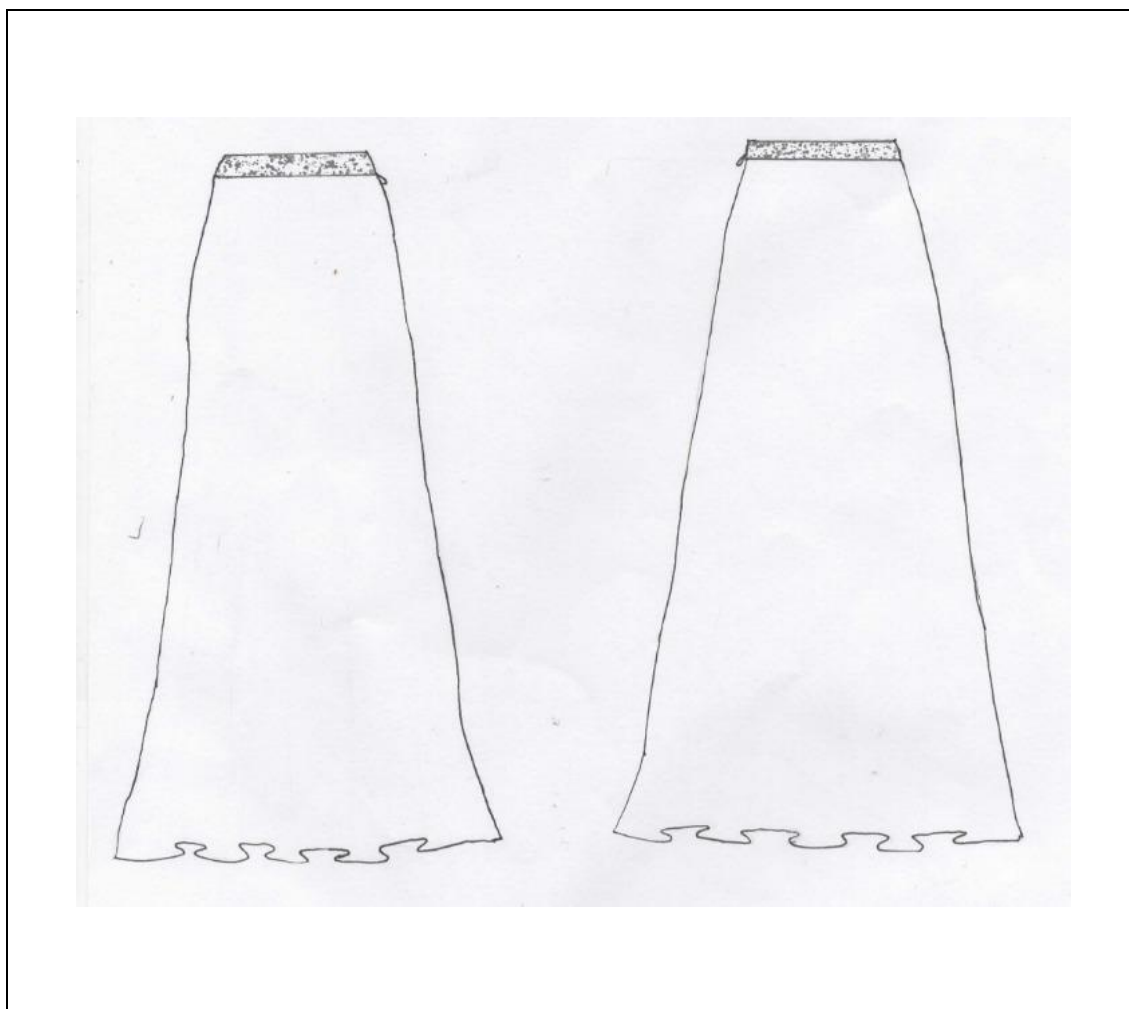
REFERÊNCIA: LOOK 19 - TOP COM ALÇA	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: TOP COM MODELAGEM RETA, ALÇA DE PÉROLAS, PENCE NO BUSTO E NA PARTE DAE TRÁS, BORDADO EM PÉROLAS NA PARTE DA FRENTE, ZÍPER DESTACÁVEL NAS COSTAS	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
TAFETÁ	50% POLIÉSTER 50%POLIAMIDA	60CM	BRANCO	LEAL TECIDOS
CETIM	100%POLIÉSTER	60CM	BRANCO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER DESTACÁVEL	22CM	BRANCO	HELENICE
PÉROLAS		PÉROLA	HELENICE
FIO DE NYLON	80CM	TRANSPARENTE	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 19 - SAIA LONGA	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: SAIA LONGA CORTADA EM EVASÊ, PENCE NA PARTE DE TRÁS, CÓS DE 5CM COM BORDADO EM PÉROLAS, ZÍPER INVISÍVEL NA LATERAL ESQUERDA	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
CREPE GEORGETTE	100% POLIÉSTER	1,5M	BRANCO	EMBOAVA
FORRO	50%ALGODÃO 50% POLIÉSTER	1M	BRANCO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	17CM	BRANCO	HELENICE
PÉROLAS		PÉROLA	HELENICE

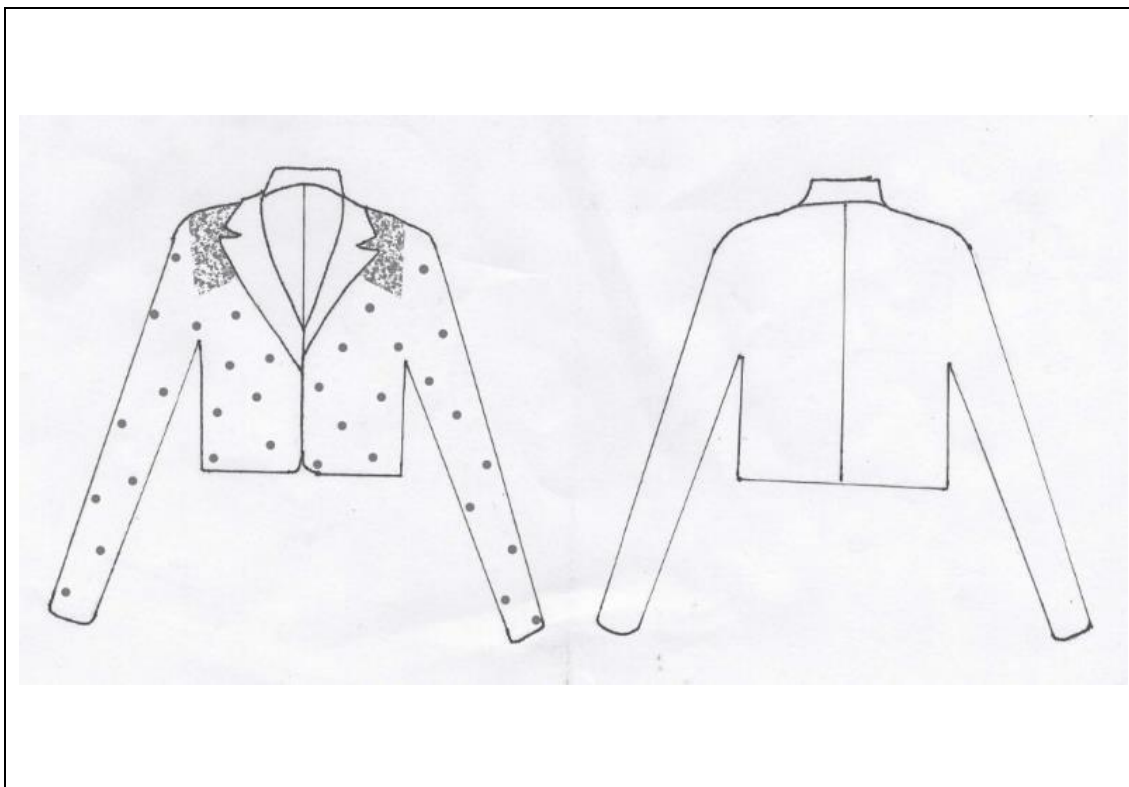
REFERÊNCIA: LOOK 20 - MACACÃO TOMARA QUE CAIA	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: MACACÃO COM MODELAGEM RETA, TOMARA QUE CAIA, ZÍPER INVISÍVEL NAS COSTAS, PENCE NO BUSTO	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
TAFETÁ	50% POLIÉSTER 50%POLIAMIDA	2M	BRANCO	LEAL TECIDOS
CETIM	100%POLIÉSTER	2M	BRANCO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
ZÍPER INVISÍVEL	26CM	BRANCO	HELENICE

REFERÊNCIA: LOOK 20 – BLAZER CROPPED	COLEÇÃO: SWEET GLOSSY
ESTILISTA: VICTÓRIA AMORIM	DATA: 05/10/2022
DESCRIÇÃO DA PEÇA: BLAZER FEMININO CROPPED, PENCE NA PARTE DA FRENTE E COSTAS, BOTÃO, BORDADO EM PÉROLAS	



TECIDO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
TAFETÁ	50% POLIÉSTER 50%POLIAMIDA	1,20M	BRANCO	LEAL TECIDOS
CETIM	100%POLIÉSTER	1,2M	BRANCO	PAIVA

AVIAMENTO	CONSUMO	COR	FORNECEDOR
BOTÃO	3 UN	PÉROLA	HELENICE
PÉROLAS		PEROLA	HELENICE

## ANEXO A – CARTA DE ACEITE DE ORIENTAÇÃO



### ANEXO III

#### Carta de Aceite de Orientação

Título: Judice de influencia de banco Boticario em historia do trade

Modalidade: Oratória

Aluno:

Orientador: Natalia

Formação: \_\_\_\_\_

Eu Natalia de Oliveira Amorim aceito orientar os alunos acima citados, na produção e desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso no ano de 2022.

Ass.: Natalia O Amorim

CO-ORIENTADOR/INSTITUIÇÃO: \_\_\_\_\_

Eu, \_\_\_\_\_, aceito auxiliar no desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso no ano de \_\_\_\_\_, na função de co-orientador.

Ass.: \_\_\_\_\_



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br

PROPOSTA PARA ELABORAÇÃO DO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE DESIGN DE MODA

AUTORES:

NOME DO ALUNO: Victoria Fátima de Azevedo SÉRIE: 4 MATRÍCULA: 01910369

NOME DO ALUNO: \_\_\_\_\_ SÉRIE: \_\_\_\_\_ MATRÍCULA: \_\_\_\_\_

NOME COMPLETO DO ORIENTADOR:

Natalie Maroso EMAIL: \_\_\_\_\_

NOME COMPLETO DO CO-ORIENTADOR:

\_\_\_\_\_ E-MAIL: \_\_\_\_\_

ÁREA DO TCC: Coleção

TEMA: Análise da influência da boneca Barbie na história da moda

OBJETIVOS PRETENDIDOS:

Manter como a Barbie influencia a moda e realizar uma coleção inspirada na boneca

PLANO DE TRABALHO – Etapas e Prazos (Usar o verso se necessário)

Realizar a pesquisa sobre a influência da Barbie na história da moda, analisar a boneca e realizar todos os passos da confecção e execução da coleção, ensaio fotográfico

APROVAÇÃO DO PROFESSOR ORIENTADOR: Natalie O Maroso

APROVAÇÃO DO PROFESSOR CO-ORIENTADOR: \_\_\_\_\_

ASSINATURA DO(S) ALUNO(S): Victoria Azevedo