



RESUMO

O objetivo desta pesquisa corresponde a perceber como a representação feminina aconteceu nas diferentes ideologias político-econômicas da Guerra Fria. Para isso, foram analisadas 245 obras publicitárias de quatro séries de revistas diferentes (Soviet Woman, Soviet Russia Today, LIFE e McCall's) que se alinharam aos modelos que estiveram em jogo durante o período entre 1947 e 1969, a partir da teoria da "Agenda Setting". Assim, pode-se concluir que a mulher e sua representação se configuram como ferramentas poderosas de propaganda, conseguindo traduzir em sua imagem características inerentes a cada ideologia, seja a manutenção da propriedade privada através da submissão doméstica e imposição de padrões estéticos, seja a coletivização dos meios de produção por meio da união livre e libertação das mulheres pelo trabalho assalariado.

INTRODUÇÃO

A luta pelos direitos das mulheres sempre existiu (Zirbel, 2021) inclusive convergindo com as rivalidades da Guerra Fria em especial com a principal arma do conflito: a propaganda (Alviano, 2011). A partir da inserção da figura feminina nessas obras, as potências do período encontram uma nova maneira de disseminar seus ideais. Desse modo, busca-se relacionar imagem, feminismo, ideologia e tensões da bipolaridade.

OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa a perceber como a representação feminina aconteceu nas diferentes ideologias político econômicas da Guerra Fria, com o intuito de examinar como a disputa ideológica da Guerra Fria moldou a vida e a imagem da mulher, analisando desde as estruturas sociais e econômicas até as representações culturais, e como tudo isso influenciou a luta feminista por emancipação

METODOLOGIA

O estudo analisou publicidades de 16 edições dos periódicos publicadas entre 1947 e 1969, criando inventários quantitativos conforme os temas política, cultura, sociedade e economia, com base na teoria da "Agenda Setting" e nas lógicas de Zardo (2010) e Martinho (2021). A leitura dessas imagens foi complementada por resumos gerais das obras mais relevantes por área, sustentados por um estudo referencial prévio.

RESULTADOS

Engels (1888) identifica que a origem da condição feminina vem da imposição da mulher como propriedade privada do lar/de seu marido, a partir do momento que foi se tornando possível lucrar com as atividades produtivas primitivas, e que fosse preferido por parte do homem passar esse lucro através de sua linhagem.

Assim, quando autores como Goldman (2014) fossem analisar os ideais, compreendessem que tal depende dos princípios econômicos dos devidos modelos: Capitalismo (defensor da propriedade privada) pregando pela manutenção da situação e da mulher como objeto econômico, e Socialismo (a favor da propriedade coletiva) a favor inserção social feminina e como figura produtiva. Esses fatores refletem nos temas e maneiras que as revistas criam e propagam suas publicidades.

Recorrência de temas nas propagandas analisadas.

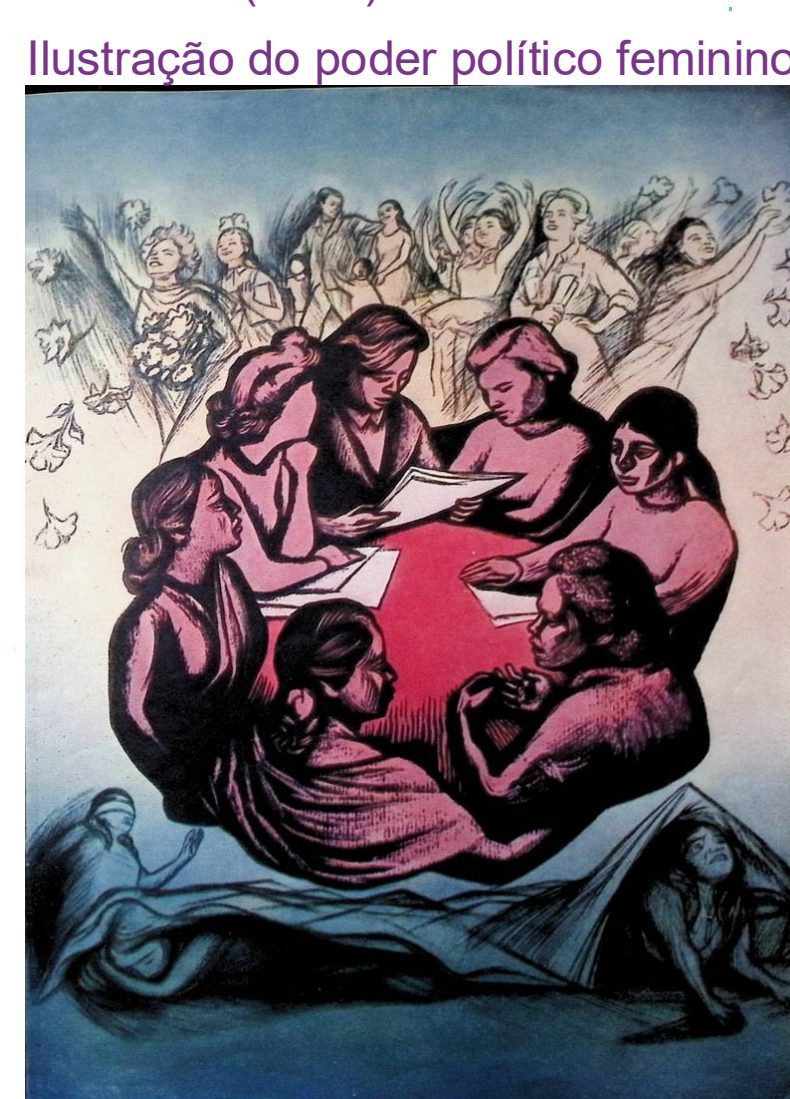
	URSS	EUA	Soma
Total	114	131	245
Política	30	5	35
Cultura	31	12	43
Sociedade	23	44	67
Economia	30	70	100

Fonte: Elaborado pela Autora (2025).

Publicidade da "Yardley English Lavender".



Fonte: McCall's (1956).



Fonte: Soviet Woman (1958).

CONCLUSÃO

A representação da mulher pelas superpotências refletia os valores ideológicos de cada polo no sistema bipolar, essas relações de gênero estão ligadas aos modos de produção adotados por sua sociedade. De modo que, no capitalismo, a mulher era vista como propriedade privada e subordinada economicamente; e no socialismo, como cidadã emancipada, igual aos homens por meio do trabalho assalariado.

A partir desses fatores, os periódicos refletem ideais de seus blocos geopolíticos. Veiculando propagandas que aderissem a opinião delas. No modelo de Washington ocorre com reincidência da figura da dona de casa, da extensiva comercialização de produtos domésticos ou de beleza e da inferiorização das conquistas femininas. Considerando a convicção de Moscou, ocorre por meio da motivação por participação em todos os setores e exaltação de seus feitos como fundamentais para a Revolução.

Dessarte, essas representações influenciaram na luta feminista ao longo da história, refletindo suas abordagens sobre gênero, propriedade e economia, e propagando diferentes modelos de identidade feminina e papéis sociais atribuídos às mulheres de modo simplesmente oposto entre princípios, com um reforçando o "status quo" da dominação da mulher e outro pretendendo arruinar completamente esse e criar uma realidade mais justa entre gêneros.

Finalmente, afirma-se que as hipóteses de avanço isonômico proposta pelo socialismo e a de conservação da arbitrariedade oferecida pelo capitalismo foram aqui corroboradas.

BIBLIOGRAFIA

- ENGELS, Friedrich. A origem da família, da propriedade privada e do Estado. Zurique: Boitempo, 1884.
- GOLDMAN, Wendy. Mulher, Estado e Revolução: política familiar e vida social soviéticas, 1917-1936. São Paulo: ISKRA, 2014.
- MARTINHO, Silvana. Sorrisos desconfortáveis: a representação da liderança política por meio de charges do jornal Folha de S. Paulo. São Paulo: [s.n.], 2021.
- MCCALL'S. New York, v. 83, n. 9, jun. 1956. Disponível em: <https://archive.org/details/mc-calls-v-083-n-09-1956-06/page/20/mode/2up>. Acesso em: 10 set. 2025.
- IZDIHAR. Soviet Woman Magazine – March 3, 1958. Disponível em: <https://ladyizdihar.com/blogs/izdihars-soviet-archive-2/soviet-woman-magazine-march-3-1958>. Acesso em: 10 set. 2025.
- ZARDO, Guilherme. A Propaganda Política Soviética: Uma análise de dez cartazes de 1917 a 1945. Porto Alegre: [s.n], 2010.
- ZIRBEL, Ilze. Ondas do Feminismo. Campinas: Blogs de Ciência da Universidade Estadual de Campinas, 2021.

