

COLÉGIO SÃO LUÍS

**ENSINO MÉDIO
CURSO DE METODOLOGIA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

LUIZA RAELE SAAD

**ICONOGRAFIA FEMININA:
A dicotomia da imagem nas propagandas dos polos da Guerra Fria.**

**São Paulo
2025**

LUISA RAELE SAAD

ICONOGRAFIA FEMININA:

A dicotomia da imagem nas propagandas dos polos da Guerra Fria.

Artigo apresentado como requisito de aprovação em “Metodologia de Iniciação Científica”, na 2ª série do EM do Colégio São Luís

Orientadora: Profa. Dra. Silvana Gobbi Martinho

São Paulo
2025

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão contou com a ajuda de diversas pessoas, dentre as quais agradeço:

À Profa. Dra. Silvana Gobbi Martinho, que durante 10 meses me acompanhou integralmente, dando todo o auxílio, suporte e orientação necessários para a elaboração desse projeto.

Aos meus amigos, que me deram todo o apoio moral que eu poderia pedir durante esse processo de pesquisa.

Aos meus pais, que sempre me incentivaram e me deram condições para poder dar o meu melhor em tudo que me proponho a fazer.

“Quem não se movimenta, não sente as correntes que o prendem.”

Rosa Luxemburgo

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 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.

Palavras-chave: Guerra Fria, Representação da Mulher, Publicidade, Socialismo, Capitalismo.

ABSTRACT

The objective of this research is to understand how female representation occurred in the different political and economic ideologies of the Cold War. To this end, 245 advertisements from four different magazine series were analyzed, aligning with the models in play between 1947 and 1969, based on the theory of “agenda setting.” Thus, it can be concluded that women and their representation are configured as powerful propaganda tools, successfully translating through their images characteristics inherent to each ideology, whether it be the maintenance of private property through domestic subjugation and the imposition of beauty standards, or the collectivization of the means of production through free unions and the liberation of women through wage labor.

Keywords: Cold War, Representation of Women, Advertising, Socialism, Capitalism.

Lista de ilustrações:

Imagem 1	Comparação de estratégias de publicidade.....	24
Imagem 2	Anúncio da marca de eletrodomésticos “Hamilton”	26
Imagem 3	Publicidade de produtos perfumados da “Yardley English Lavender” ..	28
Imagem 4	Publicidade de vestidos de marcas diversas	29
Imagem 5	Capa de uma edição da Soviet Woman Magazine	30
Imagem 6	Pescadores Armênios trabalhando	32
Imagem 7	Anúncio de emprego para “Bell Telephone System”	33
Imagem 8	Quadro de um dormitório universitário	34
Imagem 9	Quadro “Casamento em uma futura rua”	35
Imagem 10	Anúncio para baús de cedro variados	36
Imagem 11	Publicidade de carpetes da marca “Mohawk’s”	37
Imagem 12	Publicidade para aquecimento da marca “Oil Heat”	39
Imagem 13	Coletânea de cultura erudita em propagandas soviéticas	40
Imagem 14	Coletânea de cultura popular em propagandas soviéticas	41
Imagem 15	Publicidade para as novas estrelas da televisão	42
Imagem 16	Notícia sobre a saída do Duque Philip de Edimburgo	43
Imagem 17	Matéria “Danger’s ahead in the public schools”	45
Imagem 18	Ilustração sobre o poder político do coletivo feminino	46
Imagem 19	Matéria “They have won full rights”	47
Imagem 20	Histórias curtas sobre a viagem espacial	48

Lista de tabelas:

Tabela 1	Incidência de temas nas propagandas analisadas	22
Tabela 2	Subtemas identificados nas obras soviéticas	25
Tabela 3	Subtemas presentes nas propagandas norte-americanas	25

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. ÓTICA FEMININA IDEOLÓGICA	13
2.1. Origem da condição feminina	13
2.2. A mulher no capitalismo	15
2.3. A mulher no socialismo	16
3. ANÁLISE ESTRUTURAL	19
3.1. Revistas de interesse	19
3.2. Descrição Metodológica	21
3.3. Apresentação de dados	22
3.4. Enquadramentos específicos	24
4. INTERPRETAÇÃO IMAGÉTICA	26
4.1. Economia	26
4.2. Sociedade	33
4.3. Cultura	39
4.4. Política	43
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
6. BIBLIOGRAFIA	51

1 INTRODUÇÃO

A luta pelos direitos das mulheres sempre existiu, entretanto, os primeiros estudos dos movimentos feministas por emancipação tiveram relações apenas com o sufrágio e a isonomia feminina. Esse período, de acordo com Zirbel (2021), é categorizado como “A primeira onda feminista”, cuja formação ocorreu na segunda metade do século XIX, buscava a reivindicação do voto feminino, autodeterminação sexual e, em geral, mudanças político-jurídicas visando a redução das desigualdades. Essa etapa do movimento é muitas vezes creditada as mulheres brancas e de classe média, porém, grande parte destas ativistas eram de baixa renda:

É comumente afirmado que as protagonistas da primeira onda eram mulheres de classe média. No entanto, a maioria das manifestantes presentes nas grandes manifestações que deram visibilidade a essa onda era da classe trabalhadora, lutando contra as péssimas condições de vida e trabalho a que estavam submetidas. Em Comum, partilhavam com as feministas de outras classes a esperança de que, uma vez obtido o direito de votar e o acesso aos lugares de decisão política, seria possível alterar as leis instituições que as exploravam oprimiam como mulheres e como trabalhadoras (Zirbel, 2021, p.14).

Infelizmente, a luta desses grupos foi enfraquecida durante a década de 1920, em decorrência das grandes guerras desencadeadas na Europa, já que as mulheres entraram para os esforços de defesa da pátria (Breen, Jordahl, 2019).

A próxima grande etapa do movimento se iniciou na década de 60. Naquela época, em grande parte do mundo as mulheres brancas haviam acabado de ingressar na força de trabalho e haviam acabado de conquistar sua isonomia jurídica. Conforme Zirbel (2021), mesmo com tais avanços institucionais, na prática, elas ainda não tinham alcançado a liberdade que tanto lutaram por, assim nasceu a “Segunda onda feminista”. Nesta nova etapa, o principal ideal passou a ser sobre emancipar a mulher da opressão, e tal, só seria possível através do questionamento sobre o significado e subordinação social historicamente atrelados ao termo “mulher”. Através desta fase se consolidam pensamentos essenciais para o movimento, como aquele em que se entende que “Não se nasce mulher, torna-se” (Beauvoir, 1949).

Conjuntamente, na segunda metade do século XX o mundo se encontrava no apogeu das rivalidades político-ideológicas da Guerra Fria. Esse conflito dará, segundo Ribera (2012), abertura para múltiplas questões que, apesar do fim das tensões, ainda não temos respostas, como o papel da mulher e a luta feminista durante o período. Diante do conflito, as lutas feministas foram segregadas e reagrupadas para melhor se adequarem aos sistemas econômicos vigentes. Assim

surgiram não só novas vertentes do movimento, como também se formaram as frentes internacionalistas tal qual a Federação Democrática Internacional de Mulheres (FDIM) e a Liga Internacional de Mulheres pela Paz e Liberdade (LIMPL), que discutiam a própria libertação através de diferentes óticas ideológicas.

Essa divisão ocorreu ao redor das ideologias do Capitalismo/Neoliberalismo e do Socialismo/Marxismo-leninismo, as quais são intrinsecamente opostas. O sistema capitalista é descrito por Jessua Claude (2009) em citação à Schumpeter:

Capitalismo define-se pela apropriação privada dos meios de produção; pela coordenação de decisões por meio de trocas, em outros termos, pelo mercado; finalmente pela acumulação de capitais através de instituições financeiras, ou seja, pela criação do crédito. (Schumpeter, 1942 apud Claude, 2009, p. 4)

De maneira contrária, os defensores do modelo socialista defendem, de acordo com a citação de Schumpeter feita por Jessue Claude (2009):

Trata-se de um sistema caracterizado pela apropriação coletiva dos meios de produção. A coordenação das decisões, a aplicação dos recursos produtivos e o ritmo da acumulação dos capitais são nele determinados por um conjunto de injunções previamente estabelecidas, ou seja, um Plano, que substitui o mercado. (Schumpeter, 1942 apud Claude, 2009, p. 4)

Esses ideais eram fortemente defendidos, respectivamente pelos Estados Unidos da América (EUA) e pela União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).

A separação de ativistas feministas entre essas causas se mostraria fundamental mais tarde não só para a manutenção, mas também para a propagação de tais ideias, inclusive em detrimento da luta feminista (Méndez, 2011).

Com essa separação, as potências do período encontram uma nova maneira de disseminar suas visões de mundo, sendo essa através de propagandas que abordam e visam conquistar o público feminino. O uso da propaganda rapidamente se popularizou como, sobretudo, a principal arma da Guerra Fria, devido ao fato de ser uma maneira segura de disseminar ideais, sem recorrer ao poder bélico (Alviano, 2011). Essa tática se resume a uma forma de comunicação que tenta influenciar o posicionamento de uma comunidade ao apresentar fatos específicos que corroboram com um certo ponto.

A propaganda foi utilizada na guerra fria de maneira extensa e intensa com a disseminação de slogans que se aproveitavam do alarmismo como “The red target is your home” (Belmonte, 2008, p. 146). Portanto, não deveria surpreender que as mulheres não estiveram isentas dessa estratégia, inclusive sendo o foco de várias campanhas.

Mesmo com as mulheres se caracterizando como importantes personagens dessas obras, o estudo da presença delas é pouco considerado e as propagandas acabaram por cair em esquecimento. O fato da invisibilidade do gênero vai além da falta de pesquisas em relação às minorias sociais, com estudos acerca de segregação racial (Romanelli, Tomio, 2017), intolerância religiosa (Rodeghero, 2003) e até sobre a arte do cinema (Valim, 2006) durante o período sendo tópicos de pesquisa e análise.

Sob tal ótica, visa-se consagrar a ideia de Burke (2004) que imagens de todo tipo se enquadram em evidência histórica, como também a de Alviano (2011) “todo tipo de registro contido na imagem é visto como um resquício do passado e consequentemente um objeto de pesquisa.” (2011, p.23). Para tal, serão aferidos os anúncios das seguintes revistas: Soviet Woman Magazine, Soviet Russia Today (ambas de cunho soviético), LIFE Magazine e McCall’s Magazine (revistas norte americanas). A partir dessas revistas de vieses múltiplos, a análise toma um caráter de busca por resultados assertivos.

Para realizar o exame efetivo das imagens propagadas nas revistas previamente citadas, pretende-se chegar a uma resolução que consiga abranger desde o impacto das representações socialistas e capitalistas para a luta feminista, e como essas influenciaram o avanço da emancipação feminina ao longo da história. Até como cada tipo de caracterização reflete os ideais relacionados à economia e sociedade desses sistemas. E, principalmente, a análise de que maneira essas representações propagam uma “identidade feminina ideal” e certos valores, normas e expectativas de comportamento social atrelados ao papel da mulher em tais contextos.

Para iniciar a resolução desses tópicos tomam-se algumas hipóteses, como a de que o capitalismo, por mais que tenha sim seu grande impacto em proporcionar a entrada da mulher no sistema de produção, faz a manutenção do subjugamento da importância da mulher. Não apenas pela imposição de papéis domésticos no gênero, mas também através do aprisionamento da mulher por meio da família, que age como conjunto econômico e consumidor. Portanto, a imagem veiculada por esses meios será uma que foca exclusivamente nos deveres estéticos e domiciliares do gênero.

Por sua vez, adota-se a hipótese de que a mulher no socialismo não só tem sua condição equiparada à situação do gênero masculino, mas a mesma também não se encontra aprisionada ao trabalho doméstico e à família, já que este modelo prega pelo fim da propriedade privada, definimento da família como conjunto econômico, pela socialização dos setores de trabalho doméstico e, primordialmente, a libertação

através do trabalho assalariado. Então, essa representação vai ser benéfica para a mobilização isonômica devido a concepção da mulher já descrita nessa seção.

Para a realização e apuração dos aspectos previamente citados de maneira concreta, essa pesquisa será separada, para além da introdução e das considerações finais, em três partes: primeiramente, pretende-se compreender a ótica feminina ideológica, ou seja, a análise do papel da mulher em cada dos sistemas; Em seguida será feita a descrição metodológica e análise quantitativa das imagens veiculadas nas revistas previamente apresentadas por meio do agrupamento de obras em categorias importantes para chegar à um exame completo (como política, cultura, sociedade e economia); Finalmente, será elaborada a relação entre as teorias e obra por meio da interpretação qualitativa das obras mais emblemáticas. A partir de todos esses passos, serão formuladas as conclusões finais condizentes e necessárias.

2 ÓTICA FEMININA IDEOLÓGICA

Nesse capítulo, busca-se entender as bases teóricas para o surgimento da pressão de gênero e para como as visões da mulher propagadas pelas superpotências foram construídas e se relacionam com as suas respectivas ideologias. Para que assim, a interpretação de obras tenha a fundamentação necessária para que os exames sejam efetivos e completos.

2.1 ORIGEM DA CONDIÇÃO FEMININA

Para a completa compreensão das óticas e conceitos que descrevem a mulher nos sistemas capitalista e socialista, é essencial entender a origem da, supostamente natural, divisão dos papéis de trabalho por gênero. Para realizar essa contextualização é necessário um enfoque nas teorias formuladas por Friedrich Engels (1820-1895) e Karl Marx (1818-1883).

A primeira grande teoria analítica realizada pelos estudiosos vai ser aquela descrita na obra “A ideologia alemã” (1845-1846), em que se inaugura o questionamento da segregação do trabalho por gêneros. Nessa obra, iniciam a compreensão de que as relações familiares são premissas irrefutáveis para a existência das condições sociais e que as famílias também englobam contornos sociais atrelados à modos de produção. Em sequência, postulam que a primeira forma de divisão dos trabalhos nas comunidades ancestrais era determinada a partir da possibilidade de maternidade da mulher. Seguindo essa ótica, Marx e Engels defendem que a submissão imposta nas mulheres foi formada através da latente escravidão da mulher no contexto da família que é decorrente da divisão sexual do trabalho:

Dessa forma, Marx e Engels argumentavam que a opressão às mulheres teria sua origem na divisão natural ou sexual do trabalho dentro da família. As mulheres foram a primeira forma de propriedade privada: elas pertenciam aos homens. A opressão às mulheres estava ancorada na maternidade. (Engels, Marx, 1845-1846 apud Goldman, 2014, p. 58).

Entretanto, essa explicação não satisfaz completamente os teóricos, visto que a ideia de uma explicação “biológica” para a opressão contradizia com a ideia de que a relação entre grupos afetivos ia para além da biologia.

A resolução para esse conflito será concretizada em um estudo de Engels sobre a formação do conjunto familiar nomeado “A origem da família, da propriedade privada e do Estado” (1884). Engels (1884) começa por argumentar que dentre as comunidades humanas primitivas, havia um estado de “liberdade sexual irrestrita” que geraria uma forma de casamento em grupo dentro das tribos. Ao passar do tempo, esse sistema de relações denominado “gens”¹ (determinado pela linhagem feminina devido ao desafio histórico de identificação paterna) foi sendo substituído pela monogamia, à medida que se tornava receoso as relações incestuosas entre filhos de uma mesma mãe: “A história recente da família consistia em um estreitamento progressivo do círculo que originalmente abraçava toda a tribo. Por fim, somente o casal simples permaneceu” (Engels, 1884 apud Goldman, 2014, p. 58).

Apesar da retração no número de integrantes de uma relação romântica/sexual, o lar permanecia comunal e os grupos que primordialmente e intrinsecamente possuíam esses ambientes continuavam a ser os gens maternos. Ou seja, foi se gerando uma espécie de matriarcado, já que a posse do principal ambiente de convívio e trabalho não era apenas cedida à mulher, mas também era herdada por meio de sua linhagem. Logo, de acordo com Engels (1884), o lar comunitário formava a gênese da supremacia feminina dos tempos ancestrais.

Entretanto, houve uma mudança extrema na posição ocupada pela mulher. Tal reorientação se deu devido à domesticação de animais e desenvolvimento de uma agricultura mais frutífera, em outras palavras, a mudança ocorreu a partir do momento que se começou a produzir excedentes/lucro. Com base nisso, se forma a escravidão e se inicia o acúmulo de riqueza para os homens (os que eram donos dos instrumentos de produção), mas os homens ainda não conseguiam transferir seus meios de produção de maneira exclusiva para sua linhagem. Para efetuar o feito da consolidação da propriedade privada dos meios de produção foi necessário abolir o direito materno a partir da imposição irrefutável da monogamia, e assim garantir a herança privada:

A paternidade era garantida pela imposição da fidelidade das mulheres. A monogamia para as mulheres substituiu a família de casais flexíveis. O homem assumiu o controle da casa e "a mulher foi degradada e reduzida à servidão. (Engels, 1884 apud Goldman, 2014, p. 59).

¹ Unidade social formada a partir de um conjunto familiar que compartilhavam um mesmo nome de família e um antepassado em comum.

O revolucionário também explicita que as relações provindas da monogamia do matrimônio burguês (da relação de exploração) não surgem de um ponto de amor mútuo, mas sim de um ponto de subjugamento de um sexo pelo outro, em prol do enriquecimento unilateral do homem em prejuízo da liberdade da mulher. Transformando essas relações em laços meramente econômicos e gerando dependência por parte do indivíduo feminino, que não recebe salário por seu trabalho no ambiente doméstico. Em resumo, a opressão às mulheres estava atrelada à destruição do lar comunal. Uma vez que administração do lar se tornou um “serviço privado”, as mulheres se tornaram escravas da casa, excluídas da participação na produção social. Desse modo, a mulher se tornou a primeira forma de propriedade privada, e a família se torna hierárquica e uma unidade básica de produção.

2.2 A MULHER NO CAPITALISMO

O sistema capitalista vai representar uma das primeiras maneiras de as mulheres alcançarem sua emancipação, mas vai fazer a preservação da condição feminina repressiva. A expansão do modelo, de acordo com Kollontai (1982), vai obrigar a mulher a aderir à dinâmica do capital, agora sendo necessário que ela adentre e seja ativa na vida econômica. Conseguindo sair do ambiente doméstico para se submeter a dependência do capital.

Todavia, o gênero feminino continua a ser submetido a responsabilidade do lar, gerando uma carga de trabalho dupla e sem o devido salário, pois o trabalho doméstico é expropriado debaixo das ordens de hierarquia do capital, e portanto não é remunerado; e a remuneração que recebem por seus novos postos de produção é consideravelmente menor que a de seus colegas homens: “O salário, como relação social, tornou-se um mecanismo que naturalizou a exploração do trabalho não pago das mulheres, obscurecendo sua função na reprodução da força de trabalho” (Federici, 2017, p. 124). Então, o modelo determina que, por mais que elas trabalhem fora, a mulher ainda dispõe da inegável responsabilidade de cuidar do ambiente do lar, uma vez que o ambiente e a mulher ainda são propriedades privadas. Esse aprisionamento impede que a mulher conquiste emancipação e igualdade real, ao lhe impor um fardo que antecede qualquer outro aspecto da vida (Preobrazhenskii, 1920).

Paralelamente, o fator econômico também impede o alcance da independência. Como dito previamente, no capitalismo, elas não conseguem ter uma renda concreta,

então para ter sustento, a mulher é forçada a se casar. A partir desse olhar, a mulher se torna dependente da unidade familiar, cujos laços são sentimentais e/ou românticos apenas para as classes brancas e burguesas (Goldman, 2014).

Além dessa pendência com os indivíduos masculinos, as mulheres (a força produtiva expropriada) se tornam posse de seus cônjuges (donos do meio de produção privado). Segundo Federici (2017), essa estrutura de subserviência e expropriação da produção doméstica feminina é essencial para a continuidade desse sistema mercantilista, que depende da relação de exploração do trabalho do proletariado por parte da burguesia, e, por isso, as relações românticas entre as classes que não pertencem a elite branca são baseadas em submissão econômica.

Ademais, ao se integrar ao cenário do capital, a mulher se torna objeto de troca de capital, ou seja, se torna objeto de consumo. A partir dessa noção, segundo Barreto e Maria (2022), a maneira como a imagem da mulher é veiculada se torna primordial, dado que elas são vistas como produtos que precisam ser consumidos. Em decorrência disso, o gênero feminino é escravizado por parte de padrões de beleza exclusivos como uma forma de ser aceita e consumida pela sociedade, acabando por perder qualquer identidade que ela possuía.

Assim sendo, o sistema capitalista é retrógrado e arbitrário, podendo ser sintetizado na seguinte fala de Viana (2007): "Numa sociedade onde existe opressão feminina, tudo que serve para conservá-la serve, ao mesmo tempo, para conservar esta opressão, e a dominação de classe, que é o fundamento desta opressão".

2.3 A MULHER NO SOCIALISMO

Quanto a posição que o indivíduo feminino ocupa na sociedade socialista, podemos facilmente sintetizar todas as características desse modelo como contrárias àquelas do capitalismo. O projeto de emancipação feminina do socialismo, pois sim, de acordo com Goldman (2014), o socialismo, especialmente o soviético, tem um planejamento concreto para as mulheres, diferentemente do capitalismo, que afeta a mulher de forma consequencial ao próprio sistema, defende a união livre, libertação das mulheres pelo trabalho assalariado, socialização do trabalho doméstico e definhamento da família (Goldman, 2014).

Para melhor desenvolvimento de tais ideais, é necessário conferir os ideais fundadores de libertação do socialismo. O sistema socialista defende que a libertação

da classe trabalhadora só irá acontecer através do trabalho assalariado e da reivindicação por parte do proletariado da propriedade coletiva dos meios de produção. Em outras palavras, argumenta a favor da dissolução da posse privada (Goldman, 2014). No contexto feminino, a libertação viria por meio do fim do ambiente doméstico como um setor privatizado, e, portanto, todos os elementos do plano descrito têm a função de garantir e perpetuar a abolição dessa forma de gestão do lar.

A inserção das mulheres no mercado de trabalho é vista como uma das principais condições para a liberdade, pois, conforme Kollontai (2000), a mulher só terá sua condição de emancipação quando for economicamente autônoma. Destarte, viabiliza o acesso à remuneração para a mulher se sustentar, encerrando a dependência econômica do modelo familiar burguês que as transformava em propriedade dos homens. Contudo, apenas a integração ao processo produtivo não seria definitiva pecando no mesmo ponto que o modelo antagônico ao capitalismo, visto que geraria a dupla jornada do trabalho produtivo e reprodutivo, como descrito por Federici (2014). A verdadeira libertação exigiria a socialização do trabalho doméstico.

De acordo com Lisa Vogel (2022), a socialização do trabalho doméstico indica a reorganização radical da reprodução social necessária para isentar o gênero feminino da carga horária dupla provinda de sua entrada na linha de produção. Essa reorientação consiste em transferir as tarefas historicamente atribuídas às mulheres no âmbito privado (como cozinhar, limpar, cuidar de crianças e idosos) para a esfera coletiva. Desvinculando-as do trabalho dividido sexualmente e não remunerado da opressão de gênero ao fazer um ataque direto à propriedade privada do lar e da mulher. Por meio disso, setores como costura, limpeza e lavagem se tornariam ramos da economia da população e, consoante Preobrazhenskii (1920), libertariam os indivíduos do trabalho doméstico trivial.

Outro ponto chave para emancipação feminina na corrente marxista é o definhamento² e/ou superação da família e amor livre. Tais pontos são únicos ao se tratar não só de ações estruturadas para a manutenção da efetividade do planejamento, mas também como consequência das outras medidas do projeto socialista. Com o fim da propriedade privada do trabalho reprodutivo, aquelas relações baseadas na existência dessa exploração, tal qual aquelas por motivos de

² Definimento não significa fim dos laços de afeto da família, mas sim da superação família como instituição coercitiva, eliminando suas bases materiais e substituindo-as por relações livres e igualitárias.

dependência econômica no conjunto familiar, irão lentamente desaparecer, uma vez que os laços agora poderiam ser puramente afetivos:

A emancipação das mulheres dependia da abolição da propriedade privada e da criação de uma economia doméstica comunal. Sob o socialismo, as relações entre os sexos seriam baseadas em afeto genuíno, e não em propriedade. As relações seriam um assunto puramente privado interessando somente às pessoas nelas envolvidas (Goldman, 2014, p.55).

Ademais, a socialização do trabalho reprodutivo encerraria a dependência de um gênero pelo outro e promoveria uma nova liberdade na relação entre indivíduos. A participação de ambos os gêneros na vida pública de maneira igualitária gera uma nova forma de “camaradagem” e respeito entre os seres. Dessa forma, novos relacionamentos espontâneos baseados puramente em afeto mútuo seriam formados sob a ótica do socialismo.

3 ANÁLISE ESTRUTURAL

No decorrer desta seção, será realizada a apresentação das séries de revistas e suas publicidades que foram selecionadas para ser o objeto de pesquisa desse trabalho, a descrição básica dos procedimentos utilizados durante esse estudo, e a contabilização e introdução dos dados quantitativos que orientaram análise qualitativa do próximo capítulo. Desse modo podendo ser considerada como a primeira parte da análise real dos objetos.

3.1 REVISTAS DE INTERESSE

Como descrito na introdução, foram consideradas quatro (4) revistas de escopos ideológicos e nacionalidades antagônicas no contexto da Guerra Fria, sendo essas a Soviet Woman magazine (1945-1991), Soviet Russia Today (1927-1951), LIFE Magazine (1936-2000) e McCall's Magazine (1873-2002).

A Soviet Woman Magazine é descrita pela biblioteca digital da Universidade de Berkeley³ como “uma revista ilustrada bimestral encarregada de combater a propaganda antissoviética”. A rede de publicações foi criada pelo Comitê Antifascista das Mulheres Soviéticas e pelo Conselho Central de Sindicatos da URSS, ambos sendo grupos com ligações estatais determinados “soviets”⁴, após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). O periódico se dedicava à economia, moda feminina, vida no exterior e nas repúblicas soviéticas, problemas sociais e políticos, literatura e arte.

Essa obra foi inovadora para a época e para a técnica de propaganda da União Soviética, pois a revista era traduzida para 8 línguas diferentes, incluindo inglês, chinês, alemão e coreano. Transformando a revista em um importante meio de propaganda comunista até o fim da própria URSS (1991), ano em que as publicações foram encerradas, de acordo com a biblioteca digital previamente citada.

Adicionalmente, no lado socialista também havia a Soviet Russia Today. Diferentemente de outras revistas focando na União Soviética, de acordo com a

³ **Berkeley Library.** Primary Sources: Soviet Woman Digital Archive. Disponível em: <https://update.lib.berkeley.edu/2022/04/18/primary-sources-soviet-woman-digital-archive/>.

⁴ Conselhos permanentes de representantes operários (Almeida, 2012).

historiadora Lady Izdihar⁵, A Soviet Russia Today não era nem soviética nem uma obra estatal, sendo autoria do grupo comunista e internacionalista americano “Friends of Soviet Russia” (mais tarde sendo renomeado para Friends of the Soviet Union). Os internacionalistas fundaram a linha focada em assuntos atuais da URSS no ano de 1927, e com ela visavam “espalhar a palavra bolchevique”, especialmente pelos Estados Unidos. O periódico parou de ser publicado em 1951, por razões desconhecidas.

Olhando para as publicações ocidentalistas, A LIFE foi fundada em 1936 pelo jornalista norte-americano Henry Luce e teve publicações físicas até 2000. Essa série de publicações foi, segundo o dicionário inglês “Britannica”⁶, extremamente influente no nicho, já que foi a primeira do tipo Fotojornalismo, sendo um grande ponto de interesse aos leitores. Ademais, a marca era popular por conta de seu objetivo de “mostrar o mundo” para a classe média norte-americana, através de artigos de interesse geral. A linha também se consolidou na cultura pop, conceito que:

Surge como uma “outra” cultura que, por contraste ao saber culto dominante, apresenta-se como “totalidade” embora sendo, na verdade, construída através da justaposição de elementos residuais e fragmentários considerados resistentes a um processo ‘natural de deterioração da sociedade atribuem a si próprios. (Arantes, 1981, p.18),

Devido a suas capas impressionantes de figuras do imaginário popular do entretenimento, como Marilyn Monroe, e da política, como Churchill e JFK. Assim tornando a influência artística e cultural da obra mais uma forma de hegemonia dos EUA.

Outro periódico que fez a manutenção do “American Way of Life” foi a McCall’s Magazine, que como a Soviet Woman Magazine, alvejava às mulheres. Antes chamada de The Queen, essa publicação, consoante Summer (2010), apresentava matérias sobre assuntos atuais, ficção e moda feminina, com a marca se tornando extremamente conhecida também devido a um braço da empresa McCall’s que vendia padrões de costura, alguns sendo inclusive de autoria da Vogue. Outrossim, a revista tinha um grande apelo não só a qualquer mulher, mas para as donas de casa de classe média, contribuindo para a sensibilização dessa população para as causas Estado-Unidenses.

⁵ **LADY IZDIHAR**. Soviet Russia Today Magazine. Disponível em:

<https://ladyizdihar.com/blogs/izdihars-soviet-archive-2/soviet-russia-today-magazine-march-1947>.

⁶ **BRITANNICA**. LIFE Magazine. Disponível em: <https://update.lib.berkeley.edu/2022/04/18/primary-sources-soviet-woman-digital-archive/>.

3.2 DESCRIÇÃO METODOLÓGICA

A síntese deste artigo procura envolver uma seleção de publicidades que representem uma variedade de simbolismos plásticos, iconográficos e linguísticos, encontrados exclusivamente em 16 edições dos periódicos supracitados (4 edições de cada revista) no intervalo entre 1947-1969. A escolha desse intervalo de tempo foi feita pois foi considerado por Ribeiro (2012) como o período de maior tensão do conflito. Esta delimitação visa evitar a superficialidade e a desordem na contextualização, já que a Guerra Fria durou cerca de meio século.

A partir dessa determinação, encaminhamo-nos para a etapa de seleção dos materiais gráficos, ou em outras palavras: as propagandas. Para essa realização, foram selecionadas obras apresentadas nessas edições que expusessem ou fizessem alusão à figura feminina, assim contabilizando a 245 imagens no total, sendo 114 soviéticas (18 da Soviet Russia e 96 da Soviet Woman) e 131 norte americanas (65 da LIFE e 66 da McCall's). Fundamentado nisso, essa próxima fase irá replicar e tomar como base a metodologia utilizada por Zardo (2010) e por Martinho (2021). Desse modo, em concordância com ambos, se criam inventários onde são descritos todos os elementos da imagem, seguindo a teoria da "Agenda Setting" (Martinho, 2021). Após isso, faz-se a interpretação da tabela de leitura que resume os valores suscitados por cada significante imagético. Após a análise do último cartaz é apresentado um quadro que faz um resumo generalista efetivo de todas as peças baseando-se no estudo de base referencial realizado previamente.

Para compreender os elementos gráficos necessários para a estruturação desses inventários, foi identificada uma agenda temática que abrange quatro temas principais pertinentes: (1) Política; (2) Cultura; (3) Sociedade; (4) Economia. Política é descrita por Martinho (2021) como toda obra que expressa a atividade ou o conjunto de atividades que são baseadas no Estado. Conjuntamente, Martinho (2021) também define sociedade como a categoria que:

compreendeu a categorização dos desenhos gráficos de humor que dialogaram com questões relacionadas a situações que atingiam vários indivíduos que estabelecem uma vida organizada em conjunto, e as condições mínimas de qualidade para a sobrevivência deles. (Martinho, 2021, p. 34)

Por sua vez, cultura é definida como uma forma problematização da especificidade humana na diversidade dos povos e dos costumes (Cuche, 2002), e,

finalmente, economia conceitua-se como a ciência social que analisa como o indivíduo e a sociedade decidem fazer uso de recursos produtivos escassos, na produção de bens e serviços, de modo a distribuí-los entre várias pessoas e grupos da sociedade, a fim de satisfazer às necessidades humanas (Vaconcellos, 2000).

A escolha de temas não só foi fundamentada pela descrição dos ideais, como também dada a incidência desses tópicos nas propagandas e pela importância dessas áreas de interesse para a interpretação completa de objetos históricos. Esses temas serão utilizados na criação das tabelas necessárias para fazer uma análise interina da mensagem que essas potências queriam passar sobre suas cidadãs.

Além das análises imagéticas baseadas nesses tópicos, serão conferidos subtópicos que se baseiam na reincidência de certos assuntos dentro dessas áreas de estudo mais amplas, já que, de acordo com Martinho (2021), por meio dos assuntos mais recorrentes, é possível perceber os eixos centrais do debate político em um determinado momento histórico. Também segundo Martinho (2021), com base nesses recortes mais específicos serão encontradas as propagandas mais emblemáticas para cada assunto e assim efetuar a análise detalhada dessas não só como maneira de entrar em concordância com a ideia de Zardo (2010) de efetuar o exame de informações mantendo em mente a base teórica, mas também como meio de realizar um enquadramento mais aprofundado da interpretação de dados necessária para comprovar as hipóteses já adotadas.

3.3 APRESENTAÇÃO DE DADOS

Após a realização dos inventários, segundo a metodologia supracitada, obtemos a seguinte tabela

Tabela 1 – Incidência de temas nas propagandas analisadas.

	P. Soviéticas	P. Norte-Americanas	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).

A partir dessa tabela, notamos que o tema mais abordado com as imagens femininas, é o tema da economia, enquanto o menos abordado é o da política. Em relação às propagandas específicas de cada superpotência, é possível perceber que as propagandas provindas dos periódicos que se alinham à União Soviética apresentam um equilíbrio maior entre a incidência dos temas escolhidos, com a diferença de quantidade de imagens do tema mais abordado, cultura com trinta e uma (31) propagandas, com o tema menos abordado, sociedade com vinte e três imagens, sendo de apenas nove (9) obras. Já para aquelas provindas da lógica liberal dos Estados Unidos, encontramos uma maior desigualdade entre a ocorrência dos temas, com a diferença entre o assunto mais incidente, economia com setenta obras (70) e o menos ocorrente, política com cinco (5) propagandas sendo de surpreendentes sessenta e cinco (65) imagens.

Outros fatores pertinentes para esse tópico da pesquisa, apesar de não estarem necessariamente descritos na tabela, são os objetivos e estratégias por traz das publicidades das potências. Por exemplo, enquanto a grande maioria das ideias soviéticas são propagadas por meio de textos, com as imagens sendo utilizadas como instrumento de apoio, a ideologia norte-americana é disseminada através, principalmente, pelas imagens, com poucos textos de reforço. Além disso, enquanto as propagandas de origem nos EUA são quase exclusivamente feitas visando a venda de algum produto, tanto que as únicas obras que foram aferidas desse e não buscaram alguma forma de comercialização foram as das categorias da “política” e cerca de um terço ($1/3$) de “cultura”. Já as obras provenientes da URSS, em geral, buscam diferentes formas conscientização (política, social etc.) e motivação, com cerca de um quarto das obras incluídas no critério “economia” tendo o caráter de comercialização.

Imagem 1 – Comparação de estratégias de publicidade.



Fonte: Autora, 2025 - Colagem a partir de Soviet Woman (1953) e LIFE (1957).

Na imagem da esquerda é apresentado um exemplar da estratégia usada pelas revistas alinhadas à Moscou retirada da edição de setembro/outubro de 1953 da Soviet Woman, abordando sobre o processo de universalização ao ensino secundário, especialmente para as meninas. Assim não só é notável que tem um caráter mais informativo, como também demonstra uma situação que ao mesmo tempo que é progressiva, como democratizar a educação feminina, ela não é idealizada, demonstrando uma cena cotidiana e compreensível, até para a época de publicação.

Já à direita, um exemplar direcionado com Washington D.C. propagado pela LIFE em sua edição de fevereiro de 1957, em que se busca vender a máquina de lavar roupa automática “Wonderinse Washer” da marca de eletrodomésticos “Hotpoint”. Essa obra representa não só a técnica de publicidade não verbal supracitada, como também encoraja o consumo ao vender o estilo de vida ideal de uma mulher no sistema capitalista: Uma mulher com beleza estética exclusiva, recatada ao lar e a vida familiar, que está disposta realizar todo o trabalho doméstico de maneira impecável e sem receber reconhecimento.

3.4 ENQUADRAMENTOS ESPECÍFICOS

Ademais, foram identificados os subtemas pertinentes para a análise aprofundada que será realizada. Para as obras soviéticas foram designados os seguintes subtemas:

Tabela 2 – Subtemas presentes nas propagandas soviéticas.

Política	Cultura	Sociedade	Economia
Guerra	Valorização de habilidades individuais	"Nova Família"	Trabalho assalariado
Mulheres na Política	validação de cultura	Apreciação da educação	produção (industrial, científica, médica, cultural etc)
Solidariedade socialista		Dignificação mulher e da mãe	Comércio
Corrida Espacial			

Fonte: Elaborado pela Autora (2025).

Enquanto para as obras norte-americanas foram observados os seguintes subtemas:

Tabela 3 – Subtemas presentes nas propagandas norte-americanas.

Política	Cultura	Sociedade	Economia
Família Real Britânica	Dança, canto e cinema	Sexualização e submissão	Comércio
Os Kennedys (morte JFK)		Culto ao corpo e à estética	Desvalorização do esforços feminino
McCarthyismo		"Família tradicional"	
		Machismo	

Fonte: Elaborado pela Autora (2025).

As agendas construídas apresentam em seus temas tópicos majoritariamente dicotômicos, como a “Dignificação da Mulher e da Mãe” e “Machismo”. Porém também existem temas que aparecem nas duas agendas, entretanto a forma e o destaque são distintos, uma vez que por exemplo, quando o tema é cultura, no campo soviético, alinhado a ideologia, as práticas são relacionadas ao prazer. Já nas estadunidenses está relacionado a busca do lucro.

Fundamentando-se nesses assuntos encontrados, foram escolhidas algumas das imagens mais notáveis desses subtemas para serem analisadas e interpretadas de maneira mais aprofundada. Desse Modo, compreendendo um pouco mais desses projetos ideológicos a partir de exemplos do mundo real.

4 INTERPRETAÇÃO IMAGÉTICA

A partir desse momento passamos para a análise da semiótica⁷ das publicidades mais notáveis desses diferentes polos econômicos, políticos e culturais do século passado. A priori, serão efetuadas as interpretações das imagens que tangem os tópicos/subtópicos mais recorrentes de cada nação, fazendo a comparação das publicidades contrárias sempre que possível.

4.1 ECONOMIA

Imagem 2 – Anúncio da marca de eletrodomésticos “Hamilton”.



Fonte: McCall's (1953).

Na obra publicada na edição de fevereiro de 1953 da revista McCall's, vemos a típica figura da “dona de casa” encontrando dificuldade para subir uma longa escada com o cesto de roupas nas mãos, até chegar no que se imagina ser uma máquina de secar roupas, já que é uma obra publicitaria para este mesmo produto da marca “Hamilton”. Ao lado esquerdo dessa figura temos um texto que se traduz a: “E então

⁷ Ciência geral de todos os meios de linguagem/símbolos de comunicação (Santaella, 2007).

ela comprou uma secadora de roupas automáticas da Hamilton” (tradução da autora). Embaixo dessa frase tem-se uma foto do eletrodoméstico e uma rápida descrição dos benefícios que a máquina pode trazer para o consumidor.

Em primeira instância já é notável que a imagem é um signo para o comércio citado na tabela de número três (3) e no tema econômico do primeiro inventário. Mas, para além dessas categorias quantitativas, identificamos um elemento que não foi colocado em nenhum dos dois conjuntos realizados: A comercialização que tem a presença da figura feminina é quase exclusivamente feita para produtos domésticos e/ou para produtos de beleza. Essa exclusividade pode ser encarada como uma junção de todas as faces do capitalismo feminino já elucidadas, pois vemos aqui, além da propriedade privada da mulher, a expropriação da força de trabalho doméstico, também temos a venda dos padrões estéticos (fator que será mais futuramente abordado de forma mais integral). Desse modo, a obra propaga esse projeto a partir dos temas que aborda.

Para além disso, essa obra também contém uma mensagem de alienação. Ao dizer que as dificuldades que uma mulher sofre ao estar afugentada ao lar surgem da falta da aquisição de um equipamento terceiro ao problema, a propaganda convence o leitor que a possibilidade de o problema estar na maneira como a estrutura econômica e produtiva da vida feminina é organizada é absurda. Desse modo, a obra também persuade o consumidor a acreditar que se trata de uma situação individualizada de ter ou não um item específico, impossibilitando que ocorra a organização social daquelas que sofrem com esses mesmos contextos e, conseqüentemente, impedindo a mobilização social por melhorias. Portanto, realizando a manutenção da opressão do capitalismo.

Outra imagem que serve esse mesmo propósito de domesticação e uma outra publicidade propagada pela McCall's:

Imagem 3 – Publicidade de produtos perfumados da “Yardley English Lavender”.



Makes you feel so fresh and feminine

Yardley English Lavender is unlike any other fragrance you've ever used. Because it's more than a lingering, lovely, light-hearted scent. It's a feeling . . . fresh, gay, wonderful—like being in love! And you know when you feel that good, you look your prettiest. Enjoy Yardley Lavender in many forms, give it with pride. You'll find it at your nearest toilet goods counter. Yardley English Lavender essence, from \$1.25 plus tax. Soap, box of three, \$1.50.

Yardley Lavender

Fonte: McCall's (1956).

Essa imagem foi veiculada no volume de setembro de 1956 da McCall's e retrata uma boneca loira, adornada com pérolas, usando um vestido azul de silhueta típica para uma mulher de alta classe da época enquanto posa junto de um violino e um piano, ambos de brinquedo, e dois produtos aromatizados de lavanda (uma fragrância a esquerda e um sabonete em barra a direita), sendo esses os produtos de venda óbvia. Abaixo temos uma curta legenda dos fatores atrativos desses produtos, iniciada com a frase: “Te faz sentir tão fresca e feminina” (tradução da autora).

Aqui encontramos tanto o fator venda de produtos de beleza, quanto o de venda de padrões estéticos, ou melhor: da feminilidade. Ao comprar um desses produtos, o que se espera não é apenas um aroma agradável, mas também a promessa de se tornar “mais mulher” e conseguir se adequar aos padrões provenientes da comercialização de uma identidade. O uso da boneca ao invés de uma modelo real também é sintoma desse aspecto. A boneca nessa interpretação simboliza a perfeição

surreal, a delicadeza, a fragilidade, e tudo isso enquanto ainda faz uma referência a juventude e jovialidade. Todos esses simbolismos fazem parte do conceito de “feminino” que o capitalismo tira pleno proveito, pois assim consegue não só criar inseguranças nos indivíduos que se encaixam (ou não) nesse parâmetro para conseguir subserviência delas, mas também gera uma nova abertura de mercado, para “resolver” as inseguranças que o próprio mercado criou.

Apesar das propagandas soviéticas também abordarem o tópico comercio, nelas vemos a adoção de uma estrutura publicitária muito mais simples que aquelas adotadas pelas peças norte-americanas:

Imagem 4 – Publicidade de vestidos de marcas diversas.



Fonte: Soviet Woman (1953).

Nessa coletânea de diferentes vestidos, vemos simplesmente isso: diferentes vestidos sendo modelados por diferentes modelos. Obviamente são vestidos mais casuais que o da imagem superior, mas representam utilidades reais para a vida da mulher trabalhadora. Para além dos vestidos, as modelos são capturadas com expressões contempladas e felizes, mas não exageradas, trazendo uma sensação de felicidade comum para a aquisição dessas peças.

Tendo dito isso, quando falamos do tópico economia para o polo socialista, é imperativo discutir as imagens da mulher fazendo proveito do trabalho assalariado e participando da produção:

Imagem 5 – Capa de uma edição da Soviet Woman Magazine.



Fonte: Soviet Woman (1951).

A Ilustração acima se trata da capa da edição de março/abril de 1951 da Soviet Woman Magazine, uma edição especial em homenagem ao Dia das Mulheres. Aqui vemos duas profissionais do ramo científico, identificadas por seus jalecos brancos, apesar de não existir certeza acerca de suas especializações (médicas, cientistas, pesquisadoras etc.), atendendo/conversando com um homem a direita. Ao fundo vemos que essa cena se situa em alguma forma de escritório, contendo em sua parede uma bandeira vermelha que ao ser traduzida significa: “Vigilância da Paz” (tradução da autora).

Já em primeiro relance, pode se notar que ao existir uma edição especial para o Dia das Mulheres⁸, a mensagem que está sendo propagada, não apenas por esse visual, mas também por essa edição inteira, é uma de solidariedade e luta comum entre as leitoras da revista. Logo, aqui já temos um reconhecimento dos sofrimentos das mulheres e uma chamada a ação por conscientização e melhora delas.

Outra questão é que a mulher aqui não está na mesma condição que as outras de propagandas previas, aqui vemos uma mulher fora da condição de propriedade privada do lar, tomando posse dos próprios frutos de sua mão de obra em um cargo assalariado e em um trabalho de alto nível. Todos esses pontos abordados são condizentes com o dito em capítulos prévios e a expressão deles revelam uma forma de popularizar e concretizar essas ideias da emancipação do gênero feminino através desse trabalho.

A composição da imagem também é pertinente para esse exame; para além do já proclamado, temos uma miríade de pequenos signos para os ideais de Moscou. A escolha de colocar uma mulher no centro da imagem configura-se como uma sinalização para o envolvimento de lideranças femininas. A ação da mulher mais à esquerda de estar afagando o braço da figura ao centro traz uma ideia de solidariedade entre mulheres e o sorriso no rosto dessa mesma figura da esquerda propaga um sentimento de felicidade e contemplação para as leitoras.

O uso da cor vermelha tanto na bandeira, quanto na blusa da cientista, assim como na bandeja colocada sobre a mesa pode não apenas ter sido utilizado pelo contraste criado pela junção de cores da imagem, podendo remeter também a ligação essencial para a vida emancipada (movimento social, indivíduo/mulher e trabalho) e ao impacto da ideologia socialista para a criação desse cenário, com o vermelho sendo utilizado desde as revoluções de 1848 como símbolo da classe trabalhadora e do socialismo, representando o sangue dos operários esmagados pela burguesia e o fogo da revolução. Este símbolo foi depois adotado pela bandeira da União Soviética e outras organizações de esquerda, desse modo podendo também ser encarada como a relação entre o Estado e a cidadã.

⁸ Data comemorativa criada pela ativista socialista Clara Zetkin (1857-1933) em 1910 durante a segunda Conferência Internacional das Mulheres Socialistas em Copenhague, como instrumento de visibilidade para a luta das mulheres e mais tarde absorvida como parte do regimento da recém-formada União Soviética após as greves de operárias russas em 8 de março de 1917 ajudaram a dar início a Revolução Russa (Giannotti, 2011).

Imagem 6 – Pescadores Armênios trabalhando.



Fonte: Soviet Russia Today (1947).

Nessa Imagem veiculada na edição de Março de 1947 da revista Soviet Rússia Today como complemento para uma matéria sobre a vida após a volta de um cidadão armênio a sua República de origem, temos um grupo de pescadores tradicionais da região realizando sua laboração. Por mais que não estejamos vendo aqui um contexto de trabalho assalariado comum, as conclusões tomadas continuam a ser as mesmas: que o envolvimento feminino é essencial para as relações de trabalho. Tendo dito isso, existe outro desenlace favorável a teoria do bolchevique, esse sendo a coalizão entre o homem e a mulher, não necessariamente a partir de uma visão romântica, mas através da camaradagem.

Com a mulher e o homem trabalhando juntos, em pé de igualdade, o tempo de coexistência entre os dois ajudaria na formação de respeito mútuo e desse modo diminuindo os preconceitos entre os gêneros, desmantelando os efeitos do patriarcado⁹ e colaborando para a união mais forte entre todos da classe trabalhadora. Portanto, podemos dizer que para essas propagandas de teor econômico do polo soviético buscam, de uma forma ou outra, disseminar a libertação por meio do trabalho, e como a consolidação da Revolução auxilia nisso.

⁹ Sistema social baseado na organização familiar, em que o homem sendo o pai ou marido detém poder sobre a filha ou esposa, assim como outros membros que constituem a família (Colling, 2019)

Em comparação com as publicidades americanas que tratam desse mesmo assunto, primeiro que temos uma quantidade substancialmente menor de imagens que as soviéticas. Mas também vemos uma maior superficialidade nos simbolismos:

Imagem 7 – Anúncio de emprego para “Bell Telephone System”.



*Good job for a girl—
Good girl for the job!*

Meet Mary, your Bell Telephone Operator. She's the cheerful, efficient girl who's always on hand to speed your calls and help you in times of emergency.

Her job takes intelligence, alertness, and a true spirit of service. Mary has them all.

Telephone work is interesting and it has many other attractive features. Full pay while learning, regular increases, vacations with pay, sickness and accident benefits, even a pension plan that costs her nothing. And the chance to advance—a very important advantage for women in telephone work.

Mary likes her work and she's typical of the many telephone women—single and married—who are proud to be part of a company that gives such important service to everyone.

*Telephone men and women
know it's a good place
to work . . .*
Bell Telephone System.



6

MODERN MEDICINE FOR PETS
Continued from page 4



This dog was hit by a car, is being X-rayed for a possible fracture. Veterinarians give pets same medical care humans get, even use neurosurgery.

medical examination, which includes taking the animal's temperature, blood count, X-rays and even an electrocardiogram, when necessary.

Dr. Jean Goudy of Washington, D.C., a 37-year-old graduate of the Ontario Veterinary College, is a strong advocate of modern medicine for pets. She finished her internship in 1913 and took over an animal hospital. That, she says, is "when I began to get gray hairs." But, she adds, it isn't the patients who gave them to her. "They are often calmer than their owners."

Once a wealthy client phoned Dr. Goudy during the night to report hysterically that her great Dane had swallowed her Chihuahua. Dr. Goudy rushed over, discovered the Chihuahua safely hiding behind the stove and the great Dane sick—from having swallowed something else.

The greatest tension between the veterinarian and the client comes when a pet is about to have puppies. If the owner phones in every half-hour, as they often do, Dr. Goudy is likely to remark to her: "Madam, when the apple is ripe it will fall." That usually silences the phone.



Cats are among Dr. Goudy's favorite patients. Recently she amputated a kitten's leg, then found her up again so that she can still scamper up trees.

Continued on page 8

Fonte: McCall's (1953).

Nessa propaganda em forma de anúncio de emprego da companhia telefônica “Bell Telephone System” com o escrito: “Bom trabalho para uma garota – Boa garota para o trabalho” (tradução da autora), até vemos alguma forma de reconhecimento dos pontos fortes individuais dessa mulher no texto abaixo dessa frase. Entretanto, continua-se a diminuir as capacidades que o gênero feminino possui, dizendo que existem “trabalhos para garotas”. Visto isso, existe a continuidade da hierarquização de gêneros primordial para essa forma de propriedade privada.

4.2 SOCIEDADE

A segunda categoria de imagens que foram mais consistentemente abordadas foram aquelas de teor social, como já elucidado pela Tabela 1.

Imagem 8 – Quadro de um dormitório universitário.



Fonte: R. Slyotoy e Soviet Woman (1953).

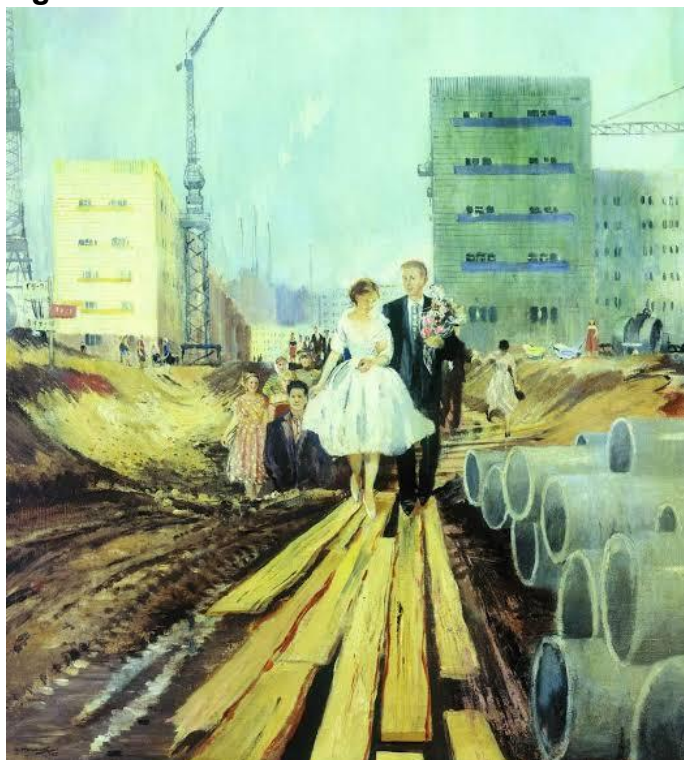
Esse quadro foi propagado na edição de setembro/outubro do periódico de modo a acompanhar algumas matérias sobre a experiência de algumas jovens com a universidade. Em especial para concordar com um texto intitulado “Salve, University!”, em que a aluna de primeiro período em Geologia na M.V. Lomonosov Universidade Estadual de Moscou, Lydia Vlashenko, relata como é sua instituição de ensino e como está sendo o processo de adaptação a sua nova rotina de estudante. Na pintura vemos um cenário de um dormitório estudantil, com uma aluna (vestida com um taier preto) desempacotando suas coisas e se acomodando no seu novo lar enquanto a mulher de branco (provavelmente alguma monitora da instituição) olha contente para fora da janela ao mesmo tempo que ajuda a aluna com sua mudança.

O que vemos aqui é um incentivo a educação, com a ideia de que essas instituições de ensino trazem esperança na carreira profissional para os indivíduos que lá coexistem, especialmente para as mulheres, já que a educação abre espaço

para que a qualificação e obtenção de inteligência seja igual independente de gênero. Adicionalmente, a educação também é um meio para se alcançar a libertação feminina integral, pois, consoante Kollontai (1909), para alcançar a liberdade econômica, e se livrar das correntes financeiras do conjunto familiar, é necessário que as mulheres consigam ter um vasto leque de postos de trabalho, e isso só se alcança com o ensino formal.

Outro fator importante para a emancipação do feminino é a mudança da estrutura familiar. Na imagem passada tivemos o alcance de tal por meio da educação, mas, como descrito previamente na descrição das teorias, essa conquista passa também pela mudança de como são encaradas as relações interpessoais mais importantes de um indivíduo.

Imagem 9 – Quadro “Casamento em uma futura rua”.



Fonte: Y. Pimenov (1962) e Soviet Woman (1967).

A cena, propagada pela primeira edição da revista do ano de 1967 em uma coletânea de obras dos membros da Academia de Artes da URSS, captura um momento de alegria íntima: um jovem casal, recém-saído do registro civil, caminha por uma rua em construção, comemorando o início de uma nova fase para ambos.

O cenário escolhido por é fundamental para a leitura da obra. A "futura rua" do título não é um cenário idílico e concluído, como uma igreja, lugar que também é indicador de uma institucionalização da hierarquização de poder que afeta a maioria, mas um canteiro de obras, símbolo do progresso industrial e coletivo. O casal não celebra dentro de um apartamento próprio ou de uma igreja, mas no seio do projeto coletivo. A sua felicidade individual está literalmente fundada e emoldurada pelo esforço comunal, sugerindo que a nova vida conjugal é uma extensão e um fruto desse mesmo esforço, e não uma unidade separada dele.

Ademais, não se nega o impulso humano pelo amor e pela celebração, mas os reposiciona dentro do contexto do progresso coletivo. A família tradicional, enquanto instituição, pode estar definhando ao ser filtrada das suas funções económicas, mas o vínculo afetivo entre duas pessoas é retratado, não apenas como compatível com o novo mundo, está florescendo literalmente no concreto da nova realidade que está a ser construída.

Imagem 10 – Anúncio para baús de cedro variados.

Unusually stunning modern chest of white oak, suitable for living room or foyer, as well as bedroom. Lane patented automatic self-lifting top. Model #2782. Extraordinary at \$599⁹⁵*

For your favorite girl graduate... the gift that gathers more gifts
A LANE CEDAR CHEST!

It's a forward-looking parent who gives his daughter a Lane Cedar Chest when she graduates from school — instead of waiting until she's about to be married! For it's almost magical the way a Lane gathers other gifts for a girl's future home! Once she has her Lane, her friends and relatives need never wonder what to give her for Christmas and birthdays. Stunning towels and table linens, silver sheets and pillow cases, soft-as-a-cloud blankets, luxurious quilts find their way into the safekeeping of her beautiful, aroma-rich Lane!

A Lane Cedar Chest will keep all these precious possessions fresh and safe — smelling — safe from dust and moths — as no other storage method can! The perfect birthday gift . . . for daughter, niece, heart, sister, wife, mother.

Lane is the ONLY proven manufacturer of cedar chests. Made of 12,000-year-old cedar in accordance with U.S. Government specifications, in the finest quality production, it guarantees one of the world's longest insurance companies. The Lane Company, Inc., Dept. L, Sherrin, W. St. Cloud, Minnesota, Ltd., Haverhill, Ore.

LANE CHESTS AS LOW AS \$49⁹⁵*

ALSO MAKERS OF LANE TABLES

* Highly Value in the West and Canada. © 1953 The Lane Company, Inc.

Savely 18th Century Chest in rich African mahogany. Automatic self-lifting top. Model #2881 — \$299.95*

Decorative modern in figured American honey-sweet wood of unusual beauty. Automatic top. Model #2780 — \$89.95*

Streamlined modern of matched American walnut with Puller wood trim. Automatic top. Model #2779. Very special at \$49.95*

Functional modern of self-oil white oak. Self-lifting top. Model #2783. A most extraordinary value at \$49.95*

Miss America Special. Two sizes, \$69.95* and \$79.95*. Chest of blond oak, walnut, grey walnut, white mahogany, cocoboa.

Unusually fine Colonial Chest of cherry. Full-length drawer in base — 1 insulated drawer above. Model #2747 — \$89.50*

Modern Console in blond oak. Interior drawer and adjustable shelves. For any room in the home. Model #C-188 — \$99.50*

Handsome 18th Century Drawer Chest. Drawers in base, 2 insulated drawers above. Rich mahogany. Model #2221 — \$79.95*

Copyrighted material

Fonte: LIFE (1952).

Aqui, novamente, ao comparar esses cenários com aqueles alinhados ao outro hemisfério do mundo, encontramos o completo contrário. Ou seja: retrograda e machista¹⁰. No anúncio publicitário para a venda de baús de cedro vemos uma jovem, ainda de capelo e beca, segurando seu diploma enquanto admira um desses baús. Abaixo vemos a frase: “Para sua formanda garota favorita...o presente que atrai mais presentes, um baú de cedro!” (tradução da autora). Simplificando a mensagem da conjuntura, aqui encontramos um anúncio para o rebaixamento dos esforços femininos.

Ao utilizar do termo “formanda garota”, jovens do gênero feminino que perseguem o ensino superior são colocadas em uma categoria diferente de seus colegas homens com mesmas aspirações, intensificando a barreira do patriarcado. Outrossim, ao fazer o trocadilho do “presente que atrai presentes”, se dissemina a ideia de que a educação formal não é frutífera e necessária para uma boa carreira, denominando a mesma como basicamente inútil. Desse modo, não temos aqui apenas uma mensagem de manutenção da condição de dependência econômica e da hierarquia de conhecimento que as mulheres sobrevivem a, como também uma prejudicial a qualquer um que não se encontra nas classes mais privilegiadas economicamente.

Imagem 11 – Publicidade de carpetes da marca “Mohawk’s”.



Fonte: LIFE (1964).

¹⁰ Comportamento, expresso por opiniões e atitudes, que rejeita e se opõe à igualdade de direitos entre gêneros, favorecendo o gênero masculino em detrimento ao feminino (Tenorio, 2019).

Para esse caso, não nos é pertinente fazer uma análise de tudo que cerca essa cena da “Mohawk’s”, mas simplesmente da ilustração colocada acima. Nela vemos uma família no pátio de sua casa aproveitando uma tarde. Enquanto o pai, o filho e o cão estão sentados com rostos de prazer no meio da imagem, a mãe, única personagem feminina, e vista no canto da imagem levando uma bandeja de bebidas para os outros. A venda da subordinação é óbvia. A mãe até em um momento que deveria ser de descanso, está trabalhando para o benefício único dos homens do ambiente, e ao colocar o cachorro junto com os outros indivíduos, se passa a ideia de que a mulher é inferior ao animal, pois ao menos esse consegue ter a dignidade de um momento de único prazer. Além da subserviência, temos a reafirmação da mulher como um objeto do lar, visto que além de estar realizando um trabalho doméstico, ela é a única figura que está perfeitamente na frente do cenário interno.

Caso ainda não tenha notado, todas as figuras femininas que apareceram nas propagandas alinhadas a Washington seguem um padrão estético específico: são brancas, magras, de características delicadas, sempre com roupas bonitas, nunca fazendo muito esforço, seja esse de qualquer natureza; o que seria chamado de “convencionalmente atraente”. Esse tópico dos padrões não é surpreendente, tanto que já foi abordado outras vezes aqui, porém, ainda não foi conferida uma de suas principais faces, sendo essa a sexualização. A figura feminina é exposta em muitas conjunturas, de modo a agradar o imaginário sexual masculino, mesmo em situações que pouco ou nada tem a ver com a indústria pornográfica, seja isso através de nudez, posições ou frases sugestivas etc.

Segundo Cutrim (2021), A dominação masculina sob a sexualidade das mulheres é uma forma de controle, conseguindo as diminuir e afetando sua subjetividade. Ademais, como dentro do sistema capitalista ser mulher representa mais do que estar como consumidora ou trabalhadora, assumindo a condição de ser objeto, o processo de objetificação transforma a mulher como passível de ser comprada, em posições de prostituição ou pornográficas. Em especial nesses postos devido ao fato de serem os mais apelativos e atraentes a homens que, debaixo do patriarcado, são ensinados que suas homologas devem fazer tudo para os satisfazer.

Imagem 12 – Publicidade para aquecimento da marca “Oil Heat”.



Fonte: LIFE (1964).

4.3 CULTURA

Partindo para cultura, e notável salientar que serão considerados símbolos tanto elementos materiais, objetos físicos e concretos como arte e tecnologias, quanto elementos imateriais, como valores, crenças, tradições e normas sociais. Também é de notabilidade pontuar que esse tema é um dos únicos em que tanto as imagens norte-americanas e soviéticas abordam cenas consideravelmente semelhantes. Isso se dá pois sem a cultura para lhes dar significado e direção a esses modelos, os sistemas econômicos seriam meras estruturas vazias, incapazes de comandar a lealdade ou guiar o comportamento humano, tanto para a criação do “Homem Novo” (Guevara, 1965) ou a do “American way of life”.

Imagem 13 – Coletânea de cultura erudita em propagandas soviéticas.



Fonte: Autora, 2025 Colagem a partir de Soviet Woman (1958 e 1967).

Nessa coletânea de imagens retiradas do polo soviético, encontra-se uma diversidade de meios de expressão cultural por meio da arte erudita, incluindo dança (mais especificamente o ballet, teatro, música, artes manuais (no caso da cena do canto inferior esquerdo, o tricô) e a pintura, já que as duas imagens inferiores são feitas através desse meio. A ênfase nesses meios de expressão parte não só da ideia de as mulheres terem escolhas variadas de postos de trabalho, mas também de uma valorização real da arte. Isso porque enxergam a arte como um setor de trabalho que, como qualquer outro, é digno de coletivização e de democratização da prática a serem vistas como uma poderosa ferramenta de transformação social, e não apenas como expressão estética. Assim, a arte serve ao projeto revolucionário.

Imagem 14 – Coletânea de cultura popular em propagandas soviéticas.



Fonte: Autora, 2025 Colagem a partir de Soviet Woman (1953, 1958 e 1967).

A valorização da cultura popular também era aberta amplamente celebrada, sendo essa a partir de culturas nacionais, exemplificadas pelas imagens da esquerda, ou a partir das trocas culturais com outros países, dado pelas cenas a direita. Essa importância para com a cultura pode vir de um ponto de experiência própria da união Soviética, que era lar para 190 grupos étnicos diferentes, com cerca de 130 diferentes línguas nativas, espalhados em suas 15 repúblicas. Mas esta propriedade também surge do modelo econômico empregado pela URSS.

A cultura é essencial para criar a sociedade coletiva, um ideal que substitui o individualismo e o consumismo capitalistas por valores coletivistas e solidários. Através da solidariedade entre diferentes culturas, molda-se ativamente uma nova mentalidade, necessária para consolidar a nova sociedade. Desse modo o socialismo defende a cultura como um direito universal, a ser democratizado e acessível a todos, e não como um privilégio de uma elite.

Semelhantemente, esses veículos de informação norte americano também abordam a cultura positivamente, sendo um dos poucos lugares em que a figura feminina foi tratada com o mínimo respeito e reconhecimento merecido. Porém ainda não é possível afirmar inteiramente que essas obras são benéficas para a condição da mulher.

Imagem 15 – Publicidade para novas estrelas da televisão.



Fonte: LIFE (1952).

A maneira que foi encontrada para propagar o talento cultural das mulheres foi através da televisão e do cinema. O uso desses meios de comunicação é emblemático para essa análise, isso se dá não por serem o principal meio de propagação de soft power¹¹ por parte dos Estados Unidos, mas sim por conta de esses fazerem parte da “Indústria Cultural”, está se resume a produção de bens culturais de forma padronizada para o consumo em massa e obtenção de lucro (Coelho, 2006). Desse modo compreendemos que a importância dada a esses setores surge devido ao fato de ser um dos mais lucrativos e que a mulher nesse caso ainda continua a ser usada como mercadoria, de uma maneira mais justa para ela, mas ainda fazendo o papel da objetificação.

Contrariamente as revistas como a *Soviet Woman*, a aparição de material gráfico que pondere acerca do papel feminino na cultura popular é mínima, pois, devido a lógica mercantilista provinda do capitalista adotado pelos EUA, o sistema prioriza o que é lucrativo e de amplo consumo. Assim, a cultura popular é valorizada na medida em que pode ser massificada, homogeneizada e vendida, perdendo frequentemente sua autenticidade, seu caráter comunitário e seu potencial crítico, algo que não costuma ser fácil nas de cunho popular.

¹¹ Capacidade de um país influenciar outros por atração e persuasão, utilizando recursos como a cultura, os valores políticos, a reputação e as políticas externas (Nye, 2004).

4.4 POLÍTICA

Finalmente temos a discussão dos subtemas políticos abordados. Como já visto anteriormente na tabela de número, esse tema teve uma baixa quantidade de obras. A pouca ocorrência desses subtemas não é unânime, mas sim está nessa posição pela falta da mulher nessas conjunturas nas publicidades alinhadas a Washington. Como o próprio país durante o período da Guerra Fria, a maior preocupação existe em decorrência da expansão (ou ameaça de perda) de espaço de hegemonia norte americano. Desse modo, nas poucas propagandas que há a figura feminina, o assunto é de interesse da política yankee.

Imagem 16 – Notícia sobre a saída do Duque Philip de Edimburgo.



Fonte: LIFE (1952).

Aqui temos uma matéria sobre o período em que o Duque Edimburgo, Príncipe Consorte e marido de Elizabeth, Importante para a manutenção da Família Real britânica como entidade de poder no Reino Unido da Grã-Bretanha, esteve fora do país para uma reunião com o Comitê Olímpico em meio a separação de sua esposa. A abordagem do Reino Unido é comum nesses veículos de notícia, visto que além de ser um aliado de longa data dos EUA, é o Estado primordialmente responsável pela manutenção da hegemonia norte-americana na Europa (Barbão, 2000). Mas para além da conceituação geopolítica, temos aqui também um questionamento da autoridade da Rainha Elizabeth II. Apesar da notícia inicial ser realmente sobre a viagem em um momento inoportuno para esse Duque, ela transcorre para o questionamento da condição em que o casamento de Elizabeth se encontra. Ao mesmo tempo que isso está escrito, existe um subtom de desvalorização do reinado vigente, colocando a importância do Duque acima daquela da Rainha, diminuindo-a a apenas uma peça romântica para o Império, que tem seu profissionalismo questionado a partir de uma mera menção de não estar seguindo esse papel designado.

Na política interna, temos a face mais clara desse período histórico a partir do imaginário ocidental: o Macarthismo. O Macarthismo foi um período de intensa perseguição política e "caça às bruxas" anticomunista nos Estados Unidos, que teve seu auge no início da década de 1950. O fenômeno recebeu o nome do senador republicano Joseph McCarthy, seu principal protagonista e figura emblemática. Esse fenômeno caracterizou-se pela prática de acusar publicamente pessoas (de funcionários do governo a artistas e intelectuais) de serem espiões ou simpatizantes da União Soviética, sem apresentar provas concretas. Essas acusações, muitas vezes falsas, criaram um clima de medo, paranoia e censura em toda a sociedade estadunidense.

Imagem 17 – Matéria “Danger’s ahead in the public schools”.

by John Bainbridge



Florence Foster Lyons, 11 year-old, widely-blended crusader, lectures in California women's groups. She wars against modern education, UN and UNESCO

DANGER'S AHEAD IN THE PUBLIC SCHOOLS

If somebody is attacking your child's teachers and textbooks, find out what he's after. It may be the ruination of public education



This makeshift Sweden states in a Michigan classroom. Hysterical attacks on modern education often blind taxpayers to practical problems such as this

EDITOR'S NOTE: In the September issue of McCall's Mr. Bainbridge pointed out that our public-school system is plagued not only by a crucial shortage of funds and teachers but by an attack on the teachers' right to freedom of speech. Hereafter he analyzes the basic problems of our public schools and tells what individual citizens can do about them.

A BOWLINGGREEN disease that threatens to reach epidemic proportions has infected the public schools of America. It has already struck in scores of communities from coast to coast. It is spreading at a gallop. It contaminates the rich and poor community alike, and its effects are malignant.

The disease does not attack the body but, rather, the mind and the spirit. It produces unreasoning fear and hysteria. It causes distrust and animosities among the citizens and toward the schools. It impairs the morale of teachers and administrators. It creates in students a paralyzing apathy toward exploring controversial subjects. Its overall effect is to induce conformity and rigidity of thought.

The virus that causes the relocking disease has not been isolated. No doubt it is not one virus but several, involving social, political, economic and religious matters. However obscure the causes of the disease may be, its symptoms are clear. They take the form of efforts to censor textbooks; ban speakers; standardize the curriculum; eliminate teaching about Communism, the United Nations and other topics; discredit present teaching methods; and change the pattern of teaching from one that educates to one that indoctrinates.

Many of these symptoms have appeared in Scarsdale, New York, a serene and beautiful suburb some thirty-five minutes by train from Manhattan. Situated in the wealthiest county in the state, the village has a population of 14,500, of whom 21 per cent voted Republican in the 1948 Presidential election. So many outstanding business and professional men live in Scarsdale that it has a higher proportion of its residents listed in *Who's Who* than any other incorporated locality in the United States. Scarsdale is properly proud of its public-school system, which, with those of Bronxville, New York, and Winnetka, Illinois, is ranked the best in the country.

While acknowledging that the schools are "otherwise excellent," a small group of Scarsdale residents for more than three years has persistently charged that the school system has been infiltrated by Communism. The allegation was first publicly made in the fall of 1949 by a group calling itself the Committee of Ten. (Though it later took the more impressive name of the "Scarsdale Citizens Committee," it is still generally referred to in the village by its original title.)

The Committee's most active leader is a Scarsdale resident named Otto E. Dukereword, a Manhattan broker and father of five children. He has said that his special interest in Communism dates from 1942, when he served on a federal grand jury investigating Communist activities. At a P.T.A. meeting in 1948 he objected to the appearance on the bulletin board in a fifth-grade classroom of a photograph of two knights in armor that a child had clipped from *Life*. Dukereword termed this an indication of Communist infiltration into the Scarsdale school system because the photograph had appeared in a *Life* story showing how (Continued on page 92)

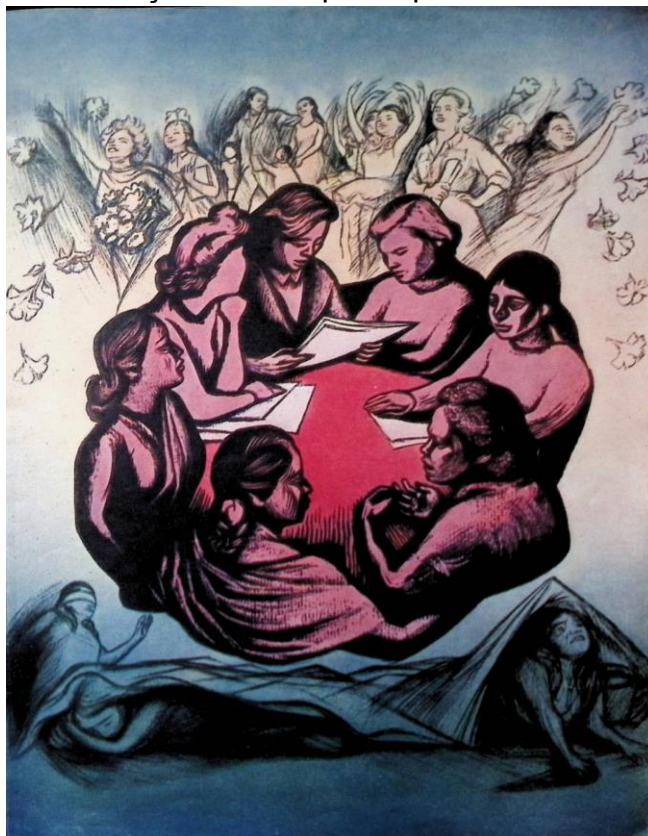
Fonte: McCall's (1952).

Na cena vemos uma matéria sobre a “entrada do comunismo” no sistema público de ensino, e sobre o cuidado que se deve ter com seus filhos para eles mesmos não se tornarem espiões soviéticos. Além de uma óbvia banalização do ensino público, resumindo tal a um centro de lavagem cerebral comunista, existe também o uso da mulher como instrumento político, mesmo que sem o reconhecimento explícito disso. A mera presença dessa figura na imagem, especialmente por ser a única adulta da cena, traz a ideia de responsabilidade para ela, tanto por ter que assegurar a segurança das crianças ou por ser a simpatizante que quer corromper a juventude. Desse modo, atribuindo dois papéis que vão entrar em escrutínio da sociedade ocidental, pois ambos esses postos demandam um esforço imenso, quase impossível para apenas uma pessoa realizar.

Partindo para os cenários soviéticos, também notamos que os temas abordados são de interesse nacional, como relações com outras nações socialistas, mas também percebemos a maior variedade de temas, colocando a mulher como atriz dessas relações. Essa posição é um chamado direto à ação por parte feminina,

especialmente dentro dos sindicatos e sovietes, já que Moscou acreditava que o envolvimento político popular e de todos era inerente às mudanças, e, desse modo, o principal instrumento para se chegar em uma realidade socialista.

Imagem 18 – Ilustração sobre o poder político do coletivo feminino.



Fonte: Soviet Woman (1958).

O investimento em mostrar a solidariedade entre cidades de nações socialistas é estratégico, garantindo a legitimidade e a sobrevivência do bloco socialista. Essa postura não era apenas retórica; era uma ferramenta vital de política externa. Ao demonstrar apoio a países como os países do Pacto de Varsóvia, China e a República Popular Democrática da Coreia (mais conhecida como Coreia do Norte), sobretudo durante a Guerra das Coreias (1950-1953) (Souza, 2025), Moscou cumpria vários objetivos de uma só vez, mas principalmente o fortalecimento da coesão interna do bloco, mostrando a seus próprios cidadãos e aos aliados que a URSS era uma potência confiável e disposta a defender o socialismo onde quer que fosse ameaçado, independente de fatores como gênero. Em resumo, a solidariedade era a moeda que comprava lealdade, projetava poder global e sustentava a narrativa de uma luta coletiva contra o Ocidente capitalista.

Imagem 19 – Matéria “They have won full rights”.



Fonte: Soviet Woman (1958).

Outra causa de orgulho para os soviéticos era a Corrida Espacial (1955-1975) (Paisana, 2021), especialmente por terem sido pioneiros em diversas etapas da corrida: lançaram o primeiro satélite artificial (Sputnik 1) em 1957, o envio do primeiro ser vivo para a órbita da Terra (a cadela Laika) em 1957, a primeira pessoa no espaço e em órbita da Terra (Yuri Gagarin) em 1961 e a primeira mulher a ir ao espaço, a cosmonauta soviética Valentina Tereshkova, que realizou o feito em 16 de junho de 1963, a bordo da espaçonave Vostok 6.

Mais adiante, mostrar mulheres na corrida espacial foi uma jogada de mestre na propaganda da Guerra Fria. Era a prova viva de que o socialismo era um sistema superior, não apenas tecnologicamente, mas também socialmente. Enquanto os EUA, ainda tinham seus astronautas exclusivamente masculinos, a URSS demonstrava que, sob seu regime, a igualdade de gênero era uma realidade tangível. Isso reforçava a narrativa de que no socialismo soviético qualquer pessoa, independentemente de gênero ou origem, podia alcançar os feitos mais gloriosos e servir à pátria. Em vista disso, mais do que um feito científico, foi um símbolo político poderoso, usado para inspirar a população doméstica, atrair simpatizantes internacionais e humilhar os estadunidenses, retratando-os como antiquados e socialmente atrasados.

Imagem 20 – Histórias curtas sobre a viagem espacial.



Fonte: Soviet Woman (1967).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A imagem da mulher propagada por essas superpotências históricas, apesar de algumas variações e mensagens não tão diretas, sustentaram os princípios ideológicos estruturantes de seus respectivos polos no sistema bipolar. Essencialmente, as relações de gênero englobam contornos sociais atrelados a modos e meios de produção, então a colocação do indivíduo feminino segue a forma de propriedade característica da sociedade que ela está inserida. De modo que seja considerada propriedade privada e objeto de submissão e servidão econômica no ambiente capitalista, e, contrariamente, plena cidadã liberta através do trabalho assalariado e em pé de igualdade com seus companheiros homens na conjuntura socialista.

A partir desses fatores, as revistas LIFE, McCall's, Soviet Russia Today e Soviet Woman criam seus posicionamentos de marca em consonância com o polo de influência escolhido. Sendo possível identificar como isso ocorreu através da interpretação de imagens categorizadas a luz de um mesmo assunto daqueles escolhidos para a agenda de temas e por via do número de propagandas recorrentes em política, cultura, sociedade ou economia. Os dados adquiridos através dessa dita agenda já conferem à corrente soviética maior equilíbrio na abordagem desses tópicos e a linhagem capitalista, maior concentração no conteúdo econômico.

As propagandas veiculadas por esses meios de comunicação agem como uma extensão da opinião da rede de publicação, simultaneamente disseminando a colocação e fazendo o papel de convencimento das massas desse ideal. Para o modelo de Washington isso ocorre com reincidência da figura da dona de casa, da extensiva comercialização de produtos domésticos ou de beleza e da desvalorização dos esforços femininos em comparação com os de origem masculina. Considerando a convicção de Moscou, tal ocorre por meio da motivação por participação em todos os setores da sociedade e admiração dos feitos já realizados por elas como grandes passos para a Revolução.

Haja visto esses resultados, as representações capitalistas e socialistas influenciaram na luta feminista ao longo da história, refletindo suas abordagens sobre gênero, classe, poder, propriedade dos meios de produção e organização econômica, e propagando diferentes modelos de identidade feminina e papéis sociais atribuídos às mulheres na família e na economia de modo simplesmente oposto entre princípios,

com um fazendo a manutenção do “status quo” da condição de dominação da mulher e outro pretendendo arruinar completamente esse e criar uma nova realidade mais justa entre gêneros. Com isso em mente, ainda seria relevante averiguar como essas correntes se sustentam e reivindicam essas visões hoje em dia após a queda da Cortina de Ferro.

Finalmente, podemos afirmar que as hipóteses de avanço isonômico proposta pelo socialismo e a de conservação da arbitrariedade oferecida pelo capitalismo foram corroboradas por essa pesquisa e pelos dados obtidos para sua execução plena.

6. REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ivan. *O Soviete de 1905*. Mariana: LPH, 1995.
- ALVIANO, Lays. *Construção de Si, Construção do Outro: propaganda política veiculada por EUA e URSS durante a Guerra Fria (1945 -1970)*. Criciúma: [s.n., s.d.].
- BARBÃO, Marcelo. *Kosovo e a ofensiva recolonizadora do imperialismo*. [S.I.]: Revista Outubro, 2000.
- BARRETO, Dayani.; MARIA, Eliane. *A mulher na sociedade capitalista*. [S.I.]: Revista Espaço Livre, 2022.
- BELMONTE, Laura. *Selling the American Way*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2008.
- BREEN, Marta.; JORDAHL, Jenny. *Mulheres na luta: 150 anos em busca de liberdade, igualdade e sororidade*. São Paulo: Seguinte, 2019
- BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Bauru: EDUSC, 2004.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. [S.I.]: Editora Brasiliense, 2006.
- COLLING, Ana Maria; TEDESCHI, Antônio. *Dicionário crítico de gênero*. Universidade Federal da Grande Dourados, 2019.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 2002.
- CUTRIM, Ticyane. *A sexualidade feminina na manutenção do patriarcado e do capitalismo*. São Luís: [s.n.], 2021.
- GUEVARA, Che. *O Socialismo e o Homem em Cuba*. [S.I.: s.n.], 1965.
- ENGELS, Friedrich. *A origem da família, da propriedade privada e do Estado*. Zurique: Boitempo, 1884.
- FEDERICI, Silvia. *CALIBÃ E A BRUXA: MULHERES, CORPO E ACUMULAÇÃO PRIMITIVA*. [S.L.]: ELEFANTE, 2017.
- GIANNOTTI, Vito. *O Dia da Mulher nasceu das mulheres socialistas*. Campinas: [s.n.], 2011.
- GOLDMAN, Wendy. *Mulher, Estado e Revolução: política familiar e vida social soviéticas, 1917-1936*. São Paulo: ISKRA, 2014.
- JESSUA, Claude. *Capitalismo*. [S.I.]: L&PM, 2013.
- KOLLONTAI, Alexandra. *As bases sociais para a questão feminina*. [S.I.: s.n.], 1909.
- KOLLONTAI, Alexandra. *Marxismo e Revolução Sexual*. São Paulo: Global Editora, 1982.

- KOLLONTAI, Alexandra. *A Nova Mulher e a Moral Sexual*. São Paulo: Expressão popular, 2000.
- MARTINHO, Silvana. *Sorrisos desconfortáveis: a representação da liderança política por meio de charges do jornal Folha de S. Paulo*. São Paulo: [s.n.], 2021.
- MÉNDEZ, Natalia. *Do lar para as ruas: capitalismo, trabalho e feminismo*. [S.l.: s.n.], 2011.
- PAISANA, Tiago Santos. *A corrida e o programa espacial soviético por meio do Office of National Estimates*. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2021.
- PREOBRAZHENSKI, Evgeni. *O caminho de uma mulher para a libertação*. [S.l.: s.n.], 1920.
- RIBERA, Ricardo. *A Guerra Fria: breves notas para um debate*. [S.l.: s.n.], 2012.
- RODEGHERO, Carla. *Religião e patriotismo: o anticomunismo católico nos Estados Unidos e no Brasil nos anos da Guerra Fria*. Porto Alegre: [s.n.], 2003.
- ROMANELLI, Sandro.; TOMIO, Fabrício. *Suprema Corte e segregação racial nos moinhos da Guerra Fria*. Curitiba: [s.n.], 2017.
- SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. [S.l.]: Editora Brasiliense, 2007.
- SOUZA, Aleksandro. *A Guerra da Coreia (1950-1953) sob o vies da Guerra Fria e seus efeitos no mundo atual*. Rio de Janeiro: UniSão José, 2021.
- SUMMER, Daniel. *The Magazine Century: American Magazines Since 1900*. Nova Iorque: Peter Lang, 2010.
- TENORIO, Emilly. *Assistente social no combate ao preconceito: machismo*. Brasília: CFESS, 2019.
- NYE, Joseph. *Soft Power*. Nova Iorque: PublicAffairs, 2004.
- VALIM, Alexandre. *Uma História Social do Cinema no alvorecer da Guerra Fria, 1945-1954*. Niterói: Universidade Federal Fluminense – Departamento de História, 2006.
- VIANA, Nildo. *A Consciência da História. Ensaio sobre o Materialismo Histórico-Dialético*. Rio de Janeiro: Achiamé, 2007.
- VASCONCELLOS, Marco. *Economia: Micro e Macro*. São Paulo: Atlas, 2000.
- VOGEL, Lisa. *Marxismo e a opressão às mulheres: rumo a uma teoria unitária*. São Paulo: Expressão popular, 2022.
- 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.

BIBLIOGRAFIA DAS REVISTAS:

BRITANNICA. LIFE Magazine. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/Life-magazine>. Acesso em: 04 abr. 2025.

BERKELEY LIBRARY. Primary Sources: Soviet Woman Digital Archive. Disponível em: <https://update.lib.berkeley.edu/2022/04/18/primary-sources-soviet-woman-digital-archive/>. Acesso em: 22 mar. 2025.

IZDIHAR. Soviet Woman Magazine – March/April 1951. Disponível em: <https://ladyizdihar.com/blogs/izdihars-soviet-archive-2/soviet-woman-magazine-march-april-1951>. Acesso em: 10 set. 2025.

IZDIHAR. Soviet Woman Magazine – Sep/Oct 1953. Disponível em: <https://ladyizdihar.com/blogs/izdihars-soviet-archive-2/soviet-woman-magazine-sep-oct-1953>. 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.

IZDIHAR. Soviet Russia Today Magazine – March 1947. Disponível em: <https://ladyizdihar.com/blogs/izdihars-soviet-archive-2/soviet-russia-today-magazine-march-1947>. Acesso em: 5 set. 2025.

LIFE. New York, v. 32, n. 18, 5 maio 1952. Disponível em: <https://archive.org/details/lifemagazinemay51952>. Acesso em: 10 set. 2025.

LIFE. New York, v. 33, n. 24, 15 dez. 1952. Disponível em: <https://archive.org/details/DFQEAAAAMBAJ>. Acesso em: 10 set. 2025.

LIFE. New York, v. 35, n. 24, 14 dez. 1953. Disponível em: <https://archive.org/details/UUgEAAAAMBAJ>. Acesso em: 10 set. 2025.

LIFE. New York, v. 67, n. 1, 4 jul. 1969. Disponível em: <https://archive.org/details/lifemaqjuly41969/page/n74/mode/1up>. Acesso em: 10 set. 2025.

MARXISTS. Friends of Soviet Russia. Disponível em: <https://www.marxists.org/history/usa/eam/other/fsr/fsr.html>. Acesso em: 24 mar. 2025.

McCALL'S. New York, v. 80, n. 1, out. 1952. Disponível em: <https://archive.org/details/mc-calls-v-080-n-01-1952-10>. Acesso em: 10 set. 2025.

McCALL'S. New York, v. 80, n. 4, fev. 1953. Disponível em: <https://archive.org/details/mc-calls-v-80-n-04-1953-02>. Acesso em: 10 set. 2025.

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.

McCALL'S. New York, v. 88, n. 10, jul. 1961. Disponível em: 10 set. 2025. <https://archive.org/details/mc-calls-v-088-n-10-1961-07>. Acesso em:

SOVIET RUSSIA TODAY. [S. l.], v. 16, n. 11, mar. 1949. Disponível em: https://archive.org/details/sim_update-ussr_1949-03_16_11/mode/1up?view=theater. Acesso em: 5 set. 2025.

SOVIET RUSSIA TODAY. [S. l.], v. 18, n. 1, jan. 1950. Disponível em: https://archive.org/details/sim_update-ussr_1950-01_18_1. Acesso em: 5 set. 2025.

SOVIET RUSSIA TODAY. [S. l.], v. 17, n. 16, ago. 1949. Disponível em: <https://archive.org/details/ussr-1949-08-17-16-compressed/mode/2up>. Acesso em: 5 set. 2025.

WORDPRESS. Magazines during the 50's. Disponível em: https://aditijaisinghani.files.wordpress.com/2017/10/magazines_1950-1.pdf. Acesso em: 22 mar. 2025.