



A REPRESENTAÇÃO DA MULHER ATRELADA ÀS NECESSIDADES EMERGENTES DOS EUA NA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL E NO PÓS-GUERRA

Sabrina Muller (apresentadora)¹

RESUMO: O século XX foi marcado pela emergência de dois grandes conflitos mundiais que deixaram inúmeras perdas e desestabilizaram grandes potências econômicas pelo globo. A Primeira Guerra Mundial, por exemplo, foi uma resposta a luta mútua entre França, Inglaterra e Alemanha, pelas colônias da África. A Segunda Guerra Mundial, no entanto, foi abarcada pelo jugo de destruir a sombra do nazismo que se estendia pela Europa e dizimava milhares de pessoas. Com o objetivo principal de combater Hitler e sua ideologia antissemita, forças inglesas, francesas e soviéticas se aliaram. Por último entrou no conflito os Estados Unidos e ao lado dos aliados, embora com grandes perdas humanas, venceram a Alemanha e Japão. Enquanto o conflito se desenrolava uma série de propagandas foram impressas a fim de convocar homens para servir no exército, e de fato milhares deles lutaram em solo europeu defendendo o seu Estado. Mas dentro desse panorama de conflito e posteriormente a guerra qual foi o papel da mulher? Para responder a esse questionamento analisamos algumas propagandas estadunidenses no período da Segunda Guerra Mundial e no Pós-Guerra a fim de traçar uma análise visual da relação entre o Estado e a população. O que percebemos foi que uma vez tendo números consideráveis de homens aptos ao trabalho se deslocando para a Europa alguém precisava tocar a produção bélica em solo estadunidense. É aqui que a mulher entra na interface da guerra. A partir da análise de algumas propagandas que circularam entre 1940 e 1945 foi possível perceber que o governo dos EUA implementou todo um aparato de divulgação chamando as mulheres na prestação de serviços industriais e médicos. Nesse período a mulher deixou de ocupar um lugar passivo e tradicional na sociedade para ocupar as cadeiras do trabalho. Fato que não foi constatado na análise de propagandas do pós-guerra quando os homens já haviam retornado do conflito. Neste caso as propagandas do *American Way of Life* desenhavam a mulher novamente como uma figura consumista e relegada as atividades do lar.

PALAVRAS-CHAVE: Conflito. Divulgação. Mulher. Construção de Imagem.

Categoria: UFFS – Pesquisa

Área de Conhecimento: Ciências Humanas

Formato: Comunicação Oral

¹ Acadêmica da 8ª fase do curso de Licenciatura em História pela Universidade Federal da Fronteira Sul – campus Erechim. Contato: sabrina3muller@hotmail.com.