

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PROF^a. DR^a. ANTONIA TERRA DE CALAZANS FERNANDES

**Imagens do feminino: representações da mulher na propaganda
durante e após a Segunda Guerra Mundial**

SÃO PAULO

2015

Nathalia Pereira da Silva

Nathalia Pereira da Silva **nºUSP 8029903**

FLH0421 - Ensino de História: Teoria e Prática

Profª Drª. Antonia Terra de Calazans Fernandes

Sequência didática

Tema: Imagens do feminino: representações da mulher na propaganda durante e após a Segunda Guerra Mundial

Público alvo: Alunos do 8º ano do Ensino Fundamental ao 3º ano do Ensino Médio.

Duração: 1 a 2 aulas

Objetivos: Propomos utilizar questões sociais e econômicas que emergiram do contexto da Segunda Guerra Mundial nos Estados Unidos para discutir a construção de uma imagem feminina ideal, e como esta é tributária de uma construção histórica. A proposta da aula envolve explorar algumas propagandas de meados do século XX que fazem referência direta ao imaginário norte-americano, a fim de oferecer um material que permita aos alunos perceber e questionar as concepções construídas acerca do papel social feminino tanto naquele momento histórico, quanto no presente.

Nesse sentido, buscamos provocar a reflexão acerca da representação de grupos sociais em geral e do papel das imagens (tanto visuais, quanto verbais) que são difundidas sobre um determinado grupo podem influenciar na construção de um senso comum e influenciar tomadas de decisões pessoais por aqueles que compartilham desse sistema de imagens.

A atividade ainda tem por intuito desenvolver habilidades de leitura de imagens, debate e leitura comparada de documentos.

Documentação: reproduções de propagandas políticas e publicitárias, e outras imagens. Sugerimos que a documentação seja projetada em tela. Caso não seja possível, o material pode ser impresso em A3 e trabalhado em frente à turma.

Plano de aula

Seção 01

Nesta seção, serão apresentados três cartazes que serviram como instrumento de mobilização da força de trabalho feminina que ocuparia as fábricas norte-americanas durante a Segunda Guerra Mundial. O intuito é explorar a maneira como essas imagens pretendiam motivar mulheres que viviam sob um regime patriarcal a se candidatarem aos postos de trabalho abertos pelo governo. A cada imagem, o professor deve incitar os alunos a descrever o que está sendo representado e fazer conexões com as informações fornecidas sobre cada imagem. Para isso, vamos sugerir algumas perguntas individuais, mas a maior parte da discussão deve ficar para o final da sessão. Imaginamos a inserção desta aula em meio a outras aulas sobre o período da Segunda Guerra e, portanto, acreditamos não haver necessidade de uma introdução teórica. Sugerimos apenas que o professor comece mostrando a primeira imagem, pedindo para que os alunos a descrevam.

Imagem 01

Questões:

- O que a imagem apresenta?
- A que ela faz referência?
- A quem se destina a mensagem nela contida?



“Faça o trabalho que ELE deixou para trás.

Candidate-se. Serviço de Emprego dos Estados Unidos”

Criação: Harris, R.G. / U.S. Government Printing Office, 1943

Espera-se que os alunos percebam que a imagem é uma chamada às mulheres para que se candidatem às vagas de emprego abertas na indústria em meio à Segunda Guerra. Deve ser notado que nela é representada uma mulher operária, a qual, respondendo às chamadas do governo de seu país - Estados Unidos - assume um trabalho que, como indicado no texto, antes era desempenhado por homens que “o deixaram para trás” para compor o exército nos campos de batalha europeus.

Imagem 02

De uma a outra imagem, o professor deve apontar que, dentre as dezenas de propagandas oficiais montadas para convocar as mulheres ao mercado, a imagem 02 deve ser conhecida dos alunos. Tem mesmo um nome: “Rosie, the Riveter” ou “Rosie, a rebitadora”.



“Nós podemos fazer isso”

Criação: Miller, J. Howard / Westinghouse Company's War
Production Coordinating Committee, 1942

Questões:

- O que a imagem apresenta?
- Qual a ideia principal passada pelas expressões corporal e verbal da personagem?
- Essa ideia é condizente com as expectativas até então impostas ao ser social do sexo feminino?

Os alunos devem conseguir identificar que a personagem tem uma postura firme e disposta, que se presta a convencer as mulheres de sua potencialidade, de sua capacidade de superar as dificuldades impostas à sua tomada de ação. Vale pontuar que essa noção de “empoderamento” é extremamente contrária à posição oficial até então vigente, que desclassificava mulheres como incapazes para as atividades físicas pesadas, ou para as intelectuais elaboradas.

Imagem 03



“Estou orgulhosa... meu marido quer que eu faça minha parte.

Procure seu Serviço de Emprego dos Estados Unidos - Comissão de Poderio Humano para
Guerra”

Criação: Howitt, John Newton / U.S. Government Printing Office, 1944

Questões:

- O que a imagem apresenta?
- Qual o sentimento que motiva a ação da personagem feminina? O que esse sentimento diz sobre as relações sociais em que esta personagem está envolvida?

Espera-se que os alunos já consigam perceber que as imagens apresentam muitas semelhanças em relação à caracterização das personagens femininas, como as roupas, os traços femininos e caucasianos, e a postura determinada e disposta. Aqui, principalmente, devem poder identificar a relação da mulher com o sentimento de patriotismo e de subordinação à figura patriarcal (no caso, o marido).

Questões para a sessão:

- Quais os elementos valorizados nas imagens?
- Quais impressões as imagens transmitem acerca da função social e da personalidade da(s) personagens(s) retratada(s)?
- As características das imagens apresentadas (feições, roupas, ações) se parecem com o tipo de propaganda com a qual os alunos estão acostumados?
- Quem produziu essas imagens?
- Qual foi o espaço de circulação delas?

É importante que fique clara para os alunos a construção "positiva" em torno da figura de uma mulher que trabalha e cumpre seu papel social, principalmente porque o faz em nome do seu país. Os cartazes apresentam, nesse sentido, a imagem de mulheres sérias, batalhadoras, que têm valor a partir de sua disposição para a ação, para o trabalho. É de se esperar que os alunos reconheçam alguns elementos das propagandas, como a concisão da mensagem, principalmente na forma escrita. O conteúdo político, porém, é pouco usual na grande mídia e, assim, aqui é possível abordar as diferenças marcantes derivadas justamente desse caráter especificamente político da propaganda. Principalmente, é necessário apontar que também as expectativas em relação ao papel social feminino não são similares àquelas presentes na propaganda atual.

O professor deve apontar que, entre 1940 e 1945 - em razão da situação econômica, mas também das propagandas -, aproximadamente seis milhões de mulheres passaram a ocupar uma posição na indústria e nos esforços de guerra. Os esforços - realizados por homens, a quem era reservado o monopólio do trabalho intelectual - foram bem-sucedidos e as

mensagens angariaram mulheres por todo o país. Usavam mesmo mulheres reais, que já trabalhavam, como modelos para os cartazes, fossem eles desenhos ou fotografias. O professor deve, portanto, assinalar, que houve uma mudança socioeconômica na vida dessas mulheres. Mas a guerra terminara, e com isso, uma nova situação se imporia.

Entre as seções 01 e 02, o professor deve oferecer um panorama sobre o impacto do final da guerra na produção norte-americana. Deve ser ressaltado, basicamente, que a indústria foi obrigada a procurar outros mercados que não o bélico e, com isso, os investimentos passaram, principalmente, para a indústria automotiva e de eletrônicos (no momento, eletrodomésticos). Além disso, o que muito importa ao nosso assunto é que, com a volta das tropas, voltam os antigos trabalhadores. O professor pode então perguntar aos alunos qual destino eles imaginam que tiveram as mulheres que tinham sido absorvidas pelo mercado durante a guerra, e daí passar para as imagens da seção 02.

Seção 02

Questões:

- Quais os elementos valorizados nas imagens?
- Quais impressões a imagem transmite acerca da função social e da personalidade da(s) pessoa(s) retratada(s)?
- Qual o sentimento passado pelas personagens retratadas?
- A propaganda tem o mesmo sentido (ou intuito) das anteriores?
- Qual a origem dessas propagandas? Onde elas foram produzidas?
- Por que é possível compará-las com propagandas militares estado-unidenses?

SIGA TAMBÉM ÊSTE EXEMPLO use BOMBRIL

Da esquerda ao lado, use sua esponja "Bombril" quando lavar sua BOM BRIL. Fato de sua limpeza, BOM BRIL deslustra e dá brilho ao aparelho, tornando-o com uma aparência nova e brilhante. E quando lavar sua BOM BRIL, use a esponja de aço para limpar a esponja de aço. Assim, você mantém sua esponja sempre limpa e brilhante. BOM BRIL é a única esponja de aço que não se desfaz e não se deteriora com o uso.

VORACAS E AZULELOS ONTANTOS!
A sã, BOM BRIL faz os vidros, azulejos e cristais brilharem maravilhosamente! BOM BRIL não rasca!

PIAS E BANHEIROS BRILHANTES!
Limpe as pias, banheiros e torneiras com BOM BRIL, água e sabão. BOM BRIL faz brilhar sem rasca!

Para ganhar em qualidade e também em quantidade, seja o legítimo BOM BRIL com rótulo vermelho!

Participe da Internacional Concurso de Natal que Bom Bril vai realizar no dia 22 de dezembro. Colete 10 selos vermelhos, já colados, de Bom Bril e remeta-os, com nome e endereço para a Rádio Nacional de Rio de Janeiro ou a Rádio Nacional de São Paulo. Para maiores detalhes, consulte "Como usar Bom Bril", segunda-feira, às 20h30 horas, na Nacional do Rio de Janeiro ou "Fatorial Bom Bril", terça-feira, às 20h30 horas, na Nacional de S. Paulo.

Cr\$ 100.000,00
EM PRÊMIOS

A ESPONJA MÁGICA **BOMBRIL** TORNA FÁCIL TÔDA LIMPEZA DIFÍCIL

© 1950, BOM BRIL, S.A. de São Paulo

Imagem 04

BATEBOLA DE BOLOS WALITA

LIQUIDIFICADOR WALITA

FERRO ELÉTRICO AUTOMÁTICO WALITA

ASPIRADOR DE PÓ WALITA

ENCERDEIRA WALITA

MOTOR ELÉTRICO WALITA para máquinas de costura

VENTILADORES WALITA

Em cada produto

Walita uma experiência de **2 milhões** de aparelhos em uso!

Esta é a maior garantia que Walita lhe oferece: 2 milhões de famílias brasileiras — o maior laboratório de provas do mundo — já aprovaram os aparelhos Walita... sempre com grande sucesso! E Walita é a marca que mantém o recorde mundial de produção de liquidificadores — 1 milhão de liquidificadores Walita estão em uso no Brasil...

uma consagração de sua superior qualidade! Perfeitos no primeiro dia, perfeitos pelo tempo afora, os aparelhos da Família Walita continuam sendo os mais práticos... os mais úteis para o seu lar!

Procure o seu Walita no seu Revendedor Walita... e siga uma experiência aprovada por 2 milhões!

P.S. Walita é garantida de alta qualidade, com motores desmontados e lubrificados cuidadosamente pela própria WALITA.

Produtos da ELETRO-INDÚSTRIA WALITA S.A.
Rua Dr. Álvaro Alvim, 75 - Cr. Postal 811 - São Paulo
Fiação: Rua México, 90 - 2ª andar - Rio de Janeiro
Rua 7 de Setembro, 1116 - 6ª andar - Porto Alegre

Lembre-se: Quem tem Walita tem tudo!

Imagem 05

Propagandas em revistas na década de 1950

À esquerda: da palha de aço "Bom Bril". À direita: dos eletrodomésticos "Walita"

Aqui espera-se que os alunos ressaltem a relação da mulher com o ambiente doméstico. Também, que aqui a felicidade da mulher, sua realização pessoal, aparece no cuidado que ela tem com o lar. É essa a função social das personagens, o que lhes garante legitimidade social e lhes dá um sentido de valor pessoal. Há de ser apontado que a manchete da imagem 04 exemplifica bem a ideia que pretendemos explorar: a mulher retratada é um modelo de comportamento, o qual é transmitido para sua filha. Ou seja, está relacionada à perpetuação de um comportamento relacionado ao gênero. Deve ser lembrado que também foram produzidas por homens, aos quais, como já dito, estava reservado a produção intelectual (homens brancos, de classe média alta, sobretudo).

O professor pode ressaltar que a representação da mulher passa de produtora na seção 01, para consumidora na seção 02, ou seja, há uma mudança não só na representação, mas na própria relação que a propaganda busca estabelecer com a espectadora.

Deve-se considerar, também, que as imagens da seção 02 se referem a propagandas brasileiras. Essa ponte é possível a partir do entendimento de que a estética com que são construídas é notoriamente norte-americana e é comum que os alunos já tenham tido contato com representações que sigam esse modelo. Ao fazer essa ponte com a mídia brasileira, buscamos deixar assinalado que o processo socioeconômico e também de consolidação de uma imagem feminina fora norteados pelas referências norte-americanas (o que acontece até hoje).

Nesta seção, é importante que o professor trabalhe os seguintes pontos:

- Mesmo para aquelas que trabalhavam fora, a responsabilidade com o lar nunca deixou de existir, o que fazia com que a carga fosse dobrada para aquelas que trabalhavam fora (como a da mãe de muitos dos alunos deve ser ainda). E ainda recebiam um salário em torno de 50% mais baixo que o dos homens que desempenhavam as mesmas tarefas (WINSON, 2014).
- O trabalho feminino fora, até provavelmente os últimos anos do séc. XX, ligado a períodos de crise. Nas palavras de Michelle Perrot: “Em tempos de crise ou guerra, essa contribuição [feminina] marginal se torna essencial. As mulheres então se ativam em todos os sentidos. Nunca trabalham tanto como quando o homem está desempregado. Há uma vivência das crises e das guerras diferente para cada um dos sexos. Um tempo econômico diferente.” (PERROT, 1988, p.190). Nesse sentido, a mobilização na década de 40 teria sido parte desse movimento sazonal e, com o fim da guerra, houve um esforço para restabelecer a subordinação econômica do grupo feminino. Um esforço no qual a propaganda novamente teve papel de muita importância. É nesse momento que “Rosie, the riveter” começa a ser apropriada como símbolo feminista.
- No séc. XIX fora acentuada a divisão sexual de funções. O senso comum - reiterado mesmo por intelectuais como Fichte, Hegel e Comte - ditava que as mulheres eram, como já dissemos, inaptas física e intelectualmente. (PERROT, 1988, p.177). Assim, o casamento representou, historicamente, a única forma de ascensão social feminina, enquanto o trabalho resultava em rebaixamento de classe. (MELLO E SOUZA, 1987, pp. 41-2)

- Após um período turbulento, as populações que tiveram envolvimento na guerra estavam ciosas por estabilidade, o que teve impacto na estrutura familiar. Esse processo teve correspondência mesmo no Brasil com o fim do governo Vargas e a intensa modernização de meados do século. Mas mais do que isso, os Estados Unidos investiram muito na construção e difusão de um imaginário que ligasse capitalismo e bem estar, a fim de garantir aliados contra a União Soviética e seu modelo de comunismo.

Entre as seções 02 e 03, o professor deve lembrar aos alunos que, ao mesmo tempo em que se construía a imagem da dona-de-casa perfeita, começava a vigorar na mídia um outro modelo de feminilidade. Pode-se, então, perguntar aos alunos se eles podem pensar em qual modelo seria esse (quais seriam suas características)? Após ouvir as respostas, o professor pode passar para seção 03.

Seção 03



Imagem 06

Marilyn Monroe, 1955

Pedir aos alunos para que falem, muito brevemente, sobre quem teria sido Marilyn Monroe.

Perguntar novamente sobre:

- Quais os elementos valorizados na imagem?
- Quais impressões a imagem transmite acerca da função social e da personalidade da pessoa retratada? Em poucas palavras, como ela pode ser diferenciada das outras propagandas ? (Novamente, ela tem o mesmo sentido (ou intuito) das anteriores?)

Esperamos que os alunos possam identificar que a imagem é construída a partir da valorização da beleza e da sensualidade da modelo, a qual, ainda, não parece estar relacionada a função social nenhuma. As respostas devem ir de encontro à sólida percepção que se tem acerca de Marilyn Monroe, cujas imagens mais difundidas são aquelas que a apresentam como uma personalidade vaidosa, frívola e extrovertida. É notável que a imagem não apresenta qualquer relação (explícita) com figuras masculinas. É necessário notar também que, apesar de ser usada hoje como propaganda pela grife Chanel - uma vez que Marilyn está segurando uma garrafa do perfume Chanel nº5 -, a imagem não foi produzida como propaganda. Não, pelo menos, no sentido de uma propaganda que busca convencer o interlocutor de uma ação explícita. Ela pode ser entendida, porém, como uma propaganda pessoal de Marilyn, que, como atriz, precisava se auto-promover.

É importante notar que representações artísticas em que é explorada a sexualidade feminina são recorrentes desde fins do séc. XIX, com menção notável aos trabalhos de Gustav Klimt e Toulouse-Lautrec, mas representavam casos marginais. Em meados do séc. XX, e em grande parte, por causa de figuras como Marilyn Monroe, elas começam a ganhar maior espaço na mídia. O professor pode relacionar esse desenvolvimento ao nascente culto a celebridades, notadamente, do mundo do cinema. Assim, a imagem - que é um trabalho mais puramente artístico do que publicitário - parece formar um contra-senso com as expectativas sociais acerca do comportamento feminino, mas está inserida neste movimento mais amplo da mídia em geral.



Imagem 07

Norma Jeane Dougherty, mais tarde Marilyn Monroe

Yank, the Army Weekly magazine - June 26, 1945

Sugerimos usar a foto acima para assinalar que Marilyn começou sua carreira como modelo enquanto trabalhava em uma fábrica do ramo de aviação; era uma daquelas modelos da vida real. (Devido a limitações de tempo, a ideia não é analisar essa imagem, apenas usá-la como ilustração, uma ponte entre os assuntos.)

Seção 04

Aqui, o professor deve iniciar um debate voltado a questões mais propriamente sociológicas, e ligadas à atualidade. Sugerimos perguntar:

- sobre qual dos padrões apresentados - mulher necessária no mercado de trabalho, mulher centrada no ambiente doméstico, ou mulher atraente e frívola - os alunos imaginam que oriente as representações femininas na mídia hoje.
- se o tipo de representação escolhida reflete expectativas sociais acerca do que seria uma posição feminina positiva.

As imagens abaixo servem como ilustração de que, não só o padrão Marilyn Monroe é o mais explorado pela mídia, mas como a própria imagem da atriz em expressões lendárias é revisitada e reproduzida incansavelmente por meio de celebridades atuais que sejam representantes de um padrão de feminilidade considerado ideal.



Beyoncé



Scarlett Johanson



Rihanna



Christina Aguilera

Ressaltando que Marilyn Monroe fora um dos maiores ícones do século XX, perguntar para aos alunos de quais outras mulheres importantes para o período eles se lembram. As respostas provavelmente farão referência a poucas mulheres de grande destaque, das quais a maioria serão atrizes, cantoras, escritoras e, talvez, mulheres políticas.

Após fazer um breve balanço das posições sociais ocupadas pelas representantes apontadas, sugerimos que se pergunte aos alunos:

- se eles acham que a limitação na variedade de funções sociais dessas mulheres seja natural (ou seja, reflete a disposição biológica feminina) ou se existem fatores que contribuem para isso.

- se essas as posições que elas ocuparam parecem fáceis de alcançar, se se enquadram em uma realidade do nosso cotidiano. A profissão delas pode ser fonte de inspiração para muitas mulheres?

A intenção por trás dessa última discussão é chamar a atenção dos alunos para a homogeneidade das representações femininas na mídia e discutir com eles os efeitos que essa limitação pode representar no imaginário das mulheres acerca delas mesmas. Além disso, esperamos que seja destacada a ausência de representações que contem com mulheres que encontram seu valor social no trabalho, não só hoje, como historicamente (lembrando que o serviço doméstico não é valorizado socialmente como trabalho).

Nesse momento, é importante deixar claro para os alunos que não está se pensando a mídia como produtora do estado da arte da sociedade, mas explorar como as imagens - e as histórias que se conta através delas - têm grande poder de influência e podem ser determinantes nas ações individuais. É nosso intuito mostrar que estereótipos, principalmente em uma sociedade de reproduções de imagem em massa, limitam o horizonte de realização pessoal a apenas algumas possibilidades. Quando a imagem que se projeta é única, ela se torna também cerceadora. Impede que nós desenvolvamos potencialidades, porque nem descobrimos que elas são possíveis.

Reconhecemos que os modelos apresentados não dão conta da complexidade de condições vividas pelas mulheres atualmente, mas podem oferecer balizas para discuti-las, principalmente com relação ao preconceito. As imagens difundidas, apresentam mensagens surpreendentemente homogeneizadoras, mas também muitas vezes depreciativas.

Nesse sentido, propomos que o professor encerre as discussões relacionando episódios atuais de preconceito em relação à mulher enquanto ser social que exerce uma função (os quais, infelizmente, não deixam de aparecer). Dos mais recentes, podemos recomendar:

- Depoimento de Tim Hunt, receptor do Prêmio Nobel de medicina e fisiologia de 2001, sobre o suposto efeito negativo que as mulheres cientistas teriam no ambiente dos escritórios e laboratórios. O professor da University College London (UCL) disse que mulheres no laboratório "choram" ao serem criticadas e se "apaixonam" pelos colegas de trabalho.
- Entrevista realizada pelo programa de TV, CQC, reputedamente um veículo de emissões políticas progressistas, em que o entrevistador pergunta a duas atrizes que compõe parte de uma série quase que exclusivamente feminina se elas tinham problemas com relação a distrações como tensão pré-menstrual. (programa de 15/06/2015)

Nota: É importante ressaltar ao final da aula que o exercício foi feito usando uma dicotomia de gênero, mas que é igualmente importante pensar em como é possível aplicar questionamentos parecidos para pensar a imagem de grupos subrepresentados em geral. No caso brasileiro, é possível ressaltar a negligência com grupos como indígenas e afro-descendentes, que apesar de essenciais para o nosso desenvolvimento histórico enquanto comunidades, são continuamente estereotipados e marginalizados.

Atividades a serem realizada pelos alunos

Atividade 01

Abaixo foram apresentados os nomes de três mulheres notáveis, mas pouco celebradas. Escolha uma delas e faça uma pesquisa sobre quem foram, quais atividades desempenharam e qual teria sido a repercussão dessas atividades. Abaixo de cada uma, segue o nome de uma personalidade do sexo masculino que tenha desempenhado atividades equivalentes, no mesmo período histórico, e que tiveram maior reconhecimento. Compare a personagem feminina escolhida e um homem que exerceu função similar, buscando apontar diferenças principalmente relacionadas a dificuldades no exercício da função e na projeção do trabalho realizado.

Obs: os representantes assinalados são sugestões. O aluno pode relacionar uma personalidade feminina a outro representante do gênero masculino se souber de outros exemplos pertinentes.

1. Elizabeth Vigée Le Brun
Comparação possível: Jacques-Louis David
2. Maria Skłodowska-Curie (Marie Curie)
Comparação possível: Albert Einstein
3. Aung San Suu Kyi
Comparação possível: Nelson Mandela

Atividade 02

O trecho abaixo é parte de um discurso proferido pela renomada escritora nigeriana Chimamanda Adichie, em 2009. Leia com atenção e o relacione com a imagem que o segue, tendo em mente os pontos discutidos em aula acerca da influência da representação na construção de papéis sociais e identidades.

“(…) when I began to write, at about the age of seven, stories in pencil with crayon illustrations that my poor mother was obligated to read, I wrote exactly the kinds of stories I was reading: All my characters were white and blue-eyed, they played in the snow, they ate apples, and they talked a lot about the weather, how lovely it was that the sun had come out. Now, this despite the fact that I lived in Nigeria. I had never been outside Nigeria. We didn't have snow, we ate mangoes, and we never talked about the weather, because there was no need to. (...) What this demonstrates, I think, is how impressionable and vulnerable we are in the face of a story, particularly as children. Because all I had read were books in which characters were foreign, I

had become convinced that books by their very nature had to have foreigners in them and had to be about things with which I could not personally identify. Now, things changed when I discovered African books. There weren't many of them available, and they weren't quite as easy to find as the foreign books. But because of writers like Chinua Achebe and Camara Laye, I went through a mental shift in my perception of literature. I realized that people like me, girls with skin the color of chocolate, whose kinky hair could not form ponytails, could also exist in literature. I started to write about things I recognized. Now, I loved those American and British books I read. They stirred my imagination. They opened up new worlds for me. But the unintended consequence was that I did not know that people like me could exist in literature. So what the discovery of African writers did for me was this: It saved me from having a single story of what books are.

Chimamanda Ngozi Adichie - "The danger of a single story"

TED talks 07/10/2009

<https://www.youtube.com/watch?v=D9Ihs241zeg>



Foto particular - retirada da internet

Obs: O trecho assinalado para a atividade segue traduzido abaixo. Optou-se por deixá-lo no original acima, pois a ideia é, se possível, integrar a atividade a um programa que proporcione aos alunos o contato com materiais em inglês, que possam motivá-los e ajudá-los a estudar o idioma. Caso não seja possível, ou o professor não se sinta seguro para incorporar esse tipo de atividade, o texto traduzido pode ser utilizado sem qualquer perda de conteúdo. Recomendamos vivamente a leitura da transcrição completa, que pode ser acessada por meio dos links que seguem indicados nas referências bibliográficas - tanto para a versão original, quanto a traduzida.

Tradução:

“...quando comecei a escrever, por volta dos 7 anos, histórias com ilustrações em giz de cera, que minha pobre mãe era obrigada a ler, eu escrevia exatamente os tipos de histórias que eu lia. Todos os meus personagens eram brancos de olhos azuis. Eles brincavam na neve. Comiam maçãs. E eles falavam muito sobre o tempo, em como era maravilhoso o sol ter aparecido. Agora, apesar do fato que eu morava na Nigéria. Eu nunca havia estado fora da Nigéria. Nós não tínhamos neve, nós comíamos mangas. E nós nunca falávamos sobre o tempo porque não era necessário. (...) A meu ver, o que isso demonstra é como nós somos impressionáveis e vulneráveis face a uma história, principalmente quando somos crianças. Porque tudo que eu havia lido eram livros nos quais as personagens eram estrangeiras, eu convenci-me de que os livros, por sua própria natureza, tinham que ter estrangeiros e tinham que ser sobre coisas com as quais eu não podia me identificar. Bem, as coisas mudaram quando eu descobri os livros africanos. Não havia muitos disponíveis e eles não eram tão fáceis de encontrar quanto os livros estrangeiros, mas devido a escritores como Chinua Achebe e Camara Laye eu passei por uma mudança mental em minha percepção da literatura. Eu percebi que pessoas como eu, meninas com a pele da cor de chocolate, cujos cabelos crespos não poderiam formar rabos-de-cavalo, também podiam existir na literatura. Eu comecei a escrever sobre coisas que eu reconhecia. Bem, eu amava aqueles livros americanos e britânicos que eu lia. Eles mexiam com a minha imaginação, me abriam novos mundos. Mas a consequência inesperada foi que eu não sabia que pessoas como eu podiam existir na literatura. Então o que a descoberta dos escritores africanos fez por mim foi: salvou-me de ter uma única história sobre o que os livros são.”

Chimamanda Ngozi Adichie - “O perigo de uma história única”
TED talks 07/10/2009

<https://www.youtube.com/watch?v=D9Ihs241zeg>

Referências bibliográficas

ADICHIE, Chimamanda. N. "The danger of a single story". Acesso em: 19/06/2015

Transcrição no idioma original disponível em:

<http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript>

Versão em português disponível em:

<http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=pt-br>

MELLO E SOUZA, Gilda. R. A cultura feminina. In: *O Espírito das Roupas: A moda no século XIX*. São Paulo: Cia. das Letras, 1987. pp. 86 - 107

MENESES, Ulpiano T. B. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.

PERROT, Michelle. *Os excluídos: operários, mulheres e prisioneiros*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988. pp. 167- 234.

ROSALDO, Michelle Zimbalist; LAMPHERE, Louise(org.) A mulher, a cultura e a sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

WINSON, Rebecca. Sorry Beyoncé, Rosie the Riveter is no feminist icon. Here's why. The Guardian. Londres, 23 jul 2014. Disponível em: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jul/23/beyonce-rosie-the-riveter-feminist-icon> Acesso em: 19/06/2014

ZABALA, Antoni. Os enfoques didáticos. In: *COLL, César, MARTÍN, Elena (org.). O construtivismo em sala de aula*. São Paulo: Ática, 1996.

Páginas da web consultadas

Sobre a figura de "Rosie, the riveter". Disponível em:

<<http://www.history.com/topics/world-war-ii/rosie-the-riveter>> Acesso em: 19/06/2015

Sobre representação social e posições oficiais de comportamento - Entrevista de Leandro Karnal para o iGay. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TMXatfTxe7c>> Acesso em: 19/06/2015

Prêmio Nobel renuncia a cargo em universidade britânica após comentários sexistas. 11/06/2015. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2015/06/premio-nobel-renuncia-a-cargo-em-universidade-britanica-apos-comentarios-sexistas.html>> Acesso em: 19/06/2015

Anexo 01

A imagem abaixo pode ser utilizada na seção 02, se houver tempo, para ressaltar que, nos raros casos em que a mulher é retratada como trabalhadora, a mensagem é permeada por elementos negativos. A propaganda que segue foi retirada da revista O Cruzeiro, edição do dia 25 de outubro de 1952. Nela, aparece uma mulher séria, com ares de preocupação (uma postura bem diferente daquela apresentada nos cartazes norte-americanos). O principal texto chama a atenção para dificuldades da função de enfermeira. A mulher retratada, portanto, não cumpre seu papel no mercado com orgulho visível; ela provavelmente só ocupa esta posição por necessidade financeira. Nesse sentido, a propaganda em questão apenas usa uma representação relacionada a esse grupo como meio de alcançar um público-alvo do seu nicho de mercado, mas sem idealizar o papel desempenhado pela mulher retratada.

*Ser enfermeira
não é
brinquedo...*

*(às vezes trabalhamos
períodos inteiros, sem descanso)*

Quando se trata de doentes, não se tem tempo para preocupações individuais. Por isso, confiamos em Modess "suavemente dia". Nossa experiência profissional nos convenceu que Modess é a melhor proteção sanitária. Superabsorvente e macio, é indubitavelmente mais higiênico porque é usado uma vez e jogado fora.

Modess

O Cinto Modess é absorvente e vem em 2 tipos... com perfuração ou alfinetes de segurança. Use-o para qualquer ocasião.

GRATIS para você e sua filha!
Um maravilhoso brinde de 25 páginas que ajuda as mães a aprenderem as boas práticas com desenvolvimento e saúde!
MANTA SAUVAGE - Rua: XXXX 102 - C. Postal 9890 - São Paulo
Envie o recorte ao endereço de "Um brinde mulher" - a seu lado!

Nome: _____
Rua: _____
Cidade: _____ Estado: _____
CEP: _____