

O “patriarcado de mídia” e o papel do feminino na crise do coronavírus¹

Um estudo crítico das representações liberais de lideranças femininas

Manoel Dourado BASTOS²

Karime Peres VILELA³

Rafaela Martins de SOUZA⁴

Gabriela Fernandes SILVA⁵

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

O artigo analisa a representação liberal de mulheres pelo patriarcado de mídia. A partir das categorias de função propaganda e programa, observa dois artigos publicados pela *Forbes* (WITTENBERG-COX, 2020a e 2020b), dedicados ao tema da condução da crise do coronavírus por mulheres líderes de Estado. Articulando Economia Política da Comunicação e Cultura (principalmente Bolaño, 2000) e o feminismo marxista (particularmente Scholz, 2013, 2019 e 2020 e Federici, 2016), apresenta um conceito de “patriarcado de mídia”, desde a sugestão original de Veloso (2013), passando por Souza e Bastos (2019), até Bolaño, Bastos e Souza (2021). Destaca que a representação de *Forbes*, ao exaltar as supostas qualidades inatas femininas das líderes, esconde o contexto de vulnerabilidade das mulheres, cumprindo seu papel ideológico e de substituição de necessidades simbólicas do público.

PALAVRAS-CHAVE: patriarcado de mídia; representação liberal das mulheres; divisão sexual do trabalho.

APRESENTAÇÃO

Em 13 de abril de 2020, Avivah Wittenberg-Cox (2020a) escreveu o artigo “O que os países com as melhores respostas ao coronavírus têm em comum? Mulheres Líderes” para a revista estadunidense *Forbes*. No dia 22 de abril do mesmo ano, mais um artigo sobre o tema foi publicado na editoria dedicada a negócios e economia (WITTENBERG-COX, 2020b).

No artigo publicado em 13 de abril, a autora procura enaltecer as qualidades que supostamente mulheres possuem para a resolução de crises. No primeiro parágrafo, há uma correlação entre a mulher e a família, como se o cuidado fosse uma disposição feminina, visto que “as mulheres estão se preparando para mostrar ao mundo como lidar

¹ Trabalho apresentado no GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina e do PPGCOM-UDEL, e-mail: manoel.bastos@gmail.com.

³ Mestranda do PPGCOM-UDEL, e-mail: karime.peres.vilela@uel.br

⁴ Doutoranda em Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, e-mail: rafaelamartins1990@hotmail.com

⁵ Mestranda do PPGCOM-UDEL, e-mail: gabi.fernandes@uel.br

com uma situação complicada para nossa família humana” (WITTENBERG-COX, 2020a). A autora descreve que, na pandemia do coronavírus, as mulheres estão revelando que possuem o que é preciso para lidar com crises e problemas nos cargos de liderança e de chefia de Estado, com o que se confirma a ideia da mulher como ente natural para o trabalho de cuidado (care).

Para analisar esses dois artigos, o presente texto está dividido em duas partes, além desta apresentação e das considerações finais. Na primeira parte, apresentamos o conceito de “patriarcado de mídia”, originalmente desenvolvido no campo da Economia Política da Comunicação por Veloso (2013) e posteriormente reelaborado por Souza e Bastos (2019) e Bolaño, Bastos e Souza (2021), promovendo uma articulação entre a Economia Política da Comunicação (Bolaño, 2000) e o feminismo marxista (Scholz, 2013, 2019 e 2020 e Federici, 2016). Na segunda parte, observamos os artigos de Wittenberg-Cox (2020a e 2020b) em diferentes aspectos, a fim de demonstrar como ele visa cumprir as funções propaganda e programa, conforme o contexto histórico neoliberal da divisão sexual do trabalho.

O PAPEL DO “FEMININO” NA SOCIEDADE CAPITALISTA E O “PATRIARCADO DE MÍDIA”

A sociedade capitalista é uma forma social baseada na autovalorização do valor. Se em sociedades pré-capitalistas a base da produção visando atender as necessidades humanas era mediada por outros aspectos, como, por exemplo, a religião, no capitalismo o fundamento dessa produção é o mais-valor. O conjunto de atividades humanas voltadas para a satisfação de suas necessidades se torna a substância que, desprovida de suas especificidades, é reconhecida como uma geleia geral observada por seu aspecto quantitativo.

O feminismo tem se perguntado como entender o patriarcado neste conjunto de relações sociais em que trabalho e valor aparecem como os elementos decisivos do modo de produção capitalista. Em que aparência e essência se configuram segundo uma contradição necessária para sua dinâmica. Especialmente nesse sentido, as principais discussões feministas no campo próprio ao materialismo se centram na divergência entre uma perspectiva que entende o patriarcado como um elemento de segunda ordem frente aos fundamentos de classe e uma outra que postula a precedência histórica do patriarcado sobre o capitalismo. Por sua vez, a perspectiva liberal, como veremos a seguir, ignora

completamente o conjunto de problemas postulado por essa divergência própria ao campo do feminismo materialista, concentrando-se numa idealização essencialista do feminino.

Para superar algumas das questões dessa divergência, a feminista marxista Roswitha Scholz parte de um aguçamento da teoria do valor no sentido de retirar da obscuridade um aspecto que o sistema capitalista deliberadamente esconde e o próprio pensamento marxiano não enfrentou. Ela se debruça sobre os aspectos do que nomeou de dissociação-valor, ou seja, dos aspectos de reprodução da vida que, não considerados dentro da esfera da produção capitalista, estão, no entanto, contidos no processo, sendo uma de suas fundações, mesmo que de forma dissociada. Segundo a autora, a parte mais significativa destes aspectos dissociados são elementos constitutivos do universo do “feminino”. Ou seja, para Scholz, a exata constituição de um “mundo do trabalho”, que opera segundo a lei do valor, necessita da formação e manutenção de um outro mundo, daquele dissociado, capaz de dar conta de tudo aquilo que, em princípio, escapa ao valor, mesmo sendo essencial para sua existência. É justamente o patriarcado que opera o funcionamento dessa dissociação.

Silvia Federici (2016) também investiga como se deu essa separação entre o mundo da reprodução e o da produção. Diferente de Scholz, porém, Federici parte de uma perspectiva especificamente histórica, demonstrando a derrocada feminina dentro do contexto da acumulação primitiva do capital que forjou o novo corpo do trabalhador capitalista. Entre outros aspectos, Federici expõe a constituição da família proletária e as mudanças históricas da presença da mulher nos espaços de trabalho (FEDERICI, 2016).

Enfim, nos termos de Scholz, o capitalismo desenvolve seus fundamentos ancorados dentro do sistema patriarcal que, ao equiparar o universo dissociado da produção com qualidades do “feminino”, permite a reprodução do valor. É por isso que, mesmo o patriarcado tendo suas origens históricas anteriores ao desenvolvimento capitalista, neste tipo de sociabilidade persistem os prejuízos de gênero, funcionando segundo regras próprias e com finalidades particulares, tendo a mulher um papel identificado com qualidades como emotividade, sensualidade, solícitude, cuidado, carinho (etc) *visando a reprodução do capital*. Esses papéis são assimilados como “naturais”, inerentes ao sexo biológico feminino. Para que isso funcione, sua função simbólica é decisiva, como afirma Scholz:

A dissociação-valor implica uma relação sócio-psicológica específica. Determinadas qualidades menosprezadas (sensualidade, emotividade, fraqueza

intelectual etc.) são atribuídas “à mulher” e separadas do sujeito masculino. Tais atribuições específicas de gênero caracterizam a ordem simbólica do patriarcado capitalista na sua essência. Portanto no caso da relação de gênero capitalista é preciso ir além da reprodução material e ter em conta tanto a dimensão da psicologia social como a dos símbolos culturais. É especialmente nestes níveis que o patriarcado capitalista se revela como um todo social (Scholz, 2013).

Ao elaborar um conceito de “mediação social”, a Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC) desenvolveu um interesse particular por essas relações sócio-psicológicas destacadas por Scholz, como afirmam Bolaño e Bastos (2020). Reconhecendo no conceito de mediação social a particularização da “esfera da produção social a cujo estudo a disciplina [da Comunicação] se dedica” e encontrando nele um “processo duplo, envolvendo elementos de ordem político-institucional, de um lado, e psicológico-cognitivo, de outro”, a EPC abre uma abordagem crítica relevante para a avaliação do terreno destacado por Scholz como decisivo. Esse foi um dos aspectos que Souza e Bastos (2019a e 2019b) perceberam ao iniciar uma articulação entre a EPC e o feminismo marxista, posteriormente reelaborada por Bolaño, Souza e Bastos (2021).

O ponto de partida para essa articulação está na categoria de “patriarcado de mídia”, previamente apontado por Veloso (2013, 2017 e 2019), uma análise sobre gênero e poder na indústria cultural fortemente baseada na EPC. Ainda que Veloso não conceitue de maneira mais elaborada, o “patriarcado de mídia” aparece como elemento decisivo nessa abordagem da divisão sexual do trabalho em grupos de mídia, com um estudo empírico bastante sofisticado de onze países, diversas entrevistas e o acompanhamento de estudos prévios, resultando em argumentos robustos sobre a questão. Fundamentalmente, o “patriarcado de mídia” é entendido como a perpetuação masculina nas diversas posições de poder nas organizações midiáticas, gerando uma estrutura empresarial patriarcal em diferentes aspectos, desde as assimetrias salariais até a subrepresentação feminina, tanto no que diz respeito à ocupação de postos de trabalho por mulheres como no que tange os conteúdos tratados pelos produtos midiáticos, o que se reconhece como aspectos absolutamente relacionados entre si.

Souza e Bastos (2019a e 2019b), por meio de uma interpretação que ligasse a teoria da dissociação-valor de Scholz e a crítica ao patriarcado do salário de Federici com a EPC, iniciaram a produção de um argumento sobre o “patriarcado de mídia” que, sem se desligar dos resultados encontrados por Veloso, os conceituasse desde um plano mais

abstrato, ainda no momento mesmo da comunicação como forma social, tal qual a derivação proposta por Bolaño (2000). Nesse sentido, Souza e Bastos (2019a) apontam para uma espécie de “princípio masculino” da forma social da comunicação, algo que, no mesmo sentido de Scholz, estaria presente já nos fundamentos mais elementares da mediação social. Em Souza e Bastos (2019b), esse princípio fundante do “princípio masculino” da comunicação, articulado com a “esfera pública” e em oposição à esfera feminina dissociada, opera uma conceituação mais decisiva do “patriarcado de mídia”, em que a comunicação como forma social é já um aspecto da dissociação do valor definida por Scholz. Assim, a persistência masculina em postos de comando nos grupos midiáticos é o resultado e não a causa da estrutura patriarcal, visto que a própria necessidade social da mediação social tal qual estruturada sob o capitalismo, ainda mais particularmente em sua sistematização com instâncias econômicas adequadas como a Indústria Cultural, é uma expressão das premissas patriarcais do modo de produção capitalista.

Em Bolaño, Bastos e Souza (2021), a perspectiva anteriormente definida de um “princípio masculino” próprio à forma social da comunicação foi corretamente criticada como uma confusão entre os planos de análise. Concordando com a premissa analítica de Scholz, que busca encontrar a dimensão patriarcal não como uma derivação da dinâmica de autovalorização do valor, mas como um fundamento constitutivo, Bolaño, Bastos e Souza (2021) a avaliam não no momento aparente da circulação simples de mercadorias, onde Scholz elabora sua percepção, mas naquele plano substancial da configuração do valor da força de trabalho. Assim, no plano aparente da circulação simples, em que opera a igualdade formal entre possuidores livres de mercadorias, Bolaño, Bastos e Souza (2021) afirma que a cisão é pressuposta. No plano essencial, por sua vez, aquele da determinação do valor da força de trabalho, os autores indicam que estamos diante dos fatores extra-econômicos que definem a duração da jornada de trabalho e a cesta de consumo da classe trabalhadora. É aí que o patriarcado, historicamente anterior, é subsumido ao capital, assim incorporado a seu movimento geral, ao qual se adequa de acordo com as transformações históricas.

Bolaño, Bastos e Souza (2021) afirmam que as mudanças históricas na esfera da produção, com demandas variadas de força de trabalho, bem como de modificações em seu valor, alteram aí a configuração do papel da mulher - ora, como força de trabalho requerida, ora como exército industrial de reserva, sempre como operadora do trabalho

doméstico -, reposicionando o patriarcado de acordo com o contexto. Com isso, na esfera da circulação, ocorre uma modulação do papel da mulher a cada caso, sem, contudo, modificar a aparência geral da igualdade formal. Oferecendo um exemplo, Bolaño, Bastos e Souza (2021) recorrem a uma avaliação de um momento, historicamente concreto, em que as mulheres são relegadas exclusivamente ao trabalho doméstico, o que se torna o fundamento para a aparência de igualdade formal entre os sexos no plano da circulação simples. Modificando o contexto histórico, a maior presença de mulheres no mercado de trabalho não elimina a assimetria entre os sexos, mas a duplica no âmbito da produção, sem, contudo, eliminar a igualdade formal no plano da circulação.

No âmbito da comunicação como forma social, temos que a informação de massas, que concretiza, por meio da Indústria Cultural, a aparência de uma liberdade do fluxo de informações, esconde o fundamento da informação de classe própria ao capitalismo. Vimos que a constituição da força de trabalho depende, variando em aspectos específicos no tempo, da dissociação e da subsunção do patriarcado. No que tange a divisão sexual do trabalho, a presença de mulheres nos postos de trabalho nas organizações midiáticas responde a mudanças históricas da dissociação. Por exemplo, no pós maio de 68, os movimentos feministas identitários, ajustados aos contextos da crise do capital ocasionados pela inovação microeletrônica, com o declínio do estado de bem estar social e com a ascensão das iniciativas neoliberais, disseminam a ideia de um “feminismo carreirista” (Scholz, 2019). Nesta concepção, mulheres se emancipam materialmente aderindo aos comportamentos da dominação masculina já que “o sistema produtor de mercadorias e a democracia da economia de mercado são ‘estruturalmente determinados como masculinos’ e como tal conotados” (Scholz, 2019). Contudo, o próprio efeito patriarcal da dissociação sobre os postos de trabalho não se altera. Isso é fundamental para avaliar os achados de Ana Veloso (2013) sobre o “patriarcado de mídia”.

Contudo, é na esfera da produção simbólica, aquele plano psico-social (conforme Scholz, 2013), ou psicológico-cognitivo (conforme Bolaño e Bastos, 2020), que queremos deter nossa atenção. Bolaño, Bastos e Souza (2021), fundados na derivação prévia de Bolaño (2000), afirmam que a presença da figura feminina na produção comunicativa visa atender às necessidades funcionais dos capitais individuais e Estado (funções publicidade e propaganda), de um lado, e à oferta de substitutos adequados às necessidades simbólicas do público (função programa), de outro, modificando-se sempre

que o contexto histórico se altera. Ao fim, trata-se do duplo caráter da audiência como mercadoria e a especificidade de sua produção. Assim, a presença da figura feminina como “dona de casa”, nos diferentes planos funcionais da comunicação (anúncios de produtos voltados para as tarefas domésticas, programas feitos visando a satisfação da “dona de casa”, ideologias correspondentes a seu papel na sociedade etc.), era o correlato de um período histórico próprio das contradições do capital e seu fundamento patriarcal. As mudanças, próprias do contexto de reestruturação produtiva, que levaram a uma maior presença de mulheres em diferentes postos de trabalho e mesmo de comando, alteram também a figura feminina nos diferentes planos funcionais e mesmo na própria ocupação de postos nas produções comunicativas. É aí que encontramos anúncios, programas e ideologias correspondentes visando essa nova figura feminina, moderna, que trabalha e ocupa papel de liderança, *sem contudo alterar o plano fundamental patriarcal da dissociação*; pelo contrário, *atendendo a própria necessidade de acumulação de capital e seu fundamento patriarcal*.

É nesse sentido, portanto, que promoveremos a seguir uma análise dos artigos a respeito do papel feminino no contexto da crise do coronavírus.

REPRESENTAÇÃO LIBERAL DE LIDERANÇAS FEMININAS COMO EXPRESSÃO DO PATRIARCADO DE MÍDIA

No início de 2020, um ano após o início da pandemia ocasionada pelo coronavírus, a revista Forbes publicou dois artigos sobre a liderança de mulheres na crise pandêmica, assinados por Avivah Wittenberg-Cox. Ela é gestora da consultoria *20-First*, dedicada à questão de gênero no mundo corporativo e governamental. O primeiro artigo foi publicado em 13 de abril e o segundo em 22 de abril de 2020 (WITTENBERG-COX, 2020a e 2020b). Chama a atenção nos artigos de Wittenberg-Cox o fato de líderes políticas dos mais diversos posicionamentos e contextos políticos e sociais (desde integrantes de partidos políticos de direita até as de esquerda, desde líderes de países do norte do globo desenvolvido até os do sul dependentes e desde mulheres brancas até mulheres racializadas - amarelas e negras) serem todas colocadas em um contexto único em que seus sexos biológicos seriam o fator determinante de seus sucessos no manejo da crise.

Vejamos como as lideranças de Estado citadas por Wittenberg-Cox trazem um caráter de pluralidade, cuja heterogeneidade de raça, região, idade e direcionamento

político está centrada na homogeneidade de fundo de seus sexos biológicos, atribuída como qualidade em abstrato. O artigo do dia 13 de abril (WITTENBERG-COX, 2020a) começa com Angela Merkel, 65, mulher branca, Chanceler Alemã, que esteve no poder desde 2005 até 2021 e é do partido de centro-direita União Democrata-Cristã. Trata-se de uma liderança emblemática, tendo em vista estar à frente de um país central do capitalismo, governando por quase duas décadas no intuito de posicionar a União Europeia no contexto da crise neoliberal.

Além de Merkel, o artigo do dia 13 continua apresentando diversas líderes femininas. Katrín Jakobsdóttir, 44, também branca, Primeira-Ministra da Islândia desde 2017, é do partido de esquerda Movimento de Esquerda Verde. A descrição das medidas tomadas por ela é aberta com o subtítulo “Tecnologia”, em que é relatado que o país ofereceu a todos os cidadãos testes gratuitos de coronavírus e instituiu um sistema de rastreamento completo. Sanna Mirella Marin, 34, mulher branca, Primeira-Ministra da Finlândia desde dezembro de 2019, é a Chefe de Governo mais nova do mundo, integra o partido de centro-esquerda Social-Democrata e também adentra o subtítulo “Tecnologia”, em que se expõe o uso de influenciadores de mídia social como agentes-chave na luta contra a crise do coronavírus. Suprindo o lugar da imprensa tradicional, esses influenciadores de diversas idades divulgavam informações oficiais e checadas sobre o gerenciamento da pandemia.

Erna Solberg, 59, branca, Primeira-Ministra da Noruega desde outubro de 2013, é filiada ao Partido Conservador, maior partido de centro-direita do país e consiste em uma política liberal-conservadora. O subtítulo utilizado para designá-la é “Ame”. Relata que a televisão foi o meio para conversar diretamente com os “filhos” de seu país. Ela se inspirou na estratégia da primeira-ministra dinamarquesa Mette Frederiksen (42, branca, Primeira-Ministra da Dinamarca desde junho de 2019, integra o partido de centro-esquerda Social-Democrata, com inclinação ao liberalismo social), que realizou uma curta conferência de imprensa de três minutos sobre o tema. Solberg, por sua vez, elaborou uma conferência de imprensa focada nas crianças, na qual a participação de adultos foi barrada. Ela respondeu às perguntas das crianças de todo o país, explicando por que não havia problema em sentir medo. Wittenberg-Cox (2020a) afirma que o amor depositado nas ações de Solberg foi o que deu origem aos resultados entendidos como positivos na condução da crise pandêmica, naturalizando o ideal de “mulher cuidadora”.

Da Oceania, a Primeira-Ministra da Nova Zelândia, Jacinda Kate Laurell Ardern, 39, branca, está à frente do país desde outubro de 2017, é filiada ao partido de centro-esquerda denominado Trabalhista. A representante asiática é Tsai Ing-Wen, 63, amarela, Presidenta de Taiwan desde maio de 2016, é filiada ao partido de centro Democrático Progressista. O subtítulo referente à elas é “Decisividade”, uma vez que foram as primeiras e mais rápidas na resolução de problemas da crise do coronavírus.

Já o artigo publicado em 22 de abril (Wittenberg-Cox, 2020b) traz três representantes de Estado do Continente Asiático, duas do Africano, uma da Eurásia e uma do Americano. O primeiro parágrafo se dedica a expor números sobre a presença de lideranças femininas como chefes de Estado, ao afirmar que dezoito países são governados por mulheres, em um total de 545 milhões de pessoas, ou seja, apenas 7% da população mundial. Wittenberg-Cox (2020b) fala que é a mesma porcentagem de mulheres que ocupam o cargo de diretoras executivas em empresas, segundo a *Fortune 500* (lista anual selecionada, publicada pela revista *Fortune*, que contém as 500 maiores corporações dos Estados Unidos). De fato, trata-se de uma presença ínfima, mas que deve ser ressaltada pelas qualidades e atributos que Wittenberg-Cox desdobra na observação destacada de outras lideranças.

O segundo artigo começa com Halimah Yacob, 65, amarela, Presidente de Cingapura desde setembro de 2017, sem partido no momento da publicação do texto, mas até 2017 era do partido de centro-direita conservador. Também na Ásia, o artigo apresenta Carrie Lam, 63, amarela, Chefe do Executivo de Hong Kong desde 2017, apoiada pelo governo chinês, ela se denomina uma católica devota. Continua com Bidhya Devi Bhandari, 58, amarela, Presidenta do Nepal desde outubro de 2015, do Partido Comunista do Nepal. Temos três lideranças amarelas, uma conservadora e duas ligadas a organizações comunistas.

Também na Ásia, o artigo apresenta Sheikh Hasina Wajed, 72, negra, Primeira-Ministra de Bangladesh desde janeiro de 2009, é do partido de centro-esquerda Liga Popular de Bangladesh. Após o diagnóstico do primeiro caso, no início de março, ela fechou instituições de ensino e incentivou todas as empresas não essenciais ao trabalho remoto. Depois, aproveitou a tecnologia, instalando dispositivos de triagem em aeroportos internacionais, que examinaram cerca de 650.000 pessoas (das quais 37.000 foram imediatamente colocadas em quarentena).

Quem representa a Eurásia é Salome Zourabichvili, 68, branca, é de nacionalidade francesa, Presidenta da Geórgia desde dezembro de 2018, de 2006 à 2011 foi filiada ao partido O Caminho da Geórgia, que possui uma inclinação liberal, desde então atua como política independente.

Do continente africano temos Saara Kuugongelwa, 52, negra, Primeira-Ministra da Namíbia desde março de 2015, integra o partido de centro-esquerda SWAVO. Sahle-Work Zewde, 70, negra, Presidenta da Etiópia desde 2018 e diplomata de carreira. Zewde reconhece o gênero como a questão mais transversal no combate ao Covid-19. Ao lado da Chefe de Estado de Cingapura e mais três líderes nacionais homens, Zewde escreveu um apelo conjunto no Financial Times (jornal diário internacional de língua inglesa, com ênfase em negócios e economia) pela cooperação global para conter o coronavírus. No final do apelo aparece uma expressão que é usada rotineiramente em cultos religiosos: “Amém”.

A única representante do continente americano é a presidenta da Bolívia, Jeanine Áñez, 52, branca, esteve no poder desde novembro de 2019 até dezembro de 2020, por meio de um Golpe de Estado, é do partido de centro-direita Movimento Democrático Social. Ela se descreve como cristã e levantou uma grande Bíblia no momento em que se declarou presidente interina. Alguns meses depois, bloqueou o país e aprovou uma série de diretrizes detalhadas em uma página da Wikipedia sobre Coronavírus na Bolívia.

É possível perceber que ambos os artigos focam na meritocracia e pregam uma igualdade de talento e potencial entre as mulheres. Salta à vista que as estratégias adotadas para lidar com a crise pandêmica são múltiplas e desprovidas de uma unidade entre si: uso de tecnologias, discursos midiáticos (dedicados ou generalistas), isolamento da população, leve indicativo religioso, assertividade, ternura etc. etc. As posições políticas das lideranças são extremamente divergentes entre si e, levando em conta o caráter pandêmico (portanto, global) e a falta evidente de uma coordenação unitária à escala mundial para lidar com a crise, essa heterogeneidade sugere uma concorrência no mercado das ações governamentais. Mesmo a eficácia de cada uma das estratégias particulares e das posições políticas é colocada de maneira fortuita. O que importa é a assertiva de que, mesmo em menor número e comandando uma parcela pequena da população mundial, as mulheres, por razões imanentes a seu sexo biológico, possuem qualidades próprias para liderar o combate à pandemia. A apropriação liberal da dimensão de gênero é evidente.

As qualidades destacadas de maneira genérica e generalizada por Wittenberg-Cox, entendidas como inerentes às mulheres, são, decerto, socialmente constituídas pela subsunção do patriarcado no capital. Em momentos de agudização da crise, como o experimentado pela pandemia do Covid-19, a atenção sobre os aspectos geralmente negligenciados pela sociedade do valor passam ao foco de atenção e aqueles historicamente responsáveis pelo *care*, ou seja, pelas tarefas do cuidado, da saúde, da higiene, da manutenção doméstica, a maioria dessas atividades, não ou mal remuneradas e exercidas por mulheres, aparecem como protagonistas da possível salvação.

Como coloca Scholz, “o coronavírus é o gatilho, mas não é a causa do agravamento da situação de crise” (2020). Enquanto a produção de valor multiplica a corrida por lucros nas indústrias farmacêuticas, nas grandes corporações de comunicação, informação e circulação de mercadorias (como Google, Amazon etc.), nas companhias de seguros de saúde e de redes hospitalares, a maior parte da população habita as esferas domésticas e suplica pela salvação pelo cuidado, pela manutenção de idosos e crianças conciliadas com o teletrabalho (para uma classe média) ou com risco de contaminação nos espaços de trabalho precarizados. Ainda existem aqueles que, sem emprego, se encontram no limite da miséria.

Podemos destacar alguns aspectos que corroboram a maior vulnerabilidade das mulheres durante a pandemia causada pelo coronavírus. Um relatório do Fundo das Nações Unidas para a População (UNFPA) - a agência de saúde sexual e reprodutiva das Nações Unidas -, citado por um artigo publicado no Diário Clarín (2020), afirma que o coronavírus causará 7 milhões de gravidezes indesejadas e 31 milhões de casos de violência de gênero. O mesmo artigo coloca que: “à medida que a pandemia do Covid-19 assola países em todo o mundo, os sistemas de saúde continuam sobrecarregados: as instalações permanecem fechadas ou continuam a limitar os serviços para mulheres e meninas”. O relatório também informa que 70% dos profissionais de saúde são mulheres, portanto, o risco de exposição ao vírus é muito maior entre elas, segundo o artigo.

Trazendo o tema para o trabalho intelectual, Castro e Chaguri (2020) explanam que as publicações científicas entre as mulheres diminuíram durante a pandemia, uma vez que são as responsáveis pelo trabalho doméstico, cuidado com os filhos e idosos da família. A carga mental que todo esse trabalho de cuidado exige da mulher é um dos quesitos que corroboram para a queda de pesquisas científicas entre o gênero feminino.

Artigo publicado pela Fiocruz Minas, com autoria da pesquisadora Paula Dias Bevilacqua (2020), afirma que não existe um país que não esteja vivendo a violência de gênero durante a crise do coronavírus, mas poucas são as iniciativas para que a situação tome um rumo diferente. A autora explana que não fortalecer políticas públicas de proteção é assumir uma posição de descaso com as mulheres e flerta com o feminicídio, que será mais um possível efeito da pandemia de Covid-19 no Brasil e no mundo.

Segundo o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, houve um aumento de 22% nos registros de feminicídio em meio a pandemia do novo coronavírus. Os dados são de março e abril de 2020 e foram comparados com o mesmo período do ano anterior, o número passou de 117, em 2019, para 143 em 2020. A diretora-executiva, Samira Bueno, comenta que vítimas e agressores passam a quarentena juntos e, isso agrava o quadro de violência doméstica entre mulheres e meninas no país.

Perceber a parcela da população identificada com o gênero feminino como a mais vulnerável diante de tal situação é a fratura exposta que fundamenta o discurso midiático que exalta a atuação de líderes mulheres no combate à pandemia. Merkel, uma das citadas pela Forbes como notória líder no combate à pandemia, é também uma reconhecida propulsora das políticas neoliberais. É política neoliberal uma profunda e ostensiva repressão de pessoas consideradas “supérfluas para a valorização do capital: desde os desempregados e os empregados precários, passando pelos refugiados e até atingindo os doentes e idosos não rentáveis” (Scholz, 2020). Fica, portanto, evidente a contradição entre o momento em que uma líder como Merkel precisa reconhecer e tomar políticas públicas de defesa da população e todo seu histórico de políticas econômicas e sociais de diluição dos fatores de proteção dessa mesma população.

No plano da comunicação como forma social, estamos particularmente diante de dois artigos que atendem a certas possibilidades de função propaganda e função programa. Mesmo que os próprios artigos destaquem o número reduzido de mulheres em posições de liderança, tanto no campo empresarial quanto governamental, a própria existência da consultoria de que Wittenberg-Cox é a principal gestora indica que o perfil de mulheres com atuação no mundos dos negócios se constitui como uma audiência almejada pela *Forbes*. Tal perfil, expresso no próprio conteúdo produzido pela revista a fim de substituir as necessidades simbólicas dessas mulheres, se configura exatamente na tensão entre a presença mais significativa de mulheres no campo dos negócios e da política (por si só, a resultante contraditória de conquistas das lutas feministas, sem

dúvidas) e a persistência do patriarcado como fundamento subsumido no capital. A aparente solução para essa contradição está, no plano simbólico, na assertiva das qualidades inatas femininas para o cuidado, o que, independente das estratégias adotadas, indicam que as mulheres são as líderes mais capazes para conduzir o combate à pandemia. Essa solução simbólica não só não muda a maior vulnerabilidade das mulheres na crise pandêmica, como a escamoteia sob o manto das qualidades femininas inatas e superiores. Justamente é essa maior vulnerabilidade das mulheres que sustenta, no avesso, o discurso liberal da superioridade inata das lideranças femininas apresentado por Wittenberg-Cox.

Divulgando as perspectivas ideológicas de Wittenberg-Cox, a *Forbes* cumpre a posição ideológica neoliberal, cara ao contexto de reestruturação produtiva, de reduzir a divisão sexual do trabalho às aptidões supostamente inatas das mulheres, sem considerar exatamente a posição do patriarcado como fundamento da sociedade produtora de mercadorias. Ao mesmo tempo, cumpre a função programa, atraindo a atenção de mulheres que se reconhecem no perfil daquelas personalidades femininas atuantes no mundo dos negócios e nas instituições de governo. Seria preciso medir a eficácia simbólica disso na produção da audiência, passando por uma avaliação mais detalhada de como isso se reflete também no principal elemento do processo, que é a função publicidade - como o mercado de anunciantes compreende e investe nesse tipo de segmentação? De qualquer modo, já é evidente que, dado o patriarcado de mídia como especificidade da forma social da comunicação, mesmo com a importância destacada de uma revista de negócios convidar uma consultora relevante do mundo corporativo, dedicada ao tema do gênero, para tratar de líderes mulheres, os artigos recaem na reprodução material e ideológica do patriarcado capitalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do artigo, retomamos o debate sobre a articulação entre Economia Política da Comunicação e da Cultura e o feminismo marxista. Para isso, dedicamos atenção a alguns aspectos das abordagens de Scholz e Federici. A partir disso, destacamos o processo de desenvolvimento daquela articulação, iniciando com o artigo de Souza e Bastos (2019a) até as reelaborações de Bolaño, Bastos e Souza (2020). Particularmente, avaliamos o conceito de “patriarcado de mídia”, desde a perspectiva inaugural de Veloso (2013, 2017 e 2019), até a reelaboração de Souza e Bastos (2019b). A partir dessas primeiras formulações, num plano mais abstrato, foi possível seguirmos para uma dimensão mais

concreta e proceder à análise de dois artigos publicados pela revista *Forbes* (WITTENBERG-COX, 2020a e 2020b). Neles, flagramos como o contexto de crise pandêmica configura um ambiente específico do patriarcado capitalista que, por sua vez, opera modulações na divisão sexual do trabalho, que redundam em particularidades da função programa e função propaganda, operando a representação de qualidades inatas das mulheres para liderarem a situação de pandemia, sem considerar (e, com isso, camuflando) o maior grau de vulnerabilidade das mulheres nessa situação histórica. Vimos que uma revista como a *Forbes* age no sentido de, ao substituir necessidades simbólicas das mulheres, promove a ideologia neoliberal e sua perspectiva de divisão sexual do trabalho.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Manoel Dourado; SOUZA, Rafaela Martins de. **Aproximações Especulativas entre a Teoria do Valor-Dissociação e (Crítica da) Economia Política da Comunicação**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2019a. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1302-1.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2022.

BASTOS, Manoel Dourado; SOUZA, Rafaela Martins de. Os fundamentos sociais do patriarcado de mídia. **Pauta Geral** - Estudos em Jornalismo, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 53–69, 2019b. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/14709>. Acesso em: 20 jul. 2022.

BEVILACQUA, P. D. MULHERES, VIOLÊNCIA E PANDEMIA DE CORONAVÍRUS. Mulheres, violência e pandemia de coronavírus. **Pensar a Educação**, Belo Horizonte, 17, abr., 2020. Disponível em: <https://pensaraeducacao.com.br/pensaraeducacaoempauta/mulheres-violencia-e-pandemia-de-coronavirus/>.

BOLAÑO, César; BASTOS, Manoel Dourado; SOUZA, Rafaela Martins de. **Marxismo, Feminismo e Comunicação**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021, Recife. **Anais [...]**. Recife, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt8-ep/rafaela-martins-de-souza.pdf>.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural**: informação e capitalismo. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, César; BASTOS, Manoel Dourado. **Um pensamento materialista em Comunicação**. São Paulo: Socicom Livros, 2020.

CASTRO, Bárbara; CHAGURI, Mariana. Um tempo só para si: gênero, pandemia e uma política científica feminista. **Blog DADOS**, 22, mai., 2020. Disponível em: <http://dados.iesp.uerj.br/pandemia-cientifica-feminista/>.

CORONAVÍRUS PODE CAUSAR 7 MILHÕES DE GESTAÇÕES INDESEJADAS E 31 MILHÕES DE CASOS DE VIOLÊNCIA DE GÊNERO. **Diário Clarín**, Buenos Aires, 31, mai., 2020. Disponível em: https://www.clarin.com/viste/coronavirus-provocara-7-millones-embarazos-deseados-31-millones-casos-violencia-genero_0_xBR1zBq7w.html.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. Trad. Coletivo Sycorax. São Paulo: Editora Elefante, 2016.

NÚMERO DE CASOS DE FEMINICÍDIO NO BRASIL CRESCE 22% DURANTE A PANDEMIA. **Universo Online**, São Paulo, 01, jun., 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/01/numero-de-casos-de-feminicidio-no-brasil-cresce-22-durante-a-pandemia.htm>.

SCHOLZ, Roswitha. FEMINISMO – CAPITALISMO – ECONOMIA – CRISE: Objecções da crítica da dissociação-valor a algumas abordagens da actual crítica feminista da economia. **Obeco**, Lisboa, fev. 2013. Disponível em: https://www.obeco-online.org/roswitha_scholz17.htm. Acesso em: 19/07/2022

SCHOLZ, Roswitha. ‘A democracia continua a devorar os seus filhos’ – hoje ainda mais! Reflexões sobre um texto de 25 anos e alguns comentários críticos sobre o artigo de Daniel Späth ‘Frente transversal em toda a parte!’. **Obeco**, Lisboa, mai. 2019. Disponível em: https://www.obeco-online.org/roswitha_scholz32.htm. Acesso em: 19/07/2022

SCHOLZ, Roswitha. Coronavírus e o Colapso da Modernização. **Obeco**, Lisboa, mar. 2020. Disponível em: https://www.obeco-online.org/coronavirus_e_o_colapso.htm. Acesso em: 19/07/2022

VELOSO, Ana Maria da Conceição; ALBUQUERQUE, Rayanne; MESQUITA, Giovana. A reprodução da divisão sexual de trabalho nos grupos de mídia: breve análise da situação profissional das mulheres no jornalismo. **Âncora**, ano 6, vol. 6, n. 2. João Pessoa: jul./dez., 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/download/49577/28789/125649>.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. **Gênero, Poder e Resistência: As mulheres nas indústrias culturais em 11 países**. Tese (Programa de Pós-graduação em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, UFPE, Recife, 2013.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. **Um breve mapa das desigualdades de gênero nos meios de comunicação**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2449-1.pdf>.

WITTENBERG-COX, Avivah. O QUE OS PAÍSES COM AS MELHORES RESPOSTAS AO CORONAVÍRUS TÊM EM COMUM? MULHERES LÍDERES. **Revista Forbes**, Nova Iorque, 13, abr., 2020a. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/avivahwittenbergcox/2020/04/13/what-do-countries-with-the-best-coronavirus-reponses-have-in-common-women-leaders/?sh=60f831163dec#165343b73dec>.

WITTENBERG-COX, Avivah. 8 (MAIS) LÍDERES MULHERES ENFRENTANDO A CRISE DE CORONAVÍRUS. **Revista Forbes**, Nova Iorque, 22, abr., 2020b. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/avivahwittenbergcox/2020/04/22/8-more-women-leaders-facing-the-coronavirus-crisis/#4f33bf7288f8>.