



O “PATRIARCADO DE MÍDIA” E AS REPRESENTAÇÕES LIBERAIS DE LIDERANÇAS FEMININAS¹

Karime Peres Vilela²

Gabriela Fernandes³

Rafaela Martins de Souza⁴

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 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*).

Buscando uma crítica desses argumentos, o presente texto tem por objetivos: a) demonstrar como o feminismo liberal está presente na mídia patriarcal; diante do que devemos b) refletir sobre os papéis relegados ao feminino dentro do capitalismo patriarcal e demonstrar como estão envoltos numa compreensão liberal de gênero. Para alcançar esses objetivos, analisaremos particularmente os artigos supracitados da revista *Forbes*.

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.

¹GT 8 – Estudos Críticos sobre identidade, gênero e raça

²Mestranda em Comunicação na Universidade Estadual de Londrina; karime.peres.vilela@uel.br.

³Mestranda em Comunicação na Universidade Estadual de Londrina; gabi.fernandes@uel.br.

⁴Doutoranda na Universidade de Coimbra; rafaelamartins1990@hotmail.com.

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, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1302-1.pdf>. Acesso em: 10 set. 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, 2019. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/14709>. Acesso em: 10 set. 2022.

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

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: 10 set. 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: 10 set. 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: 12 set. 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., 2020. 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., 2020. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/avivahwittenbergcox/2020/04/22/8-more-women-leaders-facing-the-coronavirus-crisis/#4f33bf7288f8>.