

# Os fundamentos sociais do patriarcado de mídia

Manoel Dourado Bastos<sup>1</sup>  
Rafaela Martins de Souza<sup>2</sup>

## Resumo

O presente trabalho tem por objetivo apresentar uma abordagem feminista do conceito de forma comunicação, a partir da discussão dos fundamentos sociais do patriarcado de mídia. Para tanto, será produzida uma aproximação entre discussões conceituais presentes na Economia Política da Comunicação de César Bolaño e as teorias feministas de Roswitha Scholz, com seu conceito de “dissociação-valor” e de Silvia Federici sobre a divisão sexual do trabalho a partir da derrocada histórica feminina. Em seguida, será debatido o conceito de patriarcado de mídia segundo Ana Veloso. A questão crucial busca, então, instigar a reflexão sobre como as categorias de opressão patriarcal são um movimento estruturante do capitalismo e estão, portanto, também presentes na forma-comunicação.

Palavras-chave: Patriarcado de Mídia. Forma Comunicação. Dissociação-valor.

# The social foundations of media patriarchy

## Abstract

This paper aims to present a feminist approach to the concept of communication form, from the discussion of the social foundations of media patriarchy. To this end, an approximation will be produced between conceptual discussions present in César Bolaño's Political Economy of Communication and Roswitha Scholz's feminist theories, with her concept of “value dissociation” and by Silvia Federici on the sexual division of labor from the overthrow women's history. Next, it will be

---

<sup>1</sup> Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Doutor em História pela Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho (Unesp). Atualmente é diretor científico da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura – Brasil (Ulepicc-Brasil) e coordenador do GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC) – Portugal. Mestra em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL).

discussed the concept of media patriarchy according to Ana Veloso. The crucial question then seeks to prompt reflection on how the categories of patriarchal oppression are a structuring movement of capitalism and are therefore present in the form-communication.

Keywords: Media Patriarchy. Communication Form. Value Dissociation.

### Introdução

A assimetria entre os sexos é uma temática importante nos Estudos em Comunicação e em Jornalismo, mesmo que ainda se tenha poucos resultados de pesquisa nesta área<sup>3</sup>. De maneira abrangente, é possível destacar dentro dos estudos no campo dois planos iniciais de abordagem sobre o tema: a) um, origina-se na avaliação, quantitativa e qualitativa, da assimetria entre os sexos vista como assunto dos produtos comunicativos em geral, observando a apresentação orientada por um viés masculino ou ainda as experiências feministas de sua superação, encontrados, por exemplo, em textos de Bittelbrun (2018) e Weitowick (2014); b) outro, parte da investigação da assimetria entre os sexos nas organizações de comunicação, como sua presença discriminatória nas rotinas produtivas e a ocupação desigual dos postos de trabalho, dentre outros aspectos, bem como as experiências positivas da presença da mulher nas redações, estúdios etc., que pode ser compreendido na abordagem, entre outras, de Veiga (2012).

Nos textos sobre o tema, os dois planos de abordagem aparecem entrelaçados, derivados um do outro. Assim, um tipo de investigação avalia que a discriminatória representação feminina nos produtos e programas comunicativos e jornalísticos (plano a) *induz ou reforça* a desigualdade entre os sexos na sociedade em geral e nos postos de trabalho e rotinas produtivas da comunicação e do jornalismo em particular (plano b). Num sentido simétrico, o outro caminho trata de reconhecer a discriminatória representação feminina nos produtos e programas comunicativos e jornalísticos (plano a) *como resultado* da desigual presença feminina nos postos de trabalho e nas rotinas produtivas da comunicação e do jornalismo (plano b).

---

<sup>3</sup> Para uma genealogia muito bem estruturada sobre os estudos de gênero em teses e dissertações em Comunicação no Brasil, desde 1975 até 2015, cf. TOMAZETTI, 2019. Em MARTINEZ e HEIDEMANN, 2018 e MARTINEZ, LAGO e LAGO, 2016 é possível verificar uma pesquisa sobre a presença da temática das relações de gênero nos Estudos de Jornalismo em trabalhos apresentados em importantes eventos da área, como a Intercom e SBPJor. Essas referências apontam a escassez de estudos que envolvam as relações de gênero e o campo da Comunicação em geral e do Jornalismo em particular.

Esses são dois tipos gerais de investigação que fizeram os estudos sobre a relação entre a comunicação e a assimetria entre os sexos se desenvolver num crescente, mesmo que de maneira insuficiente. Juntando-se criticamente a tais tipos de investigação, o presente trabalho pretende dar, por assim dizer, um passo atrás, apresentando os pressupostos para uma exposição que siga para além das relações contingentes e resultados de superfície (que, no geral, propõem produtos comunicacionais inclusivos ou a ampliação do emprego de mulheres em postos de liderança e comando), determinando as estruturas que sustentam essas contingências.

Assim, será feita a exposição dos fundamentos que estruturam a assimetria entre os sexos na própria comunicação como forma social, expandindo os horizontes para além do estudo empírico do tema e construindo uma discussão teórica para o problema levantado<sup>4</sup>. Para tanto, serão buscados numa Crítica Feminista da Economia Política da Comunicação os subsídios conceituais para expor a assimetria entre os sexos não somente como uma questão de representação, mas como a desigualdade e discriminação dessa representação, nos dois sentidos acima delineados, resulta de uma estrutura social patriarcal e sexista de que a forma social da comunicação é uma manifestação.

Vale dizer que a Economia Política da Comunicação (doravante, EPC) apresenta-se tradicionalmente no debate da assimetria entre os sexos, mas de maneira ainda tímida se comparada aos demais âmbitos dos Estudos em Comunicação. Trata-se de uma resultante da dificuldade do marxismo em debater a questão, na medida em que a ampliação do interesse no debate sobre a assimetria entre os sexos nos campos dos Estudos em Comunicação e em Jornalismo segue a esteira de uma crítica ampla ao próprio marxismo, gerada pela ascensão das vertentes culturalistas e desconstrucionistas. Reconhecendo a pertinência relativa de tais críticas, será observado aquilo que, no âmbito próprio ao marxismo, aponta para uma concepção avançada sobre a relação entre a assimetria entre os sexos e a teoria do valor, com o que o presente texto se encontra plenamente no terreno da EPC, para além, contudo, de seus marcos clássicos.

O artigo inicia discutindo duas teorias feministas que se relacionam, cada qual a seu modo, com a teoria marxiana do valor, a saber: a abordagem de Silvia Federici (2016 e 2017) sobre a divisão sexual do trabalho após a derrocada histórica feminina e a

---

<sup>4</sup> Tainan Pauli Tomazetti (2019) aponta para essa tendência aos estudos empíricos e o baixo investimento em problemáticas epistemológicas como um elemento central para a ainda tímida contribuição dos Estudos de Gênero ao campo da Comunicação.

abordagem de Roswitha Scholz (1996, 2011 e 2013) sobre a dissociação-valor. Serão acompanhados os pontos de contato e as diferenças entre os dois trabalhos, visando uma avaliação que leve à compreensão da assimetria entre os sexos como um aspecto estrutural do capitalismo. Em seguida, será feita uma aproximação teórica entre a concepção da assimetria entre os sexos como aspecto estrutural do capitalismo e a abordagem da forma-comunicação como logicamente derivada da dinâmica elementar do capital, conforme a crítica dialética da EPC de César Bolaño (2000 e 2015). Por fim, serão debatidos alguns resultados da tese de Ana Maria da Conceição Veloso (2013), que é um importante trabalho de articulação entre Estudos de Gênero e EPC, a partir do que será possível apontar as manifestações contingentes da assimetria nas relações de gênero dentro das empresas midiáticas e a necessidade de um olhar crítico totalizante para a questão.

#### **A crítica feminista da teoria do valor**

No capítulo 4 do livro *I d'O Capital*, Marx se debruça sobre as relações de transformação do dinheiro em capital. Se no capítulo 2, destinado às relações de troca, os indivíduos se constituem como livres e iguais, e as relações de gênero aparecem como neutras, é a partir da discussão da transformação do capital que as assimetrias começam a se manifestar. A partir desse momento lógico, põe-se a criação do mais-valor, ou seja, dialeticamente o objetivo da produção de mercadorias interverte sua forma do valor de uso para o acúmulo de mais-dinheiro por meio do valor de troca. O valor (e sua manifestação aparente: o dinheiro), mediador das relações econômicas de produtores independentes, se mostra um fim social universal. O dinheiro dispendido pelo proprietário capitalista passa a se comportar como um adiantamento e retorna em forma de mais-dinheiro (mais-valia) para as mãos desse proprietário. O fim, então, é a acumulação do capital e a eterna “valorização do valor” neste processo.

Mas, para que esse dinheiro adiantado retorne em forma de mais-valia, o proprietário capitalista precisa de uma mercadoria especial: a força de trabalho. O trabalhador é expropriado de seus instrumentos de trabalho e, para ter acesso a eles, precisa vender sua força de trabalho, suas potencialidades físicas, mentais e intelectuais, em troca do acesso a esses instrumentos. Esse processo fragmenta e objetiva sua produção. O capitalismo é, então, uma sociedade em que o trabalho abstrato se articula com uma separação e não reconhecimento entre o trabalhador e o fruto de seu trabalho.

O salário, um adiantamento em dinheiro oferecido pelo proprietário capitalista, é a forma com que este último explora a mercadoria especial “força de trabalho” gerando mais-valia, ou seja, a volta do dinheiro anteriormente adiantado, agora, revalorizado.

Para que a força de trabalho seja explorada é necessário que o indivíduo consiga executar sua própria reprodução e manutenção. É esse aspecto reprodutivo e de manutenção que interessa à teoria feminista marxista e que terá um exame aprofundado na sequência.

O feminismo marxista de Silvia Federici (2016) vê no processo histórico de acumulação primitiva o momento em que transformações forjam o novo corpo do trabalhador, quando as questões de gênero se impõem e a mulher sofre o processo de privatização. Federici (2017) destaca que a abordagem materialista de Marx foi uma ferramenta importante usada pelas feministas para a compreensão da forma como se deu a derrocada feminina dentro da sociedade capitalista. No entanto, ela não deixa de apontar para o fato de Marx ter relegado a privatização do trabalho feminino a uma posição periférica dentro de sua obra.

A autora explica que Marx naturalizava as atividades domésticas e valorizava o trabalho industrial “como a forma normativa de produção social e como potencial nivelador das desigualdades sociais” (FEDERICI, 2017, p. 86). Para Marx, o trabalho doméstico deveria ser socializado e a chegada da mulher proletária às fábricas a recolocaria de volta dentro do mundo social do trabalho. Com o tempo e a superação do capitalismo, a verdadeira emancipação do trabalhador ocorreria e as diferenças entre gênero e idade iriam desaparecer. A autora inverte esta ordem de raciocínio ao defender que, embora o capitalismo inaugure um modelo de produção em que a mulher tem a possibilidade de retornar ao espaço social e em que a exploração do trabalhador se dá independente da divisão por gênero, foi justamente para que as bases do capitalismo pudessem se formar, quando da acumulação primitiva, que a mulher foi domesticada e privatizada.

Federici (2016) argui que, para além da derrocada do direito materno, a caça às bruxas na Idade Média forjou uma nova função trabalhista para as mulheres. O capitalismo precisa modificar o corpo do trabalhador para uma função máquina. Ele divide a classe trabalhadora por gênero, raça e idade e desarticula a identidade trabalhadora fazendo com que essas outras diferenças se sobreponham. A autora (FEDERICI, 2016, p. 240) reinterpreta o que Foucault chama de “disciplinamento do corpo” e elucida que, segundo ela, essa transformação era uma forma do Estado e da Igreja moldarem o corpo

dos indivíduos em força de trabalho. Ela lembra que, para Marx, esta transformação é o processo de alienação do corpo do trabalhador. Para o capitalismo se desenvolver, esta mudança é fundamental e intrínseca, já que na produção capitalista o trabalhador não se identifica e nem controla o que produz.

Até esse ponto é possível afirmar que Federici, com sua abordagem de historiadora, compatibiliza sua atenção à derrocada feminina com os pressupostos que constam na teoria do valor. A saber: por essa perspectiva, a teoria do valor, em seu processo lógico, é neutra, destituída de problemáticas de gênero e é somente a partir do capítulo 4 do livro I d'O *Capital*, em que os modos de socialização aparecem e a subsunção do trabalho começará a ser explicitada, que as questões de gênero também se estabelecem. Tais questões precisam ser remetidas a uma avaliação histórica do processo que resulta no surgimento do capitalismo.

Por sua vez, em um prisma diferente, Roswitha Scholz critica aquilo que entende como uma concepção sexualmente neutra da crítica do valor, em mais de um sentido herdada do próprio Marx. A autora, com o desenvolvimento de sua teoria crítica da dissociação-valor, elabora um arcabouço teórico que tem por objetivo criticar a essência desse patriarcado produtor de mercadorias a partir de uma apresentação da dissociação em mediação dialética com o valor (cf. entre outros, SCHOLZ, 2011, 2013). Para a autora, já no momento em que se estabelece o valor no capital, a diferenciação de gênero passa a existir como um processo negativo. Ela pretende demonstrar que, ainda que a dissociação-valor tenha um princípio formal histórico-dinâmico, é uma grandeza lógica que coloca as questões de gênero na essência da estrutura capitalista e não somente em sua dimensão contingente, ou seja, em sua manifestação aparente.

Em termos sintéticos, a teoria da dissociação-valor de Roswitha Scholz afirma que há uma série de atividades humanas essenciais para a produção de mercadorias e para a reprodução da força de trabalho que, contudo, não podem ser compreendidas segundo o conceito de trabalho abstrato, que é justamente aquele que produz valor. A existência do processo de produção de mercadorias só se estabelece com a dissociação necessária daquelas atividades que, portanto, fogem à lógica do valor sendo, contudo, seu fundamento. O valor e aquelas atividades necessárias dele dissociadas se manifestam de diferentes modos. De um lado, todo o âmbito do valor, o universo de circulação de mercadorias e o âmbito das relações de trabalho no terreno oculto da produção, bem como as atividades políticas e jurídicas daí derivadas. De outro, a esfera privada do

cuidado e da atenção, dos afazeres domésticos e do trato com as crianças, do carinho e do zelo. Estas atividades constituem-se historicamente como femininas.

Contudo, é preciso fugir aqui do equívoco idealista de encontrar em tais atividades dissociadas um fundamento natural ou ontológico. De fato, estamos diante de uma dimensão historicamente determinada como feminina.

A manutenção do patriarcado no capitalismo parece, à primeira vista, um contrassenso, tendo em vista justamente que este supera historicamente àquele. Contudo, a produção de mercadorias própria ao capitalismo, exatamente por necessitar dissociar do âmbito do valor as atividades do cuidado e os afazeres domésticos, acaba por incorporar os princípios do patriarcado que, em tese, fogem à sua lógica. Assim, a manutenção da divisão de tarefas própria à sociedade patriarcal num contexto lógico e histórico de produção de mercadorias se manifesta sob a forma de uma assimetria entre os sexos que, em tese, a liberdade e igualdade formais dos possuidores de mercadorias supera. Por isso a assimetria entre os sexos parece para nós uma permanência arcaica, quando o é, ao mesmo tempo, uma mecânica absolutamente moderna. A dissociação é seu fundamento, a assimetria entre os sexos é sua expressão. A misteriosa forma fetichista da mercadoria, além de cair sobre o terreno oculto da produção, está assentada no âmbito obscuro da dissociação.

### **As relações de dissociação-valor e a forma-comunicação**

Nos termos da crítica dialética da EPC, a comunicação é uma forma social que pode ser logicamente derivada da forma elementar do modo de produção capitalista, a saber, a mercadoria como forma da autovalorização do valor. Os termos gerais dessa exposição se encontram no trabalho seminal de César Bolaño (2000), que aborda dialeticamente a comunicação segundo o “método da derivação das formas” (BOLAÑO, 2015). O que será proposto daqui em diante diz respeito a uma abordagem dialética da forma-comunicação a partir da exposição crítica de Roswitha Scholz sobre a dissociação-valor, entendendo que aquela derivação lógica apresentada por Bolaño ganha em contornos críticos ao incorporar a ideia de constituição sexualmente assimétrica e historicamente específica do valor.

Assim, trata-se de constatar que, tendo em vista que o fundamento da socialização no patriarcado capitalista, tal qual afirma Scholz, está na dissociação-valor, a forma-comunicação deve ser derivada logicamente desse aspecto elementar. Ou seja, a partir

daí afirma-se especulativamente que a forma-comunicação não é sexualmente neutra. Ela não está dentro de um sistema cuja expressão sexualmente assimétrica é apenas resultado de um contexto histórico de derrocada feminina que só aparece no momento de sociabilização capitalista e da subsunção do trabalho e cuja expressão elementar é sexualmente neutra. Com isso, postula-se que a forma-comunicação não é a aparência, a expressão sexualmente assimétrica de uma estrutura elementar sexualmente neutra, que seria a autovalorização do valor. Pelo contrário, ao concordar com o processo de derivação lógica da forma-comunicação a partir da forma elementar da autovalorização do valor, sugere-se que, por isso mesmo, necessariamente se deve levar conta a dissociação-valor como seu fundamento.

O princípio central do materialismo dialético que fundamenta a EPC tal qual desenvolvida por César Bolaño (2000) está na derivação lógica da comunicação como forma social de manifestação dos aspectos elementares da dinâmica do capital, desde a circulação simples de mercadorias até o terreno oculto da produção, para seguir a exposição de Marx no livro I d' *O Capital*. Assim, trata-se de expor a forma-comunicação como uma manifestação específica do modo de produção capitalista, particularizando-a desde a relação de troca de mercadorias, momento em que os sujeitos da comunicação são formalmente iguais e livres, até o processo produtivo das mercadorias, momento em que os sujeitos da comunicação interagem segundo uma relação de classe. A forma social da comunicação é avaliada aqui em um alto nível de abstração.

O primeiro momento lógico em que se apresenta a forma-comunicação corresponde à abordagem a respeito dos “portadores da mercadoria”, tal qual exposto por Marx (2017) no capítulo 2 d' *O Capital*. Ao pôr os portadores da mercadoria, ou seja, ao tomar como ponto de partida da abordagem os agentes da troca que levam ao mercado objetos que devem se tornar valores de uso para um outro e valor de troca para si, a exposição lógica desse momento pressupõe a forma do valor e o fetichismo da mercadoria. Segundo os princípios marxianos da crítica do valor, Bolaño (2000) acertadamente apresenta esse momento como o encontro de sujeitos iguais, a aparência cujo fundamento é a desigualdade das relações de trabalho – motivo pelo qual Bolaño se encaminha, seguindo Marx, para o terreno oculto da produção e apresenta a informação de classe, quando os possuidores de mercadoria se metamorfoseiam em capitalistas, de um lado, e trabalhadores, de outro.

No primeiro momento, o encontro de sujeitos formalmente livres e iguais põe a troca de um tipo de informação direta e objetiva, sem mediação. Já no segundo momento lógico, a informação direta e objetiva se transmuta em uma troca de informação hierarquizada. Nos termos da teoria da dissociação-valor de Scholz, contudo, já no primeiro momento de relação dos agentes da troca, formalmente livres e iguais, está fundamentado numa dissociação que se expressa na assimetria sexual do “princípio masculino”, na exata medida em que “o valor é o homem” (SCHOLZ, 1996).

Seguindo os passos de Scholz, desde o primeiro momento lógico a forma social da comunicação precisa ser entendida como manifestação do valor cujo fundamento dissociado se expressa tal qual um “princípio masculino”. Logo, a igualdade aparente entre os agentes da troca é já ela mesma fundamentada numa cisão estruturante da socialização pelo valor, a saber: a assimetria entre os sexos que necessariamente se apresenta da dissociação de atividades da reprodução social então compreendidas como femininas, alheias ao valor, enquanto o âmbito do valor cinde-se manifestando-se segundo um “princípio masculino”. Assim, como fluxo de informações necessário ao momento da circulação simples, a forma-comunicação opera no âmbito da esfera em que se põe a determinação “masculina” da dissociação-valor.

No processo de interversão dialética que ocorre no terreno oculto da produção a dissociação permanece. Aqui, ainda é a valorização do valor que se particulariza no momento da produção. Logo, como determinação do valor, também aparece o “princípio masculino” cuja substância é a dissociação-valor. A informação hierarquizada entre o capitalista, possuidor de dinheiro, e o trabalhador, vendedor da força de trabalho, transmuta a falsa igualdade formal na desigualdade de classe. A própria determinação masculina se apresenta como assimétrica.

É na esfera do trabalho cultural ou comunicativo que é possível abordar, nos limites deste artigo, as questões até aqui apresentadas. Para a crítica dialética da EPC, o trabalho cultural ou comunicativo se encontra como um resultado histórico que produziu na dinâmica própria à informação de classe uma mercadoria como resultado particular. Se no terreno oculto da produção a relação entre o capitalista e o trabalhador se realiza por meio de uma informação hierarquizada, isso só foi possível por aquilo que Bolaño (2000) chamou de “acumulação primitiva de conhecimento” – os saberes técnicos dos mestres artesões, primeiro, e dos trabalhadores, em seguida, apropriados pelos capitalistas como parte da propriedade privada dos meios de produção. Historicamente, esta informação

bifurca-se no âmbito hierarquizado da relação de classe, por um lado, e na informação como insumo para o processo produtivo, de outro lado, o que a torna potencialmente uma mercadoria-informação.

Essa bifurcação pode ser entendida como particularizações da forma comunicação em uma forma publicidade, lidando com o fluxo da mercadoria, e uma forma propaganda, propriamente ideológica. O desenvolvimento de grandes sistemas de comunicação capazes de processar e difundir a crescente quantidade de informações geradas nos diversos âmbitos da autovalorização do valor, dado o crescimento exponencial da industrialização com uso intensivo e crescente de força de trabalho e massificação do consumo, levou à consolidação da Indústria Cultural como a instância adequada para dar conta das funções que manifestam as contradições próprias às particularizações da forma comunicação. É aí que o trabalho comunicativo e cultural, enfim, se concretiza.

Acompanhando Bolaño (2000), pode-se afirmar que, ao produzir um bem simbólico, o trabalho cultural e comunicacional, subsumido pelo capital no bojo da Indústria Cultural, também produz audiência. O trabalho produtor de audiência visa, por meio do bem simbólico, captar a atenção de pessoas que, abstraídas de suas particularidades e organizadas segundo estratificações de segmentos sociais, são tornadas meras quantificações nessas estratificações apresentadas em números de espectadores, leitores etc., e oferecidos assim abstratamente ao mercado de anunciantes. A atividade de consumo do bem simbólico pelo espectador, leitor, ouvinte etc., corresponde a um âmbito específico de atuação do capital. A Indústria Cultural se oferece como a instância para a execução das funções propaganda e publicidade, apresentando-se assim como a mediação necessária entre capital em geral e Estado, de um lado, e as pessoas tornadas audiência, de outro. Reifica-se assim o trabalho cultural ou comunicacional, subsumido ao capital, e as atividades simbólicas de espectadores, leitores, ouvintes etc., tornados audiência.

A contradição entre a representação midiática da superação da assimetria entre os sexos e as relações de trabalho dos profissionais de comunicação, elas mesmas assimétricas, é o ponto que será debatido a seguir, a partir do conceito de forma de comunicação derivado da dissociação-valor e o trabalho cultural ou comunicativo a ele correspondente.

#### **Os fundamentos na dissociação-valor do “patriarcado de mídia”**

Em seu estudo sobre as mulheres nas indústrias culturais em 11 países, Ana Maria da Conceição Veloso (2013) cunhou o termo “patriarcado de mídia” para descrever o modelo de gestão familiar e transição patriarcal do poder dos grandes grupos de comunicação.

Esse patriarcado de mídia é reproduzido por meio de relações familiares que sustentam esses grupos e redes, mesmo em corporações com gestão modernizada. Relações essas que extrapolam o privado e são engendradas no âmbito público por dentro de companhias que paradoxalmente utilizam tecnologia de ponta e processos decisórios altamente atualizados do ponto de vista gerencial. Mas que, no seu aparato administrativo, ainda centrado, mesmo que de modo não declarado, na utilização de um bem público para fins particulares, reproduzem práticas sexistas (VELOSO, 2013, p. 126).

O trabalho de Ana Maria da Conceição Veloso (2013) está fartamente ancorado numa pesquisa empírica de fôlego, envolvendo a análise de relatórios internacionais sobre a situação da assimetria entre os sexos nas relações de trabalho em corporações midiáticas, entrevistas com jornalistas, observação participante, estudo de caso, além de uma decisiva fundamentação teórica na EPC. Após esse exaustivo estudo, a conclusão de Veloso (2013, p. 288) é que a “a reprodução da assimetria nas relações sociais entre os sexos é evidente nas redações”.

Segundo Veloso, um dos mecanismos decisivos de funcionamento do patriarcado de mídia está nos chamados “tetos de vidro”. Com isso, a autora se refere a barreiras mais ou menos veladas que limitam a ocupação por mulheres de espaços de poderes nos grupos midiáticos. Estes “tetos de vidro” fazem com que homens costumem ocupar os principais cargos diretivos, serem os responsáveis pela produção de notícias relativas à política e negócios, se apresentarem como objetivos e privilegiarem fontes masculinas. Por sua vez, as mulheres ocupam cargos inferiores, são responsáveis por notícias da esfera privada e adotam um tom mais intimista, procurando outras mulheres como fonte. “Os tetos de vidro são reais nesse mercado onde a prática do patriarcado de mídia fundamenta as opressões/discriminações praticadas contra o gênero feminino e é responsável pela primazia masculina nas corporações pesquisadas” (VELOSO, 2013, p. 133).

Como pensar sobre o patriarcado de mídia a partir da crítica da dissociação-valor? Ao longo da tese, Veloso (2013) apresenta uma esperança incipiente, porém firme,

corroborada por alguns dados de seus estudos empíricos, numa lenta mudança nas dinâmicas próprias ao patriarcado de mídia. Crítica daquelas que equivocadamente apontam para a mudança nos quadros do patriarcado de mídia a partir do crescimento quantitativo de mulheres nas diferentes profissões próprias aos grandes conglomerados midiáticos (principalmente porque em muitos postos de trabalho as mulheres já são maioria), Veloso (2013, pp. 122-3) reconhece mudanças a partir do posicionamento político de profissionais e associações em favor da paridade de gênero. Mas, como fica essa avaliação diante de uma compreensão da forma comunicação que a entende como manifestação da dissociação-valor?

Certamente, a assertiva de Veloso (2013, pp. 133-4) de que as novas relações aos poucos tecidas nas atividades laborais nas indústrias culturais são resultantes da luta feminista é um apontamento político forte e relevante. As mudanças descritas ao longo da tese, tanto a avaliação das ativistas feministas em ação na produção comunicativa quanto os novos aspectos na grande mídia, não podem ser negadas. O que interessa aqui é apontar que, para além da superfície, trata-se de reconhecer as limitações estruturais próprias à forma comunicação como fundamento do patriarcado de mídia e seus tetos de vidro, contra a qual a pauta feminista deve lutar.

Numa sociedade cujo princípio é a dissociação-valor, a assimetria entre os sexos se manifesta como forma de comunicação. Essa forma, conforme os marcos da EPC, não se resume a uma representação ideológica discriminatória da mulher. Para a crítica dialética da EPC, a questão está em como se articulam os diversos planos. A mudança qualitativa nos postos de trabalho ocupados por mulheres nos grandes grupos midiáticos, por mais que seja relevante num plano, não altera o quadro geral da forma comunicação. Ela continua sendo uma manifestação dos fundamentos da autovalorização do valor, estruturado sobre a dissociação das atividades de reprodução. Scholz (1996) é enfática ao lembrar que o “princípio masculino” como manifestação do valor e a “esfera feminina” como manifestação do dissociado não se restringem a homens e mulheres empíricos, funcionando muito mais como uma lógica historicamente sedimentada – portanto, não há uma “mulher” ontológica ou biologicamente determinada, mas historicamente constituída e pressionada para aparecer ajustada à sua representação reificada.

A “esfera pública”, onde age o sujeito da comunicação, que se manifesta como “princípio masculino” e cujo fundamento está na dissociação da aparente “esfera feminina” como âmbito privado da reprodução social, é a morada produtiva da forma-comunicação.

Seu alcance, seu raio de ação, contudo, continuamente extrapola esse âmbito de diferentes maneiras, de acordo com as necessidades sociais de desenvolvimento do patriarcado produtor de mercadorias. Pode-se, portanto, afirmar que a forma-comunicação atua também (e cada vez mais) sobre a “esfera privada”. Aqui, numa interversão dialética, aquilo que é externo ao valor e que se apresenta como “feminino” (cujo fundamento é a dissociação da autovalorização do valor, o *locus* que abriga as atividades necessárias, porém alheias à forma do valor e sua dinâmica), se torna o espaço no qual o trabalho da comunicação também busca caminhos para sua realização.

A “esfera privada”, manifestação da assimetria entre os sexos própria ao patriarcado capitalista, se apresenta como um âmbito bastante característico em que a indústria cultural torna as pessoas audiência. Então, produzida segundo os preceitos do “princípio masculino” da “esfera pública” como forma social da autovalorização do valor, a forma-comunicação também se realiza na esfera privada “feminina”, cujo fundamento é externo ao valor. Historicamente, a Indústria Cultural passou a concentrar na casa, no habitat mais característico da “esfera privada feminina”, o âmbito de sua realização. Se a forma-comunicação responde às necessidades do cidadão burguês na “esfera pública”, portanto ao “princípio masculino” da autovalorização do valor, seu desdobramento em Indústria Cultural visou cada vez mais o espaço da esfera privada “feminina”, externo ao valor, o que não deixa de ser uma confirmação da assimetria entre os sexos.

A “esfera feminina”, o âmbito doméstico em que se cumprem as atividades dissociadas do valor, é o espaço em que o “princípio masculino” da forma-comunicação se impõe em definitivo como subordinação da consciência do trabalhador (aliás, seja ele homem ou mulher). Cumpre, assim, as condições de valorização da mercadoria da Indústria Cultural e a subordinação dos seres humanos ao domínio ideológico do patriarcado produtor de mercadorias. De qualquer modo, seu princípio continua a ser justamente a dissociação.

A forma comunicação é uma expressão da dissociação. De fato, ela mesma e os grandes sistemas midiáticos que a ela dão concretude são resultantes dessa socialização em que há aspectos da vida que se resolvem no âmbito público, que expressa em termos “masculinos” os fundamentos do valor, enquanto outros são aprisionados no âmbito privado, que expressa em termos “femininos” os fundamentos dissociados. O patriarcado de mídia, tão bem desenvolvido por Veloso (2013), é um aspecto estrutural inescapável da Indústria Cultural, pois ela só faz sentido numa sociedade que necessita dissociar

atividades humanas como fundamentais para o trabalho abstrato do qual difere. As mulheres empíricas que ocupam novos e melhores cargos nos grandes sistemas midiáticos vencem assimetrias importantes, porém contingentes.

O patriarcado de mídia não está apenas na supremacia numérica masculina em postos de trabalho, por exemplo, em editorias jornalísticas de política ou negócios, mas na própria existência de jornais que contenham essas editorias. A permanência por anos a fio de uma comentarista de economia em um grande grupo midiático, atuando invariavelmente como porta-voz dos interesses dos donos do grupo, não altera o fato de que as atividades dissociadas continuam sendo compreendidas como essencialmente femininas.

Veloso (2013, p. 293) aposta num caminho diferente.

A maior participação das mulheres nos vários espaços de produção e controle do setor, sem dúvida, poderá ampliar a diversidade de posições e do olhar sobre as coberturas e os temas que deverão ser visibilizados e representará ganhos no tocante à qualidade das produções e do conteúdo a ser noticiado. Poderá colaborar com o cumprimento de funções intrínsecas ao jornalismo: ouvir uma pluralidade de fontes e de versões sobre um mesmo fato. E, com certeza, poderá favorecer ao exercício de uma comunicação que irá colocar homens e mulheres no centro de todos os acontecimentos, o que, fatalmente, implicará no maior desenvolvimento desse importante campo social.

A continuidade intrínseca do patriarcado de mídia em suas representações sexualmente assimétricas é algo que só a superação da forma comunicação pode eliminar.

### **Considerações finais**

Ao longo do texto, foram apresentadas algumas especulações sobre a aproximação entre a teoria da dissociação-valor de Roswitha Scholz, a abordagem de Silvia Federici e a crítica dialética da forma-comunicação de César Bolaño. Pelas teorias da derrocada histórica feminina e da reprodução da força de trabalho de Silvia Federici, o momento no qual essa assimetria é estabelecida está em conformidade com a teoria do valor e aparece na bibliografia marxiana a partir do capítulo 4 do livro *I d'O Capital*, quando o dinheiro é transformado em capital. Já pela teoria de dissociação-valor de Roswitha Scholz, é no capítulo 2 da obra supracitada, quando ainda se formula a estrutura lógica do sistema, que se precisa levar em conta a dissociação, ou seja, já ali, a

assimetria entre os sexos aparece como um elemento essencial e não apenas forjado na manifestação aparente.

Após essas diferenciações, foram aproximados o conceito de dissociação-valor de Scholz e de forma-comunicação de César Bolaño. Por ser uma forma derivada, entende-se e explica-se que a forma-comunicação só pode ser compreendida por seu aspecto androcêntrico, em que a esfera da produção e circulação de mercadorias se contrapõe ao universo (feminino e dissociado) privado do consumo, da reprodução e da manutenção da força de trabalho.

Parece adequado afirmar que tais proposições investigativas podem cumprir dois papéis. O primeiro, dotar o debate feminista sobre a comunicação de um aporte conceitual crítico, que reconheça os elementos fundantes do patriarcado produtor de mercadorias em sua lógica historicamente determinada, distante, portanto, de qualquer ontologia do feminino e de suas avaliações contingentes. O segundo, levar ao âmbito da Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura o debate crítico feminista em termos que não lhe sejam estranhos, ao mesmo tempo que se intenciona superar a assimetria entre os sexos que, ao fim e ao cabo, também a estrutura.

Por fim, olhou-se mais de perto o conceito de patriarcado de mídia, apresentado por Veloso (2013). A partir de um grande arcabouço teórico e refinadas ferramentas metodológicas, a autora apresenta o conceito com farta documentação e avaliação empírica. A partir dos aspectos abordados anteriormente, apresentou-se uma avaliação alternativa sobre o conceito, fundamentando-o na forma comunicação como derivação da dissociação-valor. Com isso, aponta-se para outros caminhos de análise e interpretação, com o que as manifestações do patriarcado de mídia não são tomadas apenas por seus aspectos de face, mas como uma totalidade complexa e contraditória de diversos planos ou momentos lógicos.

### Referências

BITTELBRUN, Gabrielle. **Cores e Contornos**: gênero e raça em revistas femininas do século 21. Florianópolis: Insular, 2018.

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

BOLAÑO, César. **Campo aberto**: para a crítica da epistemologia da comunicação. Aracaju: Edise, 2015.

**REVISTA PAUTA GERAL****ESTUDOS EM JORNALISMO**

10.5212/RevistaPautaGeraI.v.6.i2.0004

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

FEDERICI, Silvia. Notas sobre gênero em O Capital de Marx. **Cadernos Cemarx**, n.10, 2017. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/cemarx/article/viewFile/2940/2227>. Acesso: 28 set. 2019>.

MARTINEZ, Monica e HEIDEMAN, Vanessa. Relações de gênero e estudos em jornalismo: mapeamento dos trabalhos apresentados na Intercom (1977-2017). In: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville/SC. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Joinville/SC: Univille, 2018.

MARTINEZ, Monica, LAGO, Claudia e LAGO, Mara Coelho de Souza. Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22464/14180>. Acesso: 12 out. 2019.

MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital. 2ª. ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

SCHOLZ, Roswitha. O Valor é o Homem: teses sobre a socialização pelo valor e a relação entre os sexos. **Novos Estudos CEBRAP**. São Paulo, n. 45, 1996, p. 15-36.

SCHOLZ, Roswitha. **O Sexo do Capitalismo**: Teorias feministas e a metamorfose pós-moderna do capital. 2ª ed. 2011. Disponível em [http://www.obeco-online.org/roswitha\\_scholz6.htm](http://www.obeco-online.org/roswitha_scholz6.htm). Acesso: 30 set. 2019.

SCHOLZ, Roswitha. Feminismo – capitalismo – economia – crise - Objecções da crítica da dissociação-valor a algumas abordagens da actual crítica feminista da economia. **EXIT! Krise und Kritik der Warengesellschaft**, 11 (7/2013). [Tradução para o português]. Disponível em: [http://www.obeco-online.org/roswitha\\_scholz17.htm](http://www.obeco-online.org/roswitha_scholz17.htm). <Acesso em: 01 de outubro de 2019>.

TOMAZETTI, Tainan Pauli. **Genealogias dissidentes**: os estudos de gênero nas teses e dissertações em comunicação do Brasil (1972-2015). Tese (Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, 2019.

VEIGA, Márcia. Gênero: um ingrediente distintivo nas rotinas produtivas do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 9, n. 2, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p490/23361>. Acesso: 11 out. 2019.

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.

**REVISTA PAUTA GERAL****ESTUDOS EM JORNALISMO**

10.5212/RevistaPautaGeral.v.6.i2.0004

WOITOWICZ, Karina Janz. A resistência das mulheres na ditadura militar brasileira: Imprensa feminista e práticas de ativismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 11, n. 1, Janeiro a Junho de 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p104/27179>. Acesso: 10 out. 2019.

**Recebido em: 15/10/2019**

**Aprovado em: 03/11/2019**