

Análise da atuação de fotojornalistas sob uma abordagem de gênero: o caso do Portal Fotos Públicas¹

Nathália Cunha da SILVA²

Pedro Henrique TOTH³

Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Apesar de existir uma lacuna dos estudos de gênero dentro do fotojornalismo, é perceptível uma concentração masculina nesta área do jornalismo, na contramão da ocupação dos seus quadros textuais. E, em busca de indícios sobre esta atuação no Brasil, o presente artigo realiza uma pesquisa exploratória sobre o único portal brasileiro de fotojornalismo que concentra imagens de divulgação gratuitas: o Portal Fotos Públicas. Para construção da base de dados analisada, foram escolhidas ferramentas computacionais que localizaram e capturaram os dados das galerias de imagem, para posterior cruzamento dos dados. Os resultados foram interpretados a partir da obra “A dominação masculina”, de Pierre Bourdieu, e estão divididos em três recortes principais: produção, agências e editorias.

PALAVRAS-CHAVE

Fotojornalismo; gênero; banco de imagens; fotos públicas.

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação digital e tecnologias, do PENSACOM BRASIL 2016.

² Mestranda em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, Bolsista Capes, e-mail: nathaliacunhasilva@gmail.com.

³ Mestrando em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: pedrototh@gmail.com.

Introdução

A fotografia nasce em um ambiente positivista do século XIX, fruto de avanços científicos que ansiavam por encontrar um meio que permitisse a reprodução mecânica da realidade visual. Logo a imprensa se apropriou do caráter testemunhal da fotografia para conferir mais credibilidade às suas coberturas. A vocação noticiosa do fotojornalismo, entretanto, se revela durante a cobertura de guerras, conhecidas como temáticas das primeiras reportagens fotográficas publicadas. Com início em 1855, durante a Guerra da Criméia, ainda com uma cobertura estática, o fotojornalismo ganha agilidade somente após o término da I Guerra Mundial, quando inovações técnicas irão possibilitar novas formas de utilização da fotografia pela imprensa (SOUZA, 2004, p. 24 - 26).

Apesar da grande afinidade entre a imprensa e o fotojornalismo, relação que se mantém até os dias de hoje, a ocupação profissional dos quadros de cobertura textual e visual seguiram por caminhos opostos. A pesquisa realizada, em âmbito nacional, pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), em conjunto com o Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), aponta que 64% dos jornalistas brasileiros eram mulheres em 2012 (BERGAMO; MICK; LIMA, 2012, p. 7). Enquanto, outra pesquisa, pioneira no fotojornalismo mundial, intitulada *The State of News Photography*, estudou 1.556 fotógrafos, de mais de 100 países, e, entre eles, encontrou apenas cerca de 15% de mulheres (HANDLAND, CAMPBELL, LAMBERT, 2015, p. 54).

A disparidade sobre a atuação entre os gêneros, dentro de áreas diferentes do fotojornalismo dedicadas a coberturas textual e imagética, é reflexo da estruturação histórica destes mercados, da consequente mudança nos modos de produzir e consumir notícias, mas, sobretudo, dos diferentes valores sociais atribuídos a atuação profissional de homens e mulheres. Como há uma lacuna nos estudos sobre a prática do fotojornalismo em geral, e, consequentemente, menor ainda sob a perspectiva de gênero, foi escolhido como objeto de análise o site ‘Fotos Públicas’, por ser o único espaço brasileiro destinado a reunir imagens fotojornalísticas de divulgação gratuita, e

com política de uso regida pelo *Creative Commons*⁴. As imagens são provenientes de coberturas produzidas em âmbito nacional por entidades esportivas, culturais, políticas, ambientalistas e científicas; governos de todos os níveis e assessorias privadas. Os fotojornalistas responsáveis são remunerados por estes trabalhos, e, logo, não dependem da venda destas imagens como em agências de notícias.

Assim, este artigo realiza uma pesquisa exploratória, com base nos dados capturados a partir do portal Fotos Públicas, com o intuito de levantar indícios sobre a atuação dos fotojornalistas brasileiros nesse nicho de mercado. Para construção da base de dados foram escolhidas uma linguagem de programação e uma biblioteca de automatização, que localizaram e capturaram os dados das galerias de imagem. Posteriormente, os dados coletados foram filtrados, com o intuito de analisar somente as coberturas brasileiras, e os créditos classificados pelo gênero⁵. Por meio do cruzamento de dados, os resultados estão divididos em três recortes principais: produção, agências e editorias. A análise, de pouco mais de dois anos do portal, encontrou 1.301 profissionais, entre eles 261 mulheres e 1.040 homens, que atuam, predominantemente, em agências públicas.

Quando se estuda qualquer recorte sob um olhar de gênero é importante levar em consideração a necessidade de realizar uma abordagem multidisciplinar. Pois, ao mesmo tempo em que os números são relevantes para evidenciar determinadas situações assimétricas entre os gêneros, eles não dão conta de explicar o caráter sociohistórico e cultural que permeia as relações de gênero. Então, para interpretar os resultados levantados, foi realizada uma análise interpretativa à luz dos conceitos de gênero da obra “A dominação masculina”, de Pierre Bourdieu.

Divisão sexual dos papéis sexuais

As estruturas estabelecidas de gênero não são prejudiciais apenas para mulheres, mas para todos os que possuem corpos sexuados. Com efeito, o gênero corresponde a

⁴ Dentro da licença e *Creative Commons* é dada a liberdade para compartilhar e adaptar o material em qualquer suporte ou formato, para qualquer fim, mesmo que comercial, desde que atribua o devido crédito, prover um link para a licença e indicar se mudanças foram feitas. <<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/br/>>.

⁵ Neste artigo trabalhamos com o entendimento restrito de gênero como dividido entre masculino e feminino.

um manual de regras, instituído socialmente, que estabelece os códigos de atos e características definidores de cada gênero. Dentro desta lógica, os conceitos de sexo e gênero não devem ser entendidos como diferentes, pois ambos são leituras culturais encadeadas. Segundo o livro “A dominação masculina”, do sociólogo francês Pierre Bourdieu (2014, p. 27-28), a visão que institui o sexo como natural, e o gênero como a sua interpretação cultural, é utilizada para impor a lógica androcêntrica como neutra. Isto porque, se o sexo é compreendido apenas como a descrição da “[...] diferença *anatômica* entre os órgãos sexuais, pode assim ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os *gêneros* e, principalmente, da divisão social do trabalho” (BOURDIEU, 2014, p. 25).

O autor defende que a dominação masculina, e o modo como é imposta e vivenciada, resulta de uma violência simbólica. Em sua definição, a violência simbólica seria aquela “[...] violência suave, insensível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância do sentimento” (BOURDIEU, 2014, p. 12). Em adição, simbólico não deve ser entendido como irreal, ou puramente espiritual, ao passo que as suas consequências existem. Assim, a subjetividade das relações de dominação não é desprovida de uma objetividade, com a intenção de manter os privilégios atribuídos às atividades, características e a todos os ideais simbólicos masculinos, como a virilidade e objetividade.

Sobre esta questão, Bourdieu (2014, p. 86) defende que a própria noção de vocação profissional está vinculada ao sistema simbólico que busca combinar espaços sexuais, a partir de suas tarefas, com o estereótipo de gênero cultural atribuído. As ‘expectativas objetivas’ de cada profissão estariam inscritas, implicitamente, nas carreiras oferecidas às mulheres, segundo as definições que a estrutura reserva para as “disposições ditas femininas”. Tais “disposições” são reproduzidas também pela família e por toda a ordem social, sobre o qual o cumprimento por optar, seguir pelos caminhos conformados ao seu gênero, pode ser fonte de recompensação. O que contribui para reforçar a “dicotomia sexual fundamental, tanto nos cargos, que parecem exigir a

submissão e a necessidade de segurança, quanto em seus ocupantes identificados com posições nas quais, encantados ou alienados, eles simultaneamente se encontram e se perdem” (BOURDIEU, 2014, p. 86).

Para Walter Lippmann (2008), os estereótipos seriam imagens mentais que auxiliam os indivíduos a compreender e se situar no mundo, a partir da sua inscrição social. Um mundo que oferece conforto daquilo que é familiar ao indivíduo, que reúne e ajusta suas esperanças, e qualquer inconformidade causaria um abalo em suas estruturas. Admite-se claramente, assim, que nenhum estereótipo é neutro, “são as fortalezas da nossa tradição, e atrás de nossas defesas podemos continuar a sentir-nos seguros na posição que ocupamos” (LIPPIMANN, 2008, p. 97).

A divisão do trabalho pode ser entendida como a distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, o que ratifica, a partir do funcionamento da ordem social, a dominação masculina na qual se alicerça. O pleno exercício do privilégio “concedido aos homens” se afirma “na objetividade de estruturas sociais e de atividades produtivas e reprodutivas, baseadas em uma divisão sexual do trabalho de produção e reprodução biológica e social, que confere aos homens a melhor parte, bem como nos esquemas imanentes a todos os *habitus* [...]” (BOURDIEU, 2014, p. 54, grifo do autor). A ideia de *habitus* está ligada ao ideal de uma lei social incorporada, especialmente, como visto, por meio da prática reiterada das disciplinas atribuídas ao corpo e das matrizes de percepção, atribuição de valores, pensamentos e ações reforçadas pelos diversos agentes sociais. A força da ordem masculina é evidenciada no fato de que ela dispensa justificção, uma vez que a visão androcêntrica impõe-se como neutra.

Distante de um determinismo, as identidades de gênero construídas socialmente oferecem um conjunto de características que, dentro da sistemática androcêntrica, se aproximam mais de determinadas profissões e cargos, ao mesmo tempo em que afasta de outras. E, pelos mesmos mecanismos de ‘naturalização’ de gênero, a afinidade com determinadas carreiras, entendidas como vocação, parecem ser mais evidentes a um gênero que ao outro. Assim, os estereótipos de gênero, de tão naturalizados que estão na dinâmica social, são mais facilmente explicitados por meio de levantamentos que

comparam a distintiva ocupação de homens e mulheres por carreira, como discutido mais adiante.

Captura de dados

Para a construção da base de dados utilizada neste projeto, o primeiro passo, logo após a seleção do site, foi um estudo apurado na estrutura do website. Neste estudo inicial foi analisada toda a estrutura do código HTML⁶, onde foram levantados todos os padrões de codificação presentes na página. Esta análise foi fundamental pois, como o objeto de estudo trata-se de um website de médio porte, o mesmo não possui nenhum tipo de API⁷, que impossibilitasse qualquer tipo de extração de dados automatizada.

Depois de conhecer a estrutura do objeto de estudo, a segunda etapa foi a seleção do método de extração de dados. Para realizar a tarefa, foram feitas duas escolhas: a linguagem de programação Perl⁸ e a biblioteca de automatização chamada WWW-Mechanize⁹. A linguagem Perl foi escolhida pois a mesma é uma simples de ser programada, *open source* e também porque não demanda um *hardware* de alta capacidade para seu processamento. E a escolha da biblioteca WWW-Mechanize se justifica por consolidar em si diversas outras bibliotecas de programação que tem funções parecidas com a sua, ou seja, ao invés de se trabalhar com diversas outras bibliotecas, pode-se fazer o uso de somente uma, que atuará como um canivete suíço.

Com as ferramentas escolhidas, construiu-se um script que entrasse no site e encontrasse todas as páginas de publicações das editorias. O resultado do processamento deste script foi um arquivo de texto contendo 17.565 hyperlinks. Esses hyperlinks compreendem todas as postagens presentes no site nas editorias: ciência, cotidiano, cultura, economia, educação, entretenimento, esportes, mundo, negócios, polícia, política, saúde, segurança, tecnologia e turismo. O período de captura compreendeu o período de 26 agosto de 2013, data de criação do site, até o dia 30 de outubro de 2015.

⁶ *HyperText Markup Language* - Linguagem de Marcação de Hipertexto

⁷ *Application Programming Interface* - Interface de Programação de Aplicação

⁸ <https://www.perl.org/>

⁹ <http://search.cpan.org/~ether/WWW-Mechanize-1.75/lib/WWW/Mechanize.pm>

Em posse de todos os hyperlinks, a terceira etapa do projeto foi montar um segundo script. Este responsável por ler o arquivo com todos os hyperlinks e navegar em cada uma das ocorrências lá existentes. Ao acessar o hyperlink, este script fez a captura de dados relevantes da galeria de imagem, como título da galeria, data da postagem, hora da postagem, editoria e por fim crédito do fotógrafo e respectiva agência.

Tratamento de dados

A partir dos dados coletados, foram descartadas as agências internacionais, para que a pesquisa se centrasse na observação da produção brasileira. Após esse processo de filtragem dos dados restaram 13.175 links, do total inicial de 17.565, uma amostra ainda representativa que abarcou mais de dois anos de existência do portal Fotos Públicas, de agosto de 2013, a outubro de 2015.

Cada hiperlink corresponde ao endereço eletrônico de uma galeria de fotos, em que as quantidades de fotos presentes não foram contabilizadas nesse estudo. Foram levadas em conta as informações contidas dentro dessa galeria: crédito do fotógrafo, agência, editoria, título da galeria e data. Isto posto, teve início o cruzamento de dados em si, cujos resultados serão descritos adiante, divididos em três recortes principais: produção, agências e editorias.

Cenário geral de produção

A análise dos dados capturados demonstrou uma produção de 13.175 galerias, cada uma dedicada a cobertura de uma pauta com editoria específica, crédito, agência e data. Dentro deste recorte, foram encontrados um total de 1.301 profissionais, entre eles 261 mulheres e 1.040 homens. Como o site entrou no ar em agosto de 2013, e a captura aconteceu até outubro de 2015, adotamos um recorte, que abrange o período simétrico de 12 meses, para comparação de como se distribui a produção de ambos os sexos ao longo dos anos, conforme mostra a tabela 1. A opção por não iniciar a contagem a partir do mês de agosto de 2013, mas em outubro, se deu para minimizar o efeito gerado pela

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

baixa produção logo no primeiro mês do portal, e ainda conseguir explorar o ponto mais atual da amostra.

Tabela 1 – Acumulado de produção

Acumulado Produção	Out/13 à Out/14	Out/14 à Out/15	Variação	Status
Mulheres	701	996	42,1%	▲
Homens	4.760	6.886	44,7%	▲

Fonte: Elaborado pelos autores.

O recorte sugere que houve um aumento da produção tanto masculina quanto feminina ao longo de dois anos. Em outras palavras, mesmo a quantidade de pautas produzidas por homens ser preponderante, a variação de crescimento dentro da produção, de ambos os sexos, quase se equipara. Há uma ênfase especial no aumento da parcela masculina que domina a cobertura, o que aponta a concretização da tendência internacional, apontada pelo estudo *The State of News Photography*, também nesse nicho de mercado brasileiro.

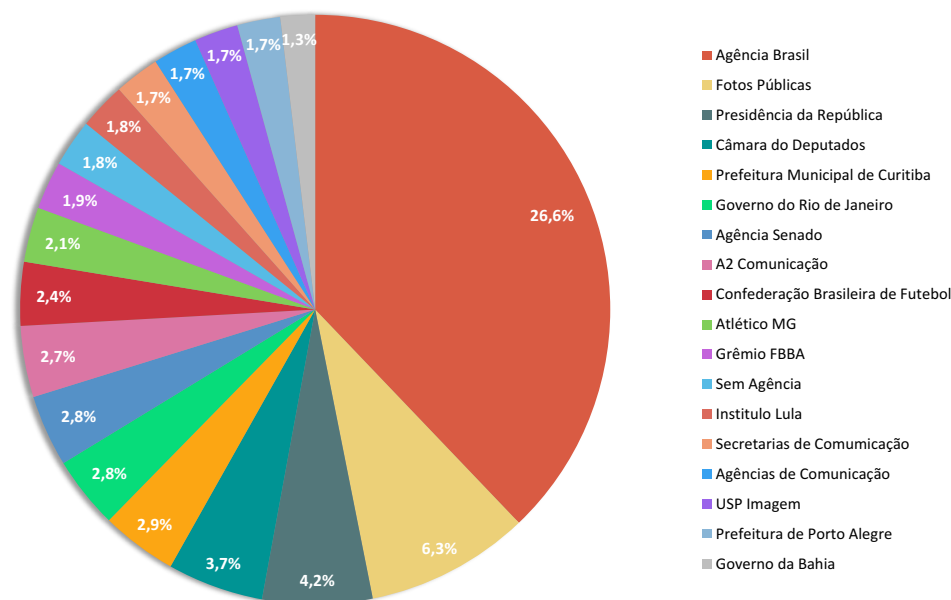
As agências

O portal Fotos Públicas contempla uma grande variedade de agências. Em 2013, reuniam 99 e, em outubro de 2015, já contavam com 294. No entanto, a produção das agências é extremamente concentrada. Pode-se identificar tal tendência, ao verificar que apenas 18 agências detêm 70% da produção total. O gráfico abaixo ilustra esta distribuição.

Figura 1 - Agências mais relevantes

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016



Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise da figura 1 sugere uma maior participação de instituições vinculadas ao governo, em suas diversas instâncias - federal, estadual e municipal, ministérios, câmaras, assembleias, secretarias de comunicação, entre outras. Dentro do levantamento 23% do total de profissionais atua na comunicação de alguma instituição pública¹⁰, e dentro desse recorte 72% são homens e 28% mulheres.

Um dos exemplos mais significativos é o caso da Agência Brasil¹¹, que sozinha é responsável por 26,6% da cobertura total de pautas, o que a deixa na liderança absoluta de produtividade dentro do site. A parceria com a agência aconteceu desde o início do portal Fotos Públicas, o que contribui para o entendimento da sua representatividade. Foram identificados 44 profissionais vinculados a agência, destes 16 são mulheres e 28 homens, o que também a coloca na liderança de contratação de profissionais do sexo feminino. Entretanto, não é possível afirmar, somente com a observação dos dados coletados, se esses vínculos dos profissionais com as agências são formais ou informais.

¹⁰ Neste caso não fazemos a distinção entre comunicação pública e governamental, os dois são entendidos como vinculados ao governo, principalmente por serem mantidos total ou parcialmente por recursos públicos.

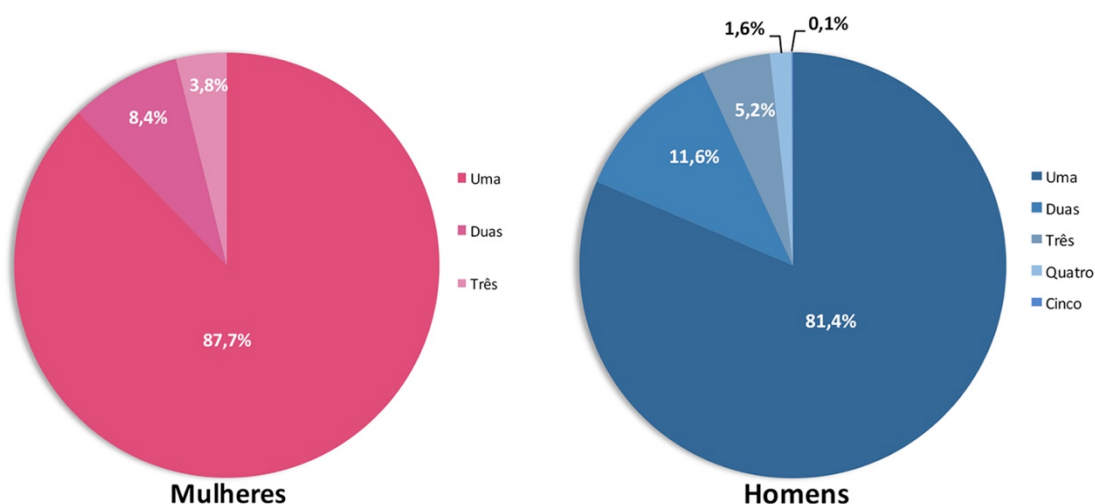
¹¹ A Agência Brasil pertence a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada em 2007, empresa pública que faz a gestão da TV Brasil, TV Brasil Internacional, Agência Brasil, Portal EBC, Radioagência Nacional e do sistema público de Rádio – composto por oito emissoras. Fonte: <<http://www.ebc.com.br/>>.

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

Uma tentativa de entender o cenário de oportunidades de atuação entre os sexos está representada no gráfico, abaixo, em que foi possível dividir a atuação de homens e mulheres de acordo com a quantidade de agências em que atuam, de acordo com a figura 2 abaixo.

Figura 2 - Atuação de profissionais por agências



Fonte: Elaborado pelos autores.

Segundo a figura 2, enquanto os homens possuem uma maior versatilidade de oportunidades de atuação em mais de uma agência, podendo chegar a, no máximo, cinco, para um mesmo profissional; as mulheres chegam ao limite de três oportunidades de atuação, para cada profissional. Mas, o cenário, no geral, demonstra uma tendência de forte concentração do trabalho em apenas uma agência, pois tanto homens quanto mulheres cobrem, majoritariamente, pautas para uma mesma agência em mais de 80% dos casos.

Ainda sobre oportunidades de trabalho, percebeu-se que apenas 21 mulheres, do total de 261, atuam em 23 agências e respondem por 70% da produção total feminina. Por outro lado, para atingir 70% da produção total dos homens, são necessários 76 profissionais, de um total de 1.040, distribuídos em 63 agências. Adicionalmente, no período, observa-se que apenas duas profissionais, pertencentes à Agência Brasil, são responsáveis por 34,5% da produção total das mulheres. Os números sugerem, além de

reforçar a importância desta agência, que poucas mulheres inseridas no meio são responsáveis por um elevado volume de trabalho. O que pode ser interpretado como indicativo de que poucas fotojornalistas conseguem ser, efetivamente, ativas na carreira, enquanto as demais aparecem esporadicamente ao longo do tempo.

As editorias

O portal dispõe, atualmente, de 15 editorias fixas. E cada uma possui uma fatia de relevância, que as suas galerias ocupam dentro da cobertura geral: Cotidiano, com 31,3%, Política, com 30,6%, as duas de maior representatividade; Esportes, com 14,8%, Cultura, com 8%, Economia, com 5,1%, Saúde, com 2,6%, Mundo, com 1,9%, Entretenimento, com 1,4%, Educação, com 1,3%, Polícia, 1,1%, Tecnologia, com 0,8%, Turismo, com 0,7%, Segurança, com 0,2%, Negócios, com 0,2% e Ciência, com 0,05%. Três destas editorias foram acrescentadas ao longo do tempo: Segurança e Polícia, surgiram em 2014, com o aumento da visibilidade das áreas com a ocorrência de Copa do Mundo e Eleições; e Ciência, em 2015.

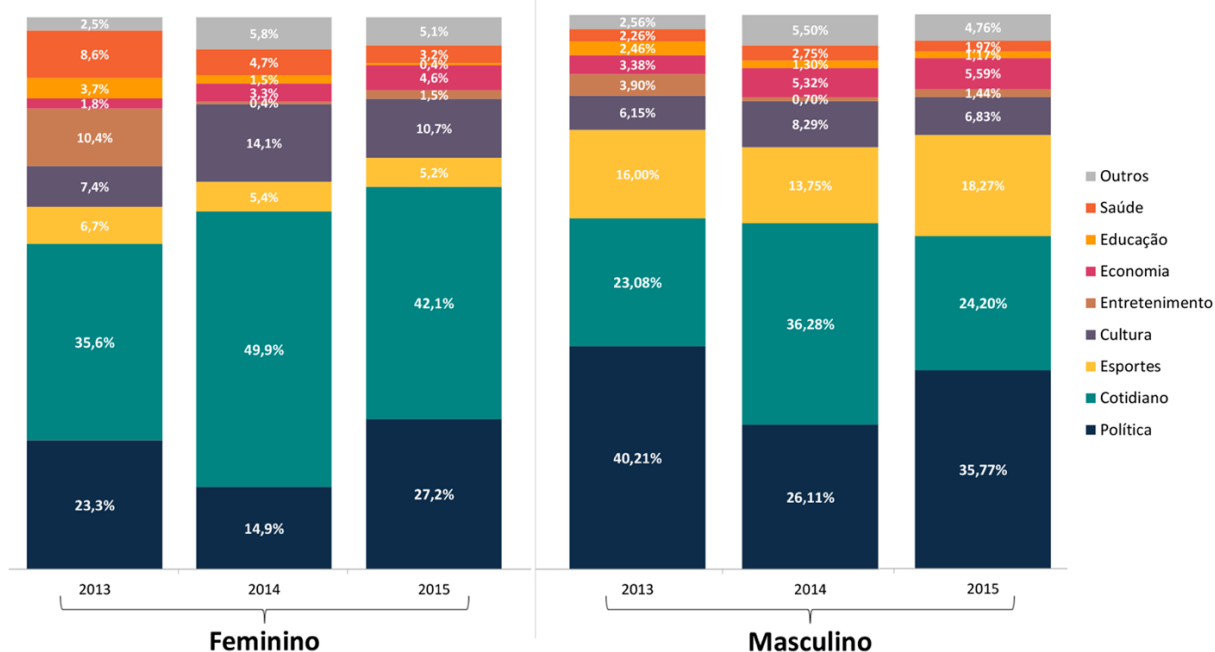
Fatos estes, que ajudam a compreender as editorias em que há uma maior quantidade de coberturas realizadas por mulheres, mas, ainda, em menor proporção em relação a produção masculina: Segurança, com 24,1%, Saúde, com 21,4%, Tecnologia, com 19,3% e Cultura, com 18,9%. Juntas as editorias apontadas representam apenas 11,6% da produção total do portal. Comparativamente, as editorias com maior quantidade de coberturas masculinas são: Esportes, com 95,3%, Mundo, com 91,8%, Política, 91,1%, e Economia, com 90,6%. Tais editorias reúnem mais da metade do conteúdo total do período, 52,3%, o que angaria não somente mais atenção, como as aponta como as mais relevantes dentro do cenário. A única exceção é a editoria de Cotidiano, com 31,30%, e que distribui sua cobertura em 81,8% de contribuição masculina, e 18,2% feminina. Logo, os homens não só são maioria em relação as mulheres, correspondendo a 79% do total de profissionais, mas também atuam predominantemente em editorias de maior representatividade, quanto a cobertura total. Eles ainda concentram maior volume proporcional de cobertura, em todas as editorias.

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

Sob outra ótica, a distribuição interna das editorias, entre os profissionais de cada gênero, está representada na figura 3. Nela, é possível verificar que as editorias de Cotidiano e Política são representativas nas coberturas de homens e mulheres, e, juntas, correspondem a 61,9% do conteúdo do portal. Como 23% do total de profissionais atua na comunicação de alguma instituição pública, a ênfase em Política parece natural, e Cotidiano concentra assuntos de interesse mais geral, sendo facilmente preenchida. Entre os homens, a editoria de Política aparece em primeiro lugar em volume de cobertura, em pelo menos dois anos, seguida de Cotidiano, sendo a mais relevante em 2014; e Esportes fica estacionado em terceiro lugar, em representatividade, ao longo do tempo. Em relação às mulheres, os homens variam pouco a sua participação dentro das editorias.

Figura 3 – Distribuição das Editorias por gênero



Fonte: Elaborado pelos autores.

No âmbito da divisão interna das mulheres entre as editorias, há também um consenso no foco da cobertura de Cotidiano e Política, respectivamente, e Cultura aumenta sua participação a partir de 2014. Houve uma perceptível queda para ambos os sexos na cobertura de Saúde, Educação e Entretenimento. A editoria de Economia

apresentou aumento significativo para ambos os sexos. Na formatação do gráfico foram concentradas as editorias de Mundo, Tecnologia, Turismo, Negócios, Política, Segurança e Ciência no tópico ‘Outros’. Isso foi feito para melhorar a visualização do gráfico e concentrar editorias de pequena participação nesse caso.

Em um dos casos mais icônicos culturalmente, o volume de coberturas dentro da editoria de Esportes por mulheres, relacionalmente aos homens, aparece em último lugar, com apenas 4,7%, ante 95,3% dos homens. Mas, mesmo assim, a cobertura delas ocupa uma média de 5,8% do total de trabalho feminino, índice superior ao de Segurança, que representa apenas 0,46% da cobertura total das mulheres. O contexto geral denota que, na editoria de Esportes, a concorrência com os homens é maior, ante o trabalho em Segurança, que é menos coberto. A participação feminina na editoria de Esportes é, historicamente, pequena, motivada, sobretudo, pelo lugar de destaque que o futebol ocupa na sociedade brasileira. Isto, em adição ao fato que o futebol, e a maior parte das modalidades esportivas, não têm o estereótipo da sua atividade associada a integração das mulheres. Constituindo um ambiente esportivo que valoriza mais a participação masculina, e é coberto, principalmente, por homens, mas com pontuais participações femininas.

No geral, a observação da ocupação das editorias, indica que as mulheres, em minoria profissional numérica, tendem a apresentar uma maior proporção comparativa de coberturas dentro das editorias com menor concorrência masculina, mas que, ao mesmo tempo, possuem menor visibilidade e relevância de conteúdo geral. Em todas as editorias foram localizadas coberturas femininas, mesmo que em menor quantidade, as mulheres mostram uma atuação diversificada, que entre as suas coberturas tende a seguir a lógica de relevância das editorias demonstrada dentro do portal, como expõe a figura 3.

Fotojornalismo e dominação masculina

Diante do quadro levantado, a atividade fotojornalística estudada, dentro do portal Fotos Públicas, reafirma a tendência internacional de concentração de homens dedicados à sua cobertura. O fato, pode estar ligado a formação do estereótipo

construído sobre a profissão, que despontou em um período de guerras, e até hoje as suas coberturas imagéticas de protestos e conflitos ganham maior notoriedade dentro do jornalismo. Delineia-se, desse modo, o fotojornalismo segundo um estereótipo de virilidade, e necessidade de domínio da vida e via pública para o desenvolvimento da sua atuação.

Somente estas características, historicamente, já oferecem simbolicamente um entrave a caracterização do fotojornalismo como atividade predisposta à ocupação feminina. Visto que, como explica Bourdieu:

Ser ‘feminina’ é, essencialmente, evitar todas as propriedades e práticas que podem funcionar como sinais de virilidade; e dizer de uma mulher de poder que ela é ‘muito feminina’ não é mais que um modo particularmente sutil de negar-lhe qualquer direito a este atributo caracteristicamente masculino que é o poder (BOURDIEU, 2014, p. 138).

Ou seja, virilidade e poder então em uma relação simbólica muito próxima. A presença masculina ratifica a excelência da atividade, que imprime mais seriedade e dominância profissional para o reconhecimento de sua produção. Aos homens é associado um exercício legítimo do poder, à medida que ele é, por definição, cunhado para ser o reflexo do exercício das características masculinas, e o feminino a sua oposição direta e radical. A reflexão do autor, auxilia na interpretação da dominação masculina dentro do fotojornalismo, visto que a própria execução do trabalho por homens atribuiria maior credibilidade a cobertura, por ser envolta no estereótipo masculino de objetividade, seriedade e comprometimento maior com a carreira, além da virilidade expressa.

Nesse sentido, os dados encontrados, podem apontar para uma dificuldade das mulheres em entrar na área, mas uma pequena parcela delas, que consegue se manter ao longo do tempo, demonstra uma produtividade maior que a dos homens. Isso porque, das poucas mulheres fotojornalistas encontradas, cerca de 21% dos profissionais, apenas 21 são responsáveis por 70% da produção feminina, e atuam em 23 agências. Destas, duas delas, sozinhas, são responsáveis por, praticamente, metade das coberturas femininas do período. Somado a isto, a comparação entre a quantidade de agências que

um mesmo profissional atuou, indica que as mulheres podem receber menos oportunidades de colocação, em relação aos homens.

Apesar da pouca ocupação feminina no fotojornalismo, a análise do portal Fotos Públicas, aponta indícios, na tabela 1, de um aumento do acumulado da produção feminina ao longo do tempo, de 42,1% que quase se equipara ao aumento do acumulado da produção masculina, 44,7%, no mesmo período, mesmo que em menor quantidade de pautas cobertas. Os números podem sugerir que as mulheres ativas na área estão se apropriando mais desse espaço conquistado, com a possibilidade de auxiliar a quebra do estereótipo de que o fotojornalismo não seja uma atividade também feminina. Apesar das mudanças nas matrizes de percepção de valores sociais ser mutável, o processo é lento e gradual. E ele acontece com a demonstração de que é possível às mulheres ocupar com propriedade o fotojornalismo, e quebrar estereótipos entre os colegas e, principalmente, empregadores.

Considerações finais

Este trabalho se propôs a levantar indícios quantitativos sobre a atuação de fotojornalistas dentro da realidade da fotografia de distribuição gratuita, por meio da análise do portal Fotos Públicas. A partir dos dados capturados e analisados sobre o portal, pudemos realizar três enfoques principais: a respeito da produtividade de seus profissionais, a atuação nas agências identificadas e a cobertura dentro das editorias, ao levar em consideração um recorte de gênero. Por meio desse levantamento buscamos traçar um perfil médio sobre os profissionais identificados e refletir sobre os diferentes valores sociais atribuídos aos gêneros, segundo a economia de trocas simbólicas, de Pierre Bourdieu.

A análise, de pouco mais de dois anos do portal, encontrou 1.301 profissionais, entre eles 261 mulheres e 1.040 homens. No âmbito geral dos fotojornalistas, o perfil seria o de um homem, que atua em uma agência pública, e em até mais duas agências, na cobertura de Política. Por outro lado, ao olhar o enfoque feminino, o retrato seria de uma mulher, que atua, provavelmente, em uma agência pública, e em até mais uma agência, duas no total, na cobertura de Cotidiano.

Em última análise, é importante ressaltar que somente um trabalho quantitativo não é capaz de responder a todas as questões sobre a complexa realidade da atuação dentro do mercado fotojornalístico. Seria necessário consultar os profissionais envolvidos para tentar elucidar as motivações por trás dos números. Entretanto, os dados disponibilizados podem ser utilizados como estímulo para futuras pesquisas na área.

Referências bibliográficas:

BERGAMO, Alexandre; MICK, Jacques (Coord.); LIMA, Samuel. **Quem é o jornalista brasileiro? Perfil da profissão no país**. UFSC/FENAJ, 2012. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/reinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2015.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: BestBolso, 2. ed., 2014.

HANDLAND, Adrian, CAMPBELL, David, LAMBERT, Paul. **The State of News Photography: e Lives and Livelihoods of Photojournalists in the Digital Age**. [s.l.]: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2015. Disponível em: <<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/The%20State%20of%20News%20Photography.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2015.

LIPPIMANN, Walter. Estereótipos. In: _____. **Opinião pública**. Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 96 – 111.

SOUZA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Argos: Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004. 255 p.

TEMER, Ana Carolina; ASSIS, Francisco de; SANTOS, Marli dos. Mulheres jornalistas e a prática do jornalismo de imersão: por um olhar sem preconceito. **Media&Jornalismo**. n. 25, v. 14, n. 2, out./inv., 2014. Disponível em: <<http://cimj.org/revista/25/AnaTFranciscoAMarliS.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2015.