

Mulheres fotojornalistas: influência cultural dos estereótipos de gênero na perspectiva de carreira¹

Nathália Cunha da SILVA²
Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

O objetivo deste artigo é refletir como a influência cultural e histórica dos papéis atribuídos de gênero influi na perspectiva de carreira dentro das fotojornalistas paulistano. Teoricamente, abordou-se a configuração histórica do fotojornalismo em consonância com as etapas da evolução jornalística, além da perspectiva feminista nos Estudos Culturais e o pós-estruturalismo. A metodologia empregada é qualitativa, por meio de entrevistas semiabertas com nove mulheres fotojornalistas com perfis diversificados, incluindo faixa etária, prática na atividade e tipo de vínculo profissional. As análises das entrevistas apontam a perspectiva de carreira ligada ao vínculo empregatício formal e associado à cobertura de pautas de maior profundidade informativa. O desejo é expresso como forma delas garantirem a autonomia econômica, acessarem à independência social e autorealização profissional.

Palavras-chave: fotojornalismo; condição feminina; gênero; análise de discurso; mundo do trabalho.

Introdução

Historicamente a afinidade entre a imprensa e o fotojornalismo foi praticamente imediata, relação que se mantém até os dias atuais. De modo geral, no Brasil as redações se feminizaram ao longo da história, enquanto o fotojornalismo conserva até hoje uma forte representatividade masculina. A Associação de Repórteres Fotográficos e Cinematográficos no Estado de São Paulo (ARFOC-SP) em suas mostras de fotojornalismo anuais em 2015 contou com 59 repórteres fotográficos e a participação de seis mulheres, em 2016 selecionou 62 fotojornalistas e desses oito eram mulheres e em 2017 foram eleitos 56 profissionais participantes e somente três mulheres. Os dados, mesmo que regionais, indicam uma desproporção da inserção feminina na área.

No fotojornalismo a menor participação feminina não é uma realidade exclusivamente local, como mostra a pesquisa internacional intitulada *The state of news photography* que investigou 1.556 fotógrafos oriundos de mais de 100 países. Desse total, o estudo encontrou 236 fotojornalistas mulheres, pouco mais de 15% do total de profissionais, e apontou a

¹ Trabalho apresentado no GP Fotografia, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora no Centro Universitário Senac (SP). Mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sob a orientação da Profa. Dra. Marli dos Santos. E-mail: nathaliacunhasilva@gmail.com.

indústria do fotojornalismo se caracteriza pela falta do vínculo empregatício, encontrado em 60% das respostas. Entretanto, para as mulheres esse índice alcança 86%, o que indica, correspondentemente, que elas são menos propensas a serem contratadas em grandes companhias de mídia, o que aconteceu em apenas 7% dos casos analisados, comparado a 22% dos homens (HANDLAND, CAMPBELL, LAMBERT, 2015, p. 54). A menor contratação de mulheres fotojornalistas em veículos noticiosos é indicativa da influência dos estereótipos de gênero sobre o desenvolvimento feminino dentro da área, uma vez que o mercado é caracterizado pela informalidade em maior medida e as poucas oportunidades de alcançar estabilidade econômica são distanciadas delas.

A partir das inquietações apontadas pelo cenário exposto, esse artigo busca refletir sobre os desafios que permeiam a perspectiva de carreira das fotojornalistas. Para tanto, optou-se em realizar entrevistas semiabertas com mulheres fotojornalistas, atuantes na cidade de São Paulo, com o intuito de que as próprias profissionais pudessem relatar as suas visões sobre o futuro, suas inseguranças e questões latentes.

As fotojornalistas foram selecionadas considerando a dedicação prioritária à atividade profissional, o tipo de vínculo de trabalho (formal e informal) e a faixa etária, segundo o quadro abaixo. A partir da análise das informações fica evidente a pequena contratação de mulheres, prevalecendo o vínculo informal como alternativa de atuação.

Quadro 1 – Distribuição das entrevistas segundo faixa etária e vínculo empregatício

Faixa etária	De 25 a 35	De 36 a 49	De 50 a 60
Vínculo formal	1	0	1
Vínculo informal	3	3	1
Total de entrevistas	4	3	2

A partir das entrevistas foi realizada uma análise interpretativa com base nas categorias “relações formais e informais” e “perspectiva de carreira” e do marco teórico construído: Análise do Discurso, tendo em vista as relações de gênero e poder em Butler (2015), Pierre Bourdieu (2014) e Lipovetsky (1997). Além disto, a configuração e o desenvolvimento históricos do fotojornalismo acontecem em consonância com os valores

jornalísticos, segundo as definições de Jorge Pedro Souza (2004) e de Ciro Marcondes Filho (2000).

De modo geral, A perspectiva de carreira está ligada a carga histórica e cultural de atribuição dos papéis de gênero que produz a necessidade das mulheres garantirem por meio do trabalho a autonomia econômica como forma de acessar à independência social e a autorealização profissional. Adicionalmente, a insegurança financeira proveniente do trabalho sem vínculo empregatício, a aceleração do ritmo de cobertura e a sua decorrente falta de valorização apontou nos discursos das profissionais o receio ligado ao envelhecimento dentro da atividade.

Estereótipos e gênero

A formação dos estereótipos sociais está ligada, primeiramente, à defesa do gênero como apenas a interpretação cultural de um sexo natural, que inscreve as mulheres dentro da função reprodutiva, mais emotiva; logo, irracional e predisposta ao cuidado dos filhos e do ambiente doméstico. Enquanto aos homens atribui a racionalidade, objetividade e o pertencimento ao espaço público. A lógica essencialista alimenta todo um sistema que busca normalizar e interiorizar as divisões sexuais, como radicalmente opostas, a partir da “perspectiva androcêntrica” (BUTLER, 2015, p. 30). Desta forma, as atividades femininas recebem uma conotação inferior às masculinas, inseridas “naturalmente” nas carreiras de maior valorização social.

Podemos entender os estereótipos sociais como a forma com que aos diferentes grupos são atribuídos sentidos, sem que, necessariamente, estes sejam negativos. Para Walter Lippmann (2008, p. 96), 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 onde qualquer inconformidade causaria um abalo em suas estruturas. Admite-se, assim, que nenhum estereótipo é neutro, pois “são as fortalezas da nossa tradição, e atrás de nossas defesas podemos continuar a sentir-nos seguros na posição que ocupamos” (LIPPMANN, 2008, p. 97).

Em uma visão complementar, Agnes Heller (1998) defende que os estereótipos são formas de ultrageneralização do saber, inevitáveis na vida cotidiana, pois auxiliam na sua organização e fluxo. De modo contrário, a necessidade de pensar cada uma das ações

cotidianas interromperia a continuidade da vida. O processo pelo qual os estereótipos são formados é descrito pela autora:

De duas maneiras chegamos à ultrageneralização característica de nosso pensamento e de nosso comportamento cotidianos: por um lado, *assumimos* estereótipos, analogias e esquemas já elaborados; por outro, eles nos são “*impingidos*” pelo meio em que crescemos e pode-se passar muito tempo até percebermos em atitude crítica esses esquemas recebidos, se é que chega a produzir-se uma tal atitude (HELLER, 1998, p. 44, grifo da autora).

Desse modo, os estereótipos são formados e reproduzidos na dinâmica social, e a contestação ou não aceitação de certas analogias está condicionada a experiências pessoais, levando a não validação ou desconfiança de que algumas dessas premissas podem ser falsas. Os estereótipos, ou ultrageneralizações, são juízos provisórios, pois, quando não encontram comprovação prática, quando desafiados, tendem a ser modificados na atividade social ou individual (HELLER, 1998, p. 47). A problemática, em relação aos gêneros sociais, acontece quando os estereótipos, de tão arraigados, encobrem necessidades individuais ao generalizar um grupo de sujeitos. No caso dos gêneros, os estereótipos são, predominantemente, utilizados para o controle sobre os corpos das mulheres, limitando as suas possibilidades sociais, econômicas e cidadãs.

Nesse sentido, a divisão sexual do trabalho pode ser entendida como a distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, de seus locais, seus momentos, seus instrumentos, o que ratifica, a partir do funcionamento da ordem social, a dominação masculina na qual se alicerça. A força da ordem masculina é evidenciada pelo fato de que ela dispensa justificção, uma vez que a visão androcêntrica impõe-se como neutra. A distribuição de tarefas entende a existência de atividades mais significativas e merecedoras de reconhecimento que outras. E, sobre isto, Bourdieu (2014, p. 88) atribui o crivo fundamental da participação masculina, e a consequente associação com as suas características “essenciais”, para determinar quais trabalhos serão entendidos como “superiores” do ponto de vista social. As ‘expectativas objetivas’ de cada profissão estariam inscritas, implicitamente, nas definições que a estrutura reserva para as disposições de cada gênero.

Mulheres e trabalho remunerado: entre o público e o privado

As mulheres sempre trabalharam, e a maior parte das sociedades conhecidas destinam os cuidados das crianças e as demandas domésticas invariavelmente a cargo delas, entretanto,

a forma de valorar socialmente as atividades femininas e equilibrar os espaços doméstico e público são os fatores que mais se modificam. A partir do século XIX, o processo de industrialização demanda grande quantidade de mão de obra para o seu crescimento, o que favorece a extensão do trabalho feminino assalariado. De forma geral, sobre o trabalho da mulher casada sempre pesou um estatuto subalterno, que não poderia atrapalhar o papel fundamental de mãe e esposa, e nem ser superior ao papel do homem, uma vez que o trabalho não poderia constituir parte da sua identidade e realização, estatuto ocupado somente pela família.

A industrialização trouxe consigo não apenas a mudança no caráter produtivo da sociedade, mas também possibilitou a produção em série de bens, que lotaram um mercado que precisava dar vazão à sua comercialização. A saída encontrada, sobretudo inicialmente nos EUA, foi o desenvolvimento de ferramentas que estimulassem o consumismo da população. Os apelos publicitários direcionados às mulheres acabaram por estimular o seu individualismo, e a fragilização do ideal sacrificial que cercava, até então, a dona de casa.

As promessas sedutoras do consumismo não colocaram fim à retórica da boa mãe e esposa, mas provocaram uma mistura dos dois conceitos que representaram o trampolim para sua superação. A partir da década de 1970, a atividade feminina remunerada alcançou novo status social. Antes tido como uma necessidade financeira, vinculado à pobreza e à sombra da devassidão sexual, a atividade feminina passou a ser encarada como um caminho para a autonomia econômica e social, abertura para realizar escolhas cada vez mais individuais. Sobre este processo em curso, Lipovetsky (1997, p. 223-224) resume:

O reconhecimento social do trabalho feminino traduz o reconhecimento do direito a uma ‘vida própria’ e à independência econômica, no seguimento de uma cultura que celebra quotidianamente a liberdade e o bem-estar individual. Espiral dos referenciais individualistas, que levou as mulheres a denunciarem o trabalho doméstico como alienação e sujeição ao homem, e os próprios homens a reconhecerem a legitimidade do trabalho feminino remunerado como instrumento de autonomia e de auto-realização.

A terceira mulher, caracterizada como uma “mulher indeterminada” por Lipovetsky (1997), rompe com as demais que a sucederam à medida que se liberta das imposições severas para a sua conformação de gênero, e passa a ser influenciada fortemente pela carga histórica associada à sua atividade. A formação do estereótipo feminino transita, aos poucos, da antiga objetividade condicionante do papel da mulher - que deveria se anular frente às necessidades familiares e domésticas -, para uma subjetividade que realoca a condição feminina em novos ideais de mulher e campos de poder. Uma mulher trabalhadora, mas que deve dar conta dos

afazeres domésticos, da educação e cuidado dos filhos, em uma mescla dos âmbitos público e doméstico, cujas consequências interferem na sua apropriação do espaço profissional (LIPOVETSKY, 1997).

Fotojornalismo, jornalismo e relações de gênero

A fotografia nasceu no ambiente positivista do século XIX, fruto de avanços científicos que ansiavam por encontrar um meio que permitisse a reprodução mecânica da realidade visual. O estatuto privilegiado da fotografia irá convergir com o jornalismo por meio da afinidade com os seus valores principais e remanescentes tanto da primeira fase do jornalismo (MARCONDES FILHO, 2000, p. 12), de disseminação do saber e conquista do direito à informação, quanto da segunda fase (MARCONDES FILHO, 2000, p. 48), de desenvolvimento de compromissos éticos para nortear a prática jornalística que se profissionalizava, como o surgimento dos conceitos de objetividade e imparcialidade.

A mudança para o segundo jornalismo - dividido por Marcondes Filho (2000, p. 48) de 1830 até meados de 1900 -, é marcada pela evolução tecnológica, possibilitada por meio da inovação nos processos de produção do jornal a partir da metade do século XIX. Entretanto, já se delineava socialmente uma mudança cultural na forma de encarar a imprensa como instância de mediação do âmbito público, cuja importância vai abrir caminho para expansão e autossustentação da imprensa. A mudança cultural de mediação também será a gênese do estereótipo da dominância masculina sobre a imprensa, pois o estereótipo feminino construído e reforçado socialmente é incompatível com o domínio público. Apesar da posterior e gradativa apropriação das mulheres sobre o mercado de trabalho, a questão de tornarem-se mediadoras legítimas do âmbito público irá ser reconfigurada ao longo do tempo, mas ainda influenciando no preenchimento dos quadros profissionais do jornalismo até os dias atuais, como no caso do fotojornalismo.

Outra questão de relevância na história do fotojornalismo acontece no desvelamento da sua vocação noticiosa durante a cobertura de guerras, conhecidas como temáticas das primeiras reportagens fotográficas publicadas. A assimilação da fotografia pela imprensa, ao longo das três revoluções delimitadas por Jorge Pedro Souza (2004), se apropriou da prerrogativa existente da dominância masculina sobre o jornalismo, somada ao florescimento do fotojornalismo durante guerras, e reforçou a formação do estereótipo da atividade como masculina, ao reconhecer as qualidades “essenciais” atribuídas ao gênero como prerrogativas para sua prática, a exemplo da virilidade, objetividade e dedicação à produção de capital

produtivo. A configuração cultural do estereótipo do fotojornalismo seria contraditória em relação ao estereótipo feminino de fragilidade, emotividade, falta de competitividade, fazendo com que a cultura profissional construída desestimule a participação feminina e cobre um desempenho superior delas para se afirmarem e permanecerem.

Nas demais fases do jornalismo, a utilização da fotografia para cobertura irá se aprofundar por meio das revistas ilustradas, predecessoras das bases do fotojornalismo moderno, mas a industrialização do fotojornalismo em acompanhamento da imprensa causa a divisão entre a produção massificada de imagens e o desenvolvimento da fotografia autoral, entendida como de maior comprometimento e qualidade informativa. As duas vertentes coexistirão até os dias atuais, influenciando na forma como as/os profissionais percebem as suas práticas de acordo com a valorização social atribuída à sua produção massificada e rápida ou mais aprofundada.

De maneira geral, podemos perceber que as principais tendências protagonizadas pelo jornalismo, como a sua posterior industrialização e massificação, irão influir na apropriação que a imprensa fez do fotojornalismo, e, conseqüentemente, geraram mudanças nas rotinas, processos adotados, na configuração do mercado e na própria maneira de reconhecer a atuação dos seus profissionais. Durante o quarto jornalismo (MARCONDES FILHO, 2000, p. 58), da década de 1970 até os dias atuais, a imagem se torna um elemento-chave para pensar a notícia, pois dentro da cultura imagética exacerbada os fatos precisam ser vistos para se tornarem mais próximos dos leitores.

As agências fotográficas, firmadas como as grandes responsáveis por alimentar os jornais e revistas desde a segunda revolução do fotojornalismo (SOUZA, 2004, p. 152), competem entre si pelo domínio do mercado de negociação regional, utilizando como arma o valor de vendagem das imagens, segundo o relato da maioria das fotojornalistas entrevistadas durante a pesquisa. O surgimento e o processo de consolidação histórico das agências fotográficas são resultados da cultura industrial do jornalismo, de aumento na demanda por imagens e aceleração no ritmo de cobertura, aliado à mudança de modelo de negócios, estimulada pela maior permeabilidade da informação pela internet, causas o enxugamento das redações.

Relações formais e informais

Os relatos das fotojornalistas apontam a importância dos vínculos trabalhistas para o desenvolvimento dentro da profissão. As entrevistadas mais experientes, da faixa etária de 50 a 60 anos, conseguiram oportunidades de contratação em jornais diários ainda com pouca experiência profissional, e a partir da estrutura trabalhista oferecida conseguiram ter a segurança financeira para se dedicarem exclusivamente à carreira e alcançarem reconhecimento profissional. Entretanto, a realidade que elas encontraram no passado se reconfigurou de acordo com a implementação de novos modelos de negócio. A aceleração do ritmo de cobertura das notícias, a amplitude de canais para distribuição de conteúdo, tanto impresso quanto digital, e o crescimento da cultura da imagem faz com que as lacunas deixadas pelos principais veículos sejam cobertas por agências fotográficas, que buscam aumentar a sua competitividade mantendo o preço das imagens baixo, ganhando pelo volume de vendas. Em uma reflexão sobre o lado positivo e negativo da existência das agências, a entrevistada Carolina³, 30 anos, pondera:

Por um lado, o negócio da agência é muito bom. Abre espaço. Se não fosse pela agência, não sei como eu ia entrar no mercado. Bater na porta de um jornal e falar “me contrata?”. As agências abrem espaço. Te dão a chance. Eu aprendi muito trabalhando só na agência. Você conhece muita gente. Você faz todo tipo de pauta possível. Você cria portfólio. Enfim, aprende muito! Mas ao mesmo tempo, a agência, ela fica ali como um intermediário que não tem muito interesse em mudar a questão do mercado, financeiramente falando. Que para agência, se tiver um fotógrafo da agência na pauta ou cinco, para agência não faz diferença. Para o fotógrafo faz, porque vai ser mais quatro pessoas concorrendo com ele na mesma agência. E para agência? Se ele vender a minha foto ou a sua, ele vai ganhar a mesma coisa. [...] Tudo bem, se eles pagarem mais pela foto, a agência também vai ganhar mais. É bom para todo mundo, teoricamente! Só que para agência não está tão ruim! Porque quem está se ferrando mesmo é o fotógrafo.

O crescimento das agências fotográficas demonstra a importância da produção fotojornalística para o mercado jornalístico. Mesmo com a mudança de modelo de negócio o serviço foi majoritariamente terceirizado, mas não extinto. Por outro lado, a desvalorização profissional desenvolvida sobre uma atividade que demorou muito para ser reconhecida denota um retorno histórico ao enquadramento dos fotojornalistas como meros intermediários do aparato fotográfico, responsável pela reprodução mecânica da realidade e não como repórteres que compreendem e hierarquizam os componentes da pauta para traduzí-los em coberturas visuais e não meras ilustrações.

³ Em vista dos possíveis riscos de revelar a identidade das fotojornalistas optou-se por substituir os seus nomes por outros fictícios, para também proporcionar maior liberdade de expressarem as suas percepções sobre as suas experiências profissionais.

A questão se agrava, na conjuntura presente, quando há o entendimento de que as agências constituem a porta de entrada de profissionais, e fomentam uma identificação precária com a atividade, muitas vezes associada à possibilidade de complementar renda, como um "bico", e não em extrair dela o seu sustento ou crescimento profissional. Para continuar atuando no mercado informal, a maior parte das fotojornalistas admite que precisa realizar coberturas em outras áreas da fotografia, como casamentos, festas, ensaios, para instituições, assessorias, nichos de temáticas sociais que valorizam mais a atuação dos(as) fotógrafos(as) e oferecem remuneração melhor.

No geral, a maior parte das fotojornalistas entrevistadas, sejam elas formais ou informais, lutam pela regulamentação da profissão, principalmente, para que o preço mínimo negociado pelo licenciamento individual da imagem corresponda aos gastos reais com equipamento profissional, computador, seguro e, principalmente, quanto à dedicação de tempo e expertise nas coberturas. Nota-se pelos discursos uma divisão profunda entre as condições de trabalho existentes entre as profissionais formais e informais, caracterizando a informalidade como fonte de insegurança financeira e maior luta pela valorização profissional. Como no caso da entrevistada Margarida, 27 anos, que depois de anos se dedicando intensivamente de modo informal, por meio do trabalho em uma agência fotográfica, chamou a atenção do editor de um jornal e conseguiu ser contratada, mesmo em um contexto de enxugamento de mercado. Mas ela explica que a rotina de trabalho na rua era elevada: "a prática é que, para você sobreviver de foto vendida, você tem que estar o tempo inteiro na rua. [...] Ah, eu trabalhava [em coberturas para a agência] 16, 17, 18 horas [diárias]". E atualmente, pelo contrato com o jornal, ela trabalha cerca de sete horas, uma grande diferença que impacta, principalmente, na sua qualidade de vida: "não que eu me esforce menos, não é isso, mas é menos tensão, sabe? Eu consigo dormir melhor, eu roo menos minhas unhas, porque se eu não trouxer a foto eu sei que eles acreditam que eu tentei, que eu fiz o meu melhor ali".

A segurança de contar com um salário fixo e o apoio institucional para trabalhar impactou diretamente na qualidade de vida de Margarida, 27 anos, pois a aliviou de uma carga excessiva de trabalho para se sustentar, aprender o ofício e se mostrar competente. O perfil de dedicação intensa de Margarida, 27 anos, ao trabalho é compartilhado pelas demais profissionais da sua faixa etária, de 25 a 35 anos, todas sem filhos, e com foco de vida direcionado ao crescimento dentro da carreira. A prioridade atribuída ao trabalho nesta faixa etária possui ligação com os ideais conquistados a partir da década de 1970, segundo Lipovetsky (1997, p. 223), momento em que a atividade remunerada feminina alcançou

legitimidade social. Impulsionada, sobretudo, pelo apelo ao aumento de consumo, o reconhecimento do trabalho feminino exprime o direito à autonomia de vida por meio da independência financeira.

Desta forma, o trabalho passou a ser parte da identidade feminina e fruto de autorrealização, estimulando a autonomia econômica e social das mulheres. As questões são centrais para a prática das fotojornalistas que enfrentam a quebra da expectativa profissional de gênero dentro de uma atividade estereotipada como masculina. A baixa remuneração da informalidade por meio da atuação em agências fotográficas, aliada ao estereótipo de atividade arriscada, é apontada como uma das possíveis causas gerais de evasão de profissionais. A situação seria agravada no caso das mulheres, pois infere-se que a carga histórica e cultural de atribuição dos papéis de gênero produz a necessidade de garantir a autonomia econômica como forma de acessar a independência social.

Em busca da valorização profissional

A cobrança de agilidade na cobertura jornalística e a falta de valorização profissional das coberturas do tipo *hardnews*⁴ têm relação com a forma como as entrevistadas projetam o futuro das suas carreiras, pois o ideal de alcançar reconhecimento profissional foi, majoritariamente, representado pela abertura para cobrir temáticas de "maior fôlego", modo como elas comumente se referem às matérias de grande profundidade de apuração e acompanhamento. A relação estabelecida neste caso é indicativa da longa trajetória que elas precisam percorrer para se provarem competentes dentro da atividade, visto a associação das coberturas em profundidade estarem reservadas a uma elite experiente. Sobre a perspectiva de reconhecimento na atividade, a entrevistada Margarida, 27 anos, explica que:

O fotojornalista jovem tem dez anos de carreira, isso é, você é jovem com dez anos de carreira, sabe, é uma profissão de muito tempo, assim. [...] Precisa aprender muita coisa. É o ofício, é trabalhoso. Para você fazer um lance e ter uma puta foto, cara, não é tão fácil. Ou você está no momento perfeito, ou você tem que estar ali cavando, aprendendo a cavar. [...] E outra, é difícil você ficar na profissão, porque como ela é muito mal remunerada então só aqueles ali vão ficando, vai se estendendo.

A própria fotojornalista Margarida, 27 anos, se considera muito jovem dentro da profissão, com 27 anos de idade, acumula quatro anos na atividade, e sente que ainda precisa aprender e se provar muito, reforçando a tese de que os/as fotojornalistas necessitam passar

⁴ Entendido como dedicação a pautas quentes e inesperadas que tem urgência de divulgação.

por uma longa trajetória para se estabelecerem. Dentro deste contexto, as mulheres tendem a postergar a maternidade em favor do reconhecimento profissional, visto que as mães entrevistadas tiveram seus filhos na faixa etária próxima aos 30 anos de idade, e somente uma delas atuava contratada de um jornal quando deu à luz e conseguiu regressar à profissão, as demais começaram na área somente após terem sido mães e seus filhos alcançarem uma idade de maior autonomia.

Como visto, as fotojornalistas mais experientes tendem a ser mais críticas com a aceleração da produção pelas agências e veículos no cotidiano, enquanto as mais jovens são mais propensas a naturalizar a velocidade como parte da atividade e buscam adequar as suas práticas à exigência. Por outro lado, a comparação entre os relatos sobre as visões de perspectivas de carreira tendem a valorizar a cobertura de pautas em profundidade como caminho mais interessante, reconhecido socialmente e melhor remunerado. Na prática cotidiana do fotojornalismo, são poucas as oportunidades para realizar coberturas de pautas especiais, mais densas em complexidade e dedicação profissional individual, pois a demanda dos veículos está calcada na cobertura factual de notícias, elegendo alguns poucos assuntos para dedicar maior atenção dos seus profissionais formais ou informais selecionados para projetos pontuais. Os/as profissionais de agência, em especial, não vislumbram oportunidades de realizar coberturas especiais com apoio financeiro, apenas de maneira autônoma.

Neste sentido, os depoimentos das entrevistadas indicam a interpretação da distinção entre o fotojornalismo cotidiano, rápido, e o de grande profundidade, entendido como fotodocumental. A definição de fotojornalismo e fotodocumentarismo se assemelha à utilizada por Jorge Pedro Souza (2004, p. 12) no sentido *stricto sensu*, que, reconhece as semelhanças entre as duas modalidades, todavia, os distingue pela diferença nas práticas produtivas e pelo aprofundamento resultante dos seus produtos. O crivo principal entre os dois seria identificado como o tempo disponível para poder estudar as temáticas, acompanhar os seus envolvidos e conseguir contar histórias com maior complexidade e detalhamento, enquanto o fotojornalista é pautado pela dinamicidade da gama de temáticas atuais cobertas em um curto espaço de tempo.

Atualmente a entrevistada Margarida, 27 anos, como a maior parte das fotojornalistas, não consegue desenvolver coberturas aprofundadas dentro do jornal pela falta de tempo: "tenho uma hora para fazer uma foto, sabe? Então não tenho tempo para contar história. E os poucos projetos que têm são todos meio, 'ah, talvez vai cair, talvez não dê'". Apesar da crítica ela entende que o fluxo de trabalho do jornal segue outra lógica, e explica o pensamento comum da área: "eu acho que o eu quero fazer na minha vida é o que todo fotojornalista quer,

eu acredito, que é ser fotodocumentarista. Acho que esse é o grande objetivo". O ideal de conquistar a atuação nesse nicho valorizado de mercado, reconhecido como distintivo de um jornalismo “de maior qualidade informativa”, se torna um lugar comum à medida que a maioria das profissionais o almeja como projeção da carreira. A comparação dos seus discursos permite entrever uma expectativa de alcançar valorização e reconhecimento como decorrência de conquistar o poder de conseguir escolher as pautas cobertas. A ideia de contar histórias está relacionada com a expressão de um ponto de vista particular, que orientado pelos preceitos jornalísticos, distingue as profissionais envolvidas na produção como agentes ativas, em relação ao apagamento decorrente da desvalorização social contida nas coberturas *hardnews*.

Insegurança e envelhecimento no fotojornalismo

Outro ponto relevante é um silenciamento identificado entre a cobertura factual, cotidiana mais acelerada e exaustiva, com a insegurança em relação ao envelhecimento das profissionais, pois em nenhuma faixa etária as profissionais expressam quererem se aposentar em definitivo. Desta forma, a preocupação com o envelhecimento dentro da atividade constitui também um dos fatores que direciona a migração para o fotodocumentarismo, visto como mais seguro financeiramente e com a rotina caracterizada como menos extenuante para o corpo, como aparece na projeção da entrevistada Carolina, 30 anos:

Então eu penso muito nisso assim, para o futuro. Trabalhar com documental. Só que ao mesmo tempo eu não quero largar essa minha vida. Tipo, eu sei que isso aqui tem uma vida útil que não é tão longa assim, por uma questão física, porque fisicamente é desgastante, demanda muito do corpo. Eu vejo já uma galera que está há mais tempo com problema na coluna, é problema no joelho. O corpo não aguenta, carregando peso todo dia, o tempo todo. Então eu quero gastar muito ainda toda a minha energia. Enquanto eu tiver energia para fazer isso, porque eu gosto demais de fazer isso.

O estímulo de Carolina, 30 anos, para se dedicar intensamente à atividade enquanto jovem revela a preocupação em conseguir reunir o máximo de condições possíveis para ser reconhecida e poder partir para outros projetos quando enfrentar limitações físicas. O seu posicionamento de carreira é relevante para compreender a ideologia que cerca as fotojornalistas mais jovens, de 25 a 35 anos, que, como visto, colocam a atividade em primeiro lugar em suas vidas como forma de autorrealização profissional, e a luta pela conquista de reconhecimento guarda relação com a insegurança de atuar em uma profissão

que demanda esforço físico para carregar os equipamentos pesados e acompanhar o ritmo de desenvolvimento dos acontecimentos cobertos.

A percepção sobre o desgaste cumulativo do corpo, pela prática de um trabalho que exige esforço físico constante, não muda a vontade de Carolina, 30 anos, em continuar nas coberturas de rua que tanto gosta e se identifica. A insegurança com relação ao envelhecimento delinea o estereótipo do fotojornalismo como uma profissão "datada" para aqueles/as que gostariam de permanecer dedicados à cobertura *hard news*, e que deveriam se encaminhar para projetos mais autorais, desobrigados do compromisso de pautas dinâmicas e arriscadas. Além disso a fragilidade econômica, sobretudo relacionada com o vínculo empregatício informal, cobra a necessidade de as profissionais alcançarem reconhecimento profissional como forma de conquistarem autonomia econômica e de vida.

Desta forma, há o reconhecimento da existência do estereótipo do fotojornalismo como atividade destinada a ser exercida por jovens, entendidos socialmente como mais ágeis, adaptados com o manejo tecnológico, menos experientes e mais conformados com a realidade precária da profissão. A caracterização da atividade gera insegurança ligada ao futuro, pois a entrevistada Maria, 51 anos, assim como Carolina, 30 anos, não deseja se afastar das coberturas de rua, mas admite que a idade influencia na contratação de profissionais:

Bom, eu tenho 51 anos. Eu não acho que eu, saindo do jornal, alguém vai me contratar. Porque eles não contratam. Não só porque tem uma idade, é porque uma pessoa mais velha enche o saco, reclama mais, enfim, não se contrata um fotógrafo de 50 anos, muito raro você contratar, a não ser que seja para editor ou para algum cargo de chefia, mas para fotógrafo de rua acho muito difícil, então eu acho que como profissão, eu não vou mais fazer ganhando dinheiro com isso. Eu acho que daqui um tempo, quando eu sair do jornal, eu tenho que arrumar um outro jeito de me sustentar.

O(A) fotojornalista mais velho possivelmente seria evitado pelo seu posicionamento crítico frente às novas demandas dos veículos, a resistência em abrir mão da qualidade do seu trabalho em nome da rapidez, e mesmo pelo estereótipo de não conseguir acompanhar o ritmo dos acontecimentos na rua, como manifestações, eventos, entre outros.

O esforço físico requerido para a prática, aliado à baixa remuneração e à longa trajetória demandada para obter reconhecimento constituem alguns dos fatores apontados para a evasão feminina na área, pois as condições de insegurança financeira e longas jornadas de trabalho dificultam o planejamento de uma família, sobretudo para as mulheres que precisam se ausentar por um período para ter filhos e depois encontram dificuldade para conciliar as esferas produtiva e reprodutiva.

Considerações finais

Os vínculos profissionais das fotojornalistas influenciam na maneira como elas constroem os processos de identificação com a atividade. A prática atual do fotojornalismo está inscrita em um processo de mudança de modelo de negócio dos veículos jornalísticos, resultado do novo contexto tecnológico de permeabilidade da informação. A adaptação em curso provocou o enxugamento das redações e o desenvolvimento da estratégia de terceirizar a cobertura *hard news*, cada vez mais veloz, para as agências fotográficas locais. O cenário de abertura facilitada para o ingresso na informalidade, por meio da atuação em agências noticiosas, é contraposto pela baixa remuneração proveniente do licenciamento das imagens para publicação, acarretando em uma desvalorização dos(as) profissionais. A disposição de contratação de mulheres pelos veículos foi também verificada entre as entrevistadas da pesquisa, pois as duas únicas fotojornalistas formais relataram serem as únicas dentro dos veículos em que atuam.

A investigação sobre a influência dos estereótipos de gênero nas perspectivas de carreira das fotojornalistas apontou nos seus discursos a percepção da formalidade como associada a maior qualidade de vida e autonomia social e econômica. A vontade comum de conquistarem o direito de realizarem coberturas de maior profundidade informativa, descritas como fotodocumentais, revela o desejo de alcançarem reconhecimento profissional e também a vontade de serem legitimadas como mediadoras do âmbito público, espaço representativo historicamente negado a participação feminina. A própria cultura profissional presente no fotojornalismo valoriza os atributos associados ao estereótipo masculino como virilidade, objetividade e competitividade, e cobra das mulheres, para se manterem dentro a atividade e vislumbrarem algum reconhecimento, demonstrar um desempenho superior. A cobrança feminina fica nítida também na perspectiva de carreira voltada para ingressar em uma “elite” de fotojornalistas que realizam as coberturas mais valorizadas socialmente, pois os seus depoimentos deixam claro que elas não podem ficar no lugar comum da profissão se quiserem se manter ativas.

O receio em relação ao envelhecimento dentro do fotojornalismo encontra ligação também com a insegurança em relação futuro do próprio jornalismo enquanto modelo de negócio, pois a industrialização do fotojornalismo, em consonância com o jornalismo, faz com que a massificação da produção de imagens em resposta a exacerbação da cultura da imagem desvalorize os seus profissionais em grande maioria, em especial as coberturas do tipo *hardnews*, colocadas em oposição a produção autoral tão almejada pelas profissionais

entrevistadas. Entretanto, algumas das profissionais revelam que se identificam mais com a cobertura dinâmicas de rua e o acompanhamento das questões sociais que se desenrolam nela.

A baixa remuneração da informalidade, por meio da atuação em agências fotográficas, aliada ao estereótipo de atividade masculina e arriscada, é apontada como uma das possíveis causas gerais de evasão de profissionais, uma vez que esta condição é indicada, atualmente, como porta de entrada para atividade. A situação seria agravada no caso das mulheres, pois analisa-se que a carga histórica e cultural de atribuição dos papéis de gênero produz a necessidade de garantir a autonomia econômica como forma de acessar à independência social. Frente ao exposto, é perceptível que os desafios que recaem sobre a atuação feminina dentro do fotojornalismo são de diversas ordens, sobretudo cultural e histórica e a questão está longe de se esgotar.

Referências

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

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: _____; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2.ed., 2006. p. 62-83.

HANDLAND, Adrian, CAMPBELL, David, LAMBERT, Paul. **The state of news photography: the 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.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000. 176 p.

HELLER, Agnes. Sobre os preconceitos. In: _____. **O cotidiano e a história**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. São Paulo: Paz e Terra, 6. ed., 1998. p. 43 – 63.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher - permanência e revolução do feminino**. Tradução de Maria João Batalha Reis. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

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