

**VIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
28 a 31 de outubro de 2007 • Salvador • Bahia • Brasil**

GT 3 – Mediação, Circulação e Uso da Informação
Comunicação oral

**A BUSCA DE INFORMAÇÃO PELA MULHER
EM JORNAIS IMPRESSOS**

THE SEARCH OF INFORMATION BY WOMAN IN NEWSPAPERS

Patrícia Espírito Santo (PPGCI/UFMG, patriciaesanto@uai.com.br)
Lígia Maria Moreira Dumont (PPGCI/UFMG, dumont@eci.ufmg.br)

Resumo: Ao considerar os meios de comunicação mediadores de informações, além de produtores e reprodutores de padrões culturais e culturais, procurou-se identificar os elementos necessários para inserir a mulher como leitora de jornais impressos e seu objetivo ao lê-los. Desenvolveu-se uma entrevista em profundidade com 172 leitoras do jornal **Estado de Minas**. Os dados permitem concluir que a mulher, quase metade do público leitor dos grandes jornais brasileiros, os lê principalmente em busca de informação sobre diversos temas, em especial a política, acontecimentos locais, cultura e temas tidos como específicos do mundo feminino, como moda e família. Ela utiliza as informações para formar sua opinião e interagir socialmente e faz da profissionalização uma variável importante para se inserir como leitora frequente de jornal, sendo que o mesmo não foi verificado em relação ao nível de escolaridade.

Palavras-chave: Leitura feminina. Informação jornalística. Jornal Estado de Minas. Informação e mulheres. Gênero feminino.

Abstract: Upon considering the means of communication as the mediators of information, in addition to producers and reproducers of cultural patterns, the work seeks to identify the necessary elements to insert women among newspaper readers as well as their objective in reading them. 172 female readers of the newspaper *Estado de Minas* were interviewed in depth. The data allows one to conclude that women, who represent almost half of the readers of major Brazilian newspapers, read them mainly in search for information on various topics especially politics, local events, culture and the so called specific female topics such as fashion and family. They use information to build up opinion and interact socially. Professional status stands as an important variable to insert them among frequent newspaper readers though the same was not verified in relation to schooling.

Keywords: Female reading. Newspaper information. Newspaper *Estado de Minas*. Information and women. Feminine gender.

1. Informação e meios de comunicação

Percebemos que os domínios da Ciência da Informação, até o presente momento, dedicaram poucos estudos específicos à variável gênero sexual no que se refere à produção, ao acesso e ao uso da informação. Entendemos que o acesso à informação é fator decisivo para a mudança cultural e social da mulher e nos preocupamos com o que ela tem conseguido fazer com a informação à qual tem acesso, com vistas a alcançar maior autonomia, a modificar sua condição econômica, social e política que, em muitos casos, ainda permanece atrelada à condição do homem.

Para Capurro (2003), o trabalho informativo deve contextualizar ou recontextualizar o conhecimento na prática, sendo que o valor da informação, sua mais-valia, consiste da possibilidade de aplicar o conhecimento a uma demanda concreta. Por isso se torna tão importante o estudo dos impactos sociais e culturais dos processos interpretativos dentro dos processos de informação, como é o caso dos jornais impressos, assim como introduzir a perspectiva do receptor, suas crenças e desejos, torná-lo um parceiro ativo no processo de informação.

O leitor de jornal impresso, receptor de suas informações, deve ser visto como um indivíduo que vive situações concretas dentro de organizações sociais e domínios do conhecimento. Segundo Braga (2006), devemos distinguir a informação que a mídia veicula, do produto em que ela se transforma após circular na sociedade. Os indivíduos e grupos fazem um trabalho social dinâmico ao retrabalhar essas informações. Esse ponto de vista se torna extremamente importante se lembrarmos que vivemos numa sociedade ainda sobre os domínios do patriarcado que mantém e trata de forma diferente e desigual os gêneros masculino e feminino.

Por isso escolhemos fazer o estudo do gênero feminino e sua relação com a informação vinculada na mídia impressa, sob a perspectiva da ciência da informação e seu paradigma social, visto que os meios de comunicação são mediadores de informações, além de produtores e reprodutores de padrões sociais e culturais, e, como tal, influenciam a práxis social dos indivíduos.

Autores como Marteleto (1987) e Porto (1998) ressaltam serem os meios de comunicação não apenas veículos de transmissão de informações, mas, principalmente, fontes de significados e interpretações da realidade. Tal enfoque nos permite compreender os meios de comunicação não apenas como condutores de dados, mas fundamentalmente como um fórum no qual se desenvolve a disputa em torno da construção de significados. “Em lugar de pensar os mídia como um ‘estímulo’ ao qual indivíduos respondem, devemos pensá-los como um espaço no qual se desenvolve uma complexa disputa simbólica sobre qual interpretação irá prevalecer” (PORTO, 1998, p.24).

Chartier (2001) contextualiza o jornal não como um lugar propriamente dito, mas, sim, como um elemento que se vincula a outros lugares e funciona como uma forma de comunicação entre eles, um lugar da sociabilidade. “Um jornal define um espaço abstrato de opinião pública porque circula e cada um pode lê-lo em sua esfera privada” (CHARTIER, 2001, p.123). É um meio de comunicação e informação, local de produção e de difusão de formas simbólicas. Por isso é tão importante o estudo não só da interferência dos meios no cotidiano das pessoas, mas do que as pessoas fazem com elas mesmas, através de sua leitura.

Quando indivíduos codificam ou decodificam mensagens, não empregam somente as habilidades e competências requeridas pelo meio técnico, mas também várias formas de conhecimento e suposições de fundo que fazem parte dos recursos culturais que eles trazem para apoiar o processo de intercâmbio simbólico. Estes conhecimentos e pressuposições dão forma às mensagens, à maneira como eles as entendem, se relacionam com elas e se integram em suas vidas (THOMPSON, 1999, p.29).

Para Dumont (1998), a informação vai causar alguma reação no sujeito se coincidir com seus anseios, seu contexto, seu repertório. Entre os objetivos que levam uma pessoa a buscar informações através da leitura aparece, segundo a autora, o lazer, a necessidade de atualizar os conhecimentos, de saber mais sobre determinado assunto e posterior satisfação de matar a curiosidade, podendo chegar, também, ao desejo de “liberar o espírito”. A leitura funcionaria como válvula de escape do mundo real, como parece acontecer com os romances em série, objeto de estudo da autora. A autora lembra que processos cognitivos, como pensar, imaginar, relembrar e solucionar problemas, podem estar relacionados com o comportamento de busca de informação.

Situamo-nos ao lado dos teóricos que estudam as implicações da construção de linguagens e discursos que constituem a informação e a comunicação entre os agentes sociais. Optamos por dialogar com autores, como Marteleto (1987 e 2002), para quem a informação é um elemento que altera as estruturas, um fator de mudanças, um processo de elaboração de sentidos sobre as coisas e os sujeitos no mundo. Para a autora, a comunicação entre os indivíduos é feita através da troca de informações, o que possibilita aos sujeitos adquirirem consciência de seus direitos e deveres e, a partir daí, tomarem decisões práticas sobre suas vidas. Ela enfatiza que uma ciência, como a da informação, que tem como objeto de estudo o mundo social e sua organização, precisa analisar as questões do conhecimento e da informação presentes em suas estruturas, práticas e representações de seus agentes.

Os autores citados também compartilham a idéia de Capurro e Hjørland (2003), para quem o que é informativo depende das necessidades interpretativas e das habilidades do indivíduo, fazendo com que o conceito de informação esteja intimamente ligado a visões do conhecimento e seja contextual, um dado interpretado. Sendo assim, a transferência e a assimilação da informação dependem, principalmente, das capacidades do sujeito que a recebe.

A informação só leva ao conhecimento se for percebida e entendida como um instrumento modificador da consciência do indivíduo e de seu grupo social. Diferentemente da informação, o conhecimento só existe quando há alguém a quem se vincular, a quem pertencer, um conhecedor (BROWN e DUGUID, 2001).

O debate em torno das relações envolvidas entre informação e comunicação pode nos auxiliar a entender uma questão importante para esta pesquisa: o processo pelo qual informações veiculadas nos grandes jornais afetam os parâmetros utilizados pelos indivíduos, em especial as mulheres, tanto para compreender quanto para participar das realidades política, econômica, cultural e social.

Os maiores jornais brasileiros em circulação têm nas mulheres, em média, metade de seus leitores. Na **Folha de São Paulo** elas são 47%, em **O Globo** 51% e no **Estado de São Paulo** 46%. No **Estado de Minas**, que escolhemos para estudar mais profundamente, elas são 52%, conforme pesquisa Ipsos Marplan (2006).

García (1998) diz que o cotidiano está ligado a resoluções de problemas práticos, próximos dos sujeitos, e que as respostas que os sujeitos dão aos seus problemas não são universais e muito menos os problemas são os mesmos para todos eles. Nesse sentido, ficamos pensando se a procura de informações em um jornal diário tem auxiliado as leitoras na busca de respostas aos seus variados problemas.

A relação do homem com a cultura mudou, a partir do século XIX, devido ao acesso mais democrático e popular à leitura. Sabemos que, na tentativa de reformar a sociedade, a era do Iluminismo estimulou os progressos na direção da alfabetização, criando um número novo de leitores, no qual as mulheres foram incluídas. Num primeiro momento, as mulheres demonstraram interesse, principalmente, pelos romances-folhetins, histórias com as quais se identificaram (MEYER, 1996), e depois “despertaram” seu interesse pela informação sobre o mundo público. Atualmente são outros os fatores que parecem influenciar a relação da mulher

com a leitura. Escola e livro já não centralizam e personificam o saber no que se refere à organização do acesso à informação. Nesse cenário, os jornais aparecem como transmissores de informação, assim como, também, são, cada dia mais, dispositivos formadores de opinião.

Em nossa pesquisa, tivemos, então, a curiosidade de saber se a leitora utiliza o que lê no jornal como ingrediente para suas conversas, principalmente depois de refletir sobre o que nos dizem Brown e Duguid (2001).

As pessoas contam histórias para tentar fazer com que diversas informações apresentem nexos. [...] As histórias podem ser um meio de descobrir algo completamente novo sobre o mundo. O valor das histórias, entretanto, reside não exatamente quando elas são contadas, mas quando elas forem contadas novamente. (BROWN e DUGUID, 2001, p.95)

Se elas comentarem com outras pessoas o que lêem, acrescentando seus próprios pontos de vista, de certa forma, estarão contribuindo para a construção da informação e de sua divulgação, participando assim da construção da “história” oral.

Escolhemos fazer um estudo de caso das leitoras do **Estado de Minas**, visto ser este o jornal diário de referência de maior circulação e abrangência em Minas Gerais. Ao se depararem diariamente com as páginas do jornal, estarão as mulheres à procura do quê? Com que objetivos elas o lêem e quanto do que lêem interfere em seu cotidiano?

Responder a essas questões foi o objetivo desse estudo. Tínhamos como hipótese inicial, levantada a partir de pesquisas (ESTADO DE MINAS, 2005 e IPSOS MARPLAN, 2006), que, a mulher, ao ler jornal, o faz à procura de notícias que a mantenha bem informada sobre assuntos diversos. O senso comum, ao contrário, acredita estar ela mais interessada em temas “frívolos e femininos”, como beleza, culinária e fofocas (PERROT, 1988 e BOURDIEU, 2003).

2. Pesquisa de campo

Optamos pela aplicação de entrevistas por telefone, no período de 01 de agosto a 28 de outubro de 2006, junto a 172 leitoras do **Estado de Minas**, sendo que 142 são assinantes e 30 compram o jornal em pontos de venda ou lêem exemplares emprestados. Essa porcentagem se justifica pelo fato de que 85% da tiragem média do jornal ser enviada a assinantes e 15% ser vendida avulso. O erro máximo calculado foi de 7,63%.

A técnica escolhida foi a de entrevista semi-estruturada, combinando quatro perguntas abertas e três fechadas¹, além do levantamento do perfil da entrevistada (idade, estado civil, escolaridade e ocupação). As questões abertas trazem uma dificuldade maior com relação à tabulação das respostas. Porém, foi elaborado um registro de respostas, ou seja, categorias para agrupá-las e estabelecer classificações.

Sabemos que os resultados da pesquisa qualitativa não devem ser considerados como conclusivos e utilizados para fazer generalizações em relação à população-alvo como um todo. Mas eles podem nos auxiliar quando buscamos informações mais profundas sobre o comportamento, sobre o que faz ou pensa determinado grupo em relação ao objeto que se deseja pesquisar. Os resultados de nossa pesquisa nos possibilitaram desenvolver uma compreensão inicial dos problemas levantados, revelando valores, crenças, sensações e atitudes do público leitor feminino de jornais. Esse tipo de abordagem torna mais evidentes aspectos da leitura feminina que não estão tão claros nem mesmo para as próprias mulheres, muito menos para a sociedade de uma maneira geral.

¹ O questionário, assim como a tabulação das respostas, pode ser encontrado em ESPÍRITO SANTO, P. **Leitura e interatividade feminina nos jornais impressos**: a postura das leitoras do jornal Estado de Minas. 2007. 327 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

2.1 Perfil das entrevistadas

Em relação à idade, a maioria das entrevistadas, 72,2%, tem mais de 40 anos, sendo a faixa etária entre 40 e 49 anos a que mais concentra leitoras: 26,2%. Leitoras mais jovens, de 20 a 29 anos, são minoria, 7%. Já em relação ao estado civil, percebe-se que mais da metade das leitoras são casadas, 56,4%.

Há leitoras com diferentes níveis de escolaridade, sendo que mais da metade tem curso superior completo, 55,8%; 25,6% têm segundo grau; 10,5% superior incompleto; e 4,7% o ensino fundamental. Isso parece refletir-se, também, no grau de ocupação. Mais da metade trabalha, 58,1%, sendo que a ocupação mais citada foi a de funcionária pública, 37,4%, seguida pelas assalariadas com carteira assinada que totalizaram 28,3% das entrevistadas. Entre as que disseram não trabalhar, mais da metade exerceu alguma atividade remunerada anteriormente, encontrando-se aposentadas na ocasião da entrevista, 60%. Donas de casa totalizam 24,3% das leitoras. Interessante observar, também, que o fato de não estar mais na ativa profissionalmente não leva as mulheres a abandonarem o hábito de leitura do jornal.

Indagamos há quanto tempo, em anos, a leitora começou a se interessar pela leitura de jornais e está diretamente exposta à interferência da mídia impressa. Os resultados nos mostram que apenas 19,8% adquiriram o hábito de ler jornal há menos de dez anos, enquanto o restante se diz leitora há mais tempo. A leitura diária do jornal é hábito de 64% das entrevistadas que têm curso superior completo, assim como de 28% das leitoras que têm segundo grau e 22% das que completaram o ensino fundamental.

Em relação à escolaridade, percebe-se que não há correlação entre o nível de escolaridade e um tempo maior de interesse pela leitura, assim como o nível de escolaridade não é uma variável determinante para uma leitura mais freqüente. Porém, o mesmo não se pode dizer em relação à ocupação principal. Ao contrário, enquanto quem tem curso superior completo ou mais despertou interesse pela leitura em média há 21 anos e quem tem superior incompleto o despertou há 15,3 anos, quem tem segundo grau ou ensino fundamental o fez há mais tempo: uma média de 24,2 anos e 22 anos, respectivamente. Esse resultado pode ser explicado pelo fato de um número significativo de nossas entrevistadas estar aposentada, 41 delas, e ter mais de 50 anos, 80 delas.

Ao fazermos o cruzamento entre as leitoras que não trabalham fora de casa e sua freqüência de leitura, percebe-se que as aposentadas são as que mais lêem jornal, seja diariamente ou apenas alguns dias da semana, 65,1%, seguidas pelas donas de casa, 27%. As entrevistadas que só estudam, lêem menos jornal, 6,3%, na frente apenas das desempregadas.

Cruzando o tempo de interesse pela leitura e a idade das entrevistadas percebe-se que a maioria começou a ler na faixa dos 20/30 anos de idade, porém, quanto mais jovem a leitora, atualmente, mais cedo o interesse é despertado. Em relação à freqüência e ao tempo de interesse, as respostas demonstram que aquelas que lêem o jornal diariamente se interessaram pela leitura de jornais há pouco mais de 22 anos, ou seja, são as de idade mais avançada.

As respostas demonstram, também, que quem apenas estuda despertou o interesse pela leitura de jornais há menos tempo que as que já se aposentaram, as donas de casa e as desempregadas. Em relação à ocupação, as que trabalham adquiriram o hábito de leitura há menos tempo, 16,5 anos, que as que não trabalham, 27,4 anos. Dentre as que trabalham, as que lêem jornais há mais tempo são as empregadoras com, em média, 26,4 anos de leitura, sendo seguidas pelas que exercem trabalhos temporários, 19 anos. As funcionárias públicas, a maioria que trabalha, 37,4%, têm em média 17,1 anos de leitura.

Elas fazem da profissionalização uma variável importante para se inserirem como público leitor dos jornais. As que trabalham são as que lêem jornal com mais freqüência, diariamente, 37,9% delas. 26,6% das que não trabalham também lêem jornal todos os dias.

Não podemos nos esquecer de que, entre as leitoras que não trabalham, 60% encontram-se aposentadas, ou seja, já trabalharam um dia.

São as funcionárias públicas as que lêem o jornal com maior frequência: 24,5% delas o faz todos os dias, seguidas das assalariadas com carteira assinada, 22,3%. As outras categorias, assalariadas sem carteira assinada, as que pagam INSS por conta própria, assim como as autônomas, as empregadoras e auxiliares de família lêem jornal com frequência bem menor: 9,6% de todas elas lêem quatro vezes por semana, 8,5%, duas vezes e 7,4%, três vezes por semana.

2.2 Objetivo de leitura

Pedimos que as entrevistadas descrevessem seus objetivos ao ler o jornal, confirmando, assim, nossa hipótese inicial de que a mulher, ao ler jornal, o faz à procura de notícias que a mantenham bem informada sobre assuntos diversos, ao contrário da crença comum, que supõe estar ela mais interessada em temas “frívolos e femininos”, como beleza, culinária e fofocas.

A pergunta comportava mais de uma resposta, sendo que dois objetivos concentraram a maioria das leitoras: 58% disseram que o lêem à procura de informações novas ou que reforcem as acessadas anteriormente e 20% para se manterem atualizadas. Optamos por diferenciar esses dois objetivos baseados em seus significados literais: informar é tomar ciência, instruir-se e atualizar pressupõe acrescentar informações a determinado conhecimento, colocando-o em dia.

Nesse ponto é importante lembrar que a busca de informação é básica para o processo de aprendizagem e, conseqüentemente, para o entendimento do mundo e o seu conhecimento. As leitoras buscam informação também como forma de lazer, de exercitar a leitura e atender às suas necessidades profissionais.

Em que editorias elas atendem a esses objetivos? Entre os cadernos do **Estado de Minas**, a editoria de Política é lida por 107 delas, seguida de perto pela editoria Gerais (assuntos regionais) citada por 103 leitoras e pelo caderno Cultura, lido por 102 entrevistadas. Para Dumont (1998, p.65), “a apropriação do texto pelo leitor implica a produção de sentido, no qual se imprime a singularidade da leitura, baseada na experiência individual de cada um”, ou seja, cada um escolhe o que ler a partir de variáveis sociais e motivacionais que lhes são próprias. Pensando nessa idéia, fizemos, então, o cruzamento entre os cadernos que elas lêem e sua ocupação principal.

As funcionárias públicas lideram entre as que mais lêem todas as editorias, sendo a de Política a mais citada por elas, 14,5%, seguida da Cultura, 15,1%, Nacional, 12,8%, Gerais e Feminino, ambas sendo freqüentemente lidas por 11,6%. Internacional, Turismo e Bem Viver (saúde e bem estar) foram citadas por 9,9% das funcionárias públicas.

As leitoras assalariadas com carteira assinada também demonstraram interesse por diversas editorias, desde as consideradas de abordagem preferencialmente masculina, como Política, 11,6%, Internacional e Nacional, ambas com 9,9%, às de linguagem menos “técnica”, como Cultura, 10,5%, e Turismo, 9,9%.

Para todas as categorias de trabalho, o Caderno Feminino, de abordagem preferencialmente feminina, aparece bem cotado, porém sempre abaixo da Política e Nacional, exceto no caso das leitoras que trabalham regularmente por conta própria. A editoria Gerais também aparece como mais lida que o Feminino para a maioria das entrevistadas; esse quadro só não se verifica no caso das funcionárias públicas, das entrevistadas que trabalham temporariamente por conta própria e das autônomas universitárias, para quem a percentagem de leitura dos dois cadernos se iguala. Não podemos

nos esquecer de que o caderno Feminino é semanal, sendo publicado apenas aos domingos, ao contrário das outras citadas que são editoriais diárias.

Percebe-se certa heterogeneidade na escolha dos temas por parte das leitoras que trabalham: lê-se de tudo um pouco. Mas, ao mesmo tempo, há certa homogeneidade nesta leitura: lê-se praticamente as mesmas coisas. Acreditamos, com base nas idéias de Dumont (1998), que isto provavelmente se deva ao estilo relativamente uniforme da vida feminina. A maioria das mulheres convive com os cuidados com a casa e a família, dividindo espaço e tempo com as atividades profissionais. Daí a necessidade de informação e atualização sobre o que se passa em todos os setores do cenário político, assim como de satisfazer suas necessidades de cultura e de “assuntos de mulher”.

Ao fazermos o mesmo cruzamento de dados com os das leitoras que não trabalham fora, percebemos que ele apresenta certas similaridades, porém a preferência maior de leitura recai sobre diferentes temas. Enquanto, para as trabalhadoras, Política, Nacional e Gerais estão no topo, para as que não trabalham, Gerais, 25,6%, Feminino, 23,3%, e Cultura, 22,7% são os mais lidos. A Política só aparece como uma das mais lidas no caso das que só estudam, mas divide a mesma atenção com outras editoriais: Gerais, Cultura, Bem Viver e Feminino.

Surgem então as perguntas: O que, efetivamente, as leitoras fazem com a informação ou a atualização que encontram no jornal? A leitura do jornal interfere em suas vidas? De que forma? Veremos, a seguir, que ao se informar e atualizar, elas se sentem inseridas no mundo; discutindo os acontecimentos, emitindo opinião, contribuem para a construção da sociedade. A informação jornalística se configura para elas como um objeto de troca no mercado, de valorização pessoal tanto aos seus olhos quanto aos dos outros e, ainda, as “guia” na tomada de decisões.

2.3 Interferência

Pedimos que as entrevistadas descrevessem de que forma os assuntos lidos no jornal interferem em sua participação na sociedade. Foi grande o número de mulheres que não opinou - 35%, sendo que 5% delas, inclusive, disseram não saber o que dizer e outras duas acreditam que a leitura do jornal não interfere em nada nas suas vidas.

Sabíamos que essa seria uma pergunta difícil de responder, assim como tínhamos conhecimento de que é impossível mensurar o quanto e de que forma a informação modifica a consciência dos indivíduos e grupos. As interferências podem ocorrer em situações concretas, como mudar a rota de uma viagem ao ler no jornal sobre a queda de uma ponte, até as que não têm influência prática, mas ideológica.

As respostas a nós fornecidas por 60% das entrevistadas foram variadas e as agrupamos por afinidade. Para 19% das leitoras, por exemplo, as informações obtidas as capacitam ou as ajudam na socialização. São algumas citações: “nas conversas do dia-a-dia”, “me torna mais participativa”, “tenho assunto para conversar”, “influencia no meu relacionamento social por estar mais informada”, “principalmente no meio do trabalho e em bate-papo”, “faz com que eu participe da sociedade”, “pego informações gerais para discutir com as pessoas”, “fico por dentro dos assuntos e posso discutir com qualquer pessoa”, “repasso para frente os assuntos lidos”. Uma leitora explicou-se da seguinte forma: “a partir do momento que se torna público, tudo interfere e tudo se compartilha”. Outras 15% dizem que a leitura do jornal interfere em suas vidas na medida em que as “mantêm atualizadas sobre os acontecimentos e as novidades”.

Já para 12% das entrevistadas o jornal interfere na formação da própria opinião sobre diversos assuntos. Estão entre as explicações dadas: é onde “faço o embasamento da minha opinião”, “me ajuda a formar opiniões melhores”, “tendo uma opinião previamente formada,

me favorece na hora de uma partilha”, “dou minha opinião de forma negativa ou positiva”, “interfere a partir do momento em que forma minha opinião”, “ajuda a ter uma crítica mais rebuscada sobre aspectos culturais, científicos, sociais e econômicos”, “interfere de forma decisiva nas minhas opiniões”, “me dá posicionamento”, “deixando-me bem informada e tendo uma opinião própria”.

Cabe lembrar que o jornal leva ao leitor, em suas páginas, a informação que ele interpreta e à qual dá sentido, conforme sua bagagem mental. Sendo assim, a informação veiculada pela mídia é transformada pelos indivíduos que a ela têm acesso, o que os torna elos informacionais. A capacidade de interferir nesta “construção” da informação será maior ou menor, de acordo com suas condições e relações sociais. Dessa forma, as informações, por eles reconfiguradas, circulam retrabalhadas, segundo diversos pontos de vista e objetivos.

2.4 Temas compartilhados

Quais temas, então, elas preferem compartilhar? 78 entrevistadas responderam ser política; 36, saúde e bem estar; 30, cultura; 22, temas regionais, 18, todos; 17, economia; dentre outros. Temas considerados pelo senso comum como sendo típicos do universo feminino, como moda e filhos, foram citados apenas uma vez cada.

Percebe-se, em relação a todos os temas citados, que é menor o número de leitoras que os compartilha que o número das que os lê. Observemos alguns exemplos: 107 disseram ler política, enquanto 78 delas o compartilham; 103 lêem a editoria Gerais e 22 compartilham temas regionais editados em suas páginas; 102 se interessam pela cultura, mas 30 discutem com os outros seu conteúdo; 95 lêem as páginas da editoria Nacional e apenas quatro citaram utilizar o assunto em suas conversas.

3. Conclusões

A inserção no mercado de trabalho parece influir no tipo de informação buscada no jornal. Temas femininos fazem parte do universo de leitura, mas não aparecem como os mais cotados entre as que trabalham. Mais do que nunca a informação é vista como um recurso econômico, pois, quando bem elaborada e bem colocada no mercado, é instrumento de aumento da eficácia, da competitividade, de estímulo à inovação, o que, conseqüentemente, gera recursos econômicos a quem a detém.

O interesse pela leitura da editoria de Política já havia sido detectado em pesquisas anteriores (Ipsos Marplan, 2006), mas, infelizmente, permanece, no senso comum, a impressão de que as mulheres tendem a depreciar e a desprezar o assunto. Isso se deve, acreditamos, à sua ausência nos altos cargos políticos, o que não pode ser interpretado como indiferença e desconhecimento de seus processos. Não podemos ignorar, também, que as mulheres participam ativamente de movimentos sociais e organizações de base na luta pela melhoria da qualidade de vida, principalmente no contexto do ativismo.

O nível de escolaridade não se apresentou como elemento determinante para inserir a mulher como leitora de jornal; a pesquisa detectou que mesmo aquelas que ocuparam o banco escolar por pouco tempo se interessam pela leitura de jornais. Os dados nos indicam que o nível de escolaridade também não é uma variável determinante para uma leitura mais freqüente.

Já os resultados sobre o tempo de interesse das mulheres pela leitura de jornais, medido em anos, quebram o mito de que o hábito de ler, especificamente jornais, se adquire basicamente na escola, principalmente a partir das séries do ensino médio, quando é comum a inserção de textos jornalísticos nas atividades escolares. As mulheres acima de 60 anos lêem jornal há pouco mais de 30 anos, assim como as que têm menos de 29 anos começaram a se

interessar pelos jornais há pouco mais de seis anos. Isso nos leva a concluir que, possivelmente, a inserção no mercado de trabalho também funcione como mola propulsora da leitura feminina, mais que a escola. Apenas 1,6% das leitoras que se dedicam apenas aos estudos lêem jornal diariamente, enquanto 46% das aposentadas o fazem.

O objetivo de leitura mais citado pelas entrevistadas foi a busca de informação e atualização que, depois de acessada, é convertida em argumentos com os quais elas se comunicam com o mundo. Estar por dentro do que acontece no Brasil e no mundo parece ser vital para a manutenção da mulher na esfera pública e para o seu reconhecimento tanto público quanto privado e pessoal.

Ao se informar e buscar conhecimento, a mulher se credencia a discutir com outros assuntos que não viveu, nem presenciou, mas acredita na veracidade de seu relato; fatos que ela reconfigura a partir da configuração dada pelo jornal. Ao que parece, esse recorte serve como baliza na formação de sua opinião sobre o espaço público, à qual ela considera opinião própria. Algumas entrevistadas disseram, literalmente, que é a partir do que lêem no jornal que formam sua própria opinião: “passar informações adiante”, “formar opinião diante dos fatos”; “formar a própria opinião”, por exemplo.

A informação se configura, então, para a leitora do **Estado de Minas** como um elemento capaz de alterar estruturas e provocar mudanças. Isso porque interfere na forma de participar da vida social, seja no âmbito do público, no meio profissional, ou do privado, quando dialoga com os seus ou precisa tomar decisões. Lê-se com o objetivo de se informar; se informa com o objetivo de se comunicar, trocar idéias e construir sentidos para si e para o mundo.

Dessa forma, leitoras se referem aos acontecimentos e situações como se tivessem testemunhado os fatos e se “esquecem” de que receberam a informação pelo viés de um interlocutor, o jornal, que está a serviço do poder hegemônico cujo discurso é masculino. Portanto, de uma maneira geral, não são as matérias o que elas discutem. São os ângulos e interpretações construídos através de textos e fotografias jornalísticas, que passam a ser base da opinião individual e vão se mesclar à bagagem mental, às condições e relações sociais de cada uma.

Outra perspectiva de análise pode ser o reconhecimento dos avanços das mulheres dentro da sociedade. Elas conquistaram novos e muitos papéis, que as fazem lutar por uma melhor posição social. Como chegaram de certa forma a todos os setores da vida pública e a mídia se faz tão presente na sociedade, fica cada vez mais difícil perceber qual informação veio através da imprensa e qual veio a partir da percepção e da leitura pessoal que cada leitor faz do sistema. Muito do que achamos que lemos, na verdade, presenciamos; muito do que acreditamos ter presenciado, no fundo, lemos ou vimos em algum lugar.

O jornal se funde e se confunde com o viver e vice-versa. É o resultado do que chamamos de fragmentação do mundo, do espaço público e da realidade. O conhecimento e as opiniões são afetados pelo que a pessoa vê, ouve e experimenta, o que possibilita, a partir daí, a tomada de decisões. A mídia funciona como uma espécie de facilitador da relação entre o leitor e o mundo. Dá ao leitor a “impressão” de que está inserido num universo maior do que aquele que ocupa geograficamente. Essa percepção se faz importante, visto que procuramos, através de nossa pesquisa, entender o processo pelo qual informações veiculadas nos grandes jornais afetam os parâmetros utilizados pelas mulheres, tanto para compreender quanto para participar da realidade política, econômica, cultural e social.

Os grandes jornais diários, enquanto detentores de propriedade dos estoques de informação, determinam sua distribuição e condicionam a produção do conhecimento a seus interesses, entre os quais não parece estar incluída diretamente a mulher. O que eles fazem é cumprir uma de suas funções: serem operadores sócio-simbólicos. Reproduzem relações

sociais, relações que os auto-alimentam, assim como à sociedade. Mídia e sociedade se relacionam dialeticamente.

Os jornais se configuram, então, como fontes de informação muito valorizadas pelo feminino. E elas lêem de tudo. É essencial para aquela que espera encontrar na leitura momentos de lazer e vital para a que busca informação, que tem necessidade de acessar o saber não acadêmico, o conhecimento elaborado a partir dos acontecimentos cotidianos, para assim participar da vida pública.

A mulher parece ser uma grande consumidora de informação. Há um século liam pouco, sobre poucos temas e reservadamente. Hoje lêem de tudo e contam sobre o que leram aos quatro cantos do mundo. Não clamam por uma informação direcionada especialmente a elas, mas que as considerem e as reconheçam como sujeitos de ação. Elas são noticiáveis, tanto quanto os homens. Estão longe de ser ao menos a metade, nas altas instâncias do poder, mas estão atentas ao que se passa ao seu redor e no mundo.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.

BROWN, John Seely; DUGUID, Paul. **A vida social da informação**. São Paulo: Markon Books, 2001.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia e ciência da Informação. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 5., 2003, Belo Horizonte. **[Anais eletrônicos...]** Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação, 2003. 1 CD-ROM.

CAPURRO, R.; HJØRLAND, B. The concept of information. **Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)**, New York, v.37, c. 8, p. 343-411, 2003.

CHARTIER, Roger. **Cultura escrita, literatura e história**. Porto Alegre: Artmed, 2001.

DUMONT, Lígia Maria Moreira. **O imaginário feminino e a opção pela leitura de romances em série**. 1998. 257 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro e Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 1998.

ESTADO DE MINAS. **Perfil e preferência assuntos** – grande BH. Belo Horizonte, 2005. [não publicado].

GARCÍA, Eduardo. A natureza do conhecimento escolar: transição do cotidiano para o científico ou do simples para o complexo? In: RODRIGO, Maria José; ARNAY, José (Orgs.). **Conhecimento cotidiano, escolar e científico: representação e mudança**. São Paulo: Ática, 1998. v. 1.

IPSOS MARPLAN. **XLVIII estudos Marplan consolidado**: grande BH. Belo Horizonte: Ipsos Marplan, 2006. Disponível em: <<http://www.ipsos-marplan.com.br>>. Acesso em: 30 jun. 2006. [Acesso restrito aos associados Ipsos Marplan].

MARTELETO, Regina Maria. Conhecimento e sociedade: pressupostos da antropologia da informação. In: AQUINO, Miriam de Albuquerque Aquino (Org.). **O campo da ciência da informação**: gênese, conexões e especificidade. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2002.

MARTELETO, Regina Maria. Informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno? **Ciência da Informação**, Brasília, v.16, n.2, p.169-80, jul./dez. 1987.

MEYER, Marlyse. **Folhetim**: uma história. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

PERROT, Michelle. **Os excluídos da história**: operários, mulheres e prisioneiros. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

PORTO, Mauro. Muito além da informação: mídia, cidadania e o dilema democrático. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v.12, n.4, 1998.

THOMPSON, John, B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1999.