

FICÇÃO E REALIDADE:

tecnologias interativas e construção de sentidos por mulheres da classe C

Marcia P. TONDATO

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo - ESPM-SP

Resumo

Este artigo traz uma reflexão sobre comunicação, consumo e inserção tecnológica no contexto da ficção televisiva. O objeto empírico é a recepção da telenovela “Viver a Vida” e do *blog* “Sonhos de Luciana”, entendido como elemento narrativo complementar da telenovela. Considerando este *blog* como extensão da trama televisiva, estando em constante diálogo com esta embora funcione de forma autônoma, este estudo privilegia a ficção televisiva de sinal aberto para entender as interações tecnológicas que ocorrem na sociedade pensando a inserção da mulher da classe C no contexto de convergência tecnológica e midiática. Por meio de entrevistas, estas mulheres falam sobre a telenovela, da importância do *blog*, da relação ficção-realidade e intersecções com o cotidiano, do consumo e uso das novas tecnologias.

Palavras-chave

Comunicação; consumo; tecnologia; ficção; recepção.

Abstract

This article brings a reflection on communication, consumption and technological insertion in the context of television fiction. The empirical object is the audience of the telenovela “Viver a Vida” and the blog “Luciana's Dreams”, understood as a complementary narrative element of this telenovela. Considering this blog as an extension of the telenovela plot, being in constant dialog with it although it works independently, this study privileges the open signal television fiction to understand the technological interactions that take place in the society thinking about the insertion of the woman of social class C in the context of technological and media convergence. In the interviews carried out, these women speak about the telenovela, the importance of the blog, the relation fiction-reality and intersections with the daily life, about the consumption and use of new technologies.

Key words

Communication; Technology; Fiction; Audience.

Introdução

Hoje discutir a comunicação passa por todas as instâncias da vida social, da vida cotidiana, tendo em vista a centralidade da mesma na “direção hegemônica do mundo” (BERGER, 2008). Paralelamente, junto com Martin-Barbero (1997, p. 289), entender a comunicação passa pelo consumo, pensado na perspectiva de um “viver simbólico” para além dos aspectos mercadológicos ou mesmo ideológicos.

No cenário da comunicação latino-americana, pensar a comunicação significa incluir a televisão e mais especificamente, a ficção, que cada vez mais é veículo de tradução de questões sociais, públicas, além dos aspectos da vida privada, já amplamente abordados em estudos sobre a temática. As narrativas ficcionais refletem e refratam questões culturais, sendo também discursos. Discursos que transmitem identidades, individuais e coletivas. Como coletivas, se inserem na cultura do consumo.

Slater (2002, p. 18) apresenta esta cultura como “um sistema em que o consumo é dominado pelo consumo de mercadorias, no qual a reprodução cultural é geralmente compreendida como algo a ser realizado por meio de exercício do livre-arbítrio pessoal na esfera privada da vida cotidiana”. Esta “esfera privada da vida cotidiana” são as “ações e expressões carregadas de significados construídos pelos próprios indivíduos que as estão produzindo, percebendo e interpretando, no curso de sua vida e cultura do consumo como um acordo social, mediado pelo mercado”, definidoras de uma cultura (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 193).

Em um contexto de cultura do consumo, todos os caminhos são relevantes para inserção do maior número de pessoas possíveis nos universos simbólicos. Assim como os demais gêneros televisivos, também, e talvez principalmente, a telenovela serve para divulgação e propagação de novos estilos e modos de vida, práticas cotidianas diferenciadas, inovações tecnológicas, promovendo desejos, ampliando sensibilidades para novas expectativas de consumo.

No meio televisão, a ficção se apresenta como “um denso território de redefinições culturais identitárias” (LOPES, 2010, p. 5), levando-nos a pensar as narrativas ficcionais midiáticas como espaços de negociações entre os sentidos das rotinas do cotidiano e as complexidades de um mundo tecnológico, midiaticizado e globalizado.

Tomo isto como princípio para discutir telenovela “Viver a Vida” (TV Globo, Manoel Carlos, 2010), do ponto de vista da recepção do *blog* “Sonhos de Luciana”, entendido como elemento narrativo complementar da telenovela. Considerando este *blog* como extensão da trama televisiva, estando em constante diálogo com esta embora funcione de forma autônoma, este estudo privilegia a ficção televisiva de sinal aberto para entender as interações tecnológicas que ocorrem na sociedade pensando a inserção da mulher da classe C no contexto de convergência tecnológica e

mediática.

O que interessa é estudar estas transformações do ponto de vista das práticas sociais e das intersecções e mediações no ambiente comunicacional. Ao discorrer sobre as implicações das mudanças tecnológicas na sociabilidade, Orozco Gómez (2006, p. 87) enfatiza a questão da dependência dos usuários na relação com as grandes redes e infra-estruturas, da mesma forma que já ocorre em relação às “velhas mídias”. Aparentando “total liberdade”, aos usuários é disponibilizado um amplo leque de opções, na superfície, que os torna mais e mais dependentes de instâncias “cada vez mais centralizadas”, na profundidade.

O objetivo é repensar as mídias como um campo de batalha. Aqui, especificamente, refletir sobre como a mulher da classe C se insere em um contexto hegemônico que privilegia a inovação, a reprodução e o descarte, sem aparente preocupação com a tradição, a produção e o acúmulo. Uma mulher que faz parte de uma sociedade multifacetada, mediada, em que os indivíduos não mais estão restritos aos círculos familiares e comunitários. Em um mundo que se torna cada dia mais complexo, exigindo conhecimento e participação, seja nas relações comunitárias face-a-face, seja nos ambientes comunicacionais tecnológicos.

Modernidade – Tecnologias - Ficção

Pensar em convergência tecnológica vai muito além da discussão sobre possibilidades técnicas ou sobre aspectos de inclusão visando apenas ao acesso. O consumo tecnológico só se concretiza como tal na medida em que possibilita a produção de sentidos, sendo o consumo “lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 290). Consumir também é um processo de atribuição de sentidos e inserção social, que começa com a percepção da possibilidade de posse e se concretiza no uso social da aquisição.

No cenário da ficção televisiva brasileira, em especial a telenovela, o telespectador está habituado a uma dinâmica multi-nuclear, com várias tramas acontecendo ao mesmo tempo, entrelaçando-se. Pensando no contexto de convergência a partir da transmidialidade, que “propicia o envolvimento do espectador não mais com um filme ou programa em particular, mas com universos ficcionais mais amplos dos quais as diversas plataformas participam” (FIGUEROA e FECHINE, 2009, p. 11), ainda que o *blog* “Sonhos de Luciana” não opere exatamente no sentido da ‘co-criação’, ou seja, caracterizado como parte de um processo de transmediação, ele amplia as possibilidades de interação emissão-recepção. O recurso do *blog* permite explorar a novela para

além das cenas mostradas na TV, estimulando um jogo comunicacional no qual os fãs interagem de modo ativo, comentando os *posts* da personagem Luciana, solidarizando-se nas situações difíceis e confraternizando nas alegrias.

Participar disso exige um contínuo trabalho de constituição de identidades, cada vez mais fragmentadas e transitórias, que devem responder a necessidades múltiplas de convívio social, realização profissional, identificação emocional, que se renovam a cada momento. O sujeito que disso resulta é também receptor no contexto comunicacional. Um indivíduo cuja identidade, antes integrada, consciente de sua interação com a sociedade, foi desestabilizada pelas mudanças estruturais e institucionais à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicaram, confrontando a todos com uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais podemos nos identificar, pelo menos temporariamente (HALL, 2006, p. 10-13).

Os meios de comunicação de massa têm sido utilizados desde os anos 1930, na época o rádio, como mobilizadores e intermediadores nos processos de formação e difusão das identidades coletivas (nacionais), com reflexos, logicamente, nas individuais. Também já foram pensados como espaço puro e simples de formação para o conhecimento e difusão educacional. A modernidade passa pela comunicação e especialmente pela televisão. Isso é inegável (MARTIN-BARBERO e REY, 2001; LOPES, 2004; GARCIA CANCLINI, 1997; THOMPSON, 1998). Porém, é preciso considerar que a recepção vai além da assimilação, sendo caracterizada principalmente pela ressignificação dos conteúdos a partir do social, do popular, da cultura, das práticas cotidianas, entre outros aspectos.

“Estar no mundo” é ser e pertencer e também fazer parte dos universos simbólicos, cada vez mais caracterizados pela fragmentação, mas também pela integração, no que a comunicação tem papel central. Fazer parte do mundo hoje extrapola os limites simbólicos nacionais, ou reais. É em um movimento de busca de integração que nos constituímos ‘cidadãos do mundo’, inseridos numa modernização fragmentada. Na perspectiva de construção da modernidade, a ficção televisiva é um elemento decisivo, pois diz respeito ao modo como as indústrias culturais estão reorganizando as identidades coletivas e as formas de diferenciação simbólica. O que enfatizo neste estudo é o papel da ficção televisiva neste processo.

A problemática e os procedimentos metodológicos

Inovações tecnológicas representam, desde sempre, desenvolvimento e motivo de distinção. Mas como isso ocorre junto às mulheres das classes populares? Se o *blog*, como uma tecnologia

transmidiática, permite a ampliação do universo ficcional e, conseqüentemente, o envolvimento do espectador, problematizo a recepção do *blog* “Sonhos de Luciana” pelas telespectadoras da classe C. Dado o acesso técnico, como será o interesse pelo *blog* e acompanhamento de seus desdobramentos por estas mulheres? Ou temos diferentes públicos para diferentes plataformas?

Como lembram Médola e Redondo (2009, p. 146), que trabalham com o termo “pervasividade”, a expansão do conteúdo de um meio que se estende para outros já acontecia entre telenovela/televisão e revistas sobre telenovelas. No contexto da produção, esta interação de conteúdos movimenta a indústria gráfica ao mesmo tempo em que fideliza a audiência da televisão, pois se constitui já uma cultura de consumo. No caso da transmidialidade, a tecnologia digital possibilita uma real interação telespectador-produto “capaz de forjar uma nova cultura de consumo na qual a participação da audiência nos processos criativos das tramas é ponto central” (MÉDOLA e REDONDO, 2009, p. 146).

Neste viés penso a inserção da mulher das classes populares no contexto de convergência tecnológica e midiática, ela que se constitui um dos maiores públicos da dramaturgia televisiva. Esta mulher está vivenciando uma nova cultura? É inegável que ela deve se atualizar em relação à tecnologia e sua conexão com um mundo mais amplo, interagindo, buscando informações e resolvendo questões práticas do cotidiano – o envio de um simples fax ou inscrições e cadastramentos por meio da Internet, porém de que forma estas novas demandas impactam seu cotidiano? Insiro aqui uma preocupação sobre a construção de hábitos de consumo a partir de considerações sobre as condições sociais, culturais e econômicas desta mulher, suas competências e expectativas.

Castells (2008, p. 27) diz que sob as condições da sociedade em rede que traz à tona os processos de construção de identidade durante a modernidade tardia, induzindo assim novas formas de transformação social, “as sociedades civis encolhem-se e são desarticuladas, pois não há mais continuidade entre a lógica da criação de poder na rede global e a lógica de associação e representação em sociedades e culturas específicas”. Até que ponto as mulheres da classe C participam desta sociedade? Em tempo, o recorte em relação à classe C se justifica pela emergência destes grupos no contexto de consumo no país, iniciada com o Plano Real (1996) e enfatizada com a estabilidade econômica experimentada no país nos anos mais recentes (2005 em diante).

O objetivo é verificar a leitura pela receptora de telenovela da presença de aparatos tecnológicos e de comunicação nos programas televisivos, em especial, na telenovela, buscando reconhecer os processos de re-apropriação em relação aos hábitos do cotidiano e de consumo. Este estudo justifica-se pela importância de conhecermos o desenvolvimento de competência cultural do receptor em relação às novas tecnologias e o papel da telenovela na ampliação das capacidades/habilidades do receptor, em especial da mulher, que cresce em importância para o

desenvolvimento econômico.

Para responder a estes questionamentos parto da verificação da importância (leitura/significação) da presença da tecnologia na trama da telenovela, da avaliação da interação com o *blog* na perspectiva de um “embaralhamento” de fronteiras entre ficção e realidade, No âmbito das práticas, busco conhecer o uso das tecnologias no dia-a-dia desta mulher, suas fontes de informação sobre produtos - tradicionais e novidades.

Para verificação dos objetivos delineados na perspectiva das reflexões teóricas apresentadas, utilizo uma abordagem não-estruturada, com a realização de entrevistas com mulheres da classe C. O objetivo foi ir além do registro das características aparentes, procurando, por meio da análise do discurso dos sujeitos e sua intersecção com os discursos midiáticos, revelar a natureza dinâmica da relação entre a aparência e a essência do fenômeno, buscando compreender em detalhes os significados e características situacionais apresentadas pelas entrevistadas.

Analiso esta intersecção com o objetivo de verificar a expressão daquilo que dá sentido à vida destas mulheres, a partir de Martin-Barbero (2006, p. 65) que acredita que é no diálogo e no intercâmbio que se constrói a identidade e não no “fato de estar aglutinado num grupo – como na sociedade de castas”. Na mesma linha de pensamento, Baccega (1998, p. 101) lembra que o sujeito encontra-se presente tanto na “emissão” quanto na “recepção” e que sua subjetividade é resultado da materialidade discursiva que se estabelece no seu cotidiano Neste processo é constituído o indivíduo/sujeito, “onde se articulam estruturas e processos”.

O que dizem as mulheres

“Viver a Vida” foi transmitida de 14 de setembro de 2009 à 14 de maio de 2010, sendo o *blog* publicado de 8 de fevereiro a 15 de maio de 2010, inserido na trama como um recurso de recuperação da personagem Luciana, modelo que fica tetraplégica após acidente automobilístico. Foram 85 dias de postagens, que receberam um total de 12716 comentários.

Em estudo anterior, deste total foram analisados cerca de 476 comentários, procurando traçar um perfil dos comentários aos *posts* publicados diariamente no *blog*, em relação à: assuntos de interesse dos usuários do *blog*; foco dos comentários; relação com o cotidiano das pessoas. Apenas 16 comentários foram postados por homens (declarados), e 14 por crianças entre 6 e 12 anos. Além disso, alguns comentários, cerca de cinco, são feitos por profissionais relacionados ao problema enfrentado pela personagem: fisioterapeutas, psicólogos. Os comentários não são exclusivamente continuação ou ampliação das tramas televisionadas, pelo contrário, são relatos do cotidiano, novas narrativas que se abrem, concentrando-se nos aspectos da vida emocional da

personagem: há uma torcida para que ela se case com seu médico, sempre com ênfase na esperança de seu restabelecimento, de que ela volte a andar e a desfilar.

No *blog* as pessoas expressam sentimentos que talvez dificilmente exporiam em conversas rotineiras, contam histórias pessoais, desejam uma rápida recuperação à personagem, parabenizam a personagem por sua força de vontade. O *blog* como elemento de aproximação da realidade muda a cognição que as pessoas têm da narrativa contada. No *blog*, Luciana é real. Na telenovela ela é uma personagem, mas no *blog* é uma realidade com a qual as pessoas interagem. Tendo como ponto de partida o capítulo televisionado, ou até mesmo os *posts* no *blog*, as relações se abrem. Respondendo aos momentos de dificuldade da personagem, as usuárias procuram consolar a personagem. Talvez como fariam a uma amiga próxima, o que nos leva a pensar, junto com Meyrowitz (*apud* BUONANNO, 2004, p. 343) sobre uma nova categoria de relacionamento: os “amigos mediados”:

as interações que os membros da audiência entretêm com as personalidades da mídia” [...] Essas reuniões assíduas, não raramente diárias, podem produzir nos espectadores um sentimento de familiaridade a até mesmo apego afetivo com os personagens televisivos; tem-se a impressão de conhecê-los intimamente, de conversar com eles com o pensamento e de consultá-los em voz alta.

Ao ler os comentários aos *posts* no *blog* da Luciana, temos uma situação semelhante. Parece-nos que os interlocutores do *blog* se esquecem de que Luciana é uma personagem. A relação com os *posts* se dá pela identificação com a situação vivida pela personagem, seja pela condição física idêntica, seja pelo imaginário sobre a vida que a personagem tinha antes do acidente, ser uma modelo de sucesso, ou pela solidariedade a um ser humano que está passando por um momento difícil, talvez um motivo mais simplista, mas também relevante tendo em vista que esta solidariedade é fruto da recepção de um produto ficcional.

O *blog* torna-se um espaço de reflexão em meio às atribulações do cotidiano, em que pouco, ou quase nada, paramos para refletir sobre o que realmente é importante nos relacionamentos. A tecnologia digital possibilita uma real interação telespectador-produto, “capaz de forjar uma nova cultura de consumo na qual a participação da audiência nos processos criativos das tramas é ponto central” (MÉDOLA e REDONDO, 2009, p. 146). As narrativas disponibilizadas nos *blogs* coloca aos telespectadores situações que de certa forma os leva à reflexão, instigando-os a expor seus pensamentos e opiniões, transformando uma audiência ‘passiva’, habituada a guardar para si suas impressões.

Isso reforça o que sabemos a respeito da importância da verossimilhança na relação do leitor/receptor com a ficção, que “depende da possibilidade de existência de um ser fictício, a personagem é a concretização de um ser vivo. Para que possa *ser*, a personagem deve concretizar um ser vivo, comunicar uma impressão de uma verdade existencial” (CANDIDO, 1985, p. 55).

Os meios promovem extensões do homem. A interação entre telespectores e personagens sempre existiu, por meio das cartas enviadas às revistas especializadas, as revistas de fofocas, mas a tecnologia do *blog* permitiu ampliar esta interação, subvertendo ainda mais a relação ficção-realidade. O que é publicado no *blog* necessariamente não é veiculado na obra televisiva, mas é parte dela, dela deriva e a ela volta, promovendo novas leituras da história. O *blog* é um canal de comunicação que se torna mensagem quando usado para troca de experiências, de narrativas de cotidianos, entre Luciana, percebida como uma ‘pessoa real’, e os espectadores.

Na continuidade do projeto, entrevistei oito mulheres, entre 25 e 60 anos, entendendo que a centralidade em um fato atual, a constituição de hábitos de consumo, reforça a necessidade de uma técnica de coleta de dados e observação menos estruturada, que nos aproxime o máximo possível de situações da vida real. Com as entrevistas conseguimos acessar o lugar social de onde as mulheres falam, definidor do que dizem, entendendo que é a partir desse lugar que o discurso vai ter um efeito de sentido. Nesta análise procuro elementos do ponto de vista do consumo como “cenário de objetivação de desejos”, visto que consumir faz parte da relação desejante entre sujeitos da interpelação que nos constitui como sujeitos, sendo também o lugar de circulação dos sentidos de distinção, de comunicação entre eles, para que haja ao mesmo tempo exclusões e legitimações (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 62). É no consumo que diversos aspectos da vida em sociedade se integram, na medida em que realiza a apropriação e usos dos produtos, transformando “desejos em demandas e em atos socialmente regulados”, sendo que “o desejo de possuir ‘o novo’ não atua como algo irracional ou independente da cultura coletiva a que se pertence” (GARCIA CANCLINI, 1995, p. 59-60).

Para as mulheres entrevistadas, a televisão é sem dúvida o principal meio consumido, com ênfase nos programas de entretenimento, telenovelas e telejornais. O rádio continua sendo o companheiro das tarefas do dia-a-dia, e jornais e revistas têm consumo restrito, principalmente pelo fator financeiro. Nota-se que dado o acesso material, ocorre a justaposição de audiência. Quem tem condições materiais, acessa a maior variedade de meios possível: TV a cabo, Internet, é assinante de revistas e jornais. A audiência à telenovela é dependente da disponibilidade de tempo. O horário noturno já não exclusivo da televisão, sendo compartilhado com cursos, atividades religiosas e comunitárias. A continuidade das tramas é acompanhada, ocasionalmente, pelas revistas de fofocas e nas relações sociais. Aquelas com acesso à Internet, buscam aí os capítulos “perdidos”, na medida em que os filhos permitem o acesso ao computador, visto ser eles os usuários principais.

O uso da tecnologia “de ponta” é concentrado no celular. Na comunicação com os filhos, o celular é preferido pelas promoções que incentivam que todos tenham linhas da mesma operadora. No lar, o uso da Internet é prioridade dos mais jovens, que são a fonte de informação e orientação sobre a mesma. As entrevistadas reconhecem a Internet como um facilitador na busca por

informações, acesso a procedimentos demandados por empresas e comunicação por *emails*, caracterizando um uso estritamente funcionalista, de cunho utilitário, como lembrado por Igarza (2008, p. 68). Apesar de reconhecer e ter alguma ciência das potencialidades da Internet em aspectos de entretenimento, as mulheres entrevistadas corroboram o que Igarza (*idem*) diz sobre a falta de tempo para usufruto das possibilidades.

A temática central da novela “Viver a Vida”, a trajetória da personagem Luciana, foi bem recebida, considerada uma “lição de vida”. Também as entrevistadas, como ocorreu em manifestações de fãs em revistas e no *blog*, consideraram que a realidade de um cadeirante é em muitos aspectos diferente do mostrado na telenovela, principalmente pela questão dos recursos materiais a que Luciana tinha acesso. Entretanto, nota-se que a relação realidade-ficção é melhor delineada junto das receptoras entrevistadas do que pelas frequentadoras do *blog* “Sonhos de Luciana”. As entrevistadas consideram importante a abordagem da temática, acreditam que tenha ajudado para a conscientização da população sobre a necessidade de inclusão dos cadeirantes, porém comentam de forma negativa o modo como, por exemplo, o processo de recuperação de Luciana foi fantasiado, pois, mesmo com os recursos financeiros, deveria ser mais longo, ou até menos bem sucedido.

Quatro das entrevistadas acessam ou já acessaram *blogs*, mas também neste caso, fazem isso de modo utilitário, enfatizando a importância do *blog* como meio de aquisição de informações, sem interesse algum em entretenimento.

acesso bastante blog de um grupo que tem de empregos, que eles mandam vagas, que eles mandam textos, vários textos diariamente sobre varias coisas, sobre a vida, pessoal, profissional, só essa parte de blog mais que eu acesso, agora fora isso, pouquíssimo mesmo... Agora eu não tenho o costume de acessar o blog da novela Passione, da Viver a Vida. Nem sei como acessa, não me interessa muito por essa parte.

Estas mesmas entrevistadas acessaram o *blog* “Sonhos de Luciana” por curiosidade, para confirmar se existia mesmo. Porém não se tornaram assíduas, embora aprovassem a ideia, considerando ser uma boa divulgação da novela e da proposta da mesma – a conscientização a respeito dos cadeirantes.

[...] eu acessei esses dias e ele ainda tá no ar, e eu achei que foi muito legal essa coisa da ficção, montar o blog da Luciana, e aquilo podia ter existido só na novela, e não, quando a gente foi procurar existia um blog da Luciana personagem mesmo e eu achei aquilo muito legal e realmente tem posts lá nesse blog de pessoas que passaram pelo mesmo problema. Eu pensei: poxa que legal, legal pra caramba isso daí, porque podia ser uma coisa que ficasse só na ficção, você poderia dar uma busca lá e não encontrar nada. Mas realmente existia, e acho que aquilo levou as pessoas a se comunicarem muito mais, as pessoas desse núcleo, a se comunicarem sobre esse problema, então eu achei muito legal essa coisa do blog da Luciana, e ele ainda tá no ar.

A idéia de construir um blog para a personagem Luciana foi, na minha opinião, importante para discutir o problema enfrentado por ela e ao mesmo tempo se transformou em um meio de contato com a vida particular dela, além do que a televisão permite. Não podemos conversar com o personagem pela televisão, somente assisti-lo, e o blog ofereceu aos telespectadores a possibilidade de conversar com a Luciana, trocar opiniões e mostrou-se como um excelente meio de mobilização social para a causa dos deficientes físicos em geral [...] O que mais gostei foi o link “Blogs Bacanas” que reúne uma gama de blogs relacionado ao tetraplégico, uma oportunidade de reunir pessoas de diversas regiões para discutir e trocar experiências.

Indagadas sobre aspectos técnicos do *blog*, as entrevistadas mais habituadas à tecnologia fazem uma avaliação positiva em termos estéticos e de acessibilidade, mas sem deixar de lado a personagem.

O blog “Sonhos da Luciana” é bem interativo, apresenta um visual limpo e demonstra a personalidade da personagem. Parece mesmo que estamos conversando com uma pessoa real. Vemos como é seu dia-a-dia, suas dificuldades como deficiente física e compartilhamos seus sentimentos. Quanto à funcionalidade, o blog é fácil de usar, seus posts são bem visuais e os links disponíveis facilitam o acesso aos demais conteúdos que não aparecem na página. [...] É dinâmico, educativo e simples. Esta estrutura do blog auxilia na organização da leitura, as diversas opções de tags direciona ao que realmente interessa ler. O layout é alegre, apresenta uma idéia de esperança, com símbolos, desenhos, flores, cores que são delicadas e femininas. Estas formas descritas anteriormente, faz uma alusão imediata com o título do blog: A esperança de uma mulher em ser feliz mesmo com suas novas limitações.

No aspecto do consumo, embora reconheçam e utilizem a Internet como fonte de informações e até forma de aquisição, o conhecimento do produto, o primeiro contato ainda é por meio de propaganda televisiva. Na Internet buscam informações mais detalhadas, complementares sobre os produtos novos, recém- lançados, ou com características específicas.

Considerações finais

Retomando os questionamentos colocados ao longo desta reflexão, verificamos que ter acesso às novidades tecnológicas de certa forma representa um motivo de distinção, principalmente pelas mulheres com mais idade. Neste sentido, recorro à Wolton (2003, p. 87) quando enfatiza que é preciso “não confundir novas técnicas e nova cultura”, lembrando que os novos suportes facilitam “uma expressão cultural e de linguagens ainda em gestão, mas ainda é muito cedo para saber se serão finalmente uma ruptura cultural importante”. O que se produz neste ambiente atravessado pelas tecnologias é um tipo de informação que leva à “especialização de conhecimento”, que “tem origem em uma mudança sociocultural mais vasta que, em uns cinquenta anos, conduziu a uma mudança de representações da realidade” (WOLTON, 2003, p. 91). Uma informação que é construída, para o que necessita de competência por parte do receptor, por exemplo, para que o uso

da Internet vá além do envio de mensagens.

Aproximando-se mais do foco do estudo aqui comentado, a recepção do *blog* “Sonhos de Luciana”, ficou claro que temos diferentes públicos para diferentes plataformas e mesmo em se tratando de públicos mais interessados no blog, não há uma ampliação do universo ficcional significativa. Pelo contrário, as frequentadoras do blog usam os posts publicados para reportarem-se as suas próprias vidas, ou de conhecidos. O blog funcionando quase como uma catarse, um espaço de exposição de um sofrimento até então, por algumas, contido.

Estas descobertas nos levam a concordar com Wolton (2003, p. 83) quando afirma que a televisão e de uma forma mais geral o rádio e a imprensa dependem de uma lógica da oferta, enquanto as novas mídias de uma lógica da demanda e, para que esta demanda ocorra, as dimensões psicológicas são essenciais, pois estas tecnologias vêm ao encontro do profundo movimento de individualização de nossa sociedade.

Wolton (2003, p. 95) problematiza o acesso aos novos serviços de informação que, aparentemente “coloca no centro o indivíduo e a democracia”, visando ser um meio de conhecer a realidade e de agir, ficando a justificativa real “mais do lado do conhecimento-ação do que do lado da democracia”. Nesta concepção, “o pagamento pela informação será indissociável destes novos serviços”, levando ao risco real “de desenvolvimento de uma concepção menos democrática da informação tendo por base uma especialização por nível de conhecimento e capacidade financeira” (WOLTON, *idem*).

Os aspectos explicitados pelas entrevistadas nos levam à refletir sobre as implicações do incentivo à construção de um hábito que, ao exigir um dispêndio financeiro, pode pressionar ainda mais o orçamento destas mulheres, reforçando a exclusão do diálogo em uma sociedade que cada vez mais faz da tecnologia um meio e tema de ‘conversa’.

Na prática verificamos que para o usufruto das possibilidades tecnológicas, e Wolton (2003, p. 103) também fala sobre isso, é preciso tempo: para se falar, para se compreender, para ler um jornal ou um livro, para ver um filme, “independente” das questões de deslocamento. Um “tempo” cada vez mais escasso no dia-a-dia atribulado de mulheres que têm sob sua responsabilidade os afazeres domésticos, a educação dos filhos e, via de regra, atividades profissionais. Com relação às novidades tecnológicas, o impacto no cotidiano destas mulheres se dá mais no sentido de uma demanda social-operacional – cadastramento, consultas, informações – do que de inserção por ampliação do conhecimento, construção de novos hábitos.

Referências bibliográficas

BACCEGA, Maria Ap. *Comunicação e linguagem - discursos e ciência*. São Paulo: Moderna, 1998.

BERGER, C. “De São Paulo a Madrid. Das mediações à midiatização”. *Revista Mediaciones Sociales*, no.2, primer semestre 2008. Madrid: Universidad Complutense.

BUONANNO, Milly. “Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. Para uma nova teoria crítica dos fluxos televisivos internacionais”. In LOPES, Maria Immacolata V. de (org.). *Telenovela – internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.

CANDIDO, Antonio; ROSENFELD, Anatol; PRADO, Décio de Almeida e GOMES, Paulo Emílio Salles. **A personagem de ficção**. Perspectiva: São Paulo. 1985.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. A Era da informação: economia, sociedade e cultura – vol 2. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

FIGUEROA, Alexandre e FECHINE, Yvana. “Produção ficcional brasileira no ambiente de convergência: experiências sinalizadoras a partir do Núcleo Guel Arraes” In LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Globo Universidade, 2009.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 1997.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11ª. Edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IGARZA, Roberto. *Nuevos médios – estrategias de convergência*. Buenos Aires: La Crujia, 2008.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Ficção televisiva e identidade cultural da nação. *Revista Alceu*, v. 10, no. 20, jan/jun. 2010, pp. 5-15.

LOPES, Maria Immacolata V. de. *Telenovela*. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTIN-BARBERO, Jesús. “Técnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século” In MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América “Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social” In SOUSA, Mauro Wilton de (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995.

MARTIN-BARBERO, Jesús e REY German. *Os exercícios do ver – hegemonia áudio visual e ficção televisiva*. São Paulo: SENAC, 2001.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi e REDONDO, Léo Vitor Alves. Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital. *Matrizes*, Ano 3, nº 1 ago./dez., 2009.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. “Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos” In MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1998

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

