

André Gustavo de Paula **EDUARDO**
Universidade Estadual Paulista – Brasil

Sobre o encanto das mídias e a ficção do cotidiano

Sobre el encantamiento de los
media y la ficción del cotidiano

On the spell of the media
and the everyday fiction

Resenha de:

BULHÕES, Marcelo Magalhães.

A ficção na mídia: um curso sobre
as narrativas dos meios audiovisuais.

São Paulo: Ática, 2009, 136 p.

ISBN: 978-85-08-12543-2

Recebida em: 30 mai. 2011

Aceita em: 17 dez. 2011

André Gustavo de Paula Eduardo é graduado em
Comunicação Social – Jornalismo e mestrando em
Comunicação pela UNESP.

Contato: agpe13@yahoo.com.br

Seria cabível a afirmação de que nosso cotidiano, nossa vida social, em boa medida traz em si um processo de espelhamento nas mídias de massa – a TV, o cinema, a rádio, bem como os videogames ou a internet? Ou ainda: seríamos nós, em certo nível, “pautados” por esses meios, que até outrora se nutriam da “vida real” e agora preenchem nosso dia-a-dia como parte ativa dele?

São questões levantadas pela leitura de “A ficção na mídia”, de Marcelo Magalhães Bulhões. Numa obra curta, pequeno “curso sobre as narrativas dos meios audiovisuais”, as questões fundamentais surgem emergencialmente: o que seria a ficção? Até que ponto ela passou a se agregar a nossa rotina? Como entram os conceitos narrativos, espaço, tempo, nesse contexto? De início, o autor se defende contra possíveis e fáceis acusações de “presunção”, dado o título, talvez um tanto genérico, e bastante abrangente: “Afinal, como dar conta, em um volume sucinto, da diversidade e da extensão de um tema que se condensa sob o nome de ‘A ficção nas mídias’”? (Bulhões, 2009, p. 8) Mas logo fica claro que a intenção não é abarcar o assunto, mas justamente poder estendê-lo a um público maior, para além de estudantes de comunicação. É antes uma espécie de nota introdutória, naturalmente eivada de conceituações fundamentais sobre os assuntos referentes às tais “ficções”.

Assim, temos um pressuposto básico de que vivemos cercados (e talvez controlados) por formas narrativas, em praticamente todas as instâncias de nossa vida diária, seja em nosso contato com o trabalho, com nossos estudos, em situações de consumo, e mais ainda quando da fruição direta com algum meio de comunicação. Não apenas quando assistimos uma telenovela, ou quando acompanhamos um videoclipe; mas também ao comprar um jornal, ou no ato de viver e acompanhar a propaganda e publicidade maciça que nos invade de toda parte – nela sempre há um caso, um conto, uma história, personagens, heróis. Há uma narrativa, com algum fim, com alguma moral, seja a pasta de dente a dizer “compre, tenha dentes bonitos e conquiste o amor de sua vida”, ou os carros que insinuam uma história épica de aventuras, vitórias, heroísmo. É o que Bulhões chama de “O chantilly do cotidiano”, essa vivacidade implícita nas mídias diversas, que parece influir e pautar a nossa própria vida.

Trata-se de um ponto de partida essencial. Afinal, toda a literatura, a música, a ópera, o teatro, as artes plásticas em geral, sempre tiveram como inspiração a nossa “existência factual”, aquilo que trivialmente assumimos como nossa “realidade”, sem perder muito tempo em questões metafísicas ou de ordem especulativa sobre “o que é e o que não é o real”. A arte sempre bebeu da realidade, dos fatos, do que captamos em

nossa existência e transfiguramos para “algo além”, algo “sublimado”, sejam os sonetos de Petrarca e sua musa Laura, a inspiradora; ou o povo português e sua alma, representados em “Os Lusíadas”, de Camões, numa epopéia renascentista. Ou as lendas germânicas que deram motivos às óperas de Wagner, ou a busca da compreensão psicológica do homem que se cristalizou de maneira inquebrantável nas peças de William Shakespeare. Pois que a ficção, antes oriunda de nossa “realidade”, parece agora ter outro papel – o de tocar a mesma realidade, acariciá-la, flertar com ela, e exigir também algo em troca. Num processo que teve ímpeto com a ampla circulação de jornais, no século XIX, e se consagrou no século seguinte com o cinematógrafo (após a invenção da fotografia), e com o rádio, a televisão, agora parece mais forte e digno de reflexão, com a presença dos videogames – nos quais o jogador “torna-se” um personagem e ao mesmo tempo o autor de sua história – e mais ainda, o fenômeno na internet.

Ficção e realidade, pois, caminham unidas num processo de alimentação recíproca, uma da outra. A oposição entre ambas, fundamental, não impede essa relação de mútua nutrição, que faz com que boa parte dos processos mediados – pela TV, jornais, internet etc. – sejam com frequência criações ou recriações eivadas de elementos ficcionais, com uma narrativa própria, às vezes escancaradamente ficcional. Pode ser o caso, por exemplo, de uma partida de futebol – vista no estádio, talvez uma disputa maçante, sem brilho; da TV, um jogo emocionante, com narração enérgica, com seus heróis e vilões, com o brilho da edição a focalizar lances isolados e tentar resgatar alguma beleza, e também as devidas omissões que poderiam comprometer o espetáculo.

A relevância de “A ficção na mídia” caminha nesse sentido – nosso mundo é um imenso espetáculo, e nele somos também ora atores, ora roteiristas, ora diretores. No cinema da vida na sociedade de consumo “sub-repticiamente, o ficcional-imaginário-devaneante, esse “*crème de la crème*”, se infiltra no campo das exigências da vida concreta” (p. 21).

Para sua análise, o autor levanta o debate sobre a “verossimilhança”, já tão antiga e sempre atual. Daí, uma discussão sobre o “mito”, sobre as lendas e os contos populares, a evolução até formas mais modernas, como o romance, e a chegada do século XIX, os espetáculos com afinidades com o teatro – como os *vaudevilles* –, ou os folhetins, gênero em matrimônio com a imprensa que ganhava força em pleno desenrolar da Revolução Industrial. Muito do *vaudeville* e também dos melodramas estariam presentes no Cinema, arte nascente, filha de Lumière e apadrinhada pelo mago

Mèlies. Com o cinema, num processo incessante de evolução dos truques de Mèlies ao 3D – explorado recentemente em filmes como “Avatar”, de linguagem e narrativa teorizadas e postas em prática pelo americano D. W. Griffith, ou de outra forma, pelo russo Eisenstein, teríamos um milagre antigo de uma arte que uniria elementos de diversas outras, acessível a um vastíssimo público, e de imensa capacidade de influência sobre grande número de pessoas.

Mas não paramos por aí. Em dado momento, “A ficção na mídia” dá espaço a um processo “extremo” de simbiose entre o expectador e a ficção: os *games*. Neles, quem faz a história é quem a joga, quem adentra seu universo, quem atravessa as fases, que começa sem nada e termina como herói, um simulacro da vida ou daquilo que pretendemos em nossa existência.

Assim caminha “A ficção na mídia”, livro de leitura simples, recheado de exemplos, dedicado a um público amplo, certamente não apenas estudantes mas todo aquele que possui certo anelo em entender como nossas relações com as mídias, esse rolo compressor onipresente, possuem diversas nuances, não raro nos trazendo inspirações e modelos de vida mas comumente nos incluindo nelas, tornando cada vez mais necessária a discussão sobre seu papel, seu impacto sobre nós, e sua relevância num futuro no qual as novas tecnologias, bem como novas ferramentas da internet – *twitter*, sites de relacionamentos, a blogosfera, o *youtube* – se proliferam e ampliam esse processo, objeto de reflexão no livro de Marcelo Bulhões.