

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO**

**CCE – Coordenação Central de Extensão**

**Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais**

**Prof<sup>as</sup>:** Rosália Duarte, Rita Leal, Ilana Eleá

**Discente:** Flávia Barroso de Mello

[fbmcom@hotmail.com](mailto:fbmcom@hotmail.com)

Resumo 03 - abril/ 2008.1

**RESENHA CRÍTICA<sup>1</sup>**

SILVERSTONE, Roger. *A Textura da Experiência*. In POR QUE ESTUDAR A MÍDIA? Ed. Loyola. São Paulo, 2002, cap 1, p.11-32.

Em “A Textura da Experiência”, Roger Silverstone apresenta a noção central em que norteará sua análise para responder à pergunta que dá título ao livro – “Por que estudar a mídia?”.

Silverstone propõe seu estudo a partir da noção de Isaiah Berlin, que entende a mídia como parte da “textura geral da experiência”, ou seja, como parte das experiências do cotidiano. Sua análise da mídia parte, assim, da ordinariedade das experiências cotidianas, onde se fundamenta o senso comum.

Em contraposição à tradicional Escola de Frankfurt, que entende o processo midiático como alienação e privação de senso crítico, para Silverstone a mídia não é uma força desencarnada que opera contra nós, mas ela é parte de uma realidade da qual participamos, ela depende do senso comum, o reproduz mas também o explora e distorce. Através da mídia, somos expostos aos sentidos comuns e às culturas dos outros e, assim, construímos nossa identidade. Por isso, estudar a mídia é entender sua contribuição para a “textura geral da experiência”.

Para tanto, Silverstone propõe alguns conceitos base, que ora conversam, convergem ou divergem de teorias clássicas e modernas dos estudos da mídia:

---

<sup>1</sup> O texto se configura como parte da terceira atividade proposta aos alunos no curso de Especialização em Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais, turma 2008.1.

- A mídia é um processo politicamente econômico, onde instituições cada vez mais globais dominam e controlam os discursos.
- Há que se observar as tensões constantes entre o tecnológico, o industrial e o social, uma vez que há poucas linhas diretas de causa e efeito no estudo da mídia.
- A mídia é reflexiva: através dela, o mundo é apresentado e representado, repetida e interminavelmente.
- A mídia nos transcende espacialmente: nos movemos de um ambiente midiático para outro, estando em mais de um lugar ao mesmo tempo, nos deslocando entre espaços privados e públicos, locais e globais, reais e ficcionais.
- As experiências midiáticas são individuais, apesar de se passarem em espaços compartilhados.
- Circulamos em diferentes espaços midiáticos, dentro e fora deles, não somente como expectadores, mas como atores em seus infinitos fluxos de representação. A mídia é o cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele, idéia oposta ao “espaço de fluxos”, proposto por Manuel Castells, onde o espaço é instável e deslocado das vidas que são vividas em espaços reais.

Mas, não há validade nas afirmações acima se não reconhecermos a realidade das experiências. Para o autor, as experiências são reais, mesmo as experiências midiáticas, uma vez que não só nos movemos nos espaços midiáticos, tanto na realidade como na imaginação, mas também respondemos à mídia individual e socialmente, segundo nosso grupo social, sexo, idade, classe, etnia, nacionalidade. As experiências, tanto mediadas como as da mídia, surgem na interface do corpo e da psique, e se exprimem nos discursos do cotidiano, tanto nas narrativas formais da mídia quanto em nossas histórias do dia-a-dia.

Em oposição à grande parte do pensamento pós-moderno, para o qual nosso mundo é exclusivamente construído de imagens e simulacros e a mídia se torna a medida de todas as coisas, Silverstone defende que é na relação de interdependência entre os discursos da mídia e do cotidiano, é nos discursos sociais que rodeiam a experiência, que realizamos

juízos e distinções. A mídia nos apresenta o outro como espelho e nos ajuda a construir e defender distâncias e conexões. Por isso, para Silverstone, é preciso estudar a mídia.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.