

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

CCE – Coordenação Central de Extensão

Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais

Prof^{as}: Rosália Duarte, Rita Leal, Ilana Eleá

Discente: Slavisa Lamounier

slavisa@bol.com.br

Resumo 03 - abril/ 2008.1

RESENHA CRÍTICA¹

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

A TEXTURA DA EXPERIÊNCIA – Roger Silverstone

“A experiência, tanto mediada como a da mídia, surge na interface do corpo e da psique. Esta, claro, se exprime no social e nos discursos, na fala e nas histórias da vida cotidiana, em que o social está sendo constantemente reproduzido” (Silverstone, p.30)

ROGER SILVERSTONE, professor de mídia e comunicações na **London School of Economics and Political Science**, autor de livros como *Framing Science* (1985) e *Television and Everyday Life* (1994), traz em **POR QUE ESTUDAR A MÍDIA?**, uma reflexão sobre a participação da mídia em nossa vida social e cultural contemporânea.

Em seu primeiro capítulo, *A textura da experiência*, Silverstone toma como ponto de partida para entender a importância em estudar a mídia na sociedade contemporânea, a EXPERIÊNCIA.

De acordo com o autor, a experiência deve ser reconhecida como uma realidade pertinente à vida humana. Elas são reais, expressas através de AÇÕES.

Agimos diariamente frente a intervenções da mídia seja para nos entreter, informar, persuadir, dialogar, concordar, refletir ou copiar. Experimentamos através de ações quando interagimos com os meios de comunicação, seja direta ou indiretamente; seja utilizando-os ou observando-os.

A mídia na sociedade contemporânea tornou-se fundamental. Convivemos com uma avalanche de informações que invade nossas casas através da televisão, jornais, revistas, rádio ou publicidade; através do bate papo na esquina, nos bares ou na rua; através do celular, do *chat* ou do *msn*. Hoje em dia, não conseguimos mais sair de casa sem o celular ou nossa agenda eletrônica; não entendemos como gerações anteriores conseguiram por tanto tempo conviver sem a Internet e sua rapidez no processamento de conteúdos. Essa realidade, como o próprio autor nos faz pensar, nós todos já sabemos.

¹ 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 essa consciência coletiva do papel da mídia na sociedade contemporânea, Silverstone chama de **SENSO COMUM**: uma expressão e uma pré-condição da experiência.

Navegamos entre espaços individuais e coletivos o tempo todo. Ao ligar a TV, por exemplo, somos capazes – apesar de estarmos em um espaço físico individual – de interagir com o espaço coletivo, mediado pela tela da televisão que nos informa, nos entretém e nos permite dialogar (com o vizinho, com um familiar ou ao telefone). Essa realidade cotidiana provocada pela mídia “fornece critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum”.

O senso comum (o que sabemos sobre o nosso papel na sociedade e a mídia) é segundo o autor, o que nos capacita mediar com diferentes culturas e identidades.

“A mídia depende do senso comum. Ela o reproduz, recorre a ele, mas também o explora e distorce”.(p.21)

É através do senso comum que somos capazes de partilhar nossas vidas com os outros, interagir com outras identidades, outras culturas, distingui-las e compreendê-las.

Cada um de nós, ao entrar em contato com uma mensagem, a interpretamos de acordo com nossa história, nossos valores, credos, idéias, enfim, de acordo com o que acreditamos. Passamos por uma experiência, uma ação, uma atividade, através da qual nos envolvemos com o mundo social, contribuindo para nele nos posicionarmos e agirmos. Assimilamos a idéia inicial dentro do contexto de vida em que nos identificamos, e nos envolvemos transmitindo nosso ponto de vista sobre a informação que recebemos, formulando um sentido e construindo uma experiência mediada.

Vivemos em um mundo que em parte construímos e que se baseia na experiência. Essa experiência através da ação produz uma rede de significados, que depende desta nossa participação para formar a sociedade em que vivemos. Essa circulação de significados é transformativa no processo de construção da realidade – recebemos a mensagem midiática (uma notícia, por exemplo) que representa um aspecto da realidade e através de nossa interação com ela (nossas experiências no processo de construção do sentido), construímos novas realidades, novos referentes. Silverstone chama esse processo de **MEDIAÇÃO**.

Tentando responder a pergunta que encabeça o livro, “Por que estudar a mídia?”, Silverstone finaliza o capítulo sobre *A textura da experiência* refletindo sobre o papel do inconsciente. Segundo ele, a experiência não se resume ao senso comum, à performance corporal e à reflexão. De acordo com seu argumento, “o inconsciente oferece uma via para dentro de territórios ocultos da mente e do significado” (p.30). Deste modo, a experiência, mediada e da mídia, acontece entre corpo e mente, através dos discursos, das histórias, das interlocuções, produzindo e reproduzindo a vida social em uma rede de significados, na construção de sentidos e na escolha de ações.

A mídia se apresenta para Silverstone, como ponto central para a experiência humana. Através de seu estudo, a sociedade seria capaz de criar uma consciência crítico-reflexiva

sobre os meios de comunicação, suas intervenções sócio-culturais e o papel do cidadão dentro da sociedade contemporânea e globalizada.

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.