

Roger Silverstone

15 de Junho de 1945 – 16 de Julho de 2006



Anabela de Sousa Lopes
Escola Superior de Comunicação Social

Excelência, dedicação, inovação, entusiasmo, generosidade. Estas cinco palavras, pelo menos, ficarão indubitavelmente ligadas à personalidade e obra de Roger Silverstone, falecido aos 61 anos.

Silverstone afirmava que os seus interesses na investigação e no ensino tinham sido sempre, “infelizmente”, muito variados; passavam pelo campo das narrativas mediáticas, fixavam-se na área da utilização dos chamados novos média e expandiam-se na abordagem da relação entre média, tecnologia e mudança social. Mas o fundador do Departamento de Média e Comunicação da prestigiada *London School of Economics and Political Science* (LSE), e ex-Professor das Universidades de Brunel e de Sussex, admitia, no entanto, que o seu percurso rico e variado lhe permitia compreender de forma mais clara determinadas realidades, nomeadamente a da televisão, onde trabalhou alguns anos, após ter-se licenciado em Geografia. Esse foi também o meio de comunicação escolhido como objecto da sua tese de doutoramento em Sociologia, na LSE. *The Television Message as Social Object* foi premiada em 1980 pela Universidade de Londres e publicada em 1981 com o título *The Message of Television: Myth and Narrative in Contemporary Culture*.

De entre as várias obras publicadas, *Why Study the Media?* (1999) destaca-se pela análise profunda da importância dos média na construção das democracias, das comunidades e do quotidiano. Já em 1994, ao eleger a televisão como o mais importante mediador de todos os meios de comunicação social, no livro *Television and Everyday Life*, Roger Silverstone tinha estabelecido a ligação desse

média com o conceito de dia-a-dia, que sempre o entusiasmou porque, dizia, “nos desafia a olhar para o que está sempre lá, mas que se move quase sem percebermos”.

Ancorada na vivência do quotidiano está a esfera doméstica. Para o investigador inglês, este espaço é sempre especialmente apetecível para estudar, não apenas a TV, mas outros meios e, acima de tudo, é um contexto complexo para analisar a codificação e descodificação das mensagens mediáticas, tendo em conta as interações familiares e as características dos próprios meios que, em conjunto, concorrem para a construção individual e colectiva da realidade. O seu gosto pelo trabalho em equipa traduziu-se, neste âmbito, na publicação do livro *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces* (Routledge, 1992), que editou com Eric Hirsch. O quotidiano aparece como vector para analisar de que forma a vida do cidadão comum sofre alterações com a chegada de um novo dispositivo tecnológico, quer se trate do computador (Leslie Haddon), do telefone (Diane Zimmerman Umble), ou da televisão (Ien Ang). O poder dos média desenvolve-se nos interstícios do dia-a-dia dos seus utilizadores e essa assumpção é, segundo Silverstone, fundamental para desmontar os mecanismos de actuação nas diversas áreas das sociedades contemporâneas.

Na sua perspectiva, domesticação seria uma metáfora útil para dar conta do movimento bidireccional que se desenvolve na relação homem-tecnologia, isto é; o homem domestica as tecnologias, mas estas também domesticam o homem. Não se trata, portanto, de imprimir a esta equação alguma fobia ou reminiscência de alegada escravatura humana operada pela técnica. O conceito é considerado adequado para enfatizar que tal como a introdução de um média sempre provocou alterações na vida das pessoas, elas nunca deixaram de utilizar os meios de comunicação de acordo com os seus interesses e necessidades.

O Director do Curso de Doutoramento da LSE tinha um gosto particular pela troca de ideias e os seminários que organizava eram normalmente marcados por acesos e estimulantes debates com especialistas da área da Comunicação, e não só, procurando sempre a fundamentação bem alicerçada dos pontos de vista apresentados. Cada convidado estava sujeito à interpelação dos doutorandos e do próprio Silverstone – assim como criticava abertamente certas opções de pesquisa ou reflexões sobre produção empírica, modestamente afirmava pouco saber sobre determinados assuntos.

Consciente das mutações rápidas das relações entre os indivíduos e as tecnologias da comunicação e da informação, questionava a perenidade de pesquisas desenvolvidas, até por si próprio, segundo coordenadas cuja validade seria pouco dilatada no tempo. Embora reconhecesse a importância dos estudos empíricos e tivesse coordenado projectos internacionais interdisciplinares, como o

European Media Technology and Everyday Life Network (EMTEL) que integrou sete centros de pesquisa europeus, afirmava, veementemente, ser acima de tudo um teórico do campo dos Média e Comunicação, sublinhando assim a importância da reflexão teórica, tantas vezes ofuscada por dados resultantes de pesquisa empírica, apresentados como ponto de chegada e não ponto de partida para a problematização aprofundada dos assuntos em causa.

Uma das convicções apresentadas por Silverstone decorre das várias investigações que realizou; traduz-se na ideia de que mais importante do que a transmissão da informação é a forma como a comunicação se processa nas sociedades contemporâneas. Dizer-se que vivemos na era da informação não espelha, completamente, a complexidade das interações sociais e o papel do indivíduo como ser comunicante inserido num conjunto vasto de redes de informação. Assim, Silverstone defendia que deveríamos colocar o C antes do I – Tecnologias da Comunicação e Informação, em vez de Tecnologias da Informação e Comunicação.

O seu último livro – *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis* (Setembro de 2006) – é o mais político de todos e desenvolve algumas ideias centrais da obra *Why Study the Media?*. A influência de pensadores como Hannah Arendt e Emmanuel Levinas sustenta a sua preocupação pelo aspecto moral da mediação. Se a leitura da realidade está substancialmente enquadrada pelos média, eles detêm um alto grau de responsabilidade na construção da visão do “outro”; o perigo é a perda de capacidade dos seres humanos para respeitar e compreender o “outro”, especialmente o “outro” que só é conhecido através dos média.

Ainda que entusiasta das potencialidades tecnológicas, não seria por acaso que Roger Silverstone se definia como “um homem de comunicação olhos nos olhos”...