

O progresso da indiferenciação nos *media* modernos

António Machuco Rosa

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Introdução

Procuraremos aqui sustentar a tese de que a evolução dos meios de comunicação, desde a imprensa no século XVII até aos actuais *media* assente na Internet, pode ser caracterizada, nas suas linhas gerais, como uma tendência para uma indiferenciação cada vez maior. Esse processo decorre da indiferenciação social característica das sociedades modernas, torna-se endógeno aos *media* e acaba, por sua vez, por acelerar a indiferenciação generalizada a que actualmente se assiste. A *indiferenciação* designa a progressiva abolição das diferenças no espaço e no tempo. Essas diferenças são, em primeiro lugar, as diferenças no espaço e no tempo dotados de uma métrica. Assim, por exemplo, e como referiremos mais abaixo, o advento da rádio significou uma maior homogeneidade e continuidade no espaço e no tempo do que a associada à imprensa periódica. Em segundo lugar, as diferenças que tendem a indiferenciar-se são as *posições*. Essa indiferenciação também se dá no tempo, mas num tempo que não possui necessariamente uma métrica natural. Trata-se de uma estrutura em que duas posições usualmente bem diferenciadas se tornam progressivamente intercambiáveis, tal que aquilo que se pode dizer de uma delas se pode, com o decorrer do tempo, dizer também da outra. A indiferenciação significa que, de um ponto de vista teórico, as duas posições se fundem. Será essa a nossa ideia guia: mostrar, em particular, como as posições de emissor e receptor, produtor e consumidor, etc., se foram progressivamente indiferenciado, fundindo, sendo nos novos *media* em rede que esse processo se incrementa decisivamente.

Essa tendência indiferenciadora é o traço comum ao movimento histórico que analisaremos. Ele testemunha uma continuidade profunda entre os meios de comunicação clássicos – imprensa, rádio, televisão – e os meios assentes na Internet. Veremos mesmo como a tendência para a indiferenciação se verifica dentro da evolução histórica de cada um desses meios, e como ela se verifica igualmente na transição de um *médium* para outro. Tal não significa que os novos *media* não representem também uma descontinuidade por relação aos meios clássicos. Como mostrámos em detalhe noutra local, factores tecnológicos, económicos e oriundos da

regulação governamental permitem ver até que ponto os novos *media* constituem uma revolução nos meios de comunicação.¹ Contudo, do ponto de vista mais especificamente social, a continuidade entre os diversos meios que historicamente se sucederam uns aos outros é profunda. É sobretudo essa continuidade indiferenciadora que aqui procuraremos ilustrar.

Os primórdios da imprensa

A emergência, na Europa dos séculos XVI e XVII, de uma imprensa já com alguma periodicidade, prosseguiu uma orientação que já vinha das redes de informação manuscritas até então existentes. São exemplos dessas redes os *avvisi* que a casa de mercadores Függer utilizava como rede de troca de informação entre as diversas praças comerciais longínquas em que ela estava estabelecida. Outros exemplos eram as múltiplas *newsletters*, *nouvelles à la main*, *avisos* e *gazetas*.² Todo esse género de publicações manuscritas eram essencialmente instrumentos de informação versando sobre preços em mercados distantes, letras de crédito, informações sobre chegadas de navios com bens de consumo, etc. Circulavam ponto a ponto e elas próprias eram ocasionalmente objecto de transacções comerciais. Não eram instrumentos de comunicação no sentido de colocarem dois ou mais indivíduos face a face e apenas interagindo através dessa comunicação; eram apenas meios para fins ulteriores e objectivos que consistiam no desenrolar eficaz da actividade comercial. Aquilo que era apenas um *meio* para um outro fim não se tinha ele próprio convertido num fim em si mesmo.

Esse tipo de ‘publicações’ é como que duplicado por *avvisi*, *relações*, *corantos* e *gazetas* já difundidas sob forma impressa e não apenas escritos à mão. Essas publicações formavam redes, no sentido em que o seu conteúdo era quase integralmente constituído por tradução de notícias do estrangeiro. É nesse contexto que, impresso por N. Butter, surge em 1624 aquele que talvez possa ser considerado o primeiro jornal inglês verdadeiramente periódico, com o título *Corante, or weekly newes from Italy, Germany, Hungary, Poland, Bohemia, France and the Low Countreys*.³ As suas notícias continuavam maioritariamente a ser traduções de outras publicações, continuavam a focar assuntos de natureza comercial, mas agora também – e este é o segundo grande tema que se encontra nas publicações do

¹ Cf. Machuco Rosa, 2008, onde se desenvolvem com mais detalhe alguns dos argumentos aqui expostos.

² Uma análise sumária dessas publicações pode encontrar-se em Quintero, 1996.

³ Para uma recensão dos primeiros periódicos ingleses, cf. Dahl, 1952.

período que vai até aos finais do século XVII – notícias do estrangeiro sobre as guerras em curso. Quer no que respeita às notícias sobre os mercados internacionais quer no que respeita a outras notícias vindas do estrangeiro, tem-se agora aqui primeiro e claro exemplo das duas dimensões da *diferença*: a diferença no espaço entre a fonte e o destino da informação, por um lado, e a diferença no tempo associada à lentidão e pouca frequência da troca de informação, por outro.

É nessa altura que, quase que simultaneamente em diversos países da Europa, surge o modelo das *Gazetas* já definitivamente periódicas. Foi o caso da *Gazette* francesa, criada em 1631, e que passa a dar crescente importância às notícias relacionadas com a corte. Ela marca a diferença da posição simbólica destacada do rei, envolvendo a acentuada diferença no espaço e no tempo entre a corte e os restantes corpos sociais. Numa veia similar, surgiu em Lisboa a *Gazeta Em que Se Relatam as Novas Todas que Houve Nesta Corte e que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641*. Em Inglaterra, surge em 1645 o *Mercurius Aulicus* com o objectivo de ‘comunicar o saber e os assuntos da corte’, após o que nasce em 1665 a *Oxford Gazette*, que no ano seguinte se torna a *London Gazette*, gazeta também maioritariamente preenchida com notícias do estrangeiro e da corte. De novo, a identidade temática das gazetas desdobra-se nas diferenças espacio-temporais ligadas às notícias do estrangeiro lentamente debitadas, bem como à posição simbólica diferenciada do rei e da corte.

Um primeiro movimento indiferenciador da imprensa ocorreu com advento da imprensa inglesa do início do século XVIII, parte integrante daquilo que J. Habermas chamou a emergência da esfera pública.⁴ Os melhores exemplos são fornecidos por títulos como o *Tatler* e o *Spectator*. Enquanto a anterior imprensa acentuava as notícias vindas do estrangeiro e as emanadas do rei, os novos títulos exibiam a galanteria, o prazer e o entretenimento através de notícias originadas no cada vez maior número de cafés londrinos. Quer o *Spectator* quer o *Tatler*, começaram a descrever costumes sociais relativamente comuns, acabando ambos os periódicos por acentuar conteúdos morais e estimular virtudes sociais como a amizade, a franqueza ou a benevolência. O *Tatler* queria educar os homens políticos, só que, tal como é referido no seu primeiro número, não tanto enquanto detentores do poder mas como pessoas que «estão tão imbuídas de um espírito público ao ponto de negligenciar os seus assuntos pessoais quando cuidam das actividades do Estado.» Colmatando essa reprovável negligência dos homens públicos, e dirigido também ao sexo feminino (*fair sex*), o periódico não «tratará de édictos estrangeiros e

⁴ Cf. Habermas, 1962.

proclamações aborrecidas, mas organizará as matérias que ocorrem por toda esta cidade» sob os tópicos da galanteria e entretenimento, poesia. Finalmente, os conteúdos pertencentes a cada um desses tópicos tinham supostamente origem nas conversas que tinham lugar em três cafés londrinos.

A mudança de orientação em relação à anterior imprensa é perfeitamente nítida. Ela traduz-se no esbatimento das diferenças, decorrente de as notícias passarem agora a ter origem no mundo das interações e sentimentos humanos relativamente comuns, tais como as interações e sentimentos que se formam nas conversas tidas em cafés: interações horizontais e directas entre os indivíduos que nelas estão envolvidos. Noutros termos, transita-se de um regime em que a informação é mero meio para um fim, seja o comércio ou a exibição vertical e simbólica do rei e da corte, para o que se pode designar alternativamente por *comunicação*: processo em que o horizonte dominante é a interação directa entre os homens. As interações não se cingem a notícias do estrangeiro; elas respeitam à exibição moral de cada um perante os seus vizinhos.

Um pouco antes do surgimento dos títulos ingleses, uma orientação similar estava presente no *Mercure Galant*, criado em 1672, em França, por Donné de Visé. O *Mercure* estava redigido sob a forma de uma carta endereçada por uma mulher de Paris a uma outra residindo na província. Significativa diminuição do acentuado gradiente das diferenças tradicionais quando a fonte da notícia é uma mulher e, por assim dizer, se abre como que uma excepção à única verdadeira fonte da publicidade, o rei e as notícias dos grandes e das guerras. A correspondência epistolar é uma modalidade de comunicação intersubjectiva que o *Mercure tornava pública*, isto é, o jornal alargava a um público potencialmente vasto uma experiência intersubjectiva. Nessa medida, o *Mercure* encerra na sua própria estrutura a passagem de uma esfera privada para uma esfera pública foi o traço essencial da evolução da imprensa na transição para o século XVIII.

A ruptura com as publicações tradicionais é assumida logo no início do primeiro número do *Mercure Galant (Le libraire au lecteur)* quando se refere que a destinatária das cartas receberá ‘coisas que as Gazetas não lhe ensinarão’, acrescentando-se:

«Não vos enviarei muitas [novidades] do estrangeiro e do Estado, e apenas vos falarei dessas grandes novidades públicas com as quais se entretêm aqueles que não fazem profissão de as conhecer.»

Estabelecida, a modos que editorialmente, a diferença em relação ao modelo tradicional das *Gazetas*, as novidades versarão ‘os mortos e os casamentos de conveniência’, as ‘novidades da moda que a Província fica encantada em conhecer’,

bem como as aventuras galantes que com frequência ocorrem em Paris. As ‘novidades’ já não são as *novas* em sentido tradicional, mas sim as ‘modas’, o ‘galante’, o ‘sentimental’, as ‘historietas’, as ‘poesias’ destinadas a distrair e elevar; em geral, aquilo que diversos comentadores já na época designavam por ‘frívolo’. De facto, o *Mercure Galant* tinha como função entreter (*amuser*), sendo nesses termos que a publicação estava privilegiada pelo Rei.⁵ Se bem que ainda de forma incipiente, transita-se para um regime de *mediação interna* no qual o modelo de cada um é um outro indivíduo sentido numa condição pouco distante, tal como o modelo da mulher da província era a mulher – já não definitivamente inacessível – de Paris que relata publicamente comportamentos galantes passíveis de serem imitados.⁶

A imprensa industrial

Como é possível demonstrar,⁷ a conjugação de factores tecnológicos, económicos, reguladores e sociais fez emergir durante o século XIX a chamada imprensa industrial. Esse novo tipo de imprensa representou mais um momento do acelerar da indiferenciação por a tecnologia ter permitido um aumento do débito nas tiragens sem paralelo com o que até então tinha ocorrido. Jornalistas como Émile Girardin compreenderam que esse aumento podia criar as condições para um novo modelo económico de exploração dos jornais baseado em preços bastante baixos e que, portanto, poderiam criar um vasto mercado de leitores. Em França, Girardin criou, em 1836, *La Presse*, que ainda era sobretudo vendido por assinatura. Nos Estados Unidos, a tendência para a indiferenciação foi maior, pois não apenas se criaram também jornais baratos (a chamada *penny press*), como eles passaram a ser vendidos na rua a transeuntes anónimos. Por outro lado, a contracção do tempo e do espaço foi igualmente tornada possível pela invenção do telégrafo e do caminho-de-ferro. Essas duas inovações permitiram que notícias que poderiam demorar dois a três dias para circularem num país, puderam passar a ser coligidas e lidas, nalguns casos, no próprio dia de impressão do jornal.

Talvez ainda mais decisivo para o processo de indiferenciação foi o universalismo da imprensa popular do século XIX. É um universalismo que pode ser lido numa espécie de editorial com que o *Diário de Notícias* inaugurava a sua publicação (1864). O jornal deve:

⁵ Cf. Hatin, 1859, p. 403.

⁶ Para a evolução histórica da mediação interna, reenvia-se a um autor que inspirou parte deste texto, René Girard, 1961.

⁷ Cf Machuco Rosa, 2008, para os detalhes.

«Interessar todas as classes, ser acessível a todas as bolsas, e compreensível a todas as inteligências (...). Será um jornal em 'estilo fácil'. 'Eliminando a artigo de fundo, não discute política, nem sustenta polemica'. Regista com a possível verdade todos os acontecimentos, deixando ao leitor, quaisquer que sejam os seus princípios e opiniões, o commenta-los a seu sabor. (...) É pois um jornal de todos e para todos – para pobres e ricos de ambos os sexos e de todas as condições, classes e partidos.»

Este universalismo não se refere essencialmente a uma questão política de regime. Ele atesta sobretudo uma nova condição social que então estava plenamente a emergir. Essa condição social é a 'democracia', mas não a democracia entendida como um tipo de regime político-constitucional que constitui um de entre os regimes políticos possíveis.

Mais do que um regime que certos princípios constitucionais distinguem de outros tipos de regimes, a 'democracia' pode antes ser entendida como um *estado de condição social* universalizável, e no qual a norma social passa cada vez mais a ser aquilo que, na época do surgimento da imprensa popular, Alexis de Tocqueville designava por 'igualdade de condições'.⁸ Essa igualdade compreende-se na sua contraposição à 'desigualdade de condições' característica das sociedades de ordens do Antigo Regime. Nesse tipo de sociedades, anteriores à Revolução Francesa, as desigualdades eram naturais, os indivíduos pertenciam antes de mais a corpos com funções específicas e diferenciadas no seio do corpo social único, e eles mais não eram que um elo da tradição que vinda do passado estabelecia o presente. Essa representação da sociedade como um corpo composto por particularismos diferenciadores desaparece com o advento e progressão histórica da igualdade de condições.⁹ Enquanto que, na desigualdade de condições, as posições (sociais) são anteriores aos indivíduos que necessariamente as ocupam, na igualdade de condições ou democracia os indivíduos são anteriores às posições que eles contingentemente podem vir a ocupar. Nesse sentido, a igualdade de condições é um estado de maior indiferenciação em que, potencialmente, todos os indivíduos são intercambiáveis nas suas posições.

'Potencialmente', sublinhe-se. A igualdade de condições não significa, evidentemente, que todos os indivíduos são efectiva, material e sociologicamente todos iguais, tal como não significa apenas a condição política e jurídica de igualdade perante a lei. A igualdade de condições é mais uma *norma* do que uma

⁸ A igualdade de condições é o ponto nuclear das análises de Tocqueville em *A Democracia na América* (Tocqueville, 1961).

⁹ Cf. Kantorowicz, 2000, para o desenvolvimento clássico do tema.

condição real já plenamente atingida; 'é a *percepção igualitária* da relação social, usualmente hierárquica (pelo menos a julgar pela história humana), pelos actores dessa relação.'¹⁰ Se o senhor obviamente ocupa, na democracia, uma posição social diferente da de um indivíduo que o serve, com o qual ele firma um contrato de prestação de serviços livremente aceite por ambas as partes, o facto, refere Tocqueville, é 'que em cada instante o servidor pode tornar-se senhor e aspira mesmo a sê-lo; portanto, o servidor não é um outro homem que o senhor'.¹¹ As posições diferenciam num certo momento os indivíduos (senhor/servidor, no caso), mas a igualdade de condições significa que, ao longo do tempo, todos eles têm a possibilidade de mudar de posição. Essa possibilidade de indiferenciação ao longo do tempo é a *norma* ou princípio abstracto constitutivo do estado social democrático. Em última análise, a igualdade de condições radica na *semelhança* de todos os homens, na unidade do género humano,¹² a qual traduz verdadeiramente a *autonomia do social*. Não mais a autonomia dos corpos particulares do Antigo Regime, mas a autonomia de todos os homens dada na percepção igualitária que funda as suas relações mútuas. É essa percepção igualitária que estava operando no que anteriormente designámos por universalismo da imprensa do século XIX.

A imprensa de massas atestou, e ao mesmo tempo acelerou, a emergência da autonomia do social normativamente igualitário. Ela pode ser considerada como a *instituição*, no duplo sentido da palavra, dessa autonomia. Noutros termos, a imprensa do século XIX, prolongando um movimento que já vinha do século anterior, estruturou-se como uma nova instituição social *sui generis* que, por um lado, enquanto expressão da autonomia social desligada da sociedade de corpos, – enquanto expressão da presença universal da sociedade a si mesma – está *aquém* das instituições políticas usuais (governo, parlamento, tribunais) e, por outro, está *além* deles na medida em que se auto-instituiu como crítica e denúncia do poder. Novidade histórica absoluta, a imprensa livre surgiu como a derradeira e absoluta das instituições destinada a definitivamente relativizar as instituições tradicionais. Noutros termos, emerge a ideia, bem como o conceito, de *quarto poder*. É um tipo de poder que, originado na sociedade de que ele exprime a autonomia, se instituiu a si mesmo ao se instituir *contra* os outros poderes, a começar pelos poderes constitucionalmente legítimos.

¹⁰ Furet, 1981, p. 31. Somos nós que sublinhamos.

¹¹ Tocqueville, 1961, vol II, p. 252.

¹² Como Tocqueville fez notar, 'foi necessário Jesus-Cristo ter vindo à terra para fazer compreender aos homens que todos os membros da espécie humana era naturalmente semelhantes e iguais', *Ibidem*, p. 29.

Resumindo o percurso histórico da imprensa durante os séculos XVIII e XIX, poder-se-ia afirmar que se ele traduz um processo de indiferenciação, é igualmente verdade que ele teve como consequência o surgimento de *novas diferenças*. Após a consagração definitiva em diversos países das leis de liberdade de expressão (finais do século XIX), a imprensa adquiriu a sua plena autonomia. Traduzindo um movimento social de indiferenciação, as diferenças que ela envolve ao nível do acesso, produção, controlo e distribuição da informação, tornam-se sobretudo endógenas, não estritamente dependentes do poder político. O custo da tecnologia da imprensa tinha atingido valores que tornaram a possibilidade de edição periódica de jornais apenas acessível ao reduzido número de indivíduos capazes de suportarem os altos investimentos iniciais necessários. O modelo de exploração económica daí resultante contribuiu, por sua vez, para que os jornais se tenham tornado organizações. A nova imprensa do século XIX implementou progressivamente a divisão funcional hierárquica existente no jornal visto como uma organização: separação progressiva, de que o *Times de Londres* foi exemplo, entre administração, editor e jornalista. Com a criação de sindicatos (caso da França, em finais do século), a profissão de jornalista institucionaliza-se e vai implicar a responsabilidade editorial hierárquica existente em cada jornal, bem como a responsabilidade perante o quadro legislativo exterior existente. Esse tipo de diferenças das posições de 'produção' *versus* 'consumo' vai subsistir no caso da rádio emitindo em modo de *broadcasting*, sem que no entanto tenha cessado o progresso da indiferenciação.

A rádio

Tal como sucedeu com a imprensa, a emergência da rádio enquanto meio de *broadcasting* pode ser explicada recorrendo à conjugação de factores tecnológicos, económicos, de regulação e sociais. No caso dos Estados Unidos (país decisivo no advento da rádio), a entrada do país na Primeira Grande Guerra significou que a Marinha monopolizou o uso e desenvolvimento da nova tecnologia de transmissão de voz através de ondas hertzianas. A Marinha suspendeu os direitos de patentes possuídos por diversas empresas e indivíduos, e contratou empresas, como a Westinghouse, que se especializaram na produção estandardizada e em massa de dispositivos de recepção ('sets'). Com o final da guerra, o mercado desse tipo de dispositivos não estava completamente formado, mas diversas empresas procuraram activamente criar um mercado para a compra de dispositivos de

recepção cada vez mais simples e mais baratos. Essa estratégia contrastava com a de empresas que procuram explorar o (bastante menos lucrativo) mercado de transmissores caros e complexos.¹³ Contudo, a criação do mercado de receptores dependia do litígio entre as empresas que detinham as diversas patentes necessárias ao fabrico de um dispositivo completo de rádio (sobretudo no caso dos receptores que já tinham começado a assentar na tecnologia do tubo de vácuo). Uma vez mais, a intervenção do governo norte-americano, por intermédio da Marinha, foi crucial. A Marinha conduziu as negociações que levaram à existência de um *pool* comum de patentes, sendo o acordo assim obtido entre empresas como a General Electric e a AT&T que conduziu à formação da RCA, a qual, após diversas peripécias, esteve na origem da primeira *network*, a NBC, em 1926. Finalmente, a actividade reguladora directa por parte do governo consumou-se em 1927 com o *Hoover Act*. Nele ficaram estipuladas as condições essenciais que viriam a regular o uso do espectro electromagnético nos Estados Unidos, em primeiro lugar, e na generalidade dos países ocidentais, décadas depois. O espectro passou a ser considerado um bem público que pode ser temporariamente cedido sob forma de licenças a operadores privados, os quais, alugando tempo de antena, inicialmente, e controlando a publicidade, depois, encontraram neste novo meio de comunicação um modelo comercial viável.

Como já abaixo se referirá, este modelo introduz a *diferenciação de duas posições*, mas um último factor foi necessário para que o *broadcasting* emergisse com suas características modernas. É o factor especificamente *social*. A estratégia económica de empresas que, por volta dos anos vinte do século XX, se lançaram na produção em massa de dispositivos de recepção apenas faz sentido num contexto social em que era grande a procura desse tipo de dispositivos, em especial dos *conteúdos* que eles podiam emitir. Esses conteúdos eram sobretudo *música*. A rádio, enquanto meio de *broadcasting*, estava sob esse aspecto a prolongar o género de utilizações que já tinham anteriormente tido lugar na telefonia com fios. Ainda no século XIX, em Budapeste, Londres, Paris e nos Estados Unidos, foram criados sistemas através dos quais, por assinatura, se escutava música no telefone. Para se compreender completamente como esses sistemas vão evoluir para a emissão em *broadcasting* é necessário ver em que sentido a escuta de música é uma actividade socialmente indiferenciadora.

Nem sempre foi assim e, para não recuar mais no tempo, basta referir que nas sociedade do Antigo Regime, a produção e escuta de música estava sobretudo

¹³ Sobre esses pontos, cf. Barnouw, 1967.

associada, ou a celebrações religiosas ou então à música de corte que era oferecida em salões pelos reis, príncipes e nobres que tinham uma corte. A oferta da execução de peças musicais existia dentro de uma estrutura social em que as posições diferenciadas dos indivíduos lhes preexistiam de forma natural e imutável. A música era uma exibição pública e simbólica dessas diferenças que certos indivíduos concretos estavam destinados a encarnar. A música era uma das formas do senhor 'receber', e fazia parte dessa recepção *entreter* aqueles que eram convidados para a sua corte. Na verdade, o entretenimento retinha ainda parte do seu significado original: no século XVII 'entretenimento' (*entertainment*) estava associado à hospitalidade devida a visitantes.¹⁴ Entretenimento ligava-se então à *diferença* envolvida na deferência perante o outro que é o hóspede, mas ao mesmo tempo estabelecia com ele um *laço* social. Separava e unia. Na corte, a música vai ser uma forma de um senhor manifestar a sua diferença, a sua posição fixa, perante os frequentadores da sua corte que lhe estão ligados. Uma ligeira mutação, tornada possível pela cada vez maior semelhança entre os indivíduos, e a música vai também ser cada vez mais prazer dos sentidos.

Esta situação vai alterar-se com a emergência do 'artista livre e independente', que terá começado com Mozart.¹⁵ A música vai passar a ser criada por um artista livre e independente que a 'emite' para um público anónimo e uniforme, composto por indivíduos intercambiáveis entre si. O músico deixa de estar ao serviço de um senhor que queria, ao entreter os seus cortesões exhibir-lhes a sua posição social. Passa a existir um 'centro' e uma 'audiência', formando ambos um único todo social autónomo que esgota a sua finalidade no momento do prazer da audição.

A transformação das práticas sociais de produção e escuta de música constituiu o movimento que tornou familiar o conceito de emissão para um público indiferenciado e autónomo. Com o progresso dessa autonomia, isto é, com um número crescente de indivíduos capazes de constituir uma tal audiência, o entretenimento adquire um universalismo de que a tecnologia da rádio *constituiu um formidável instrumento*. Assentando no conceito de audição pública de música, a nova tecnologia da rádio vai permitir, como Lee de Forest compreendeu, alargar enormemente a relação de audiência presente num teatro de ópera.¹⁶ Vai igualmente

¹⁴ Brigs e Burke, 2005. p. 66.

¹⁵ Sobre este ponto, cf. Elias, 1993.

¹⁶ Recorde-se que um dos principais inventoras da tecnologia da rádio, Lee de Forest, era um amante de ópera e que ele teve a ideia, em 1908, de emitir para um público alargado um espectáculo da Casa de Ópera de Nova Iorque.

permitir que cada vez mais o entretenimento deixe de andar associado à exibição social da diferença para passar a ser um fim em si mesmo.

A rádio significou portanto a extensão da escuta de conteúdos de entretenimento presente numa sala de concerto a um espaço maior e mais homogêneo, isto é, significou uma extensão indiferenciadora da relação de audiência presente em tais salas. É possível demonstrar que indivíduos activamente intervenientes activos na emergência da rádio perceberam claramente ser essa a dinâmica essencial do novo meio. Assim, S. H. Kintner, um executivo da Westinghouse, escrevia em 1922:

«Clientes amigos da KDKA [uma das primeiras estações de *broadcasting*]: agora que estamos de novo reunidos no ilimitado teatro da KDKA, onde os lugares traseiros estão a centenas de milhas do palco, e onde a audiência, ocupando camarotes privados, pode chegar atrasada ou sair mais cedo sem perturbar o emissor [speaker] ou o resto da audiência...».¹⁷

Este é o universalismo indiferenciador da rádio enquanto meio de *broadcasting* 'entretendo' ouvintes: um conjunto espacialmente amplo de indivíduos anónimos e semelhantes escutando um centro. Note-se bem que a indiferenciação é muito maior que aquela que vimos ocorrer com a imprensa periódica de grande circulação. Enquanto os jornais têm uma difusão fragmentada no espaço e no tempo, um meio como a rádio leva a cabo uma indiferenciação muito maior, ao operar na continuidade quer da dimensão espacial, quer da dimensão temporal: grande alcance geograficamente indiferenciado e potencialmente ininterrupta sucessão no tempo.¹⁸

Nem por isso as diferenças desaparecem. Quer o modelo de comunicação da rádio quer, depois, e segundo linhas estritamente similares, o da televisão, assenta numa estrutura assente em duas posições fixas, assimétricas, lineares e unidireccionais: existe um emissor que envia conteúdos para receptores indiferenciados que apenas recebe. É a realidade que usualmente visa ser captada pelos diagramas com os quais se procura ilustrar os meios de comunicação clássicos de massas assentes no *broadcasting* (ver figura 1).

¹⁷ Citado in Barnouw, 1967, p. 104.

¹⁸ Este ponto foi sublinhado por Harol Innis, 1950.

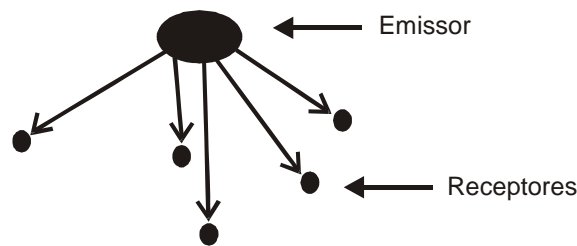


Figura 1. A estrutura esquemática dos meios de comunicação de massas clássicos.

Essa é a *diferença* crucial instituída pelos meios de comunicação de massas. É uma diferença antes de mais tecnológica e económica, mas que acaba por simultaneamente instituir uma exterioridade e presença do todo social a si mesmo. Os meios de comunicação de massas prolongam e reforçam a importância da instituição *sui generis* autónoma que tinha emergido com o jornalismo de massas do século XIX. Directamente ligadas a uma sociedade que adquiriu definitivamente a sua autonomia, os meios de comunicação hoje já designados por meios de comunicação clássicos, tornam-se efectivamente os *mediadores* que traduzem a presença da sociedade a si mesma. Tal como os jornais, os *media* em *broadcasting* diferenciam-se das outras posições ocupadas pelas instituições legítimas tradicionais. Nessa diferença, eles recobrem o social de que crescentemente se tornam os mediadores por excelência. Mas na medida em que em que a assimetria do acesso e o controlo da distribuição é um seu traço constitutivo, eles ainda se situam numa posição singular diferente de todas as outras posições sociais.

Os novos *media*

Os novos *media* são, no essencial, constituídos pelos computadores (enquanto dispositivo lógico implementado em diversas configurações físicas) como tecnologia de base, pela sua ligação numa rede de redes designada por Internet, e pelas inúmeras redes virtuais e plataformas nela assentes, desde a World Wide Web às redes de *social networking*, de entre centenas de exemplos possíveis. Apesar de, sob um aspecto preciso, eles exibirem uma continuidade em relação aos meios de comunicação clássicos – a continuidade da mesma tendência indiferenciadora – deve igualmente ter-se presente a descontinuidade que eles introduzem.

A revolução causada pelos novos *media* tem origem numa mutação radical dos dispositivos tecnológicos de comunicação. No caso dos jornais, as tecnologias da impressão sempre exigiram investimentos financeiros iniciais relativamente elevados, de seguida amortizados pelo modelo comercial dos títulos com grande

circulação. No caso da rádio (e, depois, da televisão), após a fase inicial da telegrafia sem fios evolui-se para um meio de comunicação assente, numa das posições, em transmissores caros dedicados a única função ('emitir') e, na outra posição, em receptores bastante baratos também dedicados a uma única função ('receber'). As posições de emissão e recepção são totalmente assimétricas, quer do ponto de vista tecnológico quer do ponto de vista económico. Esse tipo de assimetrias tende a desaparecer com os novos meios assentes na Internet. Deve sublinhar-se com tanta ênfase quanto possível que a mutação actualmente em curso decorre de o dispositivo tecnológico de base dos novos meios ser *o computador*. Ele é uma máquina neutral e multifuncional que suporta qualquer formato de conteúdo, e que pode quer 'emitir' quer 'receber'. Esse é o aspecto principal: o dispositivo tecnológico de base dos novos meios é *o mesmo* em todos os aspectos que constituem os pontos de emissão e de recepção. Além disso, esse idêntico dispositivo, que suporta indiferentemente qualquer tipo de formato, é *barato*, sobretudo quando comparado com os custos extremamente elevados da totalidade das tecnologias que permitem produzir e transmitir conteúdos nos meios de comunicação clássicos. Os custos de acesso ainda podem ser mais baixos se a tecnologia de base for os dispositivos móveis (telemóvel, PDA, etc.) dotados de cada vez mais funcionalidades que os assemelham aos computadores pessoais no acesso e comunicação através da Internet. Em qualquer dos casos, as condições tecnológicas e económicas dos meios de comunicação alteram-se radicalmente.

Por outro lado, do ponto de vista da regulação, a situação de partida dos meios digitais em rede foi bem distinta de meios como a rádio, em que o papel das patentes e a acção dos governos (recorde-se o *Hoover Act*) foi decisiva. O dispositivo de base dos novos meios, sempre o computador, jamais foi patenteado. Isso seguramente teve como consequências a relativamente rápida diminuição do seu custo e a existência de condições para que a inovação pudesse ser desencadeada por um vasto conjunto de empresas e indivíduos trabalhando a partir de uma concepção de máquina livremente acessível a todos. De seguida, a existência em domínio público da concepção de uma máquina multifuncional convergiu com a existência de redes de computadores também elas em domínio público. A regulação da Internet foi durante muito tempo praticamente inexistente, garantindo que a rede se baseie em protocolos abertos e neutrais (TCP/IP, HTTP, etc.).¹⁹ A abertura, quer da rede quer do computador, teve enormes implicações na inovação que desde os anos 70 não parou de se acelerar. Graças à abertura dos seus protocolos, e na ausência de

¹⁹ Cf. Machuco Rosa, 2003, para esses pontos.

regulação indo em sentido contrário, redes como a Internet e a WWW são livremente acessíveis a qualquer um que nelas queira executar programas ou produzir conteúdos. Numa rede de protocolos abertos, a 'inteligência' encontra-se nas 'pontas', isto é, nos programas que, com base em máquinas sofisticadas e baratas, indivíduos e empresas utilizam para enviar e receber conteúdos através de um canal de distribuição aberto e neutral.²⁰ O contraste com meios como a rádio ou a televisão é flagrante: estes assentam em dispositivos de recepção dedicados, pouco sofisticados, e em canais de distribuição totalmente controlados pelas empresas a quem a regulação governamental conferiu esse poder.

Factores tecnológicos, económicos e de regulação criaram a estrutura assimétrica, linear, um → muitos que constitui a forma dos meios de comunicação clássicos. O seu princípio de crescimento encontra-se definido por essa forma dada à partida. Ao invés, os novos meios têm uma espécie de crescimento endógeno que em última análise radica no mecanismo através do qual o meio é criado pela adesão dos indivíduos, mas cuja adesão é circularmente criada pelo meio que eles estão criando. A partir de redes abertas, nos novos meios os indivíduos tendem a ser simultaneamente produtores e utilizadores, emissores e receptores, afastando-se progressivamente das estruturas assimétricas e lineares um → muitos. Pelo contrário, os novos *media* são efectivamente *redes* dinamicamente geradas por inúmeros actos individuais reais de adesão. Esses actos criam realmente as características dos novos meios enquanto *redes*.

Mais precisamente, o crescimento de qualquer rede, plataforma etc., nos novos *media* depende do processo morfogénico de retroacção positiva. Isso sucede na maior parte das plataformas ou em inúmeras redes virtuais. As redes de *peer-to-peer computation*, p2p, (Emule, Bittorrent, etc.) podem servir de ilustração. São redes que rompem com o modelo cliente/servidor típico da World Wide Web, isto é, rompem com um modelo em que existem duas posições fixas diferenciadas. Nas redes p2p, cada computador *peer* pode ser *quase simultaneamente* 'cliente' e 'servidor'. Essas redes crescem por retroacção positiva, pois tornam-se atractivas para novos 'peers' em função da quantidade dos conteúdos disponibilizados pelos computadores *peers* dos indivíduos que já aderiram. Essa indiferenciação entre clientes e servidores cria as condições para que qualquer um receba e envie para a rede conteúdos (ficheiros musicais, vídeo, programas, etc.) que tornam a rede uma *plataforma interactiva*: a

²⁰ Os protocolos são *end-to-end*, isto é, limitam-se a transportar, de uma origem para um destino, pacotes de *bits*, sem cuidar de saber que formato esses *bits* podem representar. O nível de transporte é pois neutral e aberto, sendo nos *ends* (nos programas clientes) que os conteúdos são diferenciados. Para esta filosofia da Internet, cf Saltzer, 1984.

adesão de um indivíduo é um incentivo directo para que outro adira e também disponibilize conteúdos. Nesse tipo de estrutura, as posições fixas de 'receptor' e 'emissor' tendem a desaparecer. Ao aderir, um indivíduo torna-se 'receptor' dos conteúdos já existente, mas torna-se igualmente um 'emissor' ao, por sua vez, disponibilizar conteúdos que vão incentivar ulteriores indivíduos a, por sua vez, aderirem. Existe uma sinergia global que consiste em o agregado global simultâneo de todos os 'emissores' e 'receptores' se fundir num *todo único*: a própria rede ou plataforma que emerge dos actos, todos idênticos, de adesão individual de cada um. É a existência desse *todo único* que permite, para efeitos de análise, considerar que, num momento, um *peer* é um emissor, mas que, na realidade, pode igualmente ser considerado como um receptor. Do ponto de vista do *todo*, cada *peer* pode indiferentemente ser considerado quer como 'emissor' quer como 'receptor'.

Noutros termos ainda, existe uma dinâmica em que o *medium* ou plataforma é criado por os indivíduos aderirem e emitirem conteúdos, só que essa adesão é igualmente criada pelo próprio *medium* através qual os indivíduos interagem indirectamente entre si. Trata-se de um autêntico princípio morfogénico de criação de um *medium* por parte de indivíduos ligados entre si através daquilo que eles próprios criam. É o mecanismo de causalidade circular característico da retroacção positiva, e no qual a 'causa' (o *medium*) e o 'efeito' (a adesão) se fundem e indiferenciam (cf. figura 2).

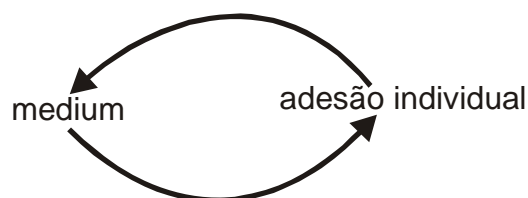


Figura 2. A retroacção positiva é o mecanismo de formação dos novos meios.

As redes p2p representam um momento da progressiva indiferenciação da diferença fixa entre emissor e receptor que existe nos meios de comunicação clássicos. A indiferenciação progressiva é provavelmente a maior característica do que se convencionou designar por *new media* ou *media participativos*. Eles constituem uma parte integrante da chamada WEB 2.0 que ganhou enorme visibilidade nos últimos anos. Para além das redes p2p já referidas, fazem parte da WEB 2.0 os milhões de *blogs* existentes, as redes sociais virtuais (MySpace, Facebook, hi5, etc.) e inúmeras plataformas de partilha de conteúdos.

Tão ou mais importantes que os factores tecnológicos, económicos e reguladores que diferenciam os novos *media* são os factores sociais ligados às condições de produção e distribuição de conteúdos. Os novos *media* assentam em plataformas tecnologicamente abertas. Mas existem ainda cada vez mais plataformas abertas no nível dos conteúdos. Plataformas que, no limite da ilegalidade, disponibilizam conteúdos (redes p2p ou YouTube), ou plataformas como Wikipedia que, tecnicamente, são plataformas abertas ao nível dos conteúdos por se basearem em licenças como GPL (*General Public Licence*).²¹ As novas plataformas permitem uma explosão de criatividade levada a cabo por milhares, milhões, de indivíduos que utilizam conteúdos disponíveis e criam novos conteúdos. O fenómeno não se localiza neste ou naquele projecto. Ele pode ser generalizado à proliferação de milhões de *blogs*, a jornais *on-line* mais ou menos estruturados, a redes sociais onde se trocam toda a espécie de conteúdos, a plataformas interactivas multimedia que disponibilizam quase instantaneamente imagens dos acontecimentos ocorridos em qualquer parte do globo. O fenómeno cria meios de comunicação cada vez mais afastados das formas tradicionais existentes nos meios clássicos.

O afastamento consuma-se por os novos *media* serem em larga medida criados por ‘amadores’ sem enquadramento institucional preciso. Os meios de comunicação tradicionais como a imprensa ou a rádio representaram a emergência de um tipo de instituição *sui generis* que, se bem que traduzindo uma autonomia e presença do social a si mesmo, rapidamente evoluiu para uma estrutura de funcionamento relativamente fixa. Como já se referiu a propósito do desenvolvimento da imprensa, os órgãos de informação tornaram-se organizações com uma forma semelhante à generalidade das outras organizações. Eles implementaram estruturas hierárquicas, mecanismos de responsabilização, coordenações centralizadas e a divisão funcional de tarefas. Existem indivíduos editorialmente responsáveis pelo que é tornado público, podendo-se remontar até um responsável último. Sobretudo, ficou relativamente bem definido quem podia criar e publicar: são os ‘jornalistas’ e os ‘profissionais’. Noutros termos, surgiram diversas formas de *certificação* atestando quem são esses ‘profissionais’, as quais podem ir da obtenção de carteiras profissionais até à posse de um diploma académico, passando pela reconhecida

²¹ Uma licença como GPL define, tecnicamente, uma plataforma aberta ao nível dos conteúdos por obrigar um outro indivíduo a ter a mesma liberdade que eu tive de modificar conteúdos. Nessa medida, a licença visa restaurar a natureza intrinsecamente não rival e não exclusiva da informação. Cf. Machuco Rosa, 2009, para detalhes sobre essas características da informação.

especialidade numa certa área, etc. Quaisquer que sejam as suas formas específicas, surgiram formas sociais de certificação institucionalmente enquadradas.

Assim, os meios de comunicação tradicionais *diferenciaram* a posição correspondente à criação e publicação de conteúdos. Essa é a última diferença, a última forma institucional, que os novos meios tendem a abolir. Se eles se baseiam maciçamente na criação e publicação de conteúdos por parte de inúmeros indivíduos 'amadores' que têm acesso livre a uma plataforma aberta com conteúdos também abertos, então são os quadros diferenciadores de certificação tradicional que tendem a desaparecer. Essa mutação tem de ser vista no contexto de uma dinâmica social profunda.

Assentes em redes tecnológicas com conteúdos abertos, criadas por um conjunto gigantesco de indivíduos 'amadores' indiferenciados, os novos *media* acentuam a omnipresença de um espaço de comunicação generalizada cada vez mais desligado de qualquer instituição tradicional. Essa tendência para o fim das instituições e das diferenças exibe uma certa linha de continuidade em relação ao passado, desde logo por tornar ainda mais irrelevantes as diferenças ligadas à posição espacial e duração temporal das relações entre os cada vez mais indistintamente emissores e receptores. Mas não deixa de ser igualmente verdade que a tendência também decorre da diferença profunda dos novos meios face aos meios de comunicação clássicos. Diferença profunda ao nível tecnológico dada a substituição de dispositivos caros, dedicados e assimétricos por dispositivos baratos, multifuncionais e idênticos nos pontos de produção, emissão, distribuição e recepção. Diferença profunda dada a substituição de canais de transmissão controlados por plataformas abertas e neutrais de livre acesso. Diferença estrutural dada a passagem de redes assimétricas um → muitos para verdadeiras redes com topologias próprias assentes em ligações horizontais com ciclos de toda a ordem. Diferença entre os modos de produção de conteúdos institucionalmente enquadrados por organizações e princípios económicos clássicos e as novas formas económicas de produção abertas e distribuída.

Essas diferenças recobrem a indiferenciação profunda causada pelos novos *media*. Uma forma de adicionalmente a tematizar pode recorrer ao conceito de *network public sphere*, introduzido por Y. Benkler na sua obra fundamental *The Wealth of Networks* (Benkler, 2006) A expressão faz evidentemente apelo ao conceito de esfera pública, com que o qual J. Habermas caracterizou o desenvolvimento da imprensa nos séculos XVII-XVIII, e que anteriormente já referimos. Só que a nova esfera pública em rede prolonga e acentua a horizontalidade da anterior esfera, num

movimento global de indiferenciação em que o social está cada vez mais presente a si mesmo., mesmo que forma fragmentada. Quem são os indivíduos que socialmente compõem os nós da nova esfera pública na qual interagem em rede? A expressão *peers* descreve-os com exactidão. Os *peers* são máquinas e, sobretudo, indivíduos iguais cada vez mais indiferenciados. Eles estão presentes nas redes de p2p em que todos 'emitem' e 'recebem'. Estão presentes nos milhões de *blogs* que cada um edita e cada qual reedita. Estão presentes nas centenas de projectos abertos em que cada um igualmente edita e reedita. Estão presentes nas redes dos milhões de 'amigos' das plataformas de *social networking* em que todos eles se exibem mutuamente (cf. mais abaixo). Estão presentes nas plataformas de troca de fotografias e vídeo. Estão presentes nas trocas de mensagens e conversas dos *Messengers* de todo o tipo. Estão presentes nas redes de dispositivos móveis ('telemóveis') cada vez mais sofisticados, associadas à Internet e suporte de uma troca generalizada de mensagens de texto, imagens e sons. Todos esses tipos de nós são actores de uma conversa generalizada assente em qualquer formato de comunicação. Todos eles são igualmente *peers* socialmente unidos pela comunicação generalizada. No fundo, os *peers* foram identificados pela revista Time ao declarar que o 'homem do ano' de 2006 'foi 'You', isto é, 'Us', 'Nós', todos os indivíduos criadores da conversa generalizada dos novos *media* participativos em rede.

Existe um ponto particular que com precisão sismográfica mostra qual a tendência em curso. Os meios de comunicação tradicionais já representavam um avanço na fase histórica da comunicação ou conversa generalizada. Eles eram contudo ainda considerados como que uma espécie de instituição devido às políticas de filtragem e certificação que os estruturavam enquanto organizações. Esses mecanismos desaparecem nos meios de comunicação assentes em plataformas abertas com conteúdos produzidos por *peers*. Como garantir neste caso alguma acreditação, alguma diferenciação dentro da tendência geral para a indiferenciação? A solução encontrada em muitos casos mostra que é ainda uma indiferenciação radical que continua a agir na própria produção da diferença. Um primeiro exemplo pode ser Google. O mecanismo desse motor de busca mais não é que um modelo dos actos dos *peers* que criam páginas e ligações (*hiperlinks*). A diferenciação, o escalonamento (*ranking*) das páginas, resulta da popularidade, medida pelo número de ligações, que cada uma tem, tal que quanto mais ligações uma página recebe maior a probabilidade de vir receber mais. É uma espécie de 'votação', só que é uma votação limitando-se a traduzir um acto social de chamada de atenção que, adicionalmente, depende da popularidade já consolidada; portanto, completamente

diferente das votações tradicionais em que se supõe que cada indivíduo, no seu inviolável momento secreto do voto, decide independentemente das decisões dos outros indivíduos.²²

Emerge assim uma nova forma *sui generis* de certificação típica dos *media* participativos. Ela é imanente, é criada pelos actos dos participantes, parte de uma situação de igualdade dos *peers* e, sob esse aspecto, diverge completamente dos processos institucionais de certificação de conteúdos e competências dominantes nos meios tradicionais. O processo ainda é tornado ainda mais claro com o exemplo dos inúmeros sítios que na WWW exibem 'histórias' criadas pelos seus utilizadores *peers*. Um caso típico, de entre muitos outros possíveis, é Slashdot.²³ Essa plataforma exhibe 'histórias' constituídas por textos e imagens versando sobre os mais (de dezenas) díspares temas. Preenchidas certas condições genéricas de acesso, os utilizadores colocam as suas 'histórias'. Estas são de seguida classificadas por 'moderadores' que as pontuam e assim ordenam (escalonom). O ponto importante vem a seguir. Se a pontuação da 'história' de um criador se torna alta com o tempo, o criador acede por sua vez à posição de 'moderador', passando também ele classificar novas 'histórias', e assim sucessivamente. Ainda existe alguma diferença no tempo entre as posições de moderador e de criador, mas *as duas posições tendem a indiferenciar-se*: cada um pode ocupar sucessivamente as duas posições. Se considerarmos como um todo simultâneo as permanentes alterações das posições, reencontramos o mecanismo de retroacção positiva como o processo que a todos os níveis caracteriza a tendência indiferenciadora presente nos novos *media*:

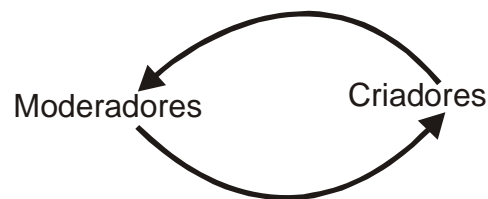


Figura 3. A indiferenciação das posições no sistema de certificação do Slashdot.

A emergência imanente dos novos mecanismos de certificação exemplificada por Google ou Slashdot ilustra a tendência para o desaparecimento das distinções, para a inversão permanente das posições daquele que julga e daquele que é julgado. É na inversão e fusão das posições que reside a igualdade dos *peers*. A única 'instituição' que selecciona e certifica é ela própria criada pelos *peers* que de seguida são por ela

²² Cf. Brin e Page, 1998, onde é descrita o método de *PageRank*, algoritmo de escalonamento das páginas *web* que contribuiu decisivamente para a popularidade de Google.

²³ Cf. <http://slashdot.org/>

seleccionados de acordo com uma estrutura que, mais que horizontal, tem a forma de uma causalidade circular que anula qualquer exterioridade a si própria. Com maior ou menor nitidez, é esta actividade permanente em que todos anotam e são anotados, apontam e são apontados, classificam e são classificados, vêm e são vistos, que constitui a dinâmica simultaneamente indiferenciadora e criativa dos novos *media*.

Mais profundamente, os novos *media* são espaços públicos de exibição generalizada²⁴ e, nessa medida, eles como que concretizam definitivamente essa norma da 'democracia' que, para Tockeville, era a 'igualdade de condições'. O que significa todos terem uma página, um *blog*, intervirem num fórum, participarem numa qualquer rede de amigos intensamente criadora de conteúdos originais, sejam sob a forma de texto, imagem e som? Significa que, doravante e literalmente, qualquer indivíduo, e não apenas as minorias que tradicionalmente tinham acesso à exibição pública, é potencialmente um indivíduo *público*; público não no sentido de participante num espaço público objectivo e impessoal de discussão crítica racional, mas no sentido da exibição que a todos torna um possível ponto de mira ou foco de atenção por parte dos outros. Cada indivíduo não participa num espaço público que lhe é pré-existente. Cada um torna-se público e assim todos contribuem para a formação do espaço público de todas as exibições.

Os novos meios são espaços de uma comunicação generalizada que exhibe, manifesta, mutuamente os indivíduos uns aos outros. Esse movimento pode ser pensado – sempre na modalidade de uma norma de juízo e não como uma realidade empírica plena – enquanto autonomia e diferenciação, só que na realidade todos são cada vez mais iguais na diferenciação universal de cada um; todos aspiram idêntica ou indiferenciadamente à diferença manifestada na singularidade tornada pública de cada um. As diferenças oscilam cada vez mais e caminham para a indiferenciação, visto cada um poder ocupar cada vez mais simultaneamente a posição central da diferença: todos são indiferentemente objecto e sujeito da atenção presente na comunicação generalizada. Imitando o tornar-se público de cada um, cada indivíduo torna-se simultaneamente o modelo e o imitador de cada outro.²⁵ Todos os indivíduos são reconduzidos a uma forma de interacção básica, primária, em que todos são mediadores uns dos outros. É ao permitir essas práticas que os novos *media* se afastam em definitivo da estrutura mediadora típica dos *media* clássicos.

²⁴ Cf. Boyd, 2007.

²⁵ Girard, 1961.

Referências

- Barnouw, E., (1967), *A Tower in Babel : A History of Broadcasting in the United States*, Vol. 1, Oxford: Oxford University Press.
- Boyd, D., (2007), 'Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life.' MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham). Cambridge: MIT Press.
- Brigs A., Burke, P., (2002), *A Social History of the Media – From Gutenberg to the Internet*, Londres: Polity.
- Brin, S., Page, L., (1998), 'The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine', Proceedings of the 7th International World Wide Web Conference. In: <http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html>.
- Dahl, F., (1952), *A bibliography of english Corantos and periodical newsbooks: 1620-1642*, Londres: The bibliographical society
- Elias, N., (1993), *Mozart - Sociologia de um Génio*, Porto: Asa.
- Furet, F., (1981), 'Préface', in: A. Tocqueville, *De la Démocratie en Amérique*, Vol. 1. Paris: GF Flammarion.
- Girard, R., (1961), *Mensonge Romantique et Vérité Romanesque*, Paris: Grasset.
- Halderman, A., Felten, E., (2006), 'Lessons from the Sony CD DRM Episode', Proceedings of the 15th USENIX Security Symposium. In: <http://itpolicy.cs.princeton.edu/pub/sonydrm-ext.pdf>.
- Hatin, E., (1859), *Histoire Politique e Littéraire de la Presse en France*, Paris : Poulet Malassis.
- Innis, H., (1950), *Empire and Communications*. Oxford: Clarendon Press.
- Kantorowictz, E., (2000), *Les Deux Corps du Roi*, Paris: Gallimard
- Machuco Rosa, A., (2003), *Internet - Uma História*, 2ª edição, revista, corrigida e ampliada, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Machuco Rosa, A., (2009), *Os Direitos de Autor e os Novos Media*, Coimbra: Angelus Novus, Coimbra.
- Machuco Rosa, A., (2008), *A Comunicação e o Fim das Instituições: Das Origens da Imprensa aos Novos Media*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Saltzer, J.H., et al, 'End-to-end arguments in system design', *ACM Transactions on Computer Systems* 2, 4.
- Tocqueville A., (1961), *De la Démocratie en Amérique*, vol. II, Paris: Gallimard.

Zittrain, J., (2008), *The Future of The Internet - and how to stop it*, London: Allen Lane.