

Media e modernidade: uma bela desarrumação de instituições<sup>1</sup>  
Media in modernity: a nice derangement of institutions

**Nick Couldry**

London School of Economics and Political Science

[n.couldry@lse.ac.uk](mailto:n.couldry@lse.ac.uk)

**Resumo**

Este artigo passa em revista o contributo das instituições de media para a modernidade e para os seus arranjos institucionais mais amplos. Nele se reflete sobre o modo como esta relação tem sido normalmente concebida, até mesmo mitificada, e a seguir, na segunda parte, discute-se como as instituições a que agora designamos “media” estão, potencialmente, a romper, ou mesmo a desarrumar, os arranjos da modernidade de uma forma profunda. O artigo sugere que, sob condições de crescente complexidade e de uma competição de mercado radicalmente transformada, o conjunto de mudanças das instituições a que chamamos “media” exige uma reinterpretação extensa de como “funciona” a modernidade em situação de concentração institucional. A primeira secção passa em revista de forma esquemática o papel assumido pelas instituições de media (imprensa, rádio, televisão, cinema, mas também media infraestruturais como o telégrafo) no desenvolvimento institucional da modernidade a partir de final do século XVIII, ao *estabilizarem* a circulação de informação e ao contribuírem para a liberdade associada à modernidade, mas ao mesmo tempo instalando neste âmbito um “mito do centro mediado”. Na segunda secção iremos discutir como este arranjo tradicional entre media e modernidade está neste momento a ser posto em causa. Esta situação vai além da globalização da modernidade e da complexificação das paisagens da cultura em resultado da compressão dos media e do espaço-tempo. É uma questão, mais profundamente, de alteração das condições de existência das instituições dos media e da sua capacitação para “centralizarem” os fluxos de comunicação. Hoje, as comunicações estão a tornar-se centralizadas *menos* devido à produção e circulação de conteúdos de media (financiados pela publicidade com base em audiências ou por apoios estatais) elaborados em/a partir de centros globais/nacionais no conjunto do domínio social, e *mais* pelo incentivo de interações simbólicas para/a partir de onde quer que seja num espaço de informação global (a internet e todo o aparato que a rodeia), financiado pela recolha e venda de dados “derramados” e gerados por essas mesmas interações. O resultado provável,

---

<sup>1</sup> Publicação original na *Revue Internationale de Philosophie*, (vol. 281-n.º 3, 2017) – a *Revista de Comunicação e Linguagens* agradece a cortesia.  
Tradução de João Pissarra Esteves.

paradoxalmente, é uma crescente desestabilização de muitas das instituições tradicionais da modernidade e a normalização da falta de liberdade por via de uma vigilância permanente, que põe em causa a legitimidade de arranjos institucionais dos quais, convencionalmente, tem dependido a modernidade.

**Palavras-chave:** media; modernidade; mito; legitimação; a internet; dadificação; vigilância

### **Abstract**

This article reviews the contribution of media institutions to modernity and its wider institutional arrangements. It will consider how this relationship has normally been conceived, even mythified, and then, in its second half, review how the institutions that we now call ‘media’ are, potentially, disrupting, even deranging, modernity’s arrangements in profound ways. The article will suggest that, under conditions of increased complexity and radically transformed market competition, the changing set of institutions we call ‘media’ demand a major reinterpretation of how modernity ‘works’ through institutional concentration. The first main section reviews in schematic terms the role which media institutions (the press, radio, television, film, but also infrastructural media such as the telegraph) played in the institutional development of modernity from the late 18th century, stabilising the circulation of information and contributing to the freedom associated with modernity, but in the course of this installing a ‘myth of the mediated centre’. The second section will review how this traditional settlement between media and modernity is now being deranged. This goes beyond the globalization of modernity and the complexification of culture landscapes through media and time-space compression. It is a matter, more fundamentally, of a change in the conditions under which media institutions exist and are able to ‘centralize’ communications flows. Today, communications are becoming centralised less through the production and circulation of elaborate media contents at/from global/national centres throughout the social domain (funded through audience-based advertising or state subsidy) and more through the stimulation to/from everywhere of symbolic interactions within a global information space (the internet, and its related apparatus) funded by the collection and sale of data ‘exhaust’ generated by those interactions. The result, paradoxically, is likely to be an increasing destabilisation of many traditional institutions of modernity, and the normalisation of unfreedom through continuous surveillance, undermining the legitimacy of institutional arrangements on which modernity has conventionally relied.

**Keywords:** media; modernity; myth; legitimation; the internet; datification; surveillance

Os media têm desempenhado um papel fundamental na emergência das instituições da modernidade e nas formas de coordenação que servem de base a estas. A relação entre media (enquanto modos de organização da comunicação) e a possibilidade de sociedade é tão básica para a modernidade que muitas vezes se torna difícil de identificar: as suas operações estão quase completamente naturalizadas e, num sentido específico (a explicar a seguir), mitificadas. Mas as instituições chave da modernidade (empresas e sindicatos, comunidades e igrejas, organizações da sociedade civil e governos) podem estar neste momento a sofrer um abalo, ou mesmo uma desarrumação, pelo novo e distinto conjunto de instituições a que continuamos genericamente a chamar “media”, uma possibilidade para a qual este artigo procura orientar-nos. O título do artigo recorda o livro do sociólogo John Thompson, *The Media and Modernity* (1995), que nos oferece um ponto de situação definitivo, no limiar da era da internet, sobre o contributo dos media para a modernidade. O subtítulo recorda um artigo do filósofo Donald Davidson (“A Nice Derangement of Epitaphs”) que propõe uma reinterpretação desafiadora sobre como a linguagem funciona por meio da convenção. O meu propósito aqui é sugerir que, sob condições de uma produção e circulação intensificadas – bem como de uma concorrência de mercado radicalmente transformada –, o conjunto de instituições em transformação a que *chamamos* “media” requer uma reinterpretação no que diz respeito à forma como a própria modernidade “funciona” numa situação de concentração institucional. Deste modo, espero contribuir para um “levantamento crítico sobre a modernidade”.

O meu argumento implica um movimento subjacente, que consiste em pôr em evidência o papel que as comunicações *sempre* desempenharam na emergência dos espaços coordenados de troca e interação próprios da modernidade. Consideremos por exemplo os mercados: desde sempre, e não apenas na era moderna, os mercados foram espaços de comunicação, mas as economias de mercado nacionais e regionais requerem um fluxo e registo mais organizados de comunicações (no espaço e no tempo), do que aqueles que os recursos dos mercados tradicionais de rua proporcionavam. Esta dependência é em parte direta (como nas operações das bolsas de valores nacionais) e em parte indireta, pois uma economia de mercado depende de um sistema de transportes, e este, para não entrar em colapso rapidamente, depende por sua vez de fluxos de comunicação mais rápidos e coordenados. Na medida, porém, em que os seres humanos são fundamentalmente animais que constroem a realidade através da comunicação, esta (enquanto “aquilo que existe entre nós”) tende sempre a ser *apagada* nas nossas considerações sobre as sólidas e estáveis instituições, associadas às mudanças epocais na organização da vida humana. Quando realizamos uma análise institucional, somos tentados a “ver como transparente” a

comunicação face-a-face e a fixar-nos nas estruturas “duras” que supostamente lhe estão subjacentes, esquecendo precisamente o papel fundamental que a comunicação desempenha em tornar possíveis essas mesmas estruturas. Alterações recentes na organização da comunicação inviabilizam, porém, qualquer tentativa de “ver como transparente” o papel da comunicação para a formação das instituições, pois tais alterações trouxeram mudanças a nível das possibilidades de organização das pessoas e dos recursos, as quais, por sua vez, têm consequências importantes para as formas futuras da modernidade, para aquilo a que podemos dar a designação de “modernidade tardia” mais recente.

Nas últimas três décadas, a digitalização da maioria dos conteúdos comunicacionais, a construção de um espaço global de troca comunicacional abrangente designado “a internet”; e a incorporação na vida quotidiana das possibilidades de ação comum que daí resultam começaram, em conjunto, a transformar as relações sociais e, deste modo, a própria natureza das instituições modernas. Embora uma primeira vaga da teoria social (Anthony Giddens, Arjun Appadurai) tivesse esboçado os *insights* fundamentais de um primeiro estágio da globalização dos media, esses conhecimentos que antecederam o estabelecimento da alta-velocidade, da banda-larga, das comunicações digitais multidirecionais enquanto *facto banal* das vidas quotidianas de biliões de pessoas. Esta recente intensificação das comunicações (“recente” no sentido de “nas duas últimas décadas”) tem tido um preço: a incorporação da maioria das ações num novo “sistema de comunicação” (Mansell 2012), com o qual a criação de valor económico se torna fundamentalmente dependente da recolha, processamento, avaliação e venda *de dados*: isto é, os dados criados por esses mesmos atos de comunicação. O resultado é um regime emergente de vigilância total, desenvolvido em primeiro lugar com fins empresariais, mas também disponível para uso do poder político, como as revelações de Edward Snowden sobre o NSA e o GCHQ puseram em evidência. Os mercados e os Estados, assim como as formas sociais em geral desde a construção das instituições à interação informal, estão a tornar-se cada vez mais dependentes de uma *infraestrutura* comunicacional cujas operações são incompatíveis com o valor da liberdade, o qual se nos tinha apresentado como fundamental para o projeto da modernidade.

Esta é a “bela desarrumação das instituições” que o artigo tentará esmiuçar. O seu argumento é antecipado em forma de fábula pelo romance do autor de San Francisco, Dave Eggers, *The Circle*. Este romance parodia as ambições de controlo das novas instituições de “media” e as suas implicações corrosivas para qualquer forma possível de vida ética. O presente artigo oferece uma descrição sociológica de como podemos já ter alcançado o limiar distópico descrito por Eggers.

## A emergência das instituições de media na modernidade

É bem conhecido o papel da imprensa, durante a Reforma na Europa, de desafio às formas tradicionais de autoridade religiosa; bem assim como o papel dos livros e panfletos na génese do profundo desafio aos Estados autocráticos do Reino Unido, França e outros países, e na construção a mais longo prazo da moderna sociedade civil (Wuthnow 1989). Embora a sua origem derivasse da necessidade de circulação de informação de mercado (Rantanen 2009), os jornais tornaram-se ao longo do tempo *fora* essenciais para as deliberações das emergentes comunidades sociais e nacionais imaginadas (Anderson 1990), e formas emergentes de deliberação democrática (Tocqueville 1961). Os jornais de massa foram um elemento chave no surgimento dos públicos nacionais mais intensamente conectados do século XX (Tarde 1969). A história dos mass media impressos na modernidade é bem conhecida e frequentemente celebrada<sup>2</sup>.

Menos frequentemente celebrada é a vasta infraestrutura de distribuição em larga escala de materiais escritos que foi essencial tanto para o mercado como para o Estado: o serviço postal moderno. Enquanto sistema geral de distribuição de conteúdos *de qualquer lugar para qualquer lugar*, o serviço postal foi útil para o surgimento dos mercados modernos (tanto para as redes de produtores como para a massa interconectada de consumidores). Na verdade, a partir do momento em que nos focamos nas comunicações de muitos-para-muitos, outro tipo de movimento – igualmente importantes na história moderna – surge ao nosso olhar, como é o caso do transporte de massa, embora isso nem sempre seja considerado como parte dessa mesma transformação. Temos de recorrer a lentes grandes angulares.

Isto implica considerar as relações media-modernidade *não* a partir da perspectiva de inovações específicas dos media (traçando os efeitos destes sempre em constante progressão no tempo e no espaço), mas antes a partir da perspectiva da modernidade a um nível institucional mais amplo, isto é, o desenvolvimento do Estado moderno, da economia moderna (a escalas nacionais e cada vez mais transnacionais) e, pelo contributo de ambos, a emergência de um sistema inter-nacional ou “sistema-mundo” (Wallenstein 2011). Nesta perspectiva mais ampla, há com certeza coisas importantes a dizer sobre o papel das inovações dos media, por exemplo, o papel do telégrafo no surgimento da diplomacia e da guerra modernas (Mattelart 1994). Mas mais importante ainda é deslocar o nosso ponto de partida de um enfoque exclusivo em inovações tecnológicas singulares para aquilo que podemos designar como inovação “estrutural”, isto é, inovações na forma como as tecnologias e práticas de comunicação de muitos géneros se instalam, e eventualmente se

---

<sup>2</sup> Para descrições mais completas, ver Thompson (1995), Starr (2004) e Mattelart (1994).

integram, em modelos mais abrangentes de *organização de tudo*. O surgimento de mercados e de organizações de grande escala que operam nestes mercados (“corporações”) é aqui crucial, e uma questão relativamente esquecida na pesquisa sobre comunicação. Como refere Craig Calhoun num texto importante:

O poder de Estado pôde crescer porque as novas formas de organização e a melhorada infraestrutura de transportes e comunicações (baseada em parte nas novas tecnologias, mas, em primeiro lugar, mais em fortes investimentos para ampliação de antigos métodos) tornaram possível a difusão crescente de uma administração eficaz pelos vários territórios de um país... Mas [o reconhecimento disto] não é suficiente. Uma visão mais ampla necessita reconhecer...que o crescimento do Estado, tal como da economia capitalista, permitiu o desenvolvimento de infraestruturas que poderiam ser utilizadas pelas pessoas comuns para estabelecerem *conexões entre si* (Calhoun 1992: 214 – ênfase acrescentada).

O desenvolvimento gradual destas conexões, não apenas entre “pessoas comuns”, mas nas interações destas com as corporações, levou à formação de um nível “terciário” (isto é, institucionalmente mediado) de relações sociais sobre e para além dos dois níveis básicos de relações primárias e secundárias teorizadas por Charles Cooley (1962) no início do século XX (relações integralmente pessoais [*whole-person relations*] versus relações mediadas por papéis sociais). O relato mais completo de *como* isto aconteceu está no brilhante livro de James Beniger, *The Control Revolution* (1987).

O livro de Beniger estabelece o levantamento “de um complexo de mudanças súbitas nos ordenamentos tecnológico e económico pelas quais a informação é recolhida, armazenada, processada e comunicada, e através dos quais as decisões formais ou programadas podem influenciar o controlo social” (1987: vi). Este enfoque alargado simultaneamente no “processamento de informação” e na “comunicação” (1987: 8) permitiu a Beniger compreender uma dinâmica fundamental de ordem superior da modernidade do século XIX que ele designa por “uma crise de controlo”. Explicando melhor: a Revolução Industrial ao acelerar “todo o sistema de processamento material da sociedade” precipitou “uma crise de controlo”, com o processamento de informação e as práticas comunicacionais a serem ultrapassados pelos processos de produção, utilização industrial e transporte de energia (1987: vii). A crise exigiu soluções integradas nos mais diversos domínios, por exemplo, os transportes e os media, a estandardização de produtos e a publicidade, de modo a reforçar a previsibilidade geral da sociedade, tanto a nível de mercado como do Estado. O exemplo mais elucidativo de Beniger é um acidente ferroviário nos Estados Unidos da América em 1841, quando dois comboios da Western US Railroad colidiram de frente, simplesmente porque (facto desconhecido para cada um deles) ambos estavam a circular na mesma linha, ao mesmo tempo e em direção opostas

(Beniger 1987: 221-226). O resultado foi a compreensão súbita, em meados do século XIX, de que, para evitar desastres, os transportes velozes *exigiam* comunicações mais rápidas e mais coordenadas. O perfil de risco da interação quotidiana em qualquer lugar tinha sido profundamente alterado pela simples possibilidade de transportar bens e pessoas distantes para um dado local em questão de horas, o que tornou necessário o desenvolvimento de uma ecologia de *comunicações* que possibilitasse alguma forma de ligação de localidades em qualquer lugar. Entretanto, as soluções para estes problemas deram origem a melhores redes de transporte, que serviram também para acelerar a distribuição de conteúdos simbólicos centralizados (jornais). Estas transformações dos processos de comunicação integradas numa mudança organizacional mais vasta tiveram impacte muito para além de uma normal gestão de riscos: elas afetaram a qualidade e a velocidade da produção económica (a sua melhor coordenação através de redes económicas em crescimento), do consumo (com base num fluxo de informação mais seguro sobre as compras potenciais dos consumidores) e da distribuição (de modo a assegurar que os bens desejados chegavam efetivamente aos consumidores).

Este relato afasta-nos de certo modo das narrativas centralizantes sobre o papel dos media nas comunidades imaginadas de nação (Anderson 1990); ao pôr em evidência o papel chave da comunicação coordenada no desenvolvimento das relações de mercado e de Estado e de relações Estado/mercado, a análise de Beniger é reveladora do papel dos “media” (em sentido lato) na prossecução de soluções de ordem superior para problemas complexos de interdependência (Elias 1994). Este enquadramento mais amplo das relações dos media com o desenvolvimento da modernidade no século XIX será essencial, a seguir, quando nos voltarmos para a potencial desarrumação das instituições modernas no século XXI.

Processos semelhantes de desenvolvimento interligado do mercado e do Estado por via das comunicações ocorreram no século XX com o surgimento daquilo que Raymond Williams (1990) designou por “privatização móvel”: a rádio e a televisão realizando a comunicação instantânea de conteúdos simbólicos para populações de centenas de milhões de pessoas; o telefone como meio de comunicação instantânea pessoa-a-pessoa através de redes locais, nacionais e internacionais; e, como pano de fundo, mudanças radicais nos transportes – o automóvel para os indivíduos em distâncias curtas, o avião para viagens rápidas de longa distância – que, por sua vez, criaram novas exigências a nível de infraestruturas de comunicação, tanto em situações de paz como de conflito.

A presença crescente de fluxos de media diários e, na segunda metade do século XX, de fluxos hora-a-hora na vida quotidiana ajudou a transformar as normas gerais de sociabilidade, o reconhecimento mútuo e o envolvimento com o sistema político estatal

(Scannell e Cardiff 1991; Starr 2004). Embora o balanço seja muito dispar quando nos desviamos de países relativamente estáveis, como o Reino Unido ou os Estados Unidos da América, para Estados com força muito variável (Alemanha: Kershaw 1987), ou Estados fracos em contextos pós-coloniais (Nigéria: Larkin 2008), ou Estados em processo de desintegração (antiga Jugoslávia: Smith 1995), tem alguma credibilidade a alegação geral de que as operações quotidianas contínuas das instituições de media (“os media”) contribuíram de algum modo para a estabilização das instituições e dos quadros institucionais gerais da modernidade. Sem dúvida que “os media” são instituições sem as quais, neste início de século XXI, as formas de sociedade e de política que herdámos seriam difíceis de imaginar. O grande historiador Eric Hobsbawm constata isto mesmo, no caso da política, ao mesmo tempo que avança com um apontamento marcante e apropriadamente ambivalente no que diz respeito às implicações: “a forma como terminou o século [XX] torna evidente que os media eram um elemento do processo político mais importante do que os partidos e os sistemas eleitorais, e provavelmente assim permanecem... embora...eles não fossem de modo algum um meio de governo democrático” (Hobsbawm 1995: 581-582). Existe certamente um perigo neste tipo de argumento de se confundir aquilo que o cientista político David Lockwood já há um século distinguiu em termos clássicos, nomeadamente, a integração (prática) no sistema e a integração (com base em valores) social (Lockwood 1964, questão discutida por Couldry 2000: 10-12). Esta é uma distinção a que regressarei.

Apesar da aparente concordância entre instituições dos media e características gerais da modernidade, nos anos 70 e 80 do século passado desenvolveu-se a ideia de que a crescente quantidade e intensidade de mensagens dos media estava a gerar uma mudança qualitativa de fase: a viragem para o *pós*-moderno. Os debates nos anos 80 sobre a pós-modernidade tiveram muitas vertentes – inclusive sobre as formas mais abrangentes de des-diferenciação, em resultado da expansão dos fluxos culturais globais e do destaque crescente da “cultura” na produção económica para mercados cada vez maiores e mais diferenciados (Lash 1990; Lash e Urry 1994), mas o aspeto mais claramente delineado no que se refere à pós-modernidade surge com relação aos media especificamente. A sua forma está na declaração bem conhecida de Jean Baudrillard de que, com a televisão, a modernidade se tornou uma era de “simulação”, na qual os pontos de referência epistemológicos dos discursos de legitimação da modernidade (liberdade, progresso económico e social, democracia) se viram então submersos por uma turbilhão de mensagens de media. O próprio poder dos media, na perspetiva deste autor, fica difícil de compreender pois já não nos podemos situar no seu exterior: “é impossível situar uma determinada instância do modelo, do poder, do olhar, do próprio medium, pois *tu* já estás

sempre no outro lado” (Baudrillard 1983: 51 – ênfase no original). Uma versão mais subtil deste argumento é a explicação de Joshua Meyrowitz para os efeitos dos media eletrónicos na reorganização dos quadros básicos da interação social quotidiana, por exemplo, na família (permanentemente *invadida* por imagens de autoridade sobre outros modos de comportamento veiculadas pelos media), ou das vidas profissionais dos políticos (permanentemente *expostas ao* eleitorado pelos media). Para outros autores, a saturação dos media tem como efeito a dissolução do espaço (McLuhan e Fiore 1967: 63), do lugar (Auge 1993) e do tempo (Nora 1989).

Quando observamos mais atentamente, porém, vemos que estes argumentos retiram a sua força do seu *distanciamento* da experiência quotidiana. O período do aparentemente “pós”-moderno foi caracterizado pelo desenvolvimento de novas formas de viajar, pelas quais o espaço e o lugar parecem ter ganhado mais importância, e não menos. Um argumento semelhante pode ser formulado quanto ao papel dos media para estimular e expandir o interesse pela história popular (Samuel 1994). Nenhum dos argumentos sobre a *intensificação* do fluxo dos media na era da televisão conseguiu evidenciar, de forma inequívoca, quaisquer desafios fundamentais à modernidade.

Para dar mais sentido ao papel dos media na modernidade, precisamos de ter em atenção as transformações dos media em *todas* as dimensões das interações e dos conflitos sociais, e de pôr em dúvida as pretensões de que os media subverteram as estruturas da modernidade de uma forma linear<sup>3</sup>. Do que necessitamos, pois, é de uma explicação flexível sobre o papel desempenhado pelos media no desenvolvimento da modernidade, que esboçaremos na próxima secção.

## O mito do centro mediado

Como foi possível os media terem adquirido esta importância na modernidade? Vale a pena considerar esta questão, antes de passarmos à próxima etapa da história. Os “media” são, em primeiro lugar, meios tecnológicos para produção, circulação e receção de *comunicações*. Não teríamos media se a vida humana não fosse constituída, de uma forma essencial, por comunicações: pelas trocas de *signos* que tornam possível que os atos de comunicação ganhem *sentido*, sedimentando-se ao longo do tempo *como* significado, *como* conhecimento. Paul Ricoeur afirma: “substituir coisas por signos... [é] mais do que um mero efeito na vida social. É o próprio fundamento desta” (1980: 219). Tornou-se essencial, porém, em certo momento na história, distinguir o trabalho das infraestruturas de “media” do fluxo geral de comunicações. Isto aconteceu quando surgiram formas tecnológicas de comunicação que

---

<sup>3</sup> Conforme, para as recentes transformações do Estado numa era de saturação dos media, Sassen (2006).

possibilitavam uma transmissão consistente e fiável de pacotes de significado através de extensos territórios. Muitos associaram isto ao início da imprensa em larga escala, nos séculos XV e XVI, na Europa. A noção “os media” surgiu no século XX (pelo menos em língua inglesa, de acordo com o *Oxford English Dictionary*), com o crescimento interconectado do Estado moderno, da economia moderna e das instituições modernas de media: infraestruturas e redes estáveis para produção e circulação de pacotes de comunicação para toda a população de um Estado.

Os media são instituições com um poder especial sobre os meios para *representação* da realidade partilhada, realidade que, ao longo do tempo e devido a esse poder, se torna reconhecida como “nossa”: as instituições de media, na modernidade, acabaram por adquirir aquilo que Pierre Bourdieu, a propósito das anteriores instituições religiosas, designou por “o poder de construção da realidade” (Bourdieu 1991: 166). Para compreender como este poder funciona, precisamos de acompanhar as histórias maiores sobre a “sociedade” e o “mundo social” contadas pelos e que circulam nos nossos usos quotidianos dos media. A linguagem da antropologia (por exemplo, “mito”) é útil aqui para captar como as relações entre media e conhecimento social têm sido enquadradas e simuladas. Por “mito” quero referir-me não a um credo ou a um conjunto organizado de crenças explícitas, mas antes a um padrão subjacente segundo o qual, enquanto sociedades, nós damos sentido à *organização das coisas como se* certos tipos de informação, de especialização e de conhecimento fossem mais importantes do que outros, e nos oferecessem um ponto de vista privilegiado sobre a realidade da vida social. Os mitos não são apenas uma produção de elite: todos nós, potencialmente, estamos envolvidos na produção desses mitos através das nossas ações quotidianas (fazendo de “mito”, incidentalmente, um termo mais útil do que “ideologia”).

Olhando para trás, podemos observar como aquilo a que chamo *o mito do centro mediado* é crucial para a organização da modernidade. O domínio deste mito é a organização de recursos e da vida quotidiana em torno de produções das grandes instituições de media. Este mito tem vários beneficiários: mais imediatamente, as próprias instituições de media; em última instância, o governo (que necessita dos grandes media para lhe facultar os meios que lhe permitem assumir que é ainda capaz de falar à sua população) e os anunciantes, ou pelo menos aqueles anunciantes interessados em adquirir acesso a populações inteiras ou a segmentos delas. Compreender a importância social deste mito significa ir além da análise de conteúdos específicos de media e dos processos de produção, e ter em consideração o papel das instituições de media nas histórias que contamos sobre nós mesmos, enquanto membros de um dado domínio social. Raymond Williams captou isto mesmo, em 1974, na sua Lição inaugural em Cambridge, quando escreveu sobre o papel do drama televisivo de

fornecer “imagens, representações, daquilo que é agora a vida” (1975: 9) em sociedades que estavam a tornar-se cada vez mais “opacas”.

Utilizo a expressão “mito do centro mediado” (Couldry 2003; 2012) para chamar a atenção para a longa história no decurso da qual as instituições de media se tornaram cada vez mais implicadas nas linguagens, práticas e lógicas organizacionais do conjunto das sociedades. Este mito é o que poderemos chamar uma “reserva de racionalização” que ganha sentido para nós ao organizar as nossas vidas à volta dos fluxos de conteúdos de organizações de media; ele diz-nos que a sociedade *tem* um “centro” de valor, de conhecimento e de sentido, e que determinadas instituições, aquelas a que damos o nome “media”, *têm* um papel privilegiado ao fornecerem-nos acesso a esse suposto “centro”. As instituições de media trabalham duro para alimentar esse mito, dizendo-nos que todos nós estamos a observar, que este programa ou acontecimento mostra “o que está a acontecer” para nós enquanto uma sociedade. E o mesmo acontece com relação a outras instituições, como governos e partidos políticos, que dependem de algo do género como um centro mediado para garantirem o seu “espaço de aparências” (segundo o termo de Hannah Arendt: Arendt 1960). Este é o modo como o poder simbólico das instituições de media se reproduz.

Através do funcionamento do mito do centro mediado, as tensões da modernidade no sentido da centralização e da descentralização atingiram um conjunto de formas institucionais estáveis (com padrões correspondentes que permitem fixar o fluxo permanente da vida quotidiana), que possibilitaram a instalação de determinadas instituições de media as quais, por sua vez, podem nomear pela sua linguagem elementos da vida social local *enquanto* parte da “realidade” da nação. Este papel fundamental dos media na modernidade pode ser sublinhado a partir da recente sociologia da crítica desenvolvida por Luc Boltanski. Para Boltanski, “a realidade tende a coincidir com aquilo que parece estar unido ... [isto é], com uma ordem”, e determinadas instituições têm um papel intenso, a nível de linguagem quotidiana, na construção da realidade e em tornar possível a aparência de unidade de uma realidade particular contra o pano de fundo de um fluxo muito maior. É para essas instituições que é “delegada a tarefa de afirmação do modo de ser daquilo que é” (Boltanski 2011: 75 = 2009: 117).

Boltanski não discute propriamente as instituições de media (a sua ênfase é colocada nas instituições legais), mas a relevância do seu argumento para compreender o papel dos media no mundo social é evidente. A emergência dos media como instituições para “afirmar o modo de ser daquilo que é” tem sido uma realidade histórica ao longo de

mais de dois séculos<sup>4</sup>. Esta leitura do papel dos media explica a associação das instituições de media com a “tradição”, mas em si mesma ela não depende de qualquer presunção de domínio da tradição, estando assim aberta à ocorrência de movimentos de deslocação radicais. E, nas últimas duas décadas, a partir do interior das próprias indústrias de media em expansão têm surgido forças que são potencialmente desestabilizadoras do ordenamento das instituições modernas. Este assunto é discutido na segunda parte do artigo.

### **As mais recentes instituições “modernas tardias” de media**

A descrição da modernidade até este momento oferecida – e em especial a descrição do papel dos media na estabilização da modernidade – está sob contestação. Não é que os “media” tenham desaparecido (isto é, a maioria dos media tradicionais, embora os jornais em papel estejam sob pressão na maior parte dos países), ou que as pretensões de centralidade dos media tenham diminuído – indiscutivelmente essas pretensões tornaram-se *mais* insistentes. É antes o facto de o *terreno global* dos media (e as instituições de media) estar a ser redefinido pela “tripla revolução” (Rainie e Wellman 2012: ix) da internet, do acesso permanente à comunicação (interpessoal e de massa, e muitas vezes online) em movimento e da ascensão das redes sociais online através de plataformas, como o Facebook. Os media sociais são importantes para o mito do centro mediado, pois oferecem uma nova *forma* de centralidade, uma nova “vivência” *social*, mediada aparentemente *por nós* e não pelas instituições de media produtoras de conteúdos. As implicações para os media enquanto instituições sociais são profundas. Quando pensamos nos media hoje, não podemos separar de forma clara, como antes, a infraestrutura dos “media” (para a distribuição centralizada dos conteúdos institucionais) e a infraestrutura das “comunicações” (para distribuição das formas interpessoais de comunicação). Ambas agora circulam sobre e dentro uma da outra e através das mesmas plataformas.

Do ponto de vista da modernidade, as mudanças recentemente em marcha vão para além da globalização avassaladora da modernidade e da complexificação global das “paisagens” culturais e dos media (Appadurai 1996), decorrentes do papel dos media de compressão do tempo-espaço (Giddens 1990). Essas mudanças vão também para além de qualquer rejeição, de acordo com Latour (1993), de um certo imaginário moderno de separação entre natureza (ciência, tecnologia) e cultura (sociedade). Com certeza, na aurora dos media modernos, a cultura (e a sociedade) não podia coerentemente ser separada da tecnologia, ou da versão tecnologicamente ajustada de natureza em que vivemos. Neste

---

<sup>4</sup> Para uma discussão rara sobre a relevância para os media do trabalho recente de Boltanski, ver Dahlgren (2013: 161-165).

momento está em marcha, mais fundamentalmente, uma mudança das condições de centralização dos fluxos de comunicação, com profundas implicações para a base institucional da modernidade, ou seja, para qualquer possível modernidade futura (ou “modernidade tardia” mais recente). Para compreender isto, vamos regressar (e atualizar) à nossa história institucional do interface media-sociedade.

### A emergência da internet: nos bastidores

Na viragem do século, quando os serviços de internet estavam nos primeiros anos de difusão, o seu significado foi enquadrado prioritariamente em termos de se “a internet” iria substituir a televisão como medium de referência da vida contemporânea. Esta era a pergunta errada. A visualização de televisão não desapareceu, antes *creceu* em muitos países, ao mesmo tempo que o uso da internet se afirmou (Miller 2010); a televisão continua a ser o formato dominante de notícias e entretenimento, mesmo que o dispositivo físico para ver televisão possa, para muitos, ter-se alterado de um aparelho analógico sem ligação em rede para um televisor digital, um computador portátil ou *tablet* com possibilidade de estabelecer interface com uma grande variedade de conteúdos transmitidos em contínuo com base na internet. A melhor pergunta diz respeito ao papel que a *infraestrutura de ligação* “da internet” está a assumir nas transformações institucionais da mais recente “modernidade tardia”. E aqui estamos perante um novo cenário dramático, cujos contornos só lentamente se estão a tornar claros.

A história “da internet” já foi muitas vezes contada. Todos sabemos que ela surgiu a partir do ramo de investigação do *establishment* militar dos Estados Unidos da América, através das suas ligações com laboratórios de pesquisa universitários; sendo um exemplo, assim, de desenvolvimentos sobre os quais “o mercado” reclama créditos, mas que são normalmente resultado de apoios do Estado e de outras instituições públicas (Mazzucato 21013). Mas isto é apenas o início da história. Particularmente importante é a combinação de etapas (algumas lideradas pelo Estado nos Estados Unidos da América e na Suíça, outras conduzidas pelos mercados) que teve como resultado, em 2015, que um pequeno número de corporações vagamente designadas por “media” – Google, Facebook, Apple, talvez também o Twitter e o Instagram, e na China a Alibaba – possam, através das suas “plataformas”, agir *diretamente* sobre o mundo do consumo e o mundo da interação social quotidiana.

As etapas deste desenvolvimento merecem ser delimitadas de forma mais precisa:

1. A construção de redes “distribuídas” de comunicações entre (no início muito poucos) computadores através do processo inovador de “comutação por pacotes”, como meio, inicialmente, de assegurar formas de comunicação mais

seguras em situações de ataque militar (a criação da ARPNET, em outubro de 1969, e da NSFNET, em 1985).

2. O desenvolvimento (antecipado por Vannevar Bush em 1945) de um protocolo para conexão de grupos de computadores já ligados entre si criando uma rede mais alargada, implementado primeiro no início dos anos 80 e que, em 1989, levou a uma “internet” de cerca de 160 mil computadores no setor público.
3. O surgimento da *world-wide-web* a partir da ideia de que os textos poderiam ser ligados entre si se fossem associados a conjuntos ordenados de “metadados”, chamados “hipertexto”, e a formalização dos meios (da responsabilidade de Tim Berners-Lee) para assegurar a transmissão fiável do hipertexto. A partir daqui seguiu-se a proposta, em 1990, para uma “web” de ficheiros em computadores ligados em rede e o primeiro sistema de “navegação” no domínio desses textos (“a World Wide Web”), e o primeiro sítio “web” em novembro de 1991 (info.cern.ch).

Este desenvolvimento com apoio público tinha produzido no início dos anos 90 o esqueleto de uma infraestrutura de conexão, mas que não se encontrava ainda ligada à atividade comercial quotidiana, ou mesmo a uma utilização quotidiana não especializada.

Uma outra sequência bastante diferente e acelerada deu origem à internet e à worldwideweb intensamente comerciais que conhecemos em 2015:

4. Em 1991, a NSFNET foi encerrada e as operações de internet entregues pelo governo norte americano a operadores comerciais. Os primeiros motores de busca comerciais (MOSAIC e Netscape) vieram logo a seguir. Ao mesmo tempo que se deu a difusão dos pequenos computadores de secretária e depois os portáteis como meios de fácil acesso à internet.
5. No final dos anos 90 ocorre uma mudança a nível dos meios de acesso ao domínio em crescimento exponencial dos ficheiros de internet, a passagem dos diretórios gerenciados (Yahoo) para o modelo *algorítmico* da Google de indexação de páginas com base num ordenamento hierárquico estabelecido em função do número de *links internos* de cada página de internet. O modelo Google era distintivo pois, em vez de fazer a busca dentro de um diretório limitado e finito, as suas operações eram recursivas, cada novo *link* aumenta os dados sobre os quais os cálculos são realizados, fazendo assim aumentar o poder do mecanismo, de forma ilimitada.
6. A Google, com base no enorme sucesso do seu motor de busca, associou a este uma infraestrutura comercial para a internet muito mais robusta: um novo modelo para publicidade que associa esta aos termos pesquisados através do

Google (“*Google Adwords*”) e um sistema de leilões publicitários (“*AdSense*”), que em conjunto inauguraram uma nova base para a *marketização* do “espaço” online.

7. O desenvolvimento independente de *smart phones* com capacidade de acesso não apenas às funções de telefone (falar, escutar, enviar e receber SMS), mas também ao domínio da *worldwideweb*. Em torno dos *smart phones* desenvolveram-se rapidamente aplicações (*apps*), que podem ser instaladas em cada aparelho, para proporcionar um acesso simplificado a domínios de dados web específicos.
8. Uma etapa final, mas crucial, envolveu o aparecimento (de forma experimental em 2002 e em larga escala a partir de 2006) de um novo tipo de arquitetura de websites (ou “plataforma”) que permitia a centenas de milhões de utilizadores ligarem-se entre si, mas de acordo com os parâmetros estabelecidos pelos proprietários dessas mesmas plataformas: as chamadas “redes sociais”.

O resultado destas etapas encadeadas foi uma completa e surpreendente transformação da “internet”, de uma rede fechada, financiada publicamente e orientada publicamente para uma comunicação especializada, num espaço concentrado extremamente comercializado, para condução de muitos aspetos da vida social. A questão, então, é como podemos compreender as consequências desta transformação para a modernidade e para as suas instituições.

### Consequências?

Compreender as consequências do surgimento da internet como uma infraestrutura *conectiva* para a modernidade e as suas instituições implica uma série de passos.

Primeiro, temos de dar conta da profunda mudança na organização espacial das comunicações da modernidade que decorre não da internet em si, mas da *normalização* do acesso à internet numa base contínua para os atores sociais, onde quer que estes se encontrem e a qualquer momento. A ideia de um espaço de comunicações de muitos-para-muitos já estava presente nas pequenas redes de computadores que começaram a ser construídas nos anos 60, mas os seus benefícios limitavam-se então a uma elite de comunicadores, e ao Estado ou às instituições militares nos quais essas redes estavam inseridas. A *difusão* da possibilidade de transmissão em rede e receção em rede por parte de uma larga percentagem da população alterou os *recursos básicos* da ação social quotidiana. A “comunicação de massa pessoal” (*mass self-communication*) (Castells 2009) a partir de meados da primeira década deste século em muitos países, inimaginável na década anterior, tornou-se banal no final dessa década. Isto é o século XXI a reeditar o papel das comunicações

laterais que Calhoun (1992: 214) tinha enunciado para o século XIX, mas agora à escala de um espaço global de comunicações. Como resultado, o *espaço* da ação social foi transformado de um espaço no qual as possibilidades para uma ação-à-distância tinham de ser “carregadas” a partir de usos específicos, e em série, de determinadas tecnologias (o telefone, a rádio, mesmo o email), num espaço que se encontra a todo o momento “carregado” de potencial de ação, pronto para ser acionado, de/para múltiplas distâncias e direções, e através de múltiplas modalidades (chamadas telefônicas, email, *twitter*, *instagram*, etc.). Os hábitos evoluíram rapidamente para reduzir o leque efetivo de escolhas em cada momento, mas o potencial “de carga” do espaço social já não pode mais ser negado ou eliminado.

Em segundo lugar, este novo potencial de ação social – sempre de duas vias pelo menos (a possibilidade de enviar um SMS em movimento, a avisar que se está atrasado e a possibilidade de receber um SMS a dizer que já não vale a pena continuar, pois um reunião foi cancelada) – envolve agora necessariamente não apenas ações entre indivíduos, mas também ações de *grupos empresariais* sobre indivíduos. Os grupos empresariais têm capacidade para agir de forma mais contínua no tempo e com uma cobertura do espaço mais ampla do que os indivíduos, e deste modo de agir efetivamente sobre “o social” (o domínio efetivamente infinito de pontos a partir dos quais a interação pode ser desencadeada com um ou mais atores sociais). O espaço-tempo social, conseqüentemente, graças às possibilidades de conexão aperfeiçoadas que se foram acumulando ao longo dos últimos 15 anos, tornou-se aberto a uma saturação por parte da ação corporativa, isto é, uma ação dirigida sempre para fins instrumentais: a realização de lucro, mas (para os governos) também a regulação da ação. Como escreve Joseph Turow, “a centralidade do poder corporativo é uma realidade imediata no próprio coração da era digital” (Turow 2011: 17).

Em terceiro lugar, e com relação ao anterior, as corporações comerciais (na verdade, todos os que pretendem comunicar para além de um pequeno grupo de interlocutores definidos) estão perante um sério desafio que as leva, cada vez mais, a *usar* este novo e extremamente melhorado potencial para agirem sobre “o social”. Este desafio tem diretamente por origem a natureza transformada do espaço social. Atores de todos os géneros têm agora cada vez maiores capacidades para enviar mensagens em todas as direções, e eles utilizam frequentemente essas capacidades. Em consequência, o volume de mensagens em circulação cresceu exponencialmente já desde há algum tempo, criando dois problemas: a necessidade de filtrar a maior parte das mensagens (independentemente do seu valor) de forma a fixar a atenção num subconjunto mais manejável daquilo que se encontra em circulação (através de *apps* ou de outros meios) e a necessidade de ferramentas

de busca para determinadas mensagens (resolvida por motores de busca e, cada vez mais, por *apps*). A ligação de cada pessoa com o mundo passa, cada vez mais, por uma filtragem intensa, que, por sua vez, aumenta as dificuldades dos comunicadores generalizados, como é caso dos anunciantes e dos governos. Em resposta, os anunciantes, como Turow (2011) regista, desenvolveram o seu próprio aparelho cumulativo de soluções: nos Estados Unidos da América e no Reino Unido, pelos menos, eles procuram agora alcançar audiências não através dos tais meios gerais, mas através de um *rastreio permanente*, estejam onde estiverem os indivíduos online e seja o que for que eles estiverem a fazer.

Deixando de lado as consequências deste terceiro ponto para determinadas instituições de media (como os jornais em papel que, durante dois séculos, puderam contar com os conteúdos dessa velha subsídio cruzada: Couldry e Turow 2014), uma quarta e mais vasta consequência consiste no incremento de um maior número de interfaces de comunicação generalizada (as chamadas “plataformas”: Gillespie 2010), cujo objetivo é assegurar que as pessoas despendam *precisamente nelas* o máximo de tempo possível, enquanto realizam o maior número possível de ações. As plataformas são um meio institucionalizado de otimizar a sobreposição do domínio da interação social com o domínio do lucro. O próprio termo “plataforma” trai a natureza dramática da mudança em curso de um mundo (até meados da primeira década do presente século) de ação social em larga medida *não estabelecida em rede* e não concentrada em algum ponto em particular (isto é, em localidades e pequenas redes que nunca poderiam agregar-se numa rede maior) para um mundo (a partir de meados dessa década) de ação social *penetrantemente ligada em rede* e que passa por um pequeno número de plataformas de propriedade corporativa, não pública (Van Dijck 2013).

Isto tem uma quinta e mais vasta consequência: quanto mais aquilo que fazemos acontece habitualmente (é incentivado a que aconteça) nas “plataformas de media sociais” online, através de aplicações ou de outros recortes seletivos a partir do domínio infinito de atividades online de acesso comercial, mais o valor económico depende não da venda direta de bens ou serviços (atividade comercial intensiva), mas da venda de *dados sobre potenciais ações futuras* (atividade comercial protensiva). Mas a tendência protensiva da expansão comercial online tem profundas implicações para os valores fundamentais da modernidade, em particular para a liberdade, em consequência das novas condições infraestruturais que, para tornar possível e sustentável esta mudança, nós temos de aceitar. Como a teórica do Direito Julie Cohen explora, duas formas de aceitação são essenciais. Existe a aceitação da norma de vigilância permanente (Cohen 2000): o modelo de negócio mesmo da mais comum *startup* é muito provável que dependa da recolha de dados sobre os seus utilizadores para a subsídio cruzada do serviço que se pretende oferecer, exigindo por

parte desses utilizadores uma aceitação de qualquer coisa, vigilância permanente, a qual é vista normalmente como conflitual com um princípio básico de liberdade de ação (Skinner 2003). E, subjacentemente, existe a aceitação das condições mais gerais das arquiteturas da plataforma e do sistema, em que temos de confiar para poder realizar ações básicas: uma aceitação pragmática da nossa própria vulnerabilidade à recusa do sistema, sempre que considere adequado, em *aceitar* a nossa aceitação, excluindo-nos assim do sistema. Estes dois níveis de aceitação instalam, como defende Cohen (2012: 188-189), um autoritarismo que tem por base um sistema transversal a vastos segmentos da vida quotidiana.

Os governos, entretanto, não estão à margem destes desenvolvimentos, e eles próprios parece confiarem na nova acessibilidade ao domínio social para realizarem uma vigilância permanente. A possibilidade de monitorização assimétrica do social não, é em si mesma, é certo, uma novidade, tendo já sido teorizada por Calhoun (1992: 219) como uma relação “quaternária” que veio complementar o nível “terciário” de comunicações com a inclusão de instituições de grande escala, as quais, ao longo da modernidade, foram cada vez mais sendo reconhecidas como indiscutíveis na interação social. Mas enquanto Calhoun deu conta, já então, do aumento da recolha de dados para fins comerciais, a possível extensão, profundidade e poder conetivo dessa recolha de dados não poderiam ter sido antecipados no início dos anos 90, pois dependem precisamente do desenvolvimento da internet como espaço aberto para o social, sem a qual as recentes indústrias de mineração de dados não poderiam ter atingido a sua escala atual (Amoore 2013; Turow 2011). Deste modo, a integração sistémica da vida quotidiana desenvolveu-se de forma massiva, mas sem necessariamente (ou mesmo possivelmente) um desenvolvimento correspondente da integração social, com base em valores.

É certamente ingénuo acreditar que estas transformações não terão implicações para a *legitimidade* a longo prazo de todos os tipos de instituições modernas (desde governos a corporações e organizações da sociedade civil), as quais cada vez mais compreendem, a partir daquilo que lhes chega dos seus *stakeholders*, que a sua sobrevivência institucional depende da *continuação no futuro* dessas práticas estranhas à liberdade. Podem os arranjos institucionais da modernidade – os arranjos ajustados da mais recente “modernidade tardia” – resistir quando a sua pré-condição básica é um regime de “vigilância total” que é oferecido sob uma aparência de liberdade? É evidente que respostas para uma questão desta dimensão só podem, neste momento, no mínimo, ser especulativas, mas na minha conclusão tentarei esboçar alguns inícios de resposta.

## Conclusão

Poderá parecer, devido ao caráter abstrato do meu argumento, que eu tenha concebido um paradoxo a propósito da relação permanente dos media com a modernidade demasiado violento para ser plausível. Com efeito, não devemos subestimar o papel de vários fatores a nível da vida quotidiana que podem desafiar este paradoxo entre o desenvolvimento infraestrutural da “modernidade tardia” mais recente e os seus valores. Primeiro, estas violentas contradições estão inscritas nas nossas relações quotidianas a nível das infraestruturas que parecem simplesmente possibilitar-nos alcançar os nossos objetivos de nos mantermos em contacto com os nossos amigos e familiares, trabalhar normalmente, adquirir as coisas de que precisamos e desejamos. A natureza da infraestrutura é a destas relações práticas nas quais o seu funcionamento “mergulha” fenomenologicamente, a um nível não consciente, distante do plano da raiva política (Star e Ruheder 1996), pelo menos até a infraestrutura colapsar. Em segundo lugar, não devemos subestimar a capacidade inventiva institucional para encontrar soluções locais para tensões específicas provocadas por essas contradições (negociando “termos de serviço” para disfarçar melhor determinados processos que tenham suscitado objeções por parte dos utilizadores), ou para enquadrar a aceitação numa narrativa mais geral de ameaça (as atuais narrativas governamentais dos Estados Unidos da América e do Reino Unido sobre a necessidade dos seus gigantescos programas de vigilância e a conivência das empresas dos quais eles dependem). Terceiro, nunca foi verdade que a modernidade tenha estado *isenta* de contradição, e assim não existe nada *automaticamente fatal* para o projeto em curso da modernidade pelo facto de novas contradições terem surgido, desta vez entre as condições operacionais da nova infraestrutura comunicacional da modernidade e as exigências colocadas pelos seus processos de legitimação política; não é como se, antes de mais, esta emergente infraestrutura de comunicações não trouxesse também benefícios ao processo político, por exemplo ao redistribuir as possibilidades de visibilidade entre o conjunto da população e dos atores políticos (Rosanvallon 2011).

Não podemos assumir que estes fatores contraditórios são suficientes para “silenciar” as tensões e contradições que eu delineeí, tendo em conta em especial que elas são intrínsecas aos modelos de negócio que dominam a expansão da internet e a economia no seu conjunto nos dias de hoje. Será melhor, antes, para base de nível de análise, colocarmos a *luta para neutralizar* estas contradições, o que nos leva de volta à questão do *mito*. Na primeira parte do artigo, defendi que para dar sustentação a algo como a nação moderna é necessário imaginar qualquer coisa do tipo de um “centro mediado” e que essa imaginação se estabilizou no decorrer do tempo na combinação de objetos e agentes, de crenças e discursos, a que dei o nome de “o mito do centro mediado”. Hoje, talvez,

estejamos a entrar numa nova era de inventividade mítica! Por um lado, a constante pressão para estar presente nas plataformas das redes sociais traz consigo um permanente esforço para invocar um novo horizonte de possibilidade social que tem por foco essas mesmas plataformas, uma invocação que designei por “mito de nós” (Couldry 2014a). Por outro lado, o caminho principal para *aproveitar da* nossa presença nas plataformas sociais depende da recolha e venda (para anunciantes ou outros interessados) de *dados que têm origem* nessa mesma presença e dessas atividades das plataformas. Os dados podem, por vezes, ser recolhidos silenciosamente através de *cookies* e de outros dispositivos mais sofisticados, mas a sua recolha pode certamente ser melhorada colocando o ator social em listas de determinadas entidades que libertam dados sobre os seus utilizadores. Uma série de áreas como os setores dos serviços de saúde, dos medicamentos e dos seguros de saúde estão cada vez mais focados, em especial nos Estados Unidos da América, na crescente recolha de dados. O que aqui está em jogo depende da importância que atribuímos às esperanças (num regime de prevenção da doença mais eficaz, com apoio em dados mais intensivos) ou aos custos (custos para a liberdade do tipo já referido por Julie Cohen a propósito de outras formas de dependência sistémica muito menos intensivas do que a saúde). O que é claro é que estas grandes transformações da base institucional dos serviços de saúde não é provável que se afirmem sem algum mito ou suplemento cultural. Jose Van Dick identifica “uma ideologia de dados...uma crença generalizada na quantificação objetiva e potencial registo de todos os tipos de comportamento e sociabilidade humanos através das tecnologias de media online” (Van Dijck 2014: 2); outros (Boyd e Crawford 2011; Couldry 2014b) têm falado do “mito” ou “mitos” dos grandes dados. O significado e eficácia a longo prazo destes mitos na neutralização das novas contradições da modernidade que têm por base a comunicação são desconhecidos, mas, tendo em conta a eficácia do mito do centro mediado durante mais de um século, não deveríamos apostar no seu insucesso!

Por fim, vale a pena situar o argumento deste artigo no contexto da teoria social do qual ele partiu. Tenho defendido que as comunicações têm sido em geral negligenciadas enquanto dimensão chave de tudo aquilo que é organizado na modernidade, mas quando nos voltamos para a “modernidade tardia” mais recente, a espantosa velocidade da mudança infraestrutural representada pela internet deu origem a novas contradições que ameaçam pelo menos desafiar algumas ideias de modernidade e, possivelmente, a própria legitimidade das instituições políticas e corporativas. Poderá estar a emergir uma nova crise de controlo (Beniger 1987), cujo foco está não nos conflitos de gestão de risco, mas em torno da sustentação *tanto* do sistema *como* da legitimidade social, quando a “normal” produção de um novo valor económico entra em conflito, devido à arquitetura profunda do sistema, com a sustentabilidade do valor social ou institucional.

Saber se, no longo prazo, o resultado desta grande reconfiguração da infraestrutura comunicacional da modernidade será uma desarrumação ou o restabelecimento das suas principais instituições não é ainda possível. O que deve ser evitado, contudo, é a crença mítica de que o desenvolvimento futuro da modernidade será uma simples atualização, segundo algum novo formato excitante, das normas libertárias consensuais do passado: isto está em desacordo pelo menos com aquilo que neste momento já podemos ver e conhecer.

### Bibliografia

- Amoore, Louise. 2013. *The Politics of Possibility*. Durham, NC: Duke University Press.
- Anderson, Benedict. 1990. *Imagined Communities*. 2nd edition. London: Verso.
- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Arendt, Hannah 1960. *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Auge, Marc. 1995. *Non-Places*. London: Verso.
- Baudrillard, Jean. 1983. *Simulations*. New York: Semiotext(e).
- Beniger, James. 1987. *The Control Revolution*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Boltanski, Luc. 2009. *De La Critique*. Paris: Gallimard.
- Boltanski, Luc. 2011. *On Critique*. London: Verso.
- Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity.
- Boyd, Danah e Crawford, Kate. 2011. “Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological and Scholarly Phenomenon”, *Information, Communication and Society* 15(5): 662-679.
- Calhoun, Craig. 1992. “The Infrastructure of Modernity: Indirect Social Relationships, Information Technology, and Social Integration.” In *Social Change and Modernity*, edited by Hans Haferkamp e Niels J. Smelser, 205-236. Berkeley: University of California Press.
- Castells, Manuel. 2009. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cohen, Julie. 2000. “Examined Lives: Informational Privacy and the Subject as Object.” *Stanford Law Review* 52(5): 1373-1438.
- Cohen, Julie. 2012. *Configuring the Networked Self*. New Haven: Yale University Press.
- Cooley, Charles. 1962 [1902]. *Social Organization*. New York: Schocken.
- Couldry, Nick. 2000. *The Place of Media Power*. London: Routledge.
- Couldry, Nick. 2003. *Media Rituals*. London: Routledge.

- Couldry, Nick. 2012. *Media Society World*. Cambridge: Polity.
- Couldry, Nick. 2014a. "The Myth of Us: Digital Networks, Political Change and the Production of Collectivity." *Information Communication and Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2014.979216.
- Couldry, Nick. 2014b. "A Necessary Disenchantment: Myth, Agency and Injustice in the Digital Age." *Sociological Review* 62(4): 880-897.
- Couldry, Nick e Turow, Joseph. 2014. "Advertising, Big Data and the Clearance of the Public Realm: Marketers' New Approaches to the Content Subsidy." *International Journal of Communication* 8.
- Dahlgren, Peter. 2013. *The Political Web*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Davidson, Donald. 2005. "A Nice Derangement of Epitaphs." In *Truth, Language, History*, 89-108. Oxford: Oxford University Press.
- Eggers, Dave. 2013. *The Circle*. New York: Random House.
- Elias, Norbert. 1994 [1939]. *The Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
- Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gillespie, Tarleton. 2010. "The Politics of 'Platforms.'" *New Media & Society* 12(3): 347-364.
- Hobsbawm, Eric. 1995. *Age of Extremes*. London: Abacus.
- Keen, Andrew. 2015. *The Internet is Not the Answer*. London: Atlantic Books.
- Kershaw, Ian. 1987. *The Hitler Myth*. Oxford: Oxford University Press.
- Larkin, Brian. 2008. *Signal and Noise*. Durham, NC: Duke University Press.
- Lash, Scott. 1990. *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Lash, Scott e Urry, John. 1994. *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Latour, Bruno. 1993. *We Have Never Been Modern*. London: Prentice Hall.
- Mansell, Robin. 2012. *Imagining the Internet*. Oxford: Oxford University Press.
- Mattelart, Armand. 1994. *The Invention of Communication*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mazzucatto, Mariana. 2013. *The Entrepreneurial State*. London: Anthem.
- McLuhan, Marshall e Fiore, Quentin. 1967. *The Medium is the Message*. New York: Bantam Books.
- Meyrowitz, Joshua. 1985. *No Sense of Place*. New York: Oxford University Press.
- Miller, Toby. 2010. *Television Studies: The Basics*. London: Routledge
- Nora, Pierre. 1989. "Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire." *Representations* 26: 7-25.
- Rainie, Lee e Wellman, Barry. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Rantanen, Tehri. 2009. *When News Was New*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Ricoeur, Paul. 1980. "The Model of the Text: Meaningful Action Considered as Text." In *Hermeneutics and the Human Sciences*, 197-221. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosanvallon, Pierre. 2011. *Democratic Legitimacy*. Princeton: Princeton University Press.
- Samuel, Raphael. 1994. *Theatres of Memory*. Volume 1. London: Verso.
- Sassen, Saskia. 2006. *Territory Authority Rights*. Princeton: Princeton University Press.
- Scannell, Paddy e Cardiff, David. 1991. *A Social History of British Broadcasting* - volume 1. Oxford: Blackwell.
- Skinner, Quentin. 2013. "Liberty, Liberalism, and Surveillance: A Historic Overview." Entrevista com Richard Marshall, *Open Democracy*. 26 July 2013. [www.opendemocracy.net](http://www.opendemocracy.net)
- Smith, Anthony. 1995. *Nations and Nationalism in a Global Era*. Cambridge: Polity.
- Star, Susan e Ruhleder, Karen. 1996. "Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design, Access for Large Information Space." *Information System Research* 7: 111-134.
- Starr, Paul. 2004. *The Creation of the Media*. New York: Basic Books.
- Tarde, Gabriel. 1969 [1922]. *Communication and Social Opinion*. Chicago: Chicago University Press.
- Thompson, John B. 1995. *The Media and Modernity*. Cambridge: Polity.
- Tocqueville, Alexis de. 1961 [1835-1840]. *Democracy in America* - volume 1. New York: Schocken.
- Turow, Joseph. 2011. *The Daily You*. New Haven: Yale University Press.
- Van Dijck, Jose. 2013. *The Culture of Connectivity*. Oxford: Oxford University Press.
- Van Dijck, Jose. 2014. "Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data Between Scientific Paradigm and Ideology." *Surveillance & Society* 12(2): 197-208.
- Wallerstein, Immanuel. 2011. *The Modern World System* - volume 1. Berkeley: University of California Press.
- Williams, Raymond. 1975. *Drama in a Dramatized Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Williams, Raymond. 1990. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Routledge.
- Wuthnow, Robert. 1989. *Communities of Discourse*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

**Nota biográfica / Biographical note**

Nick Couldry is Professor of Media, Communications and Social Theory at the London School of Economics and Political Science (LSE). His work has drawn on, and contributed to, social, spatial, democratic and cultural theory, anthropology, and media and communications ethics. His analysis of media as ‘practice’ has been widely influential. In the past 7 years, his work has increasingly focussed on data questions, and ethics, politics and deep social implications of Big Data and small data practices. He is the author or editor of 14 books and many journal articles and book chapters.

**Morada institucional:** London School of Economics and Political Science – Houghton Street, London – WC2A 2AE. United Kingdom.

Article by invitation / Artigo por convite