

# David Morley



## Televisão, tecnologia e cultura: uma abordagem contextualizada

### RESUMO

Este artigo oferece uma abordagem contextualizada dos debates contemporâneos sobre as novas (e velhas) mídias em diferentes momentos históricos e geográficos, com base em trabalhos anteriores do autor, em micro análises de determinações contextos sobre os usos das tecnologias em diferentes famílias. Aqui, indo além das críticas anteriores sobre os perigos do midiacentrismo em nosso campo (Morley, 2009), e com base em debates recentes sobre tecnologia e antropologia das mídias, eu desenvolvi os parâmetros desse artigo, mas agora em nível macro, tanto em termos de contextos temporais/históricos quanto geográficos/culturais. Estas questões macro incidem também sobre dois outros “ismos” em nosso campo: os problemas persistentes do “presentismo” (foco atemporal em acontecimentos atuais) e os perigos não resolvidos do etnocentrismo (predominantemente em sua forma europeia/americana) rotineiro em pesquisas no campo da comunicação.

**Palavras-chave:** Televisão; Tecnologia; Cultura

### ABSTRACT

This article offers a contextualist approach to contemporary debates about new (and old) media in different historical times and geographical places, building on the author's previous work in micro-analyses of the contextual determinations on the uses of technologies in different households. Here, moving beyond the terms of an earlier critique of the dangers of media-centrism in our field (Morley 2009), and drawing on recent debates in technology studies and media anthropology, I further develop the implications of this contextualist approach, but now at a macro level, in terms of both temporal/historical and geographical/cultural contexts. These macro issues also concern two other 'isms' in our field: the continuing problems of both 'presentism' (the foreshortened, ahistorical focus on present day developments) and the unresolved dangers of routine ethnocentrism (predominantly in its EuroAmerican forms) in media research.

**Keywords:** Television, Technology; Culture.

**TRADUÇÃO:** Txai Zerbeto

David Morley é Professor do Departamento de Media and Communications da Goldsmiths College, University of London, publicou os seguintes livros: *Geography of the New: Media, Modernity and Technology*; *Media and Cultural Theory*; *Home Territories: media, mobility and identity*; *Spaces of Identity: global media, electronic landscapes and cultural boundaries*; *Television Audiences and Cultural Studies*; dentre outros traduzidos para vários idiomas. Possui experiência em vários temas relacionados à televisão: esfera pública, televisão e representações raciais na Grã-Bretanha; telenovela e público no México; intertextualidade na televisão; economia política da televisão entre outros.

21

### Tecnologia, Causalidade e Continuidade

Estamos cercados por discursos nos dizendo o que as novas tecnologias vão fazer para nós, para melhor ou pior. No entanto, devemos ter cuidado com um foco tão midiático sobre os supostos efeitos das tecnologias, assim como a teoria dos usos e gratificações há muitos anos, temos também de pensar sobre o que as pessoas fazem com as tecnologias midiáticas (Halloran, 1970) e, ainda, uma teoria crítica da comunicação não considerar a mídia em seu centro sem cair em um determinismo tecnológico (Nekt, 1978). Aqui, a chave da questão é o contexto. Claramente, nenhuma tecnologia tem impactos diretos - pois temos que começar com a questão de como as pessoas (diferencialmente) vem sua relevância, e suas respostas, evidentemente, serão guiadas por seu repertório cultural existente; a outra questão é, então,

como elas (diversamente) ignoram ou mobilizam essas tecnologias.

A abordagem contextualizada, ao se aproximar de questões ligadas às mudanças tecnológicas, é definida, por Jennifer Bryce, como aquela em que, ao invés de começar com a “essência” interna de uma tecnologia e, em seguida, tentar deduzir os seus efeitos a partir de suas especificações técnicas, inicia-se uma análise do sistema interacional em um contexto particular e, em seguida, investiga como as tecnologias se ajustam a ele (Bryce, 1987). Esta foi a abordagem que Roger Silverstone, Eric Hirsch, Sonia Livingstone e eu desenvolvemos, em um nível micro, em nosso estudo *Household Uses of Information and Communication Technologies*, focando a influência central da estrutura familiar. Nesse estudo, nós tratamos o consumo como uma forma de “domesticação” - pelo qual as tecnologias são efetivamente “customizadas” ao serem inseridas em padrões locais de utilização. (cf Morley e Silverstone, 1990; Silverstone, Hirsch e Morley, 1991; Livingstone, 1992; em *deomestication*, ver também Miller 1988; Berker et al 2006). Eu quero agora aprofundar as implicações desta abordagem contextualizada, a um nível macro, em relação a questões de história e geografia.

22 Em relação aos debates sobre “novas mídias”, ao passo que devemos evitar sermos excessivamente crédulos às várias formas extravagantes de promoção dessas tecnologias, também não podemos simplesmente insistir em dizer que “já vimos tudo isso antes”. Esse dilema se aplica, por exemplo, em relação a como devemos reagir às alegações de que o nosso mundo é cada vez mais midiático, na medida em que os processos de comunicação interpessoais ocorrem cada vez mais por meio do computador ou do telefone celular. Evidentemente, devemos ser cautelosos sobre assumir quanta diferença as novas mídias fazem, pois toda comunicação é mediada e sempre foi - não menos importante, através da linguagem, no caso da comunicação face-a-face. Além disso, uma análise das 50 mensagens mais comuns transmitidas em qualquer conversa por celular no Reino Unido (“Eu estou no trem e vou chegar um pouco atrasado”) revelaria a maioria delas como banais e previsíveis “discursos do coração” (Tomlinson, 2001; Morley, 2007 Cp 8). Na verdade, elas não são tão diferentes das mensagens pré-definidas que 50 marinheiros britânicos poderiam enviar ao outro lado do Atlântico, durante a Segunda Guerra Mundial, simplesmente assinalando uma das opções na folha de código do telegrama, numerados de 1 a 50, fornecida a eles pela Marinha (por exemplo, nº 7: “feliz aniversá-

rio, mamãe”, ou nº 1: “Boas notícias - chegando em casa de férias”).

No entanto, temos de reconhecer que, em algumas situações distintas, novos padrões de comunicação estão surgindo, como a subcultura “Otaku”, do leste da Ásia, onde os jovens às vezes entram um mundo quase inteiramente virtual, enquanto raramente deixam suas casas físicas (Azuma, 2009; Ling, 2008). Eu encontrei um exemplo desse fenômeno em uma visita a Taipei, em 2008, em uma família em que os três adolescentes passavam a maior parte do seu tempo online, e evitavam as interações face-a-face, exceto em circunstâncias especiais. Comunicavam-se principalmente um com o outro via MSN - até mesmo sobre quem seria o próximo a ir ao banheiro.

De fato, mudanças semelhantes de sensibilidade em relação à tecnologia estão ocorrendo, mesmo dentro do meu próprio “sistema interacional” (para reverter a terminologia de Bryce). Assim, minha filha jornalista, quando foi designada para descrever um “dia experimental” como participante de uma nova moda de *slow-tech* (subcultura que rejeita as novas tecnologias da comunicação -TICs), mal pôde conter sua frustração ao escrever sobre o que ela experimentou como a “ineficiência terrível” de não ser capaz de verificar o e-mail em seu Blackberry, e, ao mesmo tempo, falar em seu telefone celular, como normalmente faz (cf Cartner-Morley, 2009; Tomlinson, 2007 sobre “culturas lentas”). No entanto, embora reconhecendo o importante potencial de tais mudanças nas sensibilidades tecnológicas, devemos também reconhecer, com Carolyn Marvin (1988), que a novidade é uma constante histórica, mesmo que suas formas são, por definição, diversas, pois, como diz Marcel Proust, “a única coisa que não muda é que, a todo e qualquer momento, parece ter tido ‘grandes mudanças’”. (citado em du Gay, 2003: 663).

## O FIM DA TELEVISÃO E O NASCER DOS NOVOS DIAS

No coração da atual versão hegemônica da história de “mudança fundamental” na nossa cultura midiática, está a ideia de que a era da “maldita tela da TV aberta” - e seu público passivo e de massa - está sendo substituído pelas “Boas Telas” da recém-interativa era da comunicação personalizada (Seiter, 1999; Boddy, 2004; Spigel e Olson, 2004; Katz, 2009). Isto é o que podemos chamar de “ortodoxia digital” de Estudos de Mídia 2.0. (Gauntlett 2000; Gauntlett e Horsley, 2004; para críticas, ver Gripsrud, ed 2009, e Bennett e eds Estranhos, 2010).

No entanto, se nos concentrarmos em mais detalhes sobre a questão do que realmente está acontecendo com a televisão, o assunto se torna mais complexo. Para voltar ao período no final de 1980, quando Silverstone, Hirsch, Livingstone e eu fizemos nossos estudos sobre os usos domésticos das tecnologias, foi amplamente argumentado que a chegada de vários aparelhos de televisão nos lares iria transformar completamente o consumo midiático. Na verdade, este acabou por não ser o caso. Mesmo quando algumas pessoas, em um das famílias que estudamos, assistiam simultaneamente a televisores em quartos separados, muitas vezes ao mesmo programa, e conversavam sobre isso depois – o processo de consumo não se limita ao momento em frente à tela – eles ainda consumiam a televisão dentro de suas relações sociais. Além disso, em outros momentos, eles ainda se reuniam no sofá, ritualisticamente, para assistir a programas favoritos “como uma família” (cf Silverstone, Hirsch e Morley, 1992).

As previsões sobre a total transformação da cultura do “assistir” estão avançadas. Após anos, nós agora somos informados de que a era da televisão aberta e seus “consumidores comuns” (couch potatoes) acabou (se tais fantasmas alguma vez já existiram), e está sendo substituída por uma nova forma de comunicação interativa. Isto é em parte um discurso comercial “ufanista” impulsionado por empresas que esperam lucrar com essas mudanças, mas no Reino Unido (como em outros lugares) é também uma questão de política de governo (cf Curran, 2011). O relatório do governo britânico de 2009, *Digital Britain*, foi baseado na presunção de que em breve “a tecnologia e seus usuários vão passar de um ambiente em que o conteúdo é consumido passivamente através de uma programação linear, para uma em que o conteúdo é consumido ativamente através de pesquisas e procedimentos on demand” (OFCOM, 2009 pp 135-6; Barnett, 2009).

No entanto, como foi demonstrado na conferência da Escola de Negócios de Londres (London Business School's, 2009) sobre “O Futuro da Convergência e TV on demand” (cf [www.acbuk.net/conference.php](http://www.acbuk.net/conference.php)), quando você olha para os dados empíricos, percebe que, apesar da audiência televisiva no Reino Unido evoluir lentamente em relação à incorporação de uma variedade de novos modos de consumo, até agora, menos de 1% da audiência é on demand através do computador. Isto é, pelo menos, por causa das contínuas atrações visualizadas em grupo pelas transmissões “ao vivo”. Naturalmente, as pessoas respondem com entusiasmo a entrevistas com questões

especulativas sobre o aumento das opções oferecidas pela visualização on demand, mas, quando você estuda o que eles realmente fazem, percebe-se que voltam de novo e de novo a alguns canais e programas “favoritos” - porque na verdade, além disso, eles sofrem da “fadiga de escolha”. (cf, Gripsrud, 2005).

Enquanto um relatório recente da Nielsen nos EUA indica uma queda nas vendas de aparelhos televisores entre os consumidores mais jovens (Naughton, 2011), a atividade tradicional de consumir a narrativa linear a partir de um horário da programação televisiva continua a ocupar uma grande parte dos índices de audiência, na maioria dos lugares, e parece provável que continuem assim em um futuro previsível. Na verdade, um outro relatório proveniente do Reino Unido mostrou que as previsões de que as redes sociais iriam acabar com a TV tinham se demonstrado claramente prematuras, na medida em que a quantidade média de tempo gasto em frente à TV por britânicos tinham, na verdade, aumentado no ano anterior (OFCOM 2009, Plunkett, 2010). O padrão do relatório que o OFCOM revelou foi aquele em que as pessoas usam cada vez mais redes como Facebook e Twitter durante a exibição, com essas novas plataformas provando ser um complemento, e não um concorrente para TV. Uma das razões para a popularidade continua da TV aberta refere-se aos prazeres da “conversa de TV”, conduzida face-a-face em diferentes lugares, como ao lado do bebedouro, no escritório, no dia seguinte, ou praticamente em tempo real. Se você assistir a algo obscuro de um canal on demand, você só pode dizer aos outros o quão bom (ou ruim) pensou que era: mas é negada a você a satisfação de trocar comentários com seus colegas telespectadores sobre a natureza exata do horror do novo penteado do apresentador. Como o teórico de mídia alemão Claus Dieter Rath disse certa vez, “com a televisão, a motivação, muitas vezes, não é tanto para ver o conteúdo, mas para ‘estar entre aqueles que assistiram’, e poder, assim, compartilhar os prazeres da discussão.” (Rath, 1988).

Assim, as mudanças evolutivas estão ocorrendo, e coisas como os *websites online* já oferecem um suplemento popular aos telespectadores para acompanharem os programas que lhes interessam. Quando ando em meu próprio bairro, à noite, eu posso ver, através das janelas, um número crescente de vizinhos “assistindo” (ou talvez, ouvindo) o principal aparelho de TV em suas salas, enquanto estão esparramados em seus sofás com seus laptops abertos - mas quão diferente isso é do hábito mais antigo de assistir TV enquanto folheávamos uma revista ou jornal? Embora o

tamanho da amostra seja relativamente pequeno (50 por ano) e a metodologia simples, sucessivos questionários aplicados em sala-de-aula para meus próprios alunos, ao longo dos últimos três anos, mostram que uma proporção cada vez menor deles tem uma televisão e muitos só assistem a programas de TV em uma tela pequena, em seus laptops. Além disso, para retornar às dimensões avaliativas da “Boa Tela”/ “Tela Má”, a complicação adicional é que, implicitamente, “um espectador assistindo a um programa on-line é atualmente considerado como um ‘usuário de mídia mais eficiente’, com todas as implicações morais/normativas que isso implica, e (curiosamente) o ato de assistir ao mesmo programa on-line, em vez de broadcast, é de alguma forma considerado mais ‘ativo’”. (Andersson, 2010).

O discurso sobre “nativismo digital” (*Digital Nativism*) e a “Geração Internet” (*Net Generation*) (cf Tapscott, 1998) presume que as pessoas mais jovens serão, necessariamente, mais aventureiras em seus hábitos de consumo midiático, em parte, na suposição de que eles também vão estar na posse de formas superiores de competências tecnológicas que os mais velhos. No entanto, pesquisas recentes sobre as audiências de Taiwan também mostram que mesmo aqueles que, como adolescentes ou adultos jovens, são muito aventureiros em seu uso de mídia, podem cair de volta para os modos um pouco mais convencionais de consumo midiático numa fase posterior em seu ciclo de vida, quando eles estão casados e com filhos (Yu, 2009). Assim, a presunção comum que o comportamento atual de uma geração específica dos segmentos abastados das sociedades industriais avançadas nos oferece um vislumbre valioso para o futuro de como a maioria do público em todo o mundo vai consumir mídia no futuro, acaba por ser infundada - e nem mesmo, necessariamente, um bom profeta de seu próprio comportamento futuro. Como indicado na pesquisa sobre o uso doméstico da tecnologia referido anteriormente, a estrutura familiar (e estágio no ciclo de vida) ainda é uma poderosa influência sobre o consumo midiático - embora as “novas” tecnologias envolvidas possam ser. (cf Silverstone e Morley, 1989).

Além disso, estes desenvolvimentos raramente seguem um curso simples. Em um exemplo clássico de um efeito imprevisto de “progresso” tecnológico, o desenvolvimento de televisores de tela grande caros e muito sofisticados começou a inverter a tendência para a fragmentação de telespectadores no Reino Unido (cf London School Business, 2009). Isso ocorre porque algumas famílias podem pagar mais de

um conjunto com a mais alta definição de qualidade de visualização e os mais recentes recursos tecnológicos. Assim, enquanto alguns membros da família preferem ainda consumir alguns programas em isolamento, em seus próprios quartos (mesmo que o façam em aparelhos mais antigos), para outros tipos de visualização, o principal, atualmente, é na sala mais confortável da casa, é então reconsagrado na posição central que tinha antes do advento das famílias multi-set (cf Morley e Silverstone, 1991).

Na verdade, parece que a queda da era tirânica de TV aberta, tão ansiosamente prevista por futuristas, como George Gilder e Nicholas Negroponte, em que os canais de televisão convencionais deixariam de existir e a maioria das pessoas passaria muito mais tempo na internet do que assistindo TV ainda não aconteceu e é, de fato, (e por razões muito boas) improvável de ocorrer a qualquer momento no futuro próximo. Este é um futuro em que ainda existirá “grandes canais”, e as formas tradicionais de transmissão televisiva desenvolverão modos simbióticos de relacionamento com as alternativas emergentes para eles. Além disso, em termos de perspectivas para o futuro desenvolvimento de modos de consumo mais ou menos “ativo”, o que pode acontecer talvez não seja tão diferente do modelo de uso da internet agora razoavelmente bem estabelecido - “90/9/1” - ou seja, que, em relação a qualquer fonte, 90% dos usuários simplesmente visualizam ou fazem o download a partir do material oferecido; 9% ocasionalmente são contribuintes; enquanto que 1% irá ser constantemente interativo. Assim, enquanto envolvendo algum grau de reforço da escolha do consumidor, não é de todo claro que isso vai envolver uma transformação fundamental, em termos das perspectivas de desenvolvimento de uma cultura “prosumidora” entre a maioria dos usuários de mídia. (cf Jenkins, 2006).

Evidentemente, mudanças significativas no cenário midiático estão em andamento, como programas de televisão estão cada vez mais removidos da estrutura de um programa de televisão e incorporados à nova “matriz” de interfaces, hyperlinks e bancos de dados (cf Curtin, 2000). Além disso, a própria televisão é agora um pouco menos uma forma tecnológica específica de um local e está disponível em várias plataformas. No entanto, em face do que James Bennett chama de “corrida pela teorização digital” e a hipérbole sobre a emergência do “Broadcast 2.0”, é bom lembrar que, como nós rapidamente as domesticamos, as mídias digitais são cada vez menos “novas” e cada vez mais comuns - tanto quanto a televisão tem sido durante grande parte de sua história. Como ele observa,

a televisão já respondeu à ameaça representada pelos novos meios de comunicação, encontrando maneiras de colonizar o mundo digital emergente. Além disso, o hibridismo das mídias digitais, longe de ser um desenvolvimento inteiramente novo, só reforça a validade da identificação de Raymond Williams sobre a própria televisão ter sido sempre um híbrido de formas anteriores de mídia (Bennett 2011: 10, 15, 7). Quanto ao significado muito alardeado do conteúdo gerado pelo usuário, em formatos como o YouTube, como Burgess assinala, estes são muito mais frequentes e corriqueiros, em vez de atividades profundas ou revolucionárias (Burgess 2011).

## TECNOLOGIA E CONTEXTO:

### *Grounding Theory*

Permita-me retornar às questões mais amplas sobre tecnologia e contexto em que comecei. Aqui, meu argumento é que temos de nos concentrar em como as tecnologias são instituídas em localidades específicas, sob determinadas circunstâncias culturais, econômicas e políticas, em vez da digitalização em geral, ou no ciberespaço. Isto é para seguir o exemplo dado por Danny Miller e Don Slater, em seu estudo sobre a internet em Trinidad - como uma forma de estudar como os mundos do virtual e o real são integrados de forma diferente em todo o mundo, em contextos específicos (Miller e Slater, 2000).

Um exemplo ilustrativo, a partir de trabalhos relacionados de Slater na África ocidental, refere-se à comparação de como uma determinada tecnologia foi instituída em contextos particulares, nos casos contrastantes de duas aldeias. Na primeira aldeia, uma grande quantidade de dinheiro para “doação” foi adquirida e uma sala personalizada foi construída para abrigar alguns dos mais recentes computadores com modem de alta velocidade, em um ambiente construído para isso, com ar-condicionado e totalmente climatizado. Infelizmente, a sala foi construída em um local longe e de difícil acesso, que não conseguiu se conectar bem às vias habituais percorridas pelos moradores locais, e por isso esta potente tecnologia foi pouco utilizada.

No segundo caso, um voluntário vindo do Ocidente deixou para trás, na aldeia em que trabalhava, um laptop muito desgastado com um modem não confiável, doando-o ao proprietário de um café local, que o instalou em uma das mesas na parte de trás de seu bar. Embora se tratasse de uma peça de tecnologia muito menos potente, o café tinha, bem em sua porta, um ponto de ônibus e um ponto de táxi onde as pes-

soas das outras aldeias ao redor passavam em seu caminho ao mercado. Como resultado deste “encaixe” muito mais eficaz com os sistemas de comunicação já instaurados da comunidade, essa tecnologia menos potente teve efeitos muito mais notáveis do que os computadores construídos de propósito no ambiente com ar-condicionado em outro vilarejo (Slater, 2006).

Este é o tipo de estudo antropológicamente informado sobre as tecnologias em contextos específicos, que eu quero endossar. O que precisamos, em primeiro momento, são descrições mais consistentes (teoricamente informadas e empiricamente fundamentadas), na frase clássica de Geertz, sobre culturas midiáticas em diferentes contextos, ao invés do desenvolvimento de mais uma “teoria midiática (ou do meio)”, em resumo (Geertz, 1973). Ao dizer isso, eu também fiz uma crítica ao novo tipo de McLuhanismo, segundo a qual a questão-chave é a identificação da essência de um meio, a partir do qual pode-se então deduzir seus efeitos (teoricamente necessário). Do meu ponto de vista, a principal vantagem da abordagem de Miller e Slater ao estudo da tecnologia é que ela evita tanto o universalismo abstrato e o determinismo tecnológico, como, aliás, faz o estudo posterior de Horst e Miller sobre as especificidades do uso de telefone celular em Trinidad (Horst e Miller, 2006).

As questões da coexistência simbiótica de diferentes modos de comunicação virtual e material e do potencial impacto das novas mídias na mudança social podem ser úteis também em uma abordagem em relação a acontecimentos recentes, como a “revolução” egípcia da primavera de 2011. Nesse contexto, foi amplamente notado que sites de redes sociais desempenharam um papel importante ao trazer “virtualmente” alguns dos participantes. Este é, certamente, o fator principal que complementou estas formas virtuais de comunidade: foi a solidariedade então exibida pelos manifestantes, que então ocupavam fisicamente a (simbolicamente fundamental) área geográfica de Tahrir Square. Além disso, de acordo com um dos organizadores dos protestos, foi a mais convencional e encorpada rede de boatos entre os taxistas do Cairo que funcionavam para amplificar e ecoar as mensagens no Facebook para um público muito mais amplo (entrevista em “Como o Facebook mudou o Mundo”, BBC2, 15/9/2011). Também pode-se argumentar que o momento mais importante de tudo foi quando os manifestantes empregaram a tática medieval do cerco à sede da estação de televisão nacional (que tinha, até aquele momento, bombardeado de maneira eficaz as propagandas pró-Mubarak) e a impedido de funcionar.

## A GLOBALIZAÇÃO E DIGITALIZAÇÃO: Trajetórias futuras e lições históricas

Deixe-me voltar agora para as questões da globalização e digitalização, com o quadro mais amplo para debates sobre o que está acontecendo com tecnologias como a TV. Os discursos de tecno-globalismo há muito repetem a ideia de que o mundo está se tornando uma aldeia global, e que as nações estão a ponto de desaparecer, como resultado do avanço de novas tecnologias. Vemos isso já na afirmação de Henry Ford, já ao longo dos anos 1920, que, por causa “do avião e do sem fio não conhecerem limites”, eles estão “conectando o mundo inteiro, de modo que a imagem em movimento, com sua linguagem universal, o avião com sua velocidade, e o sem fio com seus programas internacionais em breve levarão o mundo a um entendimento mútuo” (Ford apud Edgerton 2006: 114). No entanto, até o final da Segunda Guerra Mundial, era evidente que tanto o rádio, como avião, também poderiam funcionar como ferramentas de política nacionalista, e não tinham nenhuma conexão intrínseca ao processo de globalização.

26 Neste contexto, Kai Hafez (2007), com razão, adverte para os perigos em exagerar o grau de globalização que a mídia tem de fato, questionando a ideia de que há um processo simples, linear de transnacionalização da mídia. Ele também insiste que estamos assistindo a importância contínua de fronteiras nacionais, ou regionais, na constituição efetiva dos mercados midiáticos - tanto os velhos, quanto os novos. Assim, não só a TV (especialmente em seus programas baseados em notícias), mas também uma grande quantidade de tráfego de Internet ainda flui dentro - e não através - das fronteiras culturais e linguísticas. Tais limites, e suas manifestações políticas, continuam a ser de grande importância, não obstante a globalização. Voltarei mais tarde a estas questões, em relação aos problemas do etnocentrismo levantados pela “universalização” dos modelos de cultura televisiva desenvolvidos sob as condições muito específicas do mercado euro-americano.

Para voltar as visões atualmente disponíveis sobre o futuro tecnológico, Richard Barbrook (2007) observa que o imaginário do futurismo tecnológico é curiosamente estático, e que a visão de alta tecnologia utópica que nos é oferecida no início do século XXI é curiosamente semelhante ao o que poderia ter sido visto na World Fair (Feira do Mundo) em 1964, em Nova York. Em jogo nestes discursos contemporâneos do que Mosco (2004) chamada de “cyberbole”,

é a tendência a ver o futuro como a pura extensão da lógica, da racionalidade técnica e do progresso linear. No entanto, como ele observa, o problema com as alegações de que a comunicação via computador irá resultar em uma transformação histórica, é que cada onda de nova tecnologia traz semelhança com o que Armand Mattelart descreveu como a ideologia da redenção por meio de redes (Mattelart, 2000)

O desenvolvimento tecnológico não obedece a nenhuma lógica linear, e podemos facilmente encontrar exemplos de circularidade e repetição. A maior parte do que hoje é prometido em relação ao suposto “potencial democrático” da internet, foi reivindicado previamente para a televisão a cabo interativa na década de 1960, que foi anunciada como a inauguração da democracia eletrônica de comunicações bidirecionais onipresentes, como Mosco observa. É claro, a televisão a cabo, em seguida, desapareceu na maioria dos lugares, apenas para reaparecer 30 anos mais tarde, em uma nova roupagem, como uma forma de distribuição de nicho no mercado de televisão comercial. Da mesma forma, as conversas sobre uma novidade que marcou uma época - o boom do dot.com ao final dos anos 90 - compartilharam muitas características com o que aconteceu com as estradas de ferro no final do século 19. Ambos os crescimentos foram baseados em aplicações de caráter especulativo, alimentadas principalmente por previsões exageradas de valores futuros, e produziu tanto excesso de capacidade que o preço dos ativos finalmente desmoronou (cf Mosco op cit; cf também Wolmar, 2010). De fato, para empurrar a analogia histórica ainda mais, o escândalo financeiro do estudo histórico de Malcom Balen, South Sea Bubble, na Inglaterra, no século 18, começa ao notar as semelhanças entre a calamidade dessa crise financeira e o colapso das ações dot.com do Reino Unido - em que até mesmo a família real britânica perdeu muito, como resultado de seu próprio flerte precipitado com seus valores mais inflados. (Balen, 2002).

Para vincular a digitalização de volta à globalização, e para contextualizar ainda mais os atuais debates sobre a mídia convergente, pode-se argumentar que grande parte da excitação em relação à capacidade da digitalização revolucionar as comunicações, permitindo transferir formas padronizadas de conteúdo através de diferentes plataformas, realmente foi prefigurada na indústria dos transportes, na década de 1950. O desenvolvimento da “contenirização” - como um sistema intermodal, que permite a transferência de unidades padronizadas de conteúdos em diferentes plataformas - foi, então, para a indústria

do transporte, exatamente o que a digitalização tem sido, mais recentemente, para as indústrias midiáticas. Como argumentei em outro lugar (Morley, 2010), os estudos de mídia tem muito a aprender com essa história, tanto em relação à questão das modalidades de padronização tecnológica quanto ao papel da (des)regulação das estruturas de propriedades cross-industrial como determinantes das formas de convergência tecnológica. Para reafirmar meu argumento central, é só por atenção a essas conexões históricas mais amplas e paralelas, em outras áreas correlacionadas, que escaparemos tanto do midiacentrismo quanto o que Murdock e Pickering (2009) descrevem como o “presentismo cultural”.

## O PASSADO TAMBÉM MUDOU: O novo no antigo

---

O outro problema, no sentido de confrontar a teorização e a análise da mudança tecnológica contemporânea, diz respeito apenas a pensar em quão “novas” são todas essas mudanças técnicas e mobilidades globais. As frequentes reiteraões que revelam que vivemos, hoje, numa época particularmente revolucionária são prontamente revogadas pela análise de Steven Kern (2003) sobre a cultura do tempo e do espaço, ao final do século 19, o que mostra que, em termos proporcionais, o aumento dos números e distâncias percorridos por pessoas naquela época era muito mais radical do que qualquer mudança experimentada nos últimos anos. De forma semelhante, David Edgerton (2006) mostra que as taxas de mudança técnicas no período de 1880-1910 (que viu a invenção dos raios-X, o automóvel, o voo, o cinema e rádio) foram muito mais elevados, proporcionalmente, do que as dos últimos anos.

Muitas vezes somos informados de que “a mudança está ocorrendo em um ritmo cada vez mais acelerado” e que estamos entrando em uma nova época histórica, como resultado dos efeitos de tecnologias cada vez mais poderosas (Edgerton op cit: ix). No entanto, como Simon Jenkins observa, relativamente falando, vivemos em uma época de estase tecnológica. Tomando o exemplo de sua própria rotina diária, ele observa que se barbeia com sabão e navalha, usa roupas de pano e lã, lê um jornal, toma um café aquecido por gás ou eletricidade e, com o auxílio de gasolina e um motor de combustão interna, vai trabalhar em um escritório movimentado no centro, onde ele digita em um teclado Qwerty (Jenkins, 2007). Como ele observa, nenhuma dessas atividades alterou significativamente durante o sécu-

lo passado, enquanto que nos últimos cem anos, o padrão de vida diário foi alterado ao ponto de ser irreconhecível. Assim, a julgar pelos padrões dos últimos dois séculos, o presente não parece radicalmente inovador, enquanto que a julgar a partir do presente, o passado parece extraordinariamente inventivo.

Desse ponto de vista, o computador, em vez de ser visto como um avanço tecnológico impressionante, pode ser melhor visto como uma extensão do processo de comunicação eletrônica que começou com o telégrafo, e a Internet como uma ajuda às pessoas a fazerem as coisas mais rápidas que jamais fizeram. Amazon e eBay podem ter acelerado as formas anteriores de vendas a varejo a longa distância, mas eles certamente não inventaram isso. Já em meados do século XXI, o catálogo da Sears Roebuck fez uma abundância de bens de consumo ficar disponíveis para os agricultores em domicílios rurais isolados, em toda a América do Norte, que nunca antes tinham sido capazes de adquiri-los. Em termos históricos, tanto quanto o desenvolvimento das culturas de consumo avança, a implementação desse sistema, 150 anos atrás, foi uma inovação muito mais revolucionária do que a alcançada nos últimos anos pela Amazon.

Além disso, independentemente do quão conveniente estes processos de pedidos eletrônicos possam ser, em última instância, sua efetividade depende do serviço postal, que entrega o que foi encomendado. E, em muitos lugares, inclusive no Reino Unido, tais serviços não são apenas relativamente menos eficientes e confiáveis do que eram no final do século XIX e tendem a se deteriorar, como Manuel Castells e seus colegas argumentaram, para ser eficazes, as tecnologias digitais precisam trabalhar “em conjunto com o desenvolvimento em outras áreas de infraestrutura econômica e social” (Castells et al, 2007: 217) – tanto para sistemas postais ou outras formas de transporte de material.

## TECHNO-HISTÓRIAS: Invenção, transposição e canibalização

---

O problema aqui, é que os estudiosos tendem a se concentrar exclusivamente na novidade tecnológica, enquanto, na realidade, são as tecnologias mais antigas que continuam a dominar nossas vidas. Além disso, explicações sobre as tecnologias são fundamentalmente desequilibradas por uma tendência a se concentrar em invenções sobre o uso, nas aquisições sobre a manutenção e na inevitabilidade sobre a escolha (cf Winston, 2005), quando o que mais impor-

ta é a forma como as tecnologias são usadas e por quem - e como são transformados e “reinventadas” em formas híbridas, conforme seu uso muda de um contexto para outro.

As tecnologias frequentemente se desenvolvem por meio de um processo “desigual”, em que aquelas tiveram um uso menor em um determinado contexto ressurgem mais tarde, como as tecnologias mais importantes da época em outros lugares. Considere como o uso da bicicleta diminuiu no Ocidente em meados dos anos 1920, e ressurgiu mais tarde nas cidades do terceiro mundo e, em seguida, retornando mais recentemente ao Ocidente, em sua nova encarnação ecológica. De fato, apesar das reivindicações centradas na inovação, o futurismo tecnológico pelo qual nossas visões atuais são muito influenciadas, algumas regiões do mundo presenciaram recentemente a regressão tecnológica significativa. Vemos isso, por exemplo, no retorno de implementos agrícolas de tração animal em muitas partes pobres da Europa Oriental, que anteriormente teria tratores usados (cf Edgerton op cit), ou na transformação de navios de alta tecnologia, que já ocorre nas praias de Bangladesh, onde exércitos de homens desmontam navios modernos para pegar a sucata, usando ferramentas medievais. (Buerk, 2006).

Pensando na história da tecnologia em uso - e concentrando-se na operação de adaptação e manutenção das coisas - temos uma perspectiva muito diferente daquela do modelo centrado na inovação. Mais importante, ela nos oferece uma história global, por meio do qual, como Edgerton argumenta, podemos tirar nossa atenção das tecnologias de grande escala, espetaculares, masculinas e prestigiadas do mundo branco rico, para colocar em foco, também, as de pequena escala, mundanas, feminizadas das favelas do ‘mundo - que são os produtos não de cientistas profissionais, mas de milhões de “ignorantes” - arquitetos, engenheiros e construtores inventivos e amadores (Edgerton op cit: xi-xiv; cf, também Oliver 2003; Chamoiseau, 1997).

Quando pensamos nessas arquiteturas vernaculares, precisamos perguntar não simplesmente quais recursos que as favelas não têm, mas sim, quais os novos sistemas para suprir essas necessidades eles desenvolveram a fim de sustentar um novo tipo de expansão urbana rápida em uma escala enorme, mesmo que apenas em nível de subsistência. Estes sistemas serão frequentemente adaptações de velhas tecnologias importadas de outros lugares, agora dando um novo sopro de vida e adaptado para uso local (como o tambor de lata, achatado para formar um

teto, ou uma parede em favelas brasileiras; ou o patinete com duas rodas traseiras para produzir os táxis tuk-tuk da Tailândia).

Muitas tecnologias que nós acreditamos ser velhas - a carroça, o arado de madeira e o tear manual - foram mantidas e utilizadas ao longo do século passado, em muitos lugares, muitas vezes ao lado do avião e do automóvel (cf Edgerton op cit: 28- 9) e a análise efetiva desses problemas envolve a eterna questão da periodização. Neste contexto, Fernand Braudel (1984) insistiu na necessidade de reconhecer a existência simultânea de diferentes temporalidades - assim como Raymond Williams (1977) observou a coexistência das propriedades residuais, dominantes e emergentes - tendências - dentro de qualquer período histórico. Ao invés de adotar as periodizações binárias simplistas proferidas pelos neofilíacos, devemos reconhecer, com Michel Serres, que todos nós somos fabricantes e misturadores de épocas e sistemas, em matéria de meios de comunicação, como em todos os outros aspectos. (Serres e Latour, 1995).

## MODERNIDADE, ETNOCENTRISMO E DE-OCIDENTALIZAÇÃO: Antropologia em estudos de mídia

Eu gostaria agora de passar dos problemas de periodização histórica para as questões de diferença cultural, como pode ser visto a partir de um ponto de vista antropológico. Aqui, são várias as dificuldades. Em primeiro lugar, os paradigmas interpretativos inicialmente desenvolvidos na Europa e América do Norte foram importados no atacado e aplicados em outros lugares, sem necessariamente serem adequadamente adaptados à situação local e as “noções universais da modernidade têm sido (erroneamente) identificadas com as histórias particulares de alguns países” (Rajagopal, em Curran e Park: 302).

Além disso, a maioria do que vem sendo entendido como “teoria da mídia” é tanto egocêntrica e paroquial quanto teorias generalizadas sobre a mídia (e suas supostas essências e efeitos) muitas vezes avançam com base em evidências provenientes, geralmente, das mesmas configurações euro-americanas. Como autores como John Downing (1996) e Brian Larkin (2008) argumentam, a maioria destas teorias, até hoje, têm atraído o seu modelo a partir de experiências particulares das condições técnico-cultural do homem branco, de classe média, do mundo euro-americano. Assim, os modelos (supostamente universais) de mídia do mundo tem



sido “indevidamente influenciados pela experiência de alguns poucos e atípicos países”. (Curran e Par- que 2000: 15). Houve tentativas notáveis para fornecer uma perspectiva mais ampla, comparativa, como os “estudos globais de televisão”, de Kumar e Parks (2002), que examinou o desenvolvimento e a experiência da TV em regiões normalmente igno- radas, ou simplesmente tratadas como “periféricas”, mas ainda há muito que resta fazer a este respeito.

Como argumentei em outro lugar (Morley, 2007), devemos também tomar nota das observações de Pheng Cheah sobre a contínua influência maléfica do conceito de Hegel sobre Ocidente como o único verdadeiro sujeito do conhecimento histórico, a quem todos os outros só podem ser objetos do conhecimento ocidental (Cheah 2001). Neste contexto, Georgette Wang observa que outras culturas (e mais particularmente dos mais pobres do Sul e Leste global) têm sido tratadas simplesmente como “territórios de testes” que fornecem dados empíricos para análise por meio de quadros teóricos desenvolvidos nos países mais poderosos. Aqui, Wang ecoa as críticas de H.D. Harootunian (2002) do que ele chama de “tirania direcional” que nomeia Leste ou Sul simplesmente como “oportunidades de trabalho de campo” para os estudiosos ocidentais. Mais particularmente, Wang observa que as funções normativas geralmente credenciadas para a mídia, onde quer que elas estejam sendo estudadas, tendem a ser derivadas de sua história particular dentro do capitalismo neoliberal ocidental. Nessa medida, ela argumenta “o provincianismo ocidental de estudos de mídia”, não é nada além de uma função de sua incapacidade de reconhecer a especificidade de sua própria história (Wang, 2011 a: 1; 4). Para dar um exemplo, Wang argumenta que a concepção da esfera pública de Habermas leva, naturalmente, aos traços de suas origens, tendo sido cunhados para descrever um espaço discursivo específico dentro do século 18, a Europa, e não pode simplesmente ser transposta para outros locais, com diferentes histórias políticas e culturais, sem modificação considerável (Wang, 2011 b: 264). Da mesma forma, como Chen observa, a obra de Foucault sobre a história da sexualidade é muitas vezes tratada como se fosse aplicável a toda a raça humana, ao invés de ser reconhecida como especificamente para as formas históricas da cultura europeia (Chen, 2010: 226). A outra consequência é que, como Ginsburg argumenta, as formas dominantes de teorias da mídia implantam uma “cartografia cultural específica em que só algumas formas específicas de mídia são visíveis ou consideradas... significativas” (Ginsburg, et al

op cit: 2, 14, 15).

Mesmo supostas perspectivas transnacionais sobre questões do imperialismo cultural ou globalização tendem a se concentrar em mídias emergentes, dominantes ou não, do Ocidente, em detrimento do que é percebido, na melhor das hipóteses, como “fluxos periféricos”... Assim, a evolução dos meios significativos, fora do Ocidente, literalmente permanece “fora do mapa” - ignorando o que Tsing chamou de benefícios da etnografia da mídia em lugares “fora do caminho” (Tsing apud Ginsburg et al 2002: 23). Da mesma forma, estudos de mídia convencionais há muito negligenciam o poder surpreendente, a popularidade e o alcance global do cinema hindu. No entanto, se você vive no Sri Lanka, Irian Jaya ou Camboja, pode muito bem não serem os perigos da americanização que lhe dizem respeito, tanto quanto os perigos de indianização, indonésianização ou vietnamização respectivamente (Inda e Rosaldo, 2002: 23). Em outros lugares, em grande parte da Ásia Oriental, o problema percebido pode ser a questão da japonização (cf Iwabuchi, 2002). Em grande parte da África Ocidental, o foco da preocupação pode ser o impacto das novas produções de “Nollywood”, da Nigéria. Dentro da própria Nigéria, para alguns consumidores, pode muito bem ser Bollywood ao invés de Hollywood que oferece um modelo mais atraente de modernidade, dada a sua combinação específica de cultura de consumo com os valores culturais conservadores com que muitos nigerianos se identificam (Inda e Rosaldo, op cit: 24).

É por estas razões que temos de desenvolver uma perspectiva mais internacional comparativa e é este ímpeto que também impulsiona o projeto louvável de Curran e Park, os estudos “des-ocidentalizados” de mídia. No entanto, este é um território complicado. Um dos problemas com os estudos comparativos é, naturalmente, a questão a partir de onde se iniciam as comparações - e se o valor de referência é o de uma perspectiva ocidental, e todos os outros casos são tratados apenas como um complemento a ela, em seguida, se corre o risco de replicar todo o etnocentrismo hegeliano acima referido. A simples adição de uma série de “outras” experiências, como “desvios” interessantes de uma norma ocidental pode não resolver satisfatoriamente este fundamental problema epistemológico.

Além disso, a análise comparativa no terceiro mundo é muito rara: como Chen observa, os estudiosos asiáticos usam frequentemente comparações com o desenvolvimento dos EUA ou a Europa como seu principal ponto de referência (op cit: 243). Seu

argumento, com base na ideia de Takeuchi Yoshimi de “Ásia como Método” (Takeuchi 2005) é que ele vai ser muito mais produtivo para “inter-referência” e em fazer comparações dentro e através da “comparação asiática... de consumo em Taiwan, com a.... Coréia” ou a “condição dos camponeses na Índia, com os da China”, ou a “forma da cidade-estado em Hong Kong, com a de Cingapura” pela simples razão de que, como suas histórias, culturas e experiências do imperialismo, modernização e globalização estão intimamente relacionadas, elas fornecem mais pontos de referência uma para a outra (op cit 226). Neste contexto, gostaria de sugerir que algumas perspectivas antropológicas podem ajudar. A última década tem visto um aumento bem-vindo de trabalhos que tentam trazer perspectivas especificamente antropológicas sobre a cultura em discussões de mídia (por exemplo, as coleções de Askew e Wilk, 2002; Ginsburg et al 2002; Inda e Rosaldo, 2002; Rothenbuhler e Coman, 2005) e o que une este trabalho é a sua relativização insistente - ou des-familiarização - de todas as certezas culturais, como convém ao princípio metodológico em que se funda a disciplina de antropologia.

### 30 **Conclusão:** **Além da “Teoria da Modernização” (finalmente)?**

Agora voltarei, finalmente, à questão da televisão, mas desta vez a partir de um ponto de vista comparativo geográfico. Arvind Rajagopal argumentou que, para entender o trabalho na televisão fora do Ocidente, é preciso reconhecer o fato de que “se a esfera pública burguesa liberal pode ser responsável por caracterizar a “norma” da cultura moderna, dominada por narrativas seculares racionais de desenvolvimento dos indivíduos”, em outros lugares do mundo contemporâneo, não deixa de ser uma força confrontada com “narrativas pré-modernas profundamente enraizadas em relação à comunidade - narrativas cuja relevância continua a ser sentida, mesmo em uma sociedade que se modernizava”. (Rajagopal 2000: 294, 302; ver também Rajagopal, 2001).

Em outro sentido, Chen recorre a uma análise de Chatterjee de como as classes subalternas da Índia operam de acordo com uma lógica diferente do que a do espaço político criado pelas potências colonizadoras. Chen chama isso de um espaço “Minjian”, que não pode ser absorvido nos termos da modernidade ocidental, mas que ao mesmo tempo incorpora preocupações “tradicionais” e muitas vezes se expressa na terminologia mítica, não deixando de

ser também uma forma alternativa de modernidade - uma vez que esse conceito é separado de sua origem ocidental. (Chen op cit: 216; Chatterjee, 1986).

Uma perspectiva semelhante foi desenvolvida no âmbito dos estudos de mídia por Graeme Turner e Jinna Tay, explorando as novas dinâmicas da era “pós-broadcast”, com referência específica a suas variações globais (Turner e Tay 2009). O ponto-chave aqui é que, não obstante, o desenvolvimento da mídia digital está sempre ligada por fatores locais e contingentes concernentes a condições socioculturais, políticas e industriais.

Assim, é preciso resistir a modelos de um mundo digital uniforme, que são baseados na experiência muito particular de televisão nos EUA. De fato, precisamente porque “a televisão envolve essas diferentes formas, plataformas e conteúdos, em suas diferentes localizações nacionais e regionais”, e é cada vez mais improvável que uma experiência nacional específica possa ser considerada como representante da evolução mundial. (Turner 2011: 32).

Além disso, como indicado anteriormente, seria particularmente imprudente considerar o comportamento de um pequeno número de early adopters (pessoas que começam a usar um produto tecnológico antes de seu lançamento) das tecnologias digitais a partir de um conjunto restrito de origens sociais, em países ricos, como indicadores confiáveis de todas as futuras tendências internacionais (cf Buanonno 2008). Nesse sentido, também temos de evitar qualquer presunção evolutiva de que há uma única trajetória futura para as mídias digitais, independentemente da localização, pois “não há garantia de que a tecnologia irá produzir os mesmos efeitos em todos os casos” (Turner 2011: 36; cf também Tay e Turner 2008)

A semelhança das tendências recentes nos mercados midiáticos ocidentais talvez tenha incentivado os estudiosos ocidentais a subestimarem a contingência das relações entre televisão, nação e cultura. Assim, Turner e Tay defendem a necessidade de recontextualizar as “definições-padrão” dos estudos anglo-americanos de televisão -, de modo a reconhecer melhor a contínua efetividade das histórias locais, nacionais e regionais. Isso também envolve reconhecer a variedade de plataformas, formatos e formas culturais distintas atualmente em jogo em diferentes mercados geo-linguísticos.

Acima de tudo, temos de reconhecer que nem todos eles estão se desenvolvendo na mesma direção - e muito menos no mesmo ritmo. Não devemos supor que as variações do modelo norte-americano, atualmente exibida em outras regiões,

representam simplesmente “atrasos” históricos. Um argumento desses seria uma réplica dos piores erros da simplista “teoria da modernização” (cf Rostow 1953), que dominou as ciências sociais ocidentais no período pós-Segunda Guerra Mundial, e que foi, lamentavelmente, revivido por Fukuyama (1992) e seus seguidores, quando confundiram a queda do Muro de Berlim para o Fim da História.

Dizer isso é também reconhecer que, enquanto nós sabemos o que era a televisão na era clássica do broadcasting, e sabemos que, em alguns lugares, essa história não se aplica mais, nós ainda não sabemos o que irá acontecer no século XXI - e devemos resistir a qualquer sirene chamada a extrapolar uma resposta universalizante a partir de nossas experiências ocidentais contemporâneas. Isso quer dizer também reconhecer que, empiricamente falando, as verdades assumidas pelos estudos de mídia apenas se referem aos meios de comunicação que operam dentro de determinados tipos de estruturas socioculturais, jurídicas e econômicas, e temos de ser sensíveis à forma como os locais particulares produzem diferentes culturas midiáticas e formas tecnológicas.

Assim, ao voltar para onde eu comecei, as diferentes vertentes do meu argumento abrangem questões diferentes, mas, como espero ter demonstrado, são questões relacionadas. Comecei com as que dizem respeito ao surgimento de novas mídias, a proclamação de “novos tempos” e a “morte” dos meios de comunicação “familiares” (tais como televisão aberta e seus públicos). Estas questões inevitavelmente levantaram pontos complexos sobre periodização histórica, e exigem de nós tentar colocar os desenvolvimentos contemporâneos em uma perspectiva histórica adequada, em vez de vê-los em termos milenares.

Além disso, eu também tentei demonstrar as vantagens de amarrar nossas análises de grandes macro-narrativas às microanálises dos processos cotidianos através dos quais essas estruturas maiores são reproduzidas e transformadas a partir das variadas condições de existência. Ao tecer esses argumentos, eu sigo Doreen Massey (2005), insistindo que, no mundo midiático, como em outros lugares, devemos atender às variabilidades geográficas, regionais e espaciais. No entanto, isso não quer dizer reduzir a geografia a uma preocupação com o local e o não-teórico, mas reconhecer como Massey faz em outros lugares, que não há nada que seja meramente “local” (Massey, 1994).

Nesse sentido, a teoria “especializada” da mídia significa reconhecer a sua multiplicidade e abertura. Se a história convencional da modernidade (cf. op cit Rostow) oculta o espacial no temporal, no mes-

mo movimento que empobrece a questão temporal, porque então só há uma história para contar, como “modernização” e presume-se ter apenas um desfecho pré-determinado. Como Massey observa (op cit 2005), o reconhecimento das multiplicidades regionais ou espaciais é uma pré-condição para o reconhecimento das aberturas temporais, de modo a que, literalmente, possamos “dar espaço” para outras histórias sobre o futuro.

## REFERÊNCIAS

- ABBAS, Ackbar and ERNI, John Nguyet . “Introduction” in Abbas and Erni, eds. *Internationalising Cultural*. Studies Oxford: Blackwell, 2005.
- ANDERSSON, Jean. *Personal communication*. 2010
- ASKEW, Kelly and WILK, Richard R. *The Anthropology of Media*. Oxford: Blackwell, 2002.
- APPADURAI, Arjun. *Fear of Small Numbers*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.
- AZUMA, Hiroki. *Otaku: Japanese Database Animals*. Minneapolis, University of Minnesota Press. 2009.
- BALEN, Malcolm. *A Very English Deceit: The Secret History of the South Sea Bubble and the First Great Financial Scandal*. London: Fourth Estate, 2002.
- BARNETT, Steven. “Digital Britain: a Response 3-D. (MeccSa). Issue 3, Oct 2009 p6. 2009.
- BARBROOK, Richard. *Imaginary Futures*. London: Pluto Press, 2007.
- BAUSINGER, Herman. *Folk Culture in a World of Technology*. Bloomington: Indiana University Press. 1990.
- BECK, Ulrich. *World at Risk*. Cambridge Polity Press. 2009.
- BENNETT, James. “Introduction”. In *Bennett and Strange*, eds (op cit) *Television as Digital Media*. 2011.
- \_\_\_\_\_ e STRANGE, Niki. *Television as Digital Media*. Raleigh Durham Duke University Press, 2011.
- BERKER, Thomas, HARTMANN, Maren, PUNIE, Yves e WARD, Katie. *Domestication of Media and Technology*. Milton Keynes: Open University Press, 2006.
- BODDY, Willam. *New Media and Popular Imagination*. Oxford: Oxford University Press, 2004.
- BRAUDEL, Fernand. *The Perspective of The World*. New York: Harper and Row, 1984.
- \_\_\_\_\_ . *La Dinamico del Capitalismo*. Madrid: Alianzo Ed ; quoted in Bruner, J. “Notes on Modernity and PostModernity in Latin America” *Boundary Vol* 2.20 (3) Fall 1993.
- BRYCE, Jennifer. “Family Time and Television Use” in *T Lindlof (ed) Natural Audiences*. Norwood NJ: Ablex Books, 1987.
- BUONANNO, Milly. *The Age of Television: Experiences and Theories*. Bristol: Intellect Books, 2008.
- BUERK, Roland. *Breaking Ships*. New York: Penguin Books, 2006.
- BURGESS, Jean “User-Created Content and Everyday Cultural Practices” in *Bennett and Strange* eds (above),

2011.

CARTNER-MORLEY, J. "Life at a Snail's Pace". *The Guardian* (G2) 15/4/2009.

CASTELLS, Manuel, FERNANDEZ-ARDEVOL, Mireia, LINCHUAN-QIU, Jack e SEY, Araba. *Mobile Communication and Society*. Cambridge Mass: MIT Press, 2006.

CHAKRABARTY, Dipesh. *Provincialising Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference* Princeton University Press, 2000.

\_\_\_\_\_. "Europe as a Problem of Indian History". *Traces 1*. Chamoiseaux, P.(1997) Texaco London: Granta Books, 2001.

CHATTERJEE, Partha. *Nationalist Thought and the Colonial World*. London: Zed Books, 1996.

CHEAP, Pheng. "Universal Areas". *Traces* N° 1. 2001.

CHEN, Kuan-Hsing. *Asia as Method: Towards De-Imperialisation*. Raleigh, Durham: Duke University Press, 2010.

CHOW, Rey (2002) "Theory, Area Studies, Cultural Studies" in M. Miyoshi and H. D. Harootunian (eds) *Learning Places*. Durham NC: Duke University Press, 2002.

COMAROFF, Jean e COMAROFF, John L. "Occult Modernities and the Violence of Abstraction". *American Ethnologist*. Vol 26.2. 1999.

CURRAN, James. "Technology Foretold" in Natalie Fenton (ed) *New Media, Old News*. London : Sage, 2011.

\_\_\_\_\_. e Park, M-J. *De-Westernising Media Studies*. London: Routledge, 2000.

CURTIN, Michael. "Matrix Media" in G. Turner and J. Tay. *Television Studies After TV*. London: Routledge, 2009.

DOWNING, John. *Internationalising Media Theory*. London: Sage, 2005.

DU GAY, Paul. "The Tyranny of the Epoch". *Organisation* .Vol 10.4 pp 663-684. 2003.

EDGERTON, David. *The Shock of the Old*. London: Profile books, 2006.

FUKUYAMA, Francis . *The End of History and The Last Man*. Harmondsworth: Penguin, 1992.

GAUNTLET, Davi. *Web.Studies: Rewiring Media Studies for a Digital Age* . London Arnold, 2000.

\_\_\_\_\_. and Horsley, Ross. *Web.Studies*. London: Bloomsbury Press, 2004.

GINSBURG, Faye, ABU-LUGHOD, Lila e LARKIN, Brian. *Media Worlds*. University of California Press, 2003.

GEERTZ, Clifford. "Thick Description" in *his Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, 1973.

GRIPSRUD, Jostein. "Broadcast Television: the Chances of its Survival in a Digital Age" In L. Spigel e J Olsson, *Television After TV* Raleigh. Durham NC : Duke University Press, 2004.

\_\_\_\_\_. *Relocating Television: Television in the Digital Context*. London: Routledge, 2010.

HAFEZ, Kai. *The Myth of Media Globalisation*. Cambridge Polity Press, 2007.

HALLORAN, James. *The Effects of Television*. London: Panther Books, 2002.

HAROOTUNIAN, Harry D. "Postcoloniality's Unconscious/Area Studies Desire" in Masao. Miyoshi and H. D. Harootunian (eds). *Learning Places*. Durham NC: Duke University Press, 2002.

HORST, Heather e MILLER, Daniel. *The Cell Phone : An*

*Anthropology of Communication* Oxford: Berg, 2006.

INDA, Jonathan Xavier. e ROSALDO, Renato. *The Anthropology of Globalisation* . Oxford: Blackwell, 2002.

IWABUCHI, Koichi. *Recentering Globalisation*. Raleigh Durham: Duke University Press, 2002.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture*. New York: New York university Press, 2006.

Jenkins, Simon. "The Age of Technological Revolution is 100 Years Dead". *The Guardian* 24/1/2007.

Katz, Elihu . "The End of Television" *ANNALS, AAPSS*, N° 625, Sept 2009 pp 6-18.

Kern, Stephen. *The Culture of Time and Space 1880-1918*. Cambridge, Mass; Harvard University Press, 2003.

Koolhaas Rem et al eds. *Mutations*. Actar Publications, 2004.

KUMAR, Shanti e PARKS, Lisa (eds). *Planet TV: A Global Television Reader*. New York: NYU Press, 2003.

LARKIN, Brian. *Signal and Noise: Media, Infrastructure and Urban Culture in Nigeria*. Raleigh, Durham: Duke University Press, 2008.

LATOUR, Bruno . *We Have Never Been Modern*. New York: Harvester Wheatsheaf, 1993.

LING, Jinqi. *Postmodern Consumer Culture: The Rise of Otaku Economy*. Taichung, Taiwan: Taichung University Press, 2008.

Livingstone, Sonia. "The Meaning of Domestic Technologies" in R. Silverstone e E Hirsch( eds). *Consuming Technologies*. London: Routledge, 1992.

London Business School "The Future of Converged and On-Demand TV". Cconference proceedings, available at [www.acbuk.net/conference.php](http://www.acbuk.net/conference.php) ( 2009)

MARVIN, Carolyn. *When Old Technologies Were New*. Oxford: Oxford University Press, 1988.

MASSEY, Doreen . *Space, Place and Gender* .Cambridge:: Polity Press, 1994.

\_\_\_\_\_. *For Space* . London: Sage, 2005.

MATTELART, Armand. *Networking the World 1794-2000*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000.

MILLER, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell, 1988.

\_\_\_\_\_. e SLATER, Don. *The Internet: an Ethnographic Approach* .London: Berg, 2000.

MORLEY, David. *Media, Modernity and Technology*. London: Routledge, 2007.

\_\_\_\_\_. "For a Materialist, Non Media-Centric Media Studies". *Television and New Media*. Vol 10.1, 2009.

\_\_\_\_\_. "Television as a Means of Transport" in J. Gripsrud ed. *Relocating Television*. London Routedge. 2010.

\_\_\_\_\_. *Rethinking Communications*. Oxford: Blackwell Publishing.

\_\_\_\_\_. e Silverstone, R. " Domestic Communications: technologies and meanings". *Media, Culture and Society*, January Vol.12.1, 1990, pp 31-55.

\_\_\_\_\_. "Communication and Context" in N. Jankowski and K. B. Jensen (eds) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge, 1991

Mosco, Vincent. *The Digital Sublime*. Cambridge, Mass: MIT Press, 2004.

MURDOCK, Graham e PICKERING, Michael. "The Bir-

th of Distance” in M. Bailey (ed) *Narrating Media History*. London: Routledge, 2009.

NANDY, Ashis. *The Secret Politics of our Desires*. New Delhi: Zed Books, 1998.

NEKT, Oskar. “Mass Media”. *New German Critique*. N°14 Spring 1978.

NAUGHTON, John. “Are we really about to say goodbye to TV and DVDs?”. *The Observer* New Review 8/5/2011.

OFCOM. Digital Britain. HMSO White Paper June 2009.

OLIVER, Paul. *Dwellings – The Vernacular House Worldwide*. London: Phaidon, 2003.

PIOT, Charles. *Remotely Global: Village Modernity in Western Africa*. Chicago: University of Chicago Press, 1999.

PLUNKETT, Jim. “Long Live TV”. *The Guardian* 19/8/2009 pp 6-7.

RAJAGOPAL, Arvind. “Mediating Modernity: Theorising Reception in a non-Western Society” in Curran and Park (eds) *De-Westernising Media Studies*. London; Routledge, 2000.

RAJAGOPAL, Arvind. *Politics After Television: Hindu Nationalism and the Reshaping of the Public in India*. Cambridge University Press, 2001.

RATH, C.D. “Live/Life : Television as a Generator of Events in Everyday Life” in P. Drummond and R. Patterson eds. *Television and its Audience*. London: BFI, 1988.

ROSTOW, Walt Whitman. *The Stages of Economic Growth: a Non-Communist Model*. Oxford Univ Press, 1953.

ROTHENBUHLER, Eric e COMAN, Mihai. *Media Anthropology*. London Sage, 2005.

SEITER, Ellen. *Television and the New Media Audience*. Oxford: Oxford Univ Press, 1999.

SERRES, Michael e LATOUR, Bruno. *Conversations on Science, Culture and Time*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1995.

SILVERSTONE, Roger e MORLEY, David. (1990) “Families, Technologies and Consumption”. Centre for Research in Innovation Culture and Technology Working Papers. Brunel University, 1990.

\_\_\_\_\_, HIRSCH, Eric e MORLEY, David. “Listening to a Long Conversation: and Ethnographic Approach to ICTs in the Home”. *Cultural Studies*. Vol 5.2. 1991.

\_\_\_\_\_. “Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household” in R. Silverstone and E. Hirsch (eds) *Consuming Technologies*. London Routledge

Slater, Don. *Ethnography and Communicative Ecology: Local Networks and the Assembling of Media Technologies* Lecture. Goldsmiths College, University of London 8/3/2006

SPIGEL, Lynn. “Introduction” to L. Spigel and J. Olsson (eds). *Television After TV Raleigh*, NC : Duke University Press, 2004.

TAKEUCHI, Yoshimi. “Asia as Method” in What is Modernity? Writings of Takeuchi Yoshimi, edited and translated by R. F. Calichman, New York: Columbia University Press, 2005.

TAY, Jinna e TURNER, Graeme. “What is Television?” *Media International Australia* N° 126. 2008.

TOMLINSON, John. “Instant Access”. University of Copenhagen Global Media. 2001.

\_\_\_\_\_. *The Culture of Speed*. London: Sage, 2007.

TURNER, Graeme. “Convergence and Divergence: the International Experience of Digital Television”, in Bennett and Strange eds op cit.2011.

\_\_\_\_\_ and TAY, Jinna. *Television Studies After TV*. London: Routledge, 2009.

WANG, georgette. “Beyond de-Westernising Communication Research” in G. Wang (ed) *De-Westernising Communication Research*. London: Routledge. 2011a.

\_\_\_\_\_. “After the Fall of the Tower of Babel” in Wang ed. op cit 2011b.

WILLEMEN, Paul. “For a Comparative Film Studies” *InterAsia Cultural Studies* Vol. 6.1. 2005.

WILLIAMS, Raymond. *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press, 1997.

WINSTON, Brian. *Media, Technology and Society*. London: Routledge, 2005.

WOLMAR, Christian. *Blood, Iron and Gold: How the Railways Transformed the World*. London: Atlantic Books, 2009.

YU, Gi e Guo. *Multi-Platform Film Viewing: Taipei Audiences and Generational Variation*. PhD Thesis Goldsmiths College, University of London, 2009.