

## Entrevista

---

# A perspectiva escandinava dos estudos da mídia: entrevista com Stig Hjarvard<sup>1</sup>

## The Scandinavian perspective of the studies of media coverage: Interview with Stig Hjarvard

Fabiane Sgorla<sup>2</sup>  
Daniel Pedroso<sup>3</sup>

### Introdução

Entre os pesquisadores que se debruçam sobre as questões da mídia, o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard se destaca hoje no contexto europeu. Em 2013, ele lançou em inglês, pela Editora Routledge, de Londres, o livro *The Mediatization of Culture and Society* (2013) e trouxe novos e densos questionamentos sobre os processos de mídia no contexto religioso, político, na forma de brincar das crianças e nas questões do individualismo nas

sociedades modernas. Hjarvard irá lançar em português, ainda este ano, pela Editora Unisinos, o livro intitulado *A mídia e a sociedade*.

Na entrevista, o autor dinamarquês comenta sobre as diferentes perspectivas da mídia no contexto europeu, norte-europeu, norte-americano e latino-americano: explica sua concepção sobre o processo de mídia a partir do viés “histórico e institucional”, bem como apresenta casos de pesquisas empíricas que estão sendo desenvolvidas na Escandinávia. Hjarvard fala ainda sobre a importância de ampliar a discussão sobre a teoria da mídia e a importância da publicação de seu livro no Brasil.

---

<sup>1</sup> Esta entrevista foi realizada em junho de 2014, durante o período de doutorado-sanduiche da entrevistadora na Universidade de Copenhague, que teve a orientação do professor Stig Hjarvard. As questões foram elaboradas com a orientação dos professores Antonio Fausto Neto e Pe. Pedro Gilberto Gomes, ligados à Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Stig Hjarvard é Doutor em Estudos de Mídia pela Universidade de Copenhague, em Copenhague, Dinamarca. Professor adjunto do Departamento Mídia, Cognição e Comunicação na Universidade de Copenhague. E-mail: stig@hum.ku.dk

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Participou do Programa de Doutorado Sanduiche no Exterior (PDSE) pela Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), na Universidade de Copenhague, em Copenhague, na Dinamarca (janeiro/junho 2014), com o número do processo: 99999.012670/2013-08. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Cristo Rei, 93022-000, São Leopoldo, RS, Brasil. E-mail: fabisgorla@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Participante do Programa de Doutorado Sanduiche no Exterior (PDSE) pela Capes, Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos (setembro/2013 a julho/2014), com o número do processo: 8135/13-4. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Cristo Rei, 93022-000, São Leopoldo, RS, Brasil. E-mail: dspedroso@gmail.com

Hjarvard desenvolve suas pesquisas e orienta projetos no Departamento de Mídia, Cognição e Comunicação na Universidade de Copenhague, em Copenhague, na Dinamarca. Atualmente é coordenador do programa de pesquisa *The Mediatization of Culture: the challenge of new media* (A Mídiação da Cultura: o desafio das novas mídias), financiado pelo *National Research Council for Culture and Communication* (FKK), no período de 2011 a 2015.

**Fabiane Sgorla e Daniel Pedroso (FS & DP):** Qual é a sua opinião sobre a diversidade de teorias e vertentes de estudos dos processos midiáticos atuais? Quais elementos evidenciam que os aportes da mídiação são adequados para as pesquisas nas Ciências da Comunicação?

**Stig Hjarvard (SH):** Eu gostaria de começar dizendo que a mídiação é uma espécie de teoria geral, ou talvez uma “metateoria”, na qual você pode conceituar os modos com que as várias formas de mídia estão implicadas nas mudanças sociais e culturais. Assim sendo, é possível conectar uma série de outras teorias de outros campos, como, por exemplo, da sociologia e das ciências da comunicação, com o quadro de pesquisa em mídiação. A teoria da mídiação não é um conjunto restrito de conceitos ou uma teoria fechada que exclui outros enquadramentos teóricos. Eu vejo a teoria da mídiação mais como uma teoria de segunda ordem, como, por exemplo, as teorias da globalização, as quais você pode usar no sentido de considerar aspectos particulares das transformações sociais e culturais. Portanto, se você for estudar mídiação, terá que empregar outras teorias, conceitos e metodologias para realmente entender o que está acontecendo – da mesma maneira que você faria se estivesse estudando a globalização. Então, a mídiação não é uma nova teoria que irá substituir teorias mais antigas como tal, mas, é mais um quadro que nos permite generalizar e conectar ideias produzidas por estudos mais específicos de mídia e comunicação em diversos setores da sociedade. Um dos desafios hoje tem sido pensar como o estudo de “mídiações” (entendidas como práticas comunicativas particulares através das mídias e pelas mídias) pode ser influenciado por uma teoria geral sobre como as mídias se relacionam com a sociedade e a cultura em geral. Em contraste com o estudo da mediação, o estudo da mídiação diz respeito à transformação estrutural de longo prazo das sociedades modernas. Muitas teorias em estudos de mídia e estudos de comunicação em geral podem ser adequadas para a compreensão dos aspectos dos processos de mídiação, mas essas teorias geralmente operam em outro nível – o nível das “mídiações”. Em suma: é preciso

fazer uma distinção entre um tipo de teoria da mídiação de segunda ordem e uma espécie de investigação de primeira ordem de práticas comunicativas específicas (por exemplo: usos específicos de programas de televisão, usos do *Twitter* para finalidade política, etc.), que podem ser esclarecidas por um quadro teórico geral.

**FS & DP:** Qual a sua opinião sobre a diversidade de concepções sobre a teoria da mídiação? Quais são as diferenças nas abordagens europeias (francesa, alemã e escandinava), norte-americana e latino-americana?

**SH:** Várias pessoas de vários lugares contribuíram para o avanço deste campo, e, no contexto escandinavo, uma abordagem mais institucional dos estudos da mídiação tem sido desenvolvida há algum tempo. E essa maneira também influenciou a minha forma de pensar sobre a mídiação, como um processo que tenta combinar uma abordagem estrutural com uma abordagem que nos permite pensar nos agenciamentos. Trata-se de entender o acoplamento das instituições ou estruturas em conjunto com os processos. Se formos para outras regiões, no contexto alemão, por exemplo, existem duas vertentes de mídiação atualmente: (i) uma discussão mais antiga sobre mídiação, que pode ser considerada uma forma primitiva da abordagem institucional, e (ii) discussões mais recentes, apresentadas por Friedrich Krotz e Andreas Hepp (2013) e que são influenciadas pelos estudos culturais britânicos. Os pesquisadores Krotz e Hepp têm tentado combinar a tradição alemã com a tradição dos estudos culturais britânicos e têm analisado os processos de mídiação de modo ascendente. Além disso, eles têm observado a mídiação como um tipo de processo civilizatório que vem acontecendo desde o início da civilização, bem como se detêm em uma perspectiva histórica muito extensa do processo de mídiação. Essa perspectiva pode ser fértil para alguns propósitos, mas se afasta claramente da minha perspectiva institucional, na qual a mídiação se refere à intensificação (ou aceleração) da importância das diversas formas de mídia nas sociedades modernas. A abordagem do processo de civilização de Krotz, que olha para qualquer tipo de influência da mídia na sociedade desde a Idade da Pedra, parece apresentar um referencial muito mais geral para a compreensão da interação entre mídia, cultura e sociedade. Aqui, eu acredito ser útil fazermos uma distinção! Entendo que as mídias (seja como tecnologias, seja como formas culturais) sempre influenciaram a cultura e a sociedade, desde a invenção da escrita até a invenção da imprensa. É fato que as mídias exerceram em todas as sociedades algum tipo de influ-

ência, como parte do tecido social e cultural. Entretanto, não tenho certeza sobre o valor heurístico de classificar todos aqueles processos como instâncias de midiatização. Por exemplo, se considerarmos os países nórdicos e voltarmos mil anos até a época dos vikings, nós poderíamos encontrar práticas culturais e sociais que usavam várias formas de tecnologias de mídia (em termos de escrita, em termos de rituais, etc.), mas não estou convencido de que se ganhe muito ao entender a sociedade dos vikings como uma sociedade midiatizada. Acredito que a abordagem civilizatória da midiatização produz mais problemas do que resolve! Na minha perspectiva, destino o uso do termo “midiatização” para o período da modernidade tardia. Aqui podemos experimentar uma aceleração e intensificação da importância das tecnologias de mídia, e isso vem a influenciar as maneiras pelas quais nós interagimos uns com os outros na sociedade moderna; as formas como os nossos papéis sociais se modificam; as formas como as identidades culturais são constituídas; as formas em que o poder é exercido. Como consequência, o acesso e a competência para usar a mídia tornam muito mais importantes em todas as partes da sociedade em comparação com o passado. Isso não significa dizer, por exemplo, que o desenvolvimento do cristianismo na Europa não tenha sido influenciado pelas tecnologias de impressão, quando sabemos que foi. Mas o desenvolvimento de tecnologias de impressão não explica a maneira pela qual a mídia se transforma em uma espécie de instituição, em parte, autônoma da sociedade. Ao contrário, as tecnologias da mídia, nos séculos XV e XVI, foram se encaixando mais dentro de outros quadros institucionais, como a Igreja, o Estado e as comunidades científicas emergentes, e, portanto, tecnologias de mídia eram, em grande parte, ferramentas ou instrumentos a serem utilizadas por essas instituições sociais. Atualmente, as mídias são muito mais independentes, e isso acontece de duas maneiras: (i) elas se tornaram instituições “semi-independentes” na sociedade, como, por exemplo, os grandes conglomerados de mídia, (ii) mas também, em menor escala, em nível “micro”, no qual eu, você e todo o mundo pode usar as mídias e as tecnologias para uma variedade de propósitos, mas, ao usá-las, temos que desenvolver uma capacidade de lidar com os vários desafios, que são as restrições e as possibilidades que o processo de interação com as mídias apresenta. Portanto, hoje há uma maior influência das tecnologias de comunicação da mídia em comparação com o passado – esse seria o meu argumento. Existem, é claro, outras vertentes ou inspirações para a pesquisa da midiatização e, nitidamente, há uma perspectiva latino-americana muito

relevante no quadro teórico proposto por Eliseo Verón (1997, 2007). A perspectiva de Verón tem uma ênfase mais semiótica, que até agora não foi bem integrada nas formas como os países do norte europeu e da Europa Ocidental têm discutido a teoria da midiatização. Claramente, uma abordagem semiótica pode ajudar a compreender as maneiras como a mídia é entendida como linguagem, como tecnologias que estruturam a nossa forma de comunicar, inter-relacionar, significar, representar e assim por diante. Isso pode ser muito útil para a criação de uma espécie de ligação entre esses aspectos da midiatização. Mas o interessante da teoria da midiatização é que ela tem se desenvolvido fora do hemisfério anglo-americano. Nos últimos 30 e 40 anos, houve uma grande influência dos pesquisadores norte-americanos ou anglo-americanos na área de estudos de mídia e comunicação. Atualmente, entretanto, as discussões teóricas sobre a midiatização ocorrem fora do contexto anglo-americano e estão sendo realizadas na Europa, Escandinávia e países da América Latina. Talvez uma das razões para esta situação particular seja o fato de que, na América do Norte, as mídias têm sido fortemente submetidas a uma lógica comercial neoliberal e, conseqüentemente, a atenção para os estudos de mídia e comunicação tem se preocupado bastante (por razões óbvias) com as questões da comercialização, o neoliberalismo e assim por diante. Considerando as formas em que as instituições midiáticas e práticas midiáticas são inseridas em determinados domínios culturais, políticos, religiosos e outros – essas situações ainda não foram muito bem discutidas nos estudos norte-americanos de comunicação na mesma medida em que foram na América Latina e Europa. Em outras palavras, as diferenças intelectuais na forma de pensar as mídias também se relacionam com as realidades de cada contexto midiático, o que nos faz entender que existam diferenças também no modo de pensar a midiatização, seja no contexto escandinavo, seja no contexto latino-americano.

**FS & DP:** Como você analisa os ângulos, os objetos e as metodologias aplicadas nos estudos de midiatização?

**SH:** Eu sou um pouco relutante em apontar e dizer: essa é uma área importante de pesquisa e aquela não é uma área de pesquisa importante. A meu ver, midiatização é um quadro teórico que nos permite compreender a ligações entre as transformações da mídia e as transformações culturais e sociais, o que pode ser estudado de várias formas. Assim, não há uma metodologia preferencial; não há uma forma preferida de análise social em rede; não há uma maneira preferida de investigação empírica. Em vez disso, gostaria

de sugerir que o que se precisa fazer é empregar uma variedade de metodologias para a análise de vários níveis. Desse modo, faz-se necessária uma análise social detalhada no nível micro, uma investigação de nível *meso* que aborde a mudança institucional) e, também, alguma investigação em nível macro, levando em conta conceituações e generalizações sobre o que está acontecendo. É somente através da combinação de abordagens dos níveis micro, *meso* e macro que você pode apreender os processos de midiaticização. Se você ficar somente no nível macro, você irá, inevitavelmente, generalizar excessivamente e, talvez, mover-se na direção de um tipo de “teoria do meio”, como a de McLuhan, em que você acha que pode dizer algo sobre o impacto universal da televisão (por exemplo) em todos os tipos de culturas e sociedades. Para ser franco, acho que isso seria um beco sem saída! Da mesma forma, uma análise puramente microsocial ascendente é também um beco sem saída, porque você precisa, de alguma forma, ligar o micro com o macro. Isso, então, favorece um esforço analítico no nível *meso*, porque se faz necessário pensar sobre como, dentro de um determinado contexto social e cultural, é possível discernir as tendências sistemáticas acima do nível micro. Por exemplo, talvez seja possível dizer algo útil sobre como a introdução de novas mídias nos sistemas de ensino na Escandinávia pode levar a uma midiaticização do ensino. Em geral, acho que é mais útil estudar os processos de midiaticização no nível *meso*, porque aqui você pode experimentar e produzir hipóteses ambiciosas, ao mesmo tempo em que você está inclinado a permanecer fiel aos dados empíricos. Mas os processos de midiaticização precisam levar os três níveis em conta. Também não sou a favor de dizer, por exemplo, que estudos qualitativos etnográficos ou que questionários quantitativos sejam o caminho a seguir. Eu não acredito em uma teoria da midiaticização presa em um único e particular campo metodológico. Há uma variedade de metodologias muito úteis que podem ser aplicadas para várias questões, e não temos que reinventar a roda para realizar estudos em midiaticização. Existe muita literatura que já foi produzida; uma grande quantidade de metodologias; uma série de conceitos que são muito úteis para entendermos a midiaticização.

**FS & DP:** Sabemos que muitas das metodologias de pesquisa situadas no âmbito das ciências sociais foram desenvolvidas há pelo menos quatro décadas, em contextos e realidades diferentes do que temos hoje, quando os fenômenos da midiaticização não eram intensos. Nesse sentido, quais são os desafios que a midiaticização impõe às metodologias de pesquisa atuais?

**SH:** Pode ser útil fazer uma distinção entre (i) estudar midiaticização como um processo histórico, de um lado, e (ii) estudar midiaticização como uma espécie de condição contemporânea de comunicação e interação social, por outro lado. Se você resolver estudar a midiaticização como um processo de transformação histórica da cultura e da sociedade, será preciso aplicar uma perspectiva histórica e pesquisar buscando dados históricos, a fim de construir o argumento. Por exemplo, se você pretende estudar a forma como as crianças brincam e como as mídias têm transformado a prática social do brincar, você precisará ter dados históricos sobre como as crianças brincavam no passado, precisará descobrir como elas brincam agora e necessitará entender como a sociedade tem refletido sobre o “brincar” em vários períodos históricos. Outra maneira de abordar a midiaticização é considerar o nível atual de midiaticização – a “condição midiaticizada” da sociedade moderna – a forma pela qual os seres humanos interagem uns com os outros por meio da mídia e com a mídia. Aqui, o estudo da midiaticização está mais relacionado à especificação das condições sob as quais os atores sociais se relacionam entre si em várias circunstâncias (política, educação e assim por diante). Eu tenho me preocupado principalmente com o primeiro tipo de estudo, elaborando uma análise histórica da transformação cultural e social ao longo do tempo, e aqui você precisa de dados históricos para ser capaz de realizar esse trabalho. Mas também é possível olhar para a midiaticização como um fenômeno contemporâneo que condiciona relações e práticas sociais. Logo, distinguimos entre uma visão histórica diacrônica da midiaticização e uma visão sincrônica da condição midiaticizada da modernidade tardia.

**FS & DP:** De que forma os estudos sobre a midiaticização esclarecem os fenômenos das redes sociais? Como a midiaticização dá conta de compreender a atuação dos meios de comunicação de massa no ambiente das redes sociais?

**SH:** Pode-se dizer que, até 10 anos atrás, a midiaticização se referia ao papel dos meios de comunicação de massa na sociedade, e não vejo nenhum problema com isso, porque, até 10 ou 15 anos atrás, a mídia se resumia, mais ou menos, aos meios de comunicação de massa. O que precisamos fazer é abordar a forma como o sistema de mídia, como um todo, se reestruturou. A meu ver, o desafio não é o de pensar que agora temos apenas as novas mídias e, por causa disso, é preciso repensar tudo. O que temos que entender é como todo o ambiente midiático, formado por “velhas” e “novas” mídias, tem se transformado. O que se vê é uma nova estrutura em que temos meios de comunicação de massa, temos várias formas de mídias sociais, bem como

temos diversas formas de mídia interpessoal, e todas estão interligadas umas com as outras. Ao mesmo tempo, ainda é possível fazer uma distinção entre as práticas de comunicação de massa, as práticas de redes sociais e as práticas de comunicação interpessoal. O que precisamos pensar é como as várias práticas comunicativas estão interligadas e como a mídia se coloca nessas diferentes formas de comunicação. Há 10 anos, estamos discutindo sobre novas mídias, mas hoje considero que essa questão já está ultrapassada. Por exemplo, a televisão que temos hoje também é uma nova mídia, pois ela é fundamentalmente diferente da televisão que tínhamos há 30 anos. Isso se revela, por exemplo, no modo como a televisão se integrou com as várias formas de mídia digital interativa em várias modalidades. Portanto, a distinção entre as velhas mídias e novas mídias ou entre mídias analógicas e mídias digitais é superficial ou ilusória, pois esse pensamento sugere que ainda teríamos algo das velhas mídias e algo das novas mídias ao nosso redor e que, de alguma maneira, o novo substituiria o velho. Eu não acredito que isso aconteça! O que vemos é uma espécie de renovação dos meios de comunicação de massa sob novas condições e, ao mesmo tempo, uma ampliação no alcance de várias formas de mídias, como as mídias sociais e as mídias interpessoais, as quais acabam por se inter-relacionar entre si. Assim, as redes sociais dependem fortemente da existência de meios de comunicação de massa, como os meios de comunicação de massa dependem cada vez mais das mídias de redes sociais. Este sistema complexo de mídia convergente é o que temos de levar em conta quando queremos entender o tipo de midiatização que enfrentamos hoje.

**FS & DP:** Que distinção você faz para a compreensão da midiatização dos “processos culturais” e da midiatização dos “processos da sociedade”?

**SH:** Essa é uma grande questão! Raymond Williams (1989 [1958]), pesquisador dos estudos culturais britânicos, afirma que “cultura” é um dos conceitos mais problemáticos e que existem muitas ideias e definições sobre o que é cultura. Para mim, a cultura envolve elementos simbólicos da sociedade e, por isso, trata daqueles aspectos que estão mais relacionados com as mídias vistas como práticas simbólicas; trata do papel da mídia como um gênero representacional. Vou esclarecer a minha posição fazendo uma distinção metafórica entre pensar sobre as mídias como “linguagens” e pensar as mídias como “ambientes”, como Meyrowitz (1986) sugere. Quando falo sobre a midiatização da cultura, estou olhando para as formas como as mídias, entendidas como linguagem, influenciam a circulação de símbolos na

sociedade; como um aspecto representacional, como uma dimensão semiótica; como uma forma pela qual simbolizamos os mundos sociais. Por exemplo, em meus estudos sobre midiatização da religião estou focado, exatamente, nos aspectos culturais. Percebemos que a nossa própria compreensão do “que é a religião” tem sido influenciada pela mídia e por várias formas de práticas simbólicas associadas à mídia, como, por exemplo, rituais midiáticos e representações ficcionais do sobrenatural. Nas sociedades modernas, as mídias não só informam sobre religião, mas têm influenciado no entendimento do que é religião. Outro exemplo: tenho estudado os significados culturais das brincadeiras infantis e como esses significados têm se transformado devido à crescente presença das mídias na vida das crianças. Assim, a maneira como as crianças criam mundos imaginários tem mudado tendo em vista o surgimento das várias formas de mídia. Esse seria o aspecto da cultura. Já quando falo sobre midiatização da sociedade, estou muito mais focado naqueles aspectos da midiatização que se relacionam com a estrutura, por meio da qual a mídia organiza as inter-relações entre as pessoas, as relações de poder e assim por diante. No entanto, é cada vez mais difícil fazer essa distinção entre os aspectos culturais e sociais, porque, com o surgimento das diversas formas de mídias sociais, as mídias não só permitem que você represente significados ou se expresse em vários estilos e formas semióticas, mas também permitem interagir com outras pessoas, estabelecer laços sociais e assim por diante. Nesse sentido, a distinção entre o que é cultura e o que é social se torna muito apagada, confusa e difícil de sustentar, tendo-se em vista o processo de midiatização. Temos de reconhecer que as tecnologias de mídia são, ao mesmo tempo, tecnologias simbólicas ou tecnologias de representação, tecnologias de interação, tecnologias de criação de redes sociais, tecnologias para fazer importantes transações sociais (operações bancárias, eleições, etc.). Claro que se pode dizer que a tecnologia da televisão sempre foi tanto cultural como social: ela tem sido um *medium* para a representação de uma variedade de domínios culturais e, ao mesmo tempo, uma tecnologia constituinte de uma esfera social (não menos importante que a esfera pública política). A inter-relação entre as funções sociais e culturais da mídia sempre esteve presente, mas em um nível mais coletivo da sociedade. Com o advento das redes sociais nós temos a mesma situação no nível individual. Com o *Facebook*, por exemplo, o indivíduo tem tecnologias para simbolizar ou representar seus próprios significados e também possui tecnologias para interagir ou para estabelecer relações – o que se refere mais ao lado social das práticas.

**FS & DP:** O que o motivou a escrever o livro *The Mediatization of Culture and Society*?

**SH:** Meu objetivo em escrever o livro *A midiatização da cultura e da sociedade* foi ampliar a noção de midiatização para além do que se tinha até então. O conceito de midiatização vinha sendo usado num sentido muito geral; muito mais como uma metáfora para a influência geral sobre as observações do campo; ou ainda como uma espécie de reconhecimento de que a mídia tinha se tornado importante na sociedade e na cultura. Se voltarmos 10 ou 15 anos atrás, pelo menos no contexto europeu e norte-europeu, a midiatização não era um conceito desenvolvido de modo minucioso, mas sim de uma forma superficial, ao apontar a importância das mídias e seu papel de transformação social e cultural sem identificar especificamente quais os papéis que poderiam ser atribuídos às mídias e quais poderiam ser atribuídos aos processos.

**FS & DP:** Qual foi seu objetivo ao publicar o livro *The Mediatization of Culture and Society*? Como o livro tem contribuído para os estudos da teoria da midiatização e para o campo de pesquisa em mídia e comunicação?

**SH:** Em primeiro lugar, o objetivo era estabelecer uma nova agenda de pesquisa em mídia e comunicação que não fosse focada no estudo da mediação. A meu ver, houve um desenvolvimento dos estudos de mídia e comunicação, durante as últimas décadas, que tem nos tornado mais especializados. Por exemplo, no caso do departamento ao qual estou associado, nós temos gradualmente nos especializado em uma variedade de domínios de mídia e comunicação. Atualmente, estamos estudando desde os filmes da Era do Cinema Mudo, passando pelo uso do *Twitter* na comunicação política, até a utilização de várias formas de GPS (Sistema de Posicionamento Global), como dispositivos de localização. Vejo que as pesquisas em mídia e comunicação são um grande sucesso hoje; vêm se expandindo enormemente nas últimas duas décadas e têm se institucionalizado como parte dos currículos universitários em quase todo o mundo. Uma grande quantidade de novos departamentos tem sido formada, muitos pesquisadores têm se integrado ao campo e, desta forma, como uma espécie de maturidade do campo, começamos a nos especializar em várias subáreas. Não há nada de errado com isso; no entanto, o problema é que não está claro o que mantém o campo da mídia e o da comunicação juntos. Aqui, um quadro teórico geral que compreenda mídia e comunicação em relação à sociedade e à cultura seria apropriado e necessário, porque, ao discutirmos algumas dessas relações fundamentais, podemos

criar uma nova agenda comum para o campo da pesquisa em mídia e comunicação. Algumas das questões-chave na investigação sobre midiatização foram formuladas há mais de 50 anos, e elas foram muito instrumentais no modo em que uniram o campo da pesquisa em mídia e comunicação. Como questões fundamentais se colocavam: Quais são as influências das várias formas de mídia? Não apenas em práticas comunicacionais específicas, mas em um nível cultural e social mais geral? Que diferença faz se a política hoje em dia tem se tornado fortemente influenciada por várias formas de mídia e práticas comunicacionais? Hoje, podemos fazer perguntas semelhantes, como: Qual é a influência das novas mídias nas práticas de ensino nos dias de hoje? Qual é o papel da digitalização na administração pública? Quais são as influências dessas transformações? Esses são os tipos de perguntas para as quais eu gostaria que as pesquisas em mídia e comunicação se voltassem, não para repetir respostas dadas no passado, mas sim para tentar apreender algumas dessas questões fundamentais e resolvê-las em uma nova condição, que eu classificaria como a “condição midiatizada” da sociedade. Desta forma, trata-se também de tentar esclarecer o que é importante para o nosso campo de pesquisa, se irá continuar como um campo com a sua própria agenda de pesquisa e não apenas com a agenda de pesquisa que é formada por diversas especialidades (sejam elas ligadas a estudos de cinema, ou de comunicação em saúde, etc.). Por mais que as especializações sejam perfeitamente relevantes, muitas vezes, elas perdem de vista questões de pesquisa interessantes e não permitem que o campo das mídias e o da comunicação compartilhem uma agenda comum. O quadro teórico da midiatização nos permite abordar a maneira pela qual a mídia interage com a sociedade em geral – por exemplo, com a política, com a religião, com os sistemas educativos e também com várias formas de práticas culturais. Portanto, a midiatização não se refere a um olhar para dentro, para a disciplina em si, mas sim sobre a proposição de uma agenda, e isso nos incentiva a dialogar com pesquisadores de outras áreas de interesse – na ciência política, na sociologia da religião, em estudos de educação, etc. Através desse tipo de diálogo interdisciplinar, podemos criar um quadro teórico no qual é possível entender a interação entre a mídia e outras áreas da sociedade. Temos que tentar desenvolver conceitos que atravessem várias disciplinas, pois, caso contrário, vamos ficar fechados em nosso próprio entendimento limitado do que realmente está acontecendo lá fora. Logo, a midiatização apresenta uma dupla face: (i) afirmar o que é importante para o nosso próprio campo de pesquisa,

(ii) mas, nesse mesmo movimento, também tentar chegar a outras disciplinas, defendendo que os estudos de mídia e comunicação estão realmente interessados nas influências da mídia e da comunicação em outros campos sociais. Eu sinto um interesse crescente de outras disciplinas em compreender as mídias e os processos de comunicação, pois a midiatização atual ocorre na cultura e na sociedade e quase todos os setores sentem que a presença das mídias faz diferença. Portanto, os pesquisadores de outros campos estão hoje mais inclinados a buscar o conhecimento sobre como as mídias estão implicadas na mudança social e cultural. Aqui, o conceito de midiatização é muito útil para outras disciplinas entenderem o que está acontecendo, por exemplo, na política, no sistema educacional e assim por diante.

**FS & DP:** Seu livro *The Mediatization of Culture and Society* será traduzido para o português e publicado pela Editora Unisinos. Qual é a importância de publicar seu livro no Brasil?

**SH:** Espero que possamos desenvolver um diálogo sobre as mudanças sociais e culturais, comparando os contextos da Europa e da América Latina. Como já comentei, há uma dupla face no conceito de midiatização: (i) um lado se apresenta como a tentativa de fazer generalizações sobre alguns processos que estão acontecendo, e, (ii) ao mesmo tempo, há análises efetivas, reais, que têm que ser levadas em consideração para reconhecer que há uma especificidade cultural e social na forma como as mudanças ocorrem. Embora a midiatização possa ser reconhecida como um processo social na Dinamarca ou na Escandinávia, bem como no Brasil ou na Argentina, o resultado efetivo desse processo pode ser muito diferente em cada lugar em que ocorre. Logo, no caso da midiatização não se trata de fazer com que os acontecimentos culturais e sociais se tornem mais uniformes (isso não seria o caso), e, na realidade, eles acabam sendo muito mais variados do que se espera. Precisamos reconhecer que, por outro lado, não podemos fugir do nosso próprio contexto como ponto de partida e, em vez de ver isso como um ponto fraco, penso que devemos reconhecer que todos nós vivemos em mundos sociais e culturais que moldam nossa maneira de pensar sobre essas questões. Então, ao traduzir o livro, somos capazes de iniciar um diálogo sobre o que parecem ser as características mais gerais – o que, de fato, pode ocorrer em todos os continentes (ter uma espécie de “aplicabilidade universal”) – e, também, o que parece mais específico em cada contexto social e cultural. Espero, sinceramente, que possamos chegar a um diálogo entre América Latina e

Europa e discutir quais são as condições sociais e culturais para a midiatização e como a midiatização é concretizada enquanto um processo.

**FS & DP:** De que forma você vem estudando os processos de midiatização da cultura e da sociedade?

**SH:** Atualmente, estou envolvido em um estudo que classificáramos como a “midiatização do livro”. Nós estamos trabalhando com as seguintes questões: Como a digitalização atual da indústria editorial está mudando o livro como um “meio”? Que tipos de implicações sociais e culturais surgem a partir dessa transformação? Se o livro é, em certo sentido, a última mídia a ser digitalizada, que tipo de influência isso gera? No meu ponto de vista, um desenvolvimento importante é que até agora o livro foi considerado como uma instituição que ficou fora da cultura midiática popular em geral. Até agora, o sistema de ensino e a instituição literária tomaram a dianteira na definição de nossa compreensão do livro como um meio. Esses sistemas e instituições têm promovido uma compreensão do livro como um meio da literatura e da alta cultura, e, também, uma espécie de meio educacional, e, dessa forma, o livro tem mantido uma posição que o deixa fora do domínio de outras mídias. Agora, esta posição está parcialmente mudando em parte por causa da midiatização. Aos poucos, o livro foi se integrando à cultura midiática popular, na qual ele passa a ser apenas uma entre muitas outras mídias. Por isso, tentamos discutir como o livro é reposicionado no quadro geral de outras mídias e como a antiga “exclusividade” do livro, e da cultura do livro, parece estar se deteriorando através desse processo. Por exemplo, a função de *gatekeeper* da crítica literária está mudando: as novas mídias permitem que outros agentes escrevam e revisem livros por conta própria, e, assim, os leitores comuns também se tornam críticos literários. Logo, atualmente, existe uma espécie de dissolução da forma em que as estruturas de poder em torno do livro tinham sido organizadas. Eu também estou envolvido em um novo projeto, no contexto escandinavo, sobre a midiatização da religião, no qual nós olhamos para as formas em que o cristianismo é desafiado de várias maneiras pela evolução das mídias. E, finalmente, estou muito interessado em pensar sobre as redes sociais. A meu ver, um dos desenvolvimentos mais interessantes é exatamente a maneira pela qual as várias formas de mídia social interativa permitem que os atores sociais organizem suas práticas sociais de novas formas. Assim, existe uma ideia sobre o surgimento de um novo tipo de lógica de “ação conectiva” que é dife-

rente de “ação organizacional” ou “ação organizacional estruturada”, tal como se tinha até algum tempo atrás, como foi sugerido por Alexandra Segerberg e Lance Bennett (2011). O modo como a interação social ocorre hoje é cada vez mais influenciado por novas formas de “organizações conectadas” que permitem que formas mais espontâneas e individuais de organização ocorram, em alguns casos, à custa de interesses mais coletivos. O desenvolvimento de novas mídias coloca novos desafios para o equilíbrio entre o coletivo e o individual. Esta é uma tensão que sempre existiu (o individual *versus* a coletividade), mas, devido a novas mídias, esse equilíbrio entre a autoridade coletiva e autoridade individual está de alguma forma mudando.

**FS & DP:** Quais são os casos empíricos que estão sendo investigados atualmente no contexto escandinavo?

**SH:** Nós temos um projeto nacional na Dinamarca, sediado em Copenhague, chamado de *A Midiatização da Cultura: o desafio das novas mídias*. Vários subprojetos estão ligados a esse projeto maior, e um deles trata de como o esporte tem se transformado sob a influência dos meios de comunicação de massa e das redes sociais – tal como acontece nos esportes de massa, como é o caso do futebol. Pesquisamos também como os esportes individuais são influenciados pelas mídias e tentamos entender como a cultura *fitness* vem sendo impactada pelas várias formas de mídias sociais e pelos meios de comunicação de massa. Em outro subprojeto, observamos a vida familiar e questionamos: Como a maternidade, a paternidade e a criação dos filhos estão sendo influenciadas pela presença das mídias? Como as famílias são representadas? Que papéis as crianças estão desempenhando na representação familiar? Como se faz uma apresentação ideal da vida familiar nas redes sociais? Temos também um subprojeto que está

relacionado a questões sobre política, conflitos políticos e conflitos militares. Na Escandinávia, há pesquisadores interessados em ver como as organizações e burocracias estão sendo transformadas devido à presença das novas mídias em uma variedade de contextos. Nos países nórdicos, também há uma forte tradição da pesquisa sobre a midiatização da política a partir de um ponto de vista institucional.

## Referências

- HEPP, A.; KROTZ, F. (ed.). 2013. *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. New York, Palgrave, 332 p.
- HJARVARD, S. 2013. *The Mediatization of Culture and Society*. London, Routledge, 182 p.
- MEYROWITZ, J. 1986. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York, Oxford University Press, 416 p.
- SEGERBERG, A.; BENNETT, W.L. 2011. Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests. *The Communication Review*, **14**(3):197-215.  
<http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2011.597250>
- VERÓN, E. 2007. Del sujeto a los actores: la semiótica abierta a las interfaces. In: J.-J. BOUTAUD; E. VERÓN, *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris, Lavoisier, Hermès Science.
- VERÓN, E. 1997. Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos*, **48**:9-16.
- WILLIAMS, R. 1989 [1958]. Culture is Ordinary. In: R. WILLIAMS (ed.), *Resources of Hope, Culture, Democracy, Socialism*. London, Verso.