

# Midiatização: conceituando a mudança social e cultural\*

*Mediatization: conceptualizing cultural and social change*

■ STIG HJARVARD\*\*

## RESUMO

Vivemos uma midiatização intensiva da cultura e da sociedade que não se limita à formação da opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais. Cada vez mais, outras instituições necessitam de recursos da mídia, incluindo sua habilidade de representar a informação, construir relações sociais e ganhar atenção com ações comunicativas. Devido a esse desenvolvimento, precisamos analisar o papel da mídia em vários contextos sociais, com uma ancoragem mais sólida da teoria da midiatização na teoria social geral. Inspirado pela teoria de estruturação e pelas lógicas da perspectiva institucional, as mídias são entendidas como estruturas que condicionam e permitem a ação humana reflexiva.

**Palavras-chave:** Agência, midiatização, teoria de médio alcance, estruturação

## ABSTRACT

Today, we experience an intensified mediatization of culture and society that is not limited to the public opinion formation but cuts across almost every social and cultural institution. Increasingly, other institutions need the resources of the media, including their ability to represent information, construct social relationships, and produce attention through communicative action. Because of this development, we need to analyze the role of media in a multitude of social contexts, with a firmer rooting of mediatization theory in general social theory. Inspired by structuration theory and the institutional logics perspective, media are understood as structures that both condition and enable reflexive human agency.

**Keywords:** Agency, mediatization, middle-range theory, structuration

\* Esse artigo é uma versão resumida e revisada do capítulo do autor "Mediatization and cultural and social change: An institutional approach" que aparecerá em Lundby, Knut (ed.): *Mediatization of Communication*, na série *Handbooks of Communication Science*, editado por Schulz, Peter J. e Copley, Paul. Berlim: De Gruyter Mouton.

\*\* Professor doutor do Departamento de Mídia, Cognição, Comunicação da Universidade de Copenhagen, Dinamarca. E-mail: stig@hum.ku.dk

## INTRODUÇÃO

**W**ALTER LIPPMANN (1992 [1922]) começa seu seminal livro *Opinião Pública* com uma história sobre uma ilha remota onde alguns alemães, franceses e ingleses viviam em 1914. Sua única conexão com o mundo exterior era um barco a vapor que vinha a cada sessenta dias e trazia a eles – entre outras coisas – os mais recentes jornais. Desde a última vinda do barco, no verão de 1914, eles haviam discutido a notícia do processo judicial iminente contra Madame Caillaux na França, que havia atirado no editor do jornal *Le Figaro*, que realizava uma campanha contra seu marido, o ministro da economia francês. Esperando pelo barco no meio de setembro, eles aguardavam ansiosamente para saber mais sobre o resultado desse escândalo político e de celebridade. Com a chegada do barco, os europeus descobriram algo muito diferente, que não apenas mudou sua visão do mundo, mas também seus relacionamentos internos. A Alemanha estava em guerra com a Grã-Bretanha e a França desde o fim de julho: “Por seis semanas eles agiram como se fossem amigos, quando eram, na verdade, inimigos” (Lippmann, 1992 [1922]: 3).

Lippman usa essa anedota para ilustrar o poder dos jornais de mudar *as representações em nossas mentes*, ou seja, nossa interpretação do mundo social, e como isso subsequentemente vem a influenciar nossos relacionamentos e ações em relação a outras pessoas. Lippmann, além disso, argumenta que as *representações mentais* podem não corresponder necessariamente à realidade verdadeira do *mundo exterior*, porque as representações da mídia dos assuntos políticos e sociais são muitas vezes baseadas em estereótipos preconceituosos, informação deficiente e manipulação política. Apesar da discrepância entre a representação da mídia e a realidade, a mídia jornalística e a opinião pública influenciam o mundo real; mesmo se as percepções do mundo não correspondem à realidade, elas podem ter consequências reais, já que humanos agem de acordo com suas percepções do mundo, não a partir de um *insight* absoluto da *verdade* sobre o mundo.

As análises de Lippmann (1992 [1922], 1993 [1925]) sobre a formação da opinião pública são interessantes em si mesmas, mas aqui as considerarei a partir de duas perspectivas para precisar a agenda da pesquisa da midiatização. Lippmann esteve entre os primeiros a reconhecer como “uma revolução está acontecendo, infinitamente mais significativa que qualquer mudança de poder econômico” (Lippmann, 1992 [1922]: 158) devido à ascensão do jornalismo e variadas técnicas de comunicação baseadas em pesquisa para a fabricação do consenso político. Como tal, seus textos são emblemáticos do desenvolvimento geral do período entreguerras, no qual a mídia e os estudos de comunicação começaram a emergir como resultado do interesse político e comercial em aproveitar as novas mídias

de comunicação para influenciar a opinião pública. Ao contrário de alguns contemporâneos, seu foco não era apenas em áreas particulares da comunicação, mas também nas *mudanças estruturais nas relações* entre os jornais, a opinião pública e a política, apesar de não descrevê-las nesses termos. O estudo dessas mudanças estruturais na esfera pública política gradualmente se tornou mais teoricamente esclarecido (Habermas, 1989 [1962]) e tem atuado como um contexto importante para o estudo da midiatização da política (Strömbäck, 2008).

Os estudos de Lippmann indicam não apenas uma continuidade entre os primeiros estudos da comunicação e da mídia e pesquisa contemporânea da midiatização contemporânea, mas também tornam evidentes as profundas diferenças históricas entre o relacionamento mídia-sociedade no começo do século XX e hoje, que devem se refletir em nossas conceitualizações da midiatização. A história de Lippmann sobre os europeus ilhados parece inocente e antiquada para um leitor moderno, simplesmente porque não se encaixa com nossa experiência do ambiente de mídia contemporâneo. Não apenas a cultura impressa de jornais já foi há tempos suplantada por diversas formas de mídia audiovisual e digital, mas hoje quase todo canto do mundo é coberto por formas variadas de mídia transnacional (internet, telefones móveis, televisão via satélite etc.). As mídias não se situam e são dirigidas dentro de contextos políticos nacionais na mesma intensidade que antes, mas, devido à globalização e comercialização, estão disponíveis ao longo de fronteiras nacionais e culturais e cada vez mais sob o controle de conglomerados de comunicação globais. Além disso, a comunicação de massa tem sido complementada por uma variedade de mídias interativas, permitindo a todos não apenas receber, mas também se engajar ativamente em diversas formas de comunicação com alcance potencialmente global. Como resultado, várias formas de mídia foram integradas nas práticas da vida cotidiana, do local de trabalho até a família.

Do ponto de vista histórico, o estudo das mudanças estruturais nas relações entre mídia, opinião pública e política pode ser considerado um precursor dos estudos contemporâneos de midiatização; e é por bons motivos que essa área de pesquisa continua a constituir uma parte importante da agenda da teoria de midiatização contemporânea. O ambiente da mídia contemporânea, entretanto, também reflete uma mudança quantitativa e qualitativa profunda nas relações entre mídia, cultura e sociedade. Hoje, experimentamos uma *midiatização intensificada* da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase *toda instituição social e cultural*, como a família, o trabalho, a política e a religião. As mídias são coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados

e semiprivados, e deveríamos considerar essa *revolução* significativa também. Devido ao próprio processo de midiatização, uma teoria da influência da mídia em mudanças estruturais na cultura e na sociedade não pode estar restrita somente às esferas públicas e políticas. Como consequência, a teoria da midiatização contemporânea deveria oferecer um quadro teórico para a influência da mídia na cultura e na sociedade como um todo, mantendo a capacidade de esclarecer o desenvolvimento conceitual e os estudos empíricos dentro de áreas mais específicas da cultura e da sociedade.

### UMA PERSPECTIVA INSTITUCIONAL

Neste artigo, discutirei as vantagens de uma perspectiva *institucional* sobre a midiatização no que se refere a compreender a transformação na relação estrutural entre a mídia e diferentes esferas da sociedade. As noções de *instituições sociais* e a *institucionalização da interação social* são úteis porque nos permitem estudar os processos de midiatização em um nível que é, ao mesmo tempo, analiticamente ambicioso em termos de padrões de conceitualização de mudança sistemática e sensível a situações empíricas dentro de domínios sociais e culturais particulares. Mais especificamente, a perspectiva institucional é vantajosa por considerar as três dimensões seguintes:

1. A midiatização diz respeito às transformações estruturais de *longa duração* na relação entre a mídia e outras esferas sociais. Em contraste à *mediação*, que lida com o uso da mídia para práticas comunicativas específicas em interação situada, a *midiatização* preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais, incluindo os indivíduos e as organizações. Desta perspectiva, a midiatização envolve a institucionalização de novos padrões de interações e relações sociais entre os atores, incluindo a institucionalização de novos padrões de comunicação mediada.
2. A perspectiva institucional situa a análise no *nível meso* de questões sociais e culturais. Como tal, tenta evitar tanto a teorização de nível macro sobre a influência universal da mídia na cultura e na sociedade, quanto as análises de nível micro das infinitas variações da interação social. Desta perspectiva, a teoria da midiatização é um enquadramento conceitual para apoiar o desenvolvimento de *teorias de médio alcance* (Merton, 1968). Os resultados da midiatização podem variar consideravelmente, dependendo do contexto histórico e geográfico do campo em questão, e a perspectiva institucional serve como quadro analítico flexível para considerar o nível apropriado de generalização dos resultados em cada caso específico.

3. A midiatização é um processo *recíproco* entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. A midiatização não concerne à *colonização* definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade. Analiticamente, podemos estudar esses relacionamentos e processos considerando tanto a mídia e outros domínios sociais como instituições (como a família e a política) ou práticas situadas dentro de enquadramentos institucionais particulares (como o entretenimento familiar da criança na família ou as campanhas eleitorais na política). A midiatização preocupa-se com o codesenvolvimento e a mudança recíproca de características institucionais tanto da mídia quanto de outros domínios. Essas mudanças podem ser analiticamente entendidas como transformações de uma *configuração ou regime interinstitucional* a outro.

A seguir, desenvolveremos os conceitos de “instituição” e “institucionalização” do ponto de vista da *teoria de estruturação* (Giddens, 1984; Stones, 2005), que se baseia na ideia de uma “dualidade de estrutura”, na qual a estrutura é tanto um meio como resultado da prática social. A teoria da estruturação é útil porque transcende a tradicional dicotomia entre uma sociologia de cima para baixo, que enfatiza a estrutura como agência determinante, e uma sociologia de baixo para cima, hipostasiando o poder primário da ação. A perspectiva institucional sobre a midiatização, portanto, não se destina a sobrepor a estrutura social à ação ou destacar a ordem institucional em detrimento da prática social, mas está, pelo contrário, comprometida a elucidar como as estruturas sociais funcionam como recursos para a interação social em situações específicas e como estruturas sociais são reproduzidas e talvez alteradas por meio da ação.

As instituições oferecem estabilidade e previsibilidade ao longo do tempo e do espaço, também são estruturas dinâmicas que proporsionam às organizações e indivíduos recursos materiais e simbólicos para agir reflexiva e criativamente em circunstâncias variadas e, assim, possivelmente renovando as próprias instituições. Como consequência, a mudança acumulada em práticas de comunicação mediada, com o passar do tempo, podem suscitar transformações institucionais. O quadro teórico emergente de “lógicas institucionais” (Thornton e Ocasio, 2008; Thornton, Ocasio e Lounsbury, 2012) é usado como inspiração para considerar a midiatização como um processo interinstitucional no qual práticas específicas de mediações (como o uso doméstico das mídias pelas crianças) são influenciadas por várias estruturas institucionais (como a família, o mercado comercial, o sistema de educação etc.). A dimensão interinstitucional da midiatização também permite um entendimento de como as lógicas da mídia atravessam as lógicas de outros domínios institucionais. Assim, passo

a discutir como mudanças institucionais podem ser conceitualizadas através da noção de *regimes*: um processo de midiatização não toma a forma de uma evolução linear, mas pode ser entendido como uma transição de um regime a outro, quer dizer, de uma constelação de relações e modos de interação entre diferentes agentes institucionais a uma constelação nova e diferente de relações e modos de interação entre agentes institucionais. Finalmente, discuto como a mídia pode geralmente ser entendida enquanto recursos ou “ferramentas sociais” da *representação de informação, ação comunicativa e construção de relacionamentos*, tornando-a valiosa para a sociedade como um todo. A midiatização é, obviamente, dependente da proliferação de diversas formas de mídia, mas o processo de transformação da midiatização é o resultado da mudança de acesso a várias instituições e controle variável a esses recursos vitais.

### MIDIATIZAÇÃO: TEORIAS DE MÉDIO ALCANCE

A midiatização reflete a nova condição da importância intensificada e em transformação da mídia na cultura e na sociedade. Ela denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis. Nosso entendimento da “midiatização” pode, em certos pontos, compartilhar um terreno comum com a noção de “mediação” de Martín-Barbero (1993), uma vez que esta desloca o foco da mídia individual (como os jornais) para o papel da mídia na interação social e mudança cultural. A teoria de midiatização, entretanto, aponta para um importante desenvolvimento adicional, mais especificamente que as mídias, como estruturas, ou seja, práticas institucionalizadas, conseguiram impulso próprio, o que cada vez mais influencia outras esferas sociais. De um ponto de vista institucional, a midiatização é caracterizada por um *desenvolvimento bilateral*, no qual a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo em que adquiriu o *status* de instituição social em si mesma. Como resultado, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – ocorre cada vez mais sob a influência da mídia. A noção de uma *lógica da mídia* é usada para reconhecer que os diversos meios de comunicação têm características específicas e *modi operandi* que influenciam outras instituições e a sociedade como um todo, já que eles contam com os recursos que a mídia tanto controla quanto torna disponíveis. A “lógica”, como uma categoria conceitual, não se restringe aos meios de comunicação por si sós, mas, pelo contrário, é uma maneira ampla de descrever o *modus operandi* particular de toda uma instituição ou de um domínio cultural e social menor. Precisamente, irei compreender as lógicas

como as *regras e os recursos específicos que governam um domínio particular*. Desenvolverei essa perspectiva geral sobre lógicas nas seções abaixo, sobre *lógicas institucionais*.

Ao pôr em prática uma perspectiva institucional, também defendo um nível de generalização no que se refere aos processos de mediação. Uma abordagem institucional favorece o *nível meso* dos assuntos culturais e sociais já que se preocupa com o nível supra-individual e supra-situacional da interação humana. Ele se concentra nos padrões gerais das práticas dentro de um contexto institucional específico, não numa miríade de variações de interação situada. Ao mesmo tempo, uma abordagem institucional insiste em um embasamento empírico para a generalização e construção de teoria, e, portanto, permanece cética de declarações de escala macro sobre a influência universal da mídia na cultura e na sociedade independentemente do contexto. Como tal, a teoria da mediação deveria apoiar a construção de *teorias de médio alcance*, ou seja, propostas que lidam com a influência da mídia dentro de domínios ou subdomínios institucionais particulares (como a política ou o entretenimento infantil) em um dado contexto histórico e sociocultural. Merton (1968) desenvolveu a noção de teoria de médio alcance e a posicionou entre a geral e a particular, entre o macro e o micro:

é um meio termo às teorias gerais dos sistemas sociais, que estão muito distantes de classes específicas de comportamento, organização e mudança social para dar conta do que é observado, e para aquelas detalhadas descrições ordenadas de casos específicos que não são de modo algum generalizados (Merton, 1968: 39).

Considerada como uma teoria de médio alcance, a teoria da mediação afasta-se da abordagem de teoria do meio (Innis, 1951 e McLuhan, 1964), que faz afirmações de larga-escala no que se refere à influência de várias mídias em civilizações humanas ou épocas societárias. Nossa abordagem, entretanto, compartilha afinidades com, por exemplo, a versão da teoria do meio de Meyrowitz (1986), já que ela é muito mais focada no estudo da mídia de veiculação massiva em um período histórico e contexto cultural particulares e suas influências em relacionamentos específicos entre políticos e eleitores, homens e mulheres, pais e filhos. De uma perspectiva de mediação, a mídia pode exercer influência em uma variedade de domínios institucionais, mas o resultado dessa influência pode ser variado devido à intersecção da mídia com outras lógicas. Como Hepp (2009) sugere, a noção de *mediação* é um reconhecimento do “transbordante poder da mídia” por diferentes campos, mas isso “não resulta em uma homologia desses campos; em vez disso, é transformado pela ‘inércia’ das instituições dentro de cada campo contextualizado” (Hepp, 2009: 154).

**ESTRUTURAÇÃO: A AGÊNCIA EM CONTEXTO INSTITUCIONAL**

Do ponto de vista da teoria da estruturação (Giddens, 1984), as instituições são conceitualmente consideradas similares de maneira geral, mas elas podem incorporar “práticas que têm vasta extensão espaço-tempo” (Giddens, 1984: 17). As instituições podem então ser localizadas em uma das extremidades de um continuum que se estende das práticas com o maior nível de extensão espaço-tempo (práticas institucionalizadas) até aquelas com o menor nível de extensão espaço-tempo (práticas idiossincráticas). Em comum com as estruturas em geral, as instituições consistem em *regras* e *recursos*. Por “regras”, devemos entender “técnicas ou procedimentos generalizáveis aplicados à sanção/reprodução de práticas sociais” (Giddens, 1984: 21). Essas podem ser informais (ou seja, normas) ou formais (ou seja, leis). Os “recursos” providenciam a infraestrutura para a prática social e podem ser materiais ou simbólicos/autorizativos em natureza. No campo de estudos de mídia, a abordagem de tal análise institucional tem, pelo menos implicitamente, informado os estudos de redações da imprensa com o intuito de demonstrar como práticas do jornalismo e recursos da profissão jornalística e das organizações de notícias foram condicionadas pelas regras formais e informais (ver Hjarvard 2012a para um panorama de tais estudos).

Seguindo a noção de Giddens de “dualidade de estrutura”, as instituições não são externas à prática social. Instituições como a família ou a religião certamente podem sobreviver além do ser humano individual e de qualquer encontro situado particular, mas são mesmo assim invocadas e (re)produzidas por meio da interação de indivíduos em situações sociais. As instituições podem adquirir uma presença externa permanente e material, por exemplo, na forma de construções ou textos, mas as instituições também são entendidas como regras mentais e recursos incorporados que fazem parte da interação humana. De acordo com esse pensamento, as instituições são adquiridas e ativadas através de esquemas cognitivos (Piaget, 2002 [1959]) e *habitus* incorporado (Bourdieu, 1998a, 1998b) que informam as interpretações individuais de situações específicas e guiam o desempenho de papéis nos encontros sociais (Goffman, 1956). Desse modo, as instituições são ferramentas de criação de sentido, bússolas normativas e *scripts* mentais para a ação, mas não são *instruções* completas que determinam a criação de sentido e a ação de uma forma automática e uniforme.

A teoria da estruturação insiste na interdependência das instituições sociais e da interpretação humana, de estruturas e hermenêutica (Stones, 2005). As regras são de natureza *metodológica*, e o indivíduo faz uso delas de forma reflexiva ao ajustá-las à situação particular conveniente. As regras institucionais

e os recursos, igualmente, permitem e limitam a interação social e, como tal, não devem ser entendidos simplesmente como pressão externa da sociedade no indivíduo para fazer com que ele ou ela se conforme às normas existentes. As estruturas institucionais não são a *camisa de força* da sociedade, limitando o indivíduo a se comportar de maneiras particulares e afirmativas. A liberdade do indivíduo para *agir de outro modo* não é um resíduo subjetivo fora do alcance das estruturas institucionais. As instituições podem permitir e limitar o indivíduo a reproduzir a ordem social existente, mas elas também podem ser o meio pelo qual as regras alternativas e a distribuição de recursos ocorrem. A reprodução social de uma instituição, por exemplo, a família, deveria ser teoricamente distinta da consolidação da coesão social (Giddens, 1984: 24); a família pode continuar como instituição, mas pode ser renovada com o tempo e sua reprodução pode não necessariamente acarretar que membros da família, ou outros atores sociais dependentes, possam se tornar mais proximamente ligados uns aos outros do que antes. Um ponto ao qual retornarei é que a presença de uma variedade de recursos institucionais (competindo) e regras em um ambiente social específico são particularmente propensas a instigar a mudança cultural e social.

A teoria da estruturação fornece um quadro importante para compreender processos de mediação de várias maneiras. Ela sugere como os meios de comunicação podem estar simultaneamente dentro e fora da ação humana: eles representam uma condição estrutural externa em termos dos recursos comunicativos disponíveis (o ambiente midiático) e regras relativas aos seus usos (leis, preços etc.), que são em alguns sentidos não-negociáveis do ponto de vista da ação individual, e são também recursos e regras internos na forma de esquemas interpretativos e *scripts* de ação (por exemplo, conhecimento da adequação de determinados gêneros e meios de comunicação para a interação em contextos específicos), os quais podem permitir aos agentes *agir de outra forma*.

### MIDIATIZAÇÃO COMO PROCESSO DA ALTA MODERNIDADE

Sob condições *modernas*, a reprodução social das instituições é caracterizada por dinâmicas particulares. Quase todos os aspectos da sociedade estão sujeitos a uma crescente *diferenciação* através da qual a especialização, a racionalização e o desencaixe das práticas ocorrem (Giddens, 1990; Held et al. 1999; Ritzer, 1999). Uma crescente divisão de trabalho foi iniciada, primeiro, pela revolução industrial e posteriormente pela emergência de uma sociedade global em rede (Castells, 1998-2004, 2011), que não apenas aumentou a especialização, mas também criou uma divisão do trabalho global. A urbanização mudou pessoas fora de contextos menores e tradicionais para ambientes modernos de larga escala,

nos quais formas de vida mais individualizadas predominam. Dentro da teoria de estruturação, as dinâmicas da modernidade (Giddens, 1990) são entendidas como *desencaixes de tempo-espaço* que *deslocam* as práticas sociais de ambientes locais e as *recolocam* em ambientes maiores e mais abstratos. As práticas sociais são “estendidas” pelo tempo e espaço e diferenciadas em subpráticas através da especialização e divisão de trabalho. Acompanhando esses processos está uma crescente *refletividade* na qual “práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre aquelas mesmas práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter” (Giddens, 1990: 38). A mídia de massa e a mídia de rede social, igualmente, oferecem um constante fluxo de informação que orienta os indivíduos e as organizações para reajustar suas práticas às condições contemporâneas, dessa forma implantando uma reflexividade progressiva na própria institucionalização da vida social.

As mídias estão sujeitas, do mesmo modo, a esses processos de modernidade e passam a desempenhar funções específicas que derivam de padrões gerais de desenvolvimentos institucionais. Nos últimos cem anos, os meios de comunicação se diferenciaram de outras práticas sociais e tornaram-se uma instituição separada na sociedade. Os jornais políticos já foram parte integrante de organizações e movimentos políticos como um dos diversos espaços para a comunicação política. Com a ascensão do jornalismo como profissão independente e com a crescente independência dos meios de comunicação de partidos políticos, esses se tornaram uma instituição social parcialmente independente, cada vez mais orientada por suas próprias lógicas institucionais, por exemplo, as normas profissionais, como o valor-notícia etc. (ver Cook, 1998). Os usos de diversos meios de comunicação têm sido simultaneamente integrados às práticas de outros domínios institucionais. Com a ascensão das mídias interativas e digitais, esse processo se intensificou, tornando as comunicações mediadas indispensáveis a quase todos os domínios institucionais, como a política, a educação, o trabalho etc. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação adquiriram impulso como uma instituição em si mesma, a mídia se tornou onipresente em quase todas as esferas da sociedade. As mídias são usadas para uma pluralidade de finalidades, incluindo possibilitar a distanciação do espaço-tempo da modernidade e para aliviar os atores sociais das muitas tarefas de coordenação que resultam da convivência em instituições estendidas pelo tempo e espaço. O telefone móvel, por exemplo, parece suportar uma ampla “microcoordenação” do trabalho e da vida familiar (Ling, 2004).

Os meios de comunicação também adquirem uma posição particular dentro da sociedade moderna, já que constituem uma esfera pública que, potencialmente, se interliga a todas as outras instituições sociais. A esfera pública da

mídia não é restrita aos assuntos políticos, mas também envolve os assuntos culturais, o mercado comercial e aspectos cada vez mais íntimos da vida também (Plummer, 2003; Dahlgren, 2006; Gripsrud e Weibull, 2010). Uma variedade de assuntos antes privados também alcança um caráter semipúblico através das redes sociais. A esfera pública da mídia proporciona um espaço de experiência compartilhada que, em certa medida, compensa a diferenciação que caracteriza a maioria dos domínios sociais. À luz de nossa perspectiva institucional sobre a modernidade, a midiaticização deveria ser entendida como um processo da modernidade tardia na qual os meios de comunicação não só estão sujeitos às principais transformações da sociedade moderna, mas são eles próprios agentes de modernização (Thompson, 1995). Em particular, os meios de comunicação possibilitam a diferenciação e o desencaixe tempo-espço, ao mesmo tempo em que adquirem um papel especial de instituição de reflexividade coletiva tanto sobre os assuntos públicos quanto sobre os privados. A mídia, assim, favorece aspectos-chave da modernidade sendo, simultaneamente, um produto da modernidade.

Ao conectar o conceito de midiaticização às transformações institucionais da alta modernidade, nossa abordagem afasta-se de certas vertentes da teoria de midiaticização. Krotz (2007a, 2009), apoiado por Couldry (2012), sugere que entendamos a midiaticização como um “metaproceto”, ou seja, um processo trans-histórico de mudança social e cultural. Seguindo a sociologia de Norbert Elias ([1939] 1978), Krotz considera a midiaticização como um processo civilizacional que não se restringe à fase moderna, mas que se inicia com a ascensão da mídia relacionada à escrita em civilizações mais antigas. Krotz não especifica uma definição mais precisa de midiaticização já que “midiaticização, por sua própria definição, está sempre relacionada ao tempo e ao contexto cultural” (Krotz, 2007b: 39, tradução minha). A noção de “metaproceto” pode ser útil, na medida em que aponta para a dimensão *trans*-institucional da midiaticização, ou seja, que a midiaticização ocorre através de uma variedade de espaços sociais e contextos culturais. Entretanto, parece ser menos produtivo entender a midiaticização como sinônimo de qualquer forma de influência da mídia desde o nascimento da civilização.

Várias formas da mídia precoce – da invenção da escrita até a imprensa – podem ter tido influências importantes na cultura e na sociedade (ver Eisenstein, 2005), mas isto não necessariamente tem como resultado que culturas e sociedades como o cristianismo inicial, a civilização maia ou os *vikings* nórdicos possam ser descritas apropriadamente como culturas e sociedades midiaticizadas. A produção escrita e simbólica, em geral, tornou-se importante nessas culturas, mas os meios de comunicação de representação escrita e pictórica foram em

grande medida subordinados aos interesses religiosos, políticos ou militares. Para falar de midiatização como uma condição cultural e social, precisamos tanto de uma proliferação mais intensa dos meios de comunicação quanto de uma diferenciação moderna das esferas sociais através das quais a mídia surge como uma força institucional semi-independente, ao mesmo tempo em que se integra ao mundo cotidiano de outros espaços da sociedade. A condição midiatizada implica que os meios de comunicação tanto conectam as partes individuais da sociedade mais ampla, ao constituírem espaços públicos comuns para a reflexão sobre assuntos coletivos, quanto estão situados *dentro* das unidades menores da sociedade, por exemplo, o universo familiar.

### LÓGICAS INSTITUCIONAIS

A noção de *lógicas institucionais* recebeu atenção na teoria sociológica nas últimas duas décadas; tentarei incorporar alguns dos *insights* dessa vertente da pesquisa social em nosso enquadramento institucional da teoria de midiatização. Em particular, usarei as *lógicas institucionais* para considerar como a mudança institucional pode ser influenciada pela presença dos meios de comunicação e como a mídia veio a ocupar funções-chave no “sistema interinstitucional” geral da sociedade (Friedland e Alford, 1991). A *lógica institucional* é uma adição mais recente ou corretiva à abordagem do “neoinstitucionalismo” que começou a influenciar partes da sociologia do fim dos anos 1970 em diante. DiMaggio e Powell formularam a ideia central de neoinstitucionalismo como uma

rejeição dos modelos do ator racional, um interesse nas instituições como variáveis independentes, um direcionamento a explicações cognitivas e culturais e um interesse em propriedades de unidades supraindividuais de análise (DiMaggio e Powell, 1991: 8).

Dentro dos estudos de mídia, a abordagem do neoinstitucionalismo tem tido um papel particularmente vigoroso em informar o estudo das notícias e do jornalismo, assim como a interação entre as instituições dos meios noticiosos e a política (Cook, 1998; Ryfe e Ørsten, 2011).

Como indicado acima, a abordagem das *lógicas institucionais* apoia-se, bem como se afasta, da perspectiva do *neoinstitucionalismo*. Ela compartilha com seu predecessor a tentativa de entender a estrutura organizacional e a ação social como influenciadas pelo contexto social e cultural mais amplo. A perspectiva das lógicas institucionais coloca ênfase no processo de *mudança* institucional, incluindo a forma como atores individuais e organizacionais podem tanto influenciar quanto ser influenciados por um conjunto historicamente contingente de lógicas institucionais frouxamente ajustadas.

A perspectiva da lógica institucional coloca, portanto, mais ênfase em dois níveis e em suas dependências mútuas: as possibilidades para a ação no nível micro e a estrutura interinstitucional no nível macro da sociedade. As lógicas institucionais são, geralmente, compreendidas de uma maneira semelhante à noção de Giddens (1984) de instituições como sendo estruturadas pelos recursos e regras e, é, portanto, compatível com nossa noção de “lógica de mídia” (ver acima e Hjarvard, 2013a). Por exemplo, Thornton e Ocasio definem as lógicas institucionais como os

padrões históricos socialmente construídos de práticas materiais, pressupostos, valores, crenças e regras pelas quais indivíduos produzem e reproduzem sua subsistência material, organizam o tempo e o espaço, e dão sentido à sua realidade social (1999: 804).

As lógicas institucionais, portanto, abrangem assim dimensões materiais e culturais, bem como as funções de recurso cognitivo, oferecendo categorias de produção de sentido para interpretar o mundo.

A noção de sociedade como *sistema interinstitucional* foi sugerida por Friedland e Alford (1991) e desenvolvida mais profundamente por Thornton, Ocasio e Lonsbury (2012). O pressuposto geral é que a sociedade consiste de uma série de instituições, cada uma delas com uma história, em parte independente, e que foram parcialmente codesenvolvidas pela interação umas com as outras. Cada instituição “representa um sistema de governança que oferece um quadro de referência que condiciona as escolhas quanto à produção de sentido pelos atores” (Thornton, Ocasio e Lonsbury, 2012: 54). No entanto, a maioria dos contextos de ação social não é regido por um conjunto de lógicas de uma única instituição, mas por conjuntos de lógicas institucionais múltiplas, heterogêneas e frequentemente contraditórias:

Algumas das disputas mais importantes entre grupos, organizações e classes são sobre os relacionamentos apropriados entre as instituições, e pelas quais a lógica institucional de diferentes atividades deveriam ser regulamentadas e a quais categorias de indivíduos elas se aplicam (Friedland e Alford, 1991: 256).

Isso pode ser exemplificado por um exemplo da mídia: a regulamentação política das organizações de transmissão pública de massa tem historicamente sido tema de conflito entre vários interesses políticos dentro da instituição política. O assunto tem também, contudo, envolvido questões e interesses de fora do domínio político, que estão preocupados com o papel que a radiodifusão pública deveria exercer em relação a outras instituições como o mercado (quanta publicidade deveria ser permitida?), a família (que tipo de

programação é adequada às crianças?), religião (as transmissões deveriam ser religiosamente neutras ou dar prioridade para as religiões majoritárias?) e o estado (as transmissões devem ser a voz do estado-nação ou de uma entidade transnacional?). Nesse exemplo, as lógicas institucionais de cada instituição implicam não apenas diferentes conjuntos de ações preferenciais em termos de legislação da radiodifusão e política de programação, mas também diferentes categorizações cognitivas da própria ideia e objetivos da radiodifusão (por exemplo: é uma prática comercial, cultural ou educacional?) e de quem são os espectadores (por exemplo: são clientes, famílias ou cidadãos?). Tais conflitos interinstitucionais raramente resultam em limitações à radiodifusão para que ela sirva apenas ao interesse de um domínio institucional, mas levam, ao invés disso, a um delicado equilíbrio entre vários interesses institucionais. Por causa disso, as práticas de radiodifusão envolvem negociações contínuas entre um conjunto complexo de lógicas institucionais. Como voltarei a abordar mais tarde, podemos discernir historicamente configurações particulares (*regimes*) na intersecção dessas lógicas institucionais.

Um argumento geral na literatura das *lógicas institucionais* é que as transformações em práticas sociais podem ocorrer quando lógicas concorrentes se *sobrepõem* em um domínio particular. Um exemplo disso é a contratação de profissionais de mídia especializados pelos partidos políticos. A razão inicial disso poderia ser um simples desejo de fortalecer a capacidade do partido político de projetar sua própria política para seus potenciais eleitores, mas uma vez que profissionais de mídia estão dentro da organização política, eles podem introduzir novas lógicas à comunicação política. A mudança em práticas sociais é muitas vezes instigada pelos assim chamados empreendedores que “criativamente manipulam relações sociais importando e exportando símbolos culturais e práticas de uma ordem institucional a outra” (Thornton e Ocasio, 2008: 115). No caso de assessores políticos de mídia, eles não apenas oferecem conhecimento neutro à instituição política, mas se tornam instrumentos para que sejam importados novos modos de pensar sobre a comunicação política. Esta não é uma via de mão única, já que os assessores políticos da mídia podem sair e voltar a trabalhos, por exemplo, em partidos políticos e meios noticiosos, e quando voltam à sua profissão jornalística, eles podem levar percepções políticas e relacionamentos à redação.

### **SOBREPOSIÇÃO INSTITUCIONAL**

A mídia pode introduzir sobreposição estrutural entre lógicas institucionais de três formas diferentes. *Em primeiro lugar*, os meios de comunicação oferecem uma *esfera pública* para a reflexão da sociedade sobre si própria, e, através disso,

é oferecido o próprio fórum que torna as várias instituições visíveis para todos, assim como promove uma discussão sobre quais recursos e regras deveriam estar disponíveis e são requeridos em quase todos os aspectos da vida social. A esfera pública deveria, idealmente, ser entendida como uma esfera entre o estado e a sociedade civil na qual os cidadãos podem deliberar politicamente sobre as soluções mais sensatas para problemas comuns (Habermas, 1989 [1962]). Na prática, a esfera pública da mídia constitui um espaço público que não é de maneira nenhuma restrito à deliberação racional e política, mas é aberto à representação pública e discussão (tanto racional quanto irracional) de assuntos que concernem a todas as instituições sociais, da esfera íntima da família e sexo até as experiências culturais e o mundo da política internacional (Plummer, 2003; Dhalgren, 2006). Por exemplo, políticas relativas à vida sexual podem ser tratadas nos meios noticiosos em relação às questões de doenças sexualmente transmitidas ou abuso sexual, embora possam ser discutidas na esfera cultural em certos blogs na internet ou dramas televisivos. Quando a mídia traz determinadas ordens institucionais particulares para o espaço público, essas instituições são confrontadas com questões sobre a legitimidade das regras e a alocação de recursos de outras ordens institucionais e da sociedade como um todo. Por exemplo, como os estudos nos países nórdicos demonstraram, os meios de comunicação promoveram o contato da religião cristã predominante com os valores seculares da sociedade, o que pode levar as organizações religiosas a modificarem seus valores e comportamentos (Christensen, 2012; Hjarvard, 2012b).

*Em segundo lugar*, as mídias também estão presentes dentro de instituições e se tornaram importantes para a prática *constitutiva* da vida familiar, ir à escola ou realizar um trabalho. Uma consequência importante dessa presença interna é uma *virtualização* de instituições (Hjarvard, 2013a). As mídias digitais estão cada vez mais deslocando as práticas sociais de ambientes físicos, por exemplo, permitindo que várias formas de trabalho sejam conduzidas no lar e tornando possível realizar transações bancárias com um computador pessoal. A mídia móvel acentuou essa virtualização tornando possível acessar quase todos os espaços institucionais de qualquer lugar. Através de seu *tablet* ou *smartphone*, você pode visitar a biblioteca ou uma exibição de arte, ligar para a família, ou postar um comentário em um blog político. Isso não faz com que o espaço físico ou o local não sejam importantes, já que a maioria das instituições ainda mantém uma localização física central como seu principal espaço de interação, como o lar (a família), a escola (educação), o parlamento (política) etc. Entretanto, significa que os locais físicos se entrelaçam com um espaço virtual, na medida em que se torna possível realizar mais e mais

práticas fora da localização física. Em geral, essa dimensão virtual torna as instituições mais frágeis porque é mais difícil controlar o comportamento das pessoas envolvidas. Crianças podem estar presentes no lar, juntas com seus pais, enquanto estão simultaneamente engajadas em interação com seus colegas. Um funcionário pode estar presente em seu local de trabalho, mas ele também pode estar batendo papo com seus amigos no *Facebook* ou cuidando de assuntos pessoais bancários em seu *laptop*.

A presença virtual potencial de uma instituição dentro do espaço de outra instituição cria uma sobreposição de lógicas institucionais que podem induzir várias formas de mudança. Por exemplo, quando mídias digitais, como computadores e telefones móveis, são introduzidas no sistema educacional devido ao seu suposto potencial para novas formas de aprendizado, elas podem não apenas criar um conflito entre velhos e novos paradigmas pedagógicos, mas também disponibilizar uma ampla gama de outras lógicas de outras ordens institucionais. Com a internet e os telefones móveis disponíveis na sala de aula, a instituição educacional deve começar a negociar sua própria autoridade e regras de interação *vis-à-vis* com outras instituições. A voz de outras instituições pode intervir no relacionamento entre professor e aluno quando os pais são capazes de se comunicar com seus filhos enquanto estão na escola, e quando os alunos podem buscar fontes alternativas de informação quando estão em sala de aula (Hjarvard, 2010; Carlsson, 2010). De maneira similar, a presença crescente de trabalho mediado por computador no lar inicia uma renegociação das fronteiras entre prazer, família e vida profissional quando as lógicas do local de trabalho precisam encontrar um lugar no lar.

*Em terceiro lugar*, a mídia não apenas coloca as lógicas variadas de outras instituições em contato umas com as outras; as mídias também se tornam uma instituição semi-independente que cada vez mais leva suas próprias lógicas institucionais a quase todo espaço social. Portanto, a lógica da mídia não influencia apenas como os atores sociais de instituições variadas agem na esfera pública, mas também o próprio funcionamento de outras instituições e suas interações entre si (que não precisam ser realizadas na esfera pública). As mídias estão sendo incorporadas a outros domínios porque elas representam um recurso importante para a comunicação e a interação. Além das lógicas compartilhadas da mídia como uma instituição de comunicação pública, as várias mídias possuem características estruturais específicas ou possibilidades (Gibson, 1979; ver Hjarvard, 2013a) que podem influenciar como são incorporadas em contextos institucionais particulares. Por exemplo, quando organizações religiosas começam a fazer uso de sites da internet ou de redes sociais como recurso para se comunicarem com seus seguidores, eles podem gradualmente

precisar adaptar-se às variadas regras sociais, tecnológicas e estéticas que já foram institucionalizadas na sociedade para essas formas de comunicação. Como consequência, as organizações religiosas podem ter que exercer sua autoridade de maneiras diferentes, e os fiéis podem ter a capacidade de adotar uma orientação mais individualista, interativa e consumista em relação às mensagens religiosas (Hjarvard, 2012b), em comparação com formas anteriores de comunicação religiosa. A mídia pode, certamente, não ter sempre a principal influência nessas situações de sobreposição, mas o ponto-chave é que a mistura de lógicas institucionais oferece solo fértil para a mudança social e cultural.

### MUDANÇA INSTITUCIONAL DE REGIMES

A midiaticização como processo é dependente da proliferação e uso crescente da mídia na sociedade moderna, mas as várias mudanças que ela provoca não devem ser entendidas como um simples processo linear estimulado por uma presença sempre maior da mídia. Ao invés disso, deveríamos entender a mudança social e cultural como uma transição de uma configuração de influências institucionais dentro de um domínio particular para uma configuração diferente que muda o *equilíbrio de poderes* entre as instituições em questão, e talvez introduza novos recursos e regras institucionais em um domínio. Podemos analiticamente entender tais configurações como *regimes* que implicam um modo dominante de estruturação dentro de um domínio particular. Devemos, entretanto, ser cuidadosos para não equipar a existência de um modo dominante de estruturação com a ausência de práticas alternativas ou falta de conflito. Pelo contrário, dentro do *regime* de um domínio particular, muitas vezes encontramos agentes sociais com interesses, normas e práticas concorrentes, mas sua interdependência mútua criou um equilíbrio dentro de uma fase e contexto dados. A *Tabela 1* apresenta um modelo esquemático de midiaticização como transformação de um regime a outro.

A mudança social e cultural pode não necessariamente implicar uma transição de um regime estável a outro; pode, em alguns casos, ser mais adequado falar da ruptura de um regime existente sem que um novo regime decorra depois. Em tais casos, podemos encontrar um período de instabilidade e incerteza quanto às normas e aos valores das práticas. Por exemplo, a proliferação de mídia digital, dentro e fora do ambiente educacional, criou um novo impulso para a inovação pedagógica, mas, até agora, não parece ter resultado em novos paradigmas pedagógicos ou práticas educacionais estáveis. Ao invés disso, criou um estado de fluxo que permite uma variedade de novos paradigmas e práticas em concorrência e sendo testadas (ver Carlsson, 2010; Sørensen, Audon, e Levinsen, 2010).



três modelos dominantes de mídia: o Modelo Liberal Anglo-Americano, o Modelo Corporativista Democrático da Europa Ocidental do Norte e o Modelo Pluralista Polarizado do Sul da Europa. Hallin e Mancini posteriormente tentaram expandir essa tipologia comparativa além do mundo Ocidental (Hallin e Mancini, 2012). Tais modelos sempre sofrem o risco de simplificação de propriedades estruturais dentro de um contexto geográfico de determinado modelo de mídia, mas servem, mesmo assim, a um importante propósito heurístico como ferramentas analíticas para discernir a interação entre várias instituições levando em conta as formas de dependência do passado.

### OS RECURSOS GERAIS DA MÍDIA

Nesse trabalho, defendi uma perspectiva institucional sobre a midiaticização, e enfatizei a importância de localizar nossa análise no médio alcance. Devemos, entretanto, também considerar o nível societário da midiaticização, supra-institucional da midiaticização, e perguntar se há propriedades especiais da mídia que a fazem influente nos contextos institucionais, embora com diferentes consequências *locais*. Couldry (2003) faz uso do conceito de Bourdieu de *metacapital* e sugere que a mídia representa um tipo de metacapital, que permite aos meios se tornarem influentes em uma variedade de campos sociais. Esse é um pressuposto plausível, ainda que isso não identifique quais propriedades ou processos permitem à mídia adquirir esse metacapital. Inspirado pela teoria de sistemas, Kunelius e Reunanen (2012) enunciam que a atenção pública é o *recurso de poder* geral da mídia e, por extensão, que a midiaticização é entendida como a “*influência crescente da atenção pública (com o generalizado ambiente da mídia) em outros campos e domínios institucionais*” (Kunelius e Reunanen, 2012: 12; ênfase no original).

Kunelius e Reunanen (2012) explicitamente focam na mídia jornalística de massa, e nesse contexto, a atenção pública é claramente um recurso proeminente ao qual outros campos ou domínios institucionais tentam ganhar acesso. Se desejarmos considerar a mídia em geral, a atenção *pública* não é a única atenção em jogo, e o controle da atenção em formas privadas ou semiprivadas de comunicação podem ter igual importância. Indo além, a atenção pode talvez ser melhor entendida como o resultado da comunicação mediada ao invés de um recurso da mídia de fato. Falando em termos gerais, a mídia permite aos usuários estender comunicações no tempo, no espaço e no modo de representação. Dessa perspectiva, as mídias são um recurso para *representar informação e construir relacionamentos* a partir da *ação comunicativa*. Esse recurso geral é disponibilizado para usos diferentes pelos meios de comunicação individuais e gêneros: por exemplo, plataformas de redes sociais como o *Facebook* tendem

a estruturar a informação como conversações escritas parcialmente públicas, em parte privadas, entre uma rede estendida de *amigos*, enquanto a mídia jornalística tipicamente estrutura a informação como notícia de alta importância para a sociedade, a ser recebida por uma audiência pública de cidadãos. Em ambos os casos, a atenção dos amigos do *Facebook* e a atenção do público são o resultado da habilidade da mídia em representar a informação de modos particulares e colocá-la em circulação entre certos grupos de usuários, que se tornaram relacionados uns aos outros de formas específicas nesse mesmo ato de comunicação.

As mídias são ferramentas sociais para a produção de atenção, mas o recurso verdadeiro é a capacidade da mídia em controlar como a informação é representada (por exemplo, enquadrada ideologicamente ou narrada artisticamente), como as relações são construídas (por exemplo, quem se conecta a quem e de que formas), e para qual finalidade social as ações comunicativas servem (por exemplo, entretenimento, educação, persuasão etc.). Como esses recursos podem ser importantes para todos os tipos de interação cultural e social, a mídia pode vir a exercer influência em todo domínio social, mesmo que de formas e intensidades diferentes. Para ganhar acesso aos recursos da mídia, os agentes sociais de outros domínios institucionais devem aceitar as várias regras que passam a governar a mídia. Como muitas mídias hoje se tornaram multifuncionais, não devemos necessariamente atribuir regras sociais particulares ao nível de mídia individual. Por exemplo, tanto a televisão quanto a internet são usadas para uma variedade de finalidades relacionadas às diferentes instituições sociais e práticas culturais, e uma companhia de mídia individual como o *Google* está envolvida em uma variedade de gêneros de mídia que se relacionam a diferentes domínios institucionais como bibliotecas, pesquisa, notícias, correio pessoal, publicidade comercial etc. Também devemos, portanto, seguindo Schulz (2004; ver Hjarvard, 2013b), focar nas várias funções comunicativas da mídia quando estudamos as regras institucionalizadas no que se refere ao seu uso, e não apenas considerar a mídia individual ou as organizações de mídia.

O estudo de Lippmann (1992 [1922]) foi um sinal precoce do desenvolvimento da mídia jornalística como uma instituição semi-independente na sociedade durante o século XX. Em paralelo a isso, conforme Lippmann também notou, várias formas de mídia e especialidades da comunicação começaram a se espalhar pelas instituições políticas e comerciais com o intuito de influenciar a opinião pública de diversas formas. Hoje, esse processo bilateral – através do qual a mídia está se desenvolvendo como uma instituição semi-independente e sendo integrada a outras instituições – se acelerou. O processo não está mais restrito aos assuntos públicos e políticos, mas se tornou prevalente em quase

todas as instituições sociais e domínios culturais. À medida que as instituições tornaram-se diferenciadas e se estenderam pelo tempo e espaço sob as condições de alta modernidade, as mídias tornaram-se ferramentas indispensáveis para a interação social dentro de instituições, entre instituições e na sociedade como um todo. Como processo social, a mídiatização é impulsionada tanto pelo desenvolvimento da mídia como pelas dinâmicas de uma variedade de outras instituições nas quais os agentes sociais tentam fazer uso dos recursos da mídia para seus próprios propósitos. ■

## REFERÊNCIAS

- BLUMLER, Jay G.; KAVANAGH, Dennis. The third age of political communication: Influences and features. *Political Communication*, vol. 16, n. 3, p. 209-230, 1999. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/105846099198596>
- BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Londres: Routledge, 1998a
- . *Practical Reason. On the Theory of Action*. Cambridge: Polity, 1998b
- CARLSSON, Ulla. *Children and Youth in the Digital Media Culture. From a Nordic Horizon*. Gothenburg: Nordicom, 2010.
- CASTELLS, Manuel. *The Information Age, Economy, Society and Culture*, Volume I–III. Oxford: Blackwell, 1998-2004.
- . A network theory of power. *International Journal of Communication*, vol. 5, p. 773-787, 2011.
- CHRISTENSEN, Henrik Reintoft. Mediatization, deprivatization, and vicarious religion. Coverage of religion and homosexuality in the Scandinavian mainstream press. In: HJARVARD, Stig; LÖVHEIM, Mia (eds.). *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Gothenburg: Nordicom, p. 63-78, 2012.
- COOK, Timothy E. *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.
- COULDRY, Nick. Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. *Theory and Society*, vol. 32, n. 5/6, p. 653-677, 2003. DOI: <http://dx.doi.org/10.1023/B:RYSO.0000004915.37826.5d>
- . *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity, 2012.
- DAHLGREN, Peter. Doing citizenship. The cultural origins of civic agency in the public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, vol. 9, n. 3, p. 267-286, 2006. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/13675494060666073>
- DIMAGGIO, Paul; POWELL, Walter W. Introduction. In: DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. (eds.). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press, p. 1-38, 1991.

- DJERF-PIERRE, Monika. Squaring the circle: Public service and commercial news on Swedish television 1956–99. *Journalism Studies*, vol. 1, n. 2, p. 239-260, 2000. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14616700050028235>
- DJERF-PIERRE, Monika; WEIBULL, Lennart. From public educator to interpreting ombudsman. Regimes of political journalism in Swedish public service broadcasting 1925–2005. In: STRÖMBÄCK, Jesper; ØRSTEN, Mark e AALBERG, Toril (eds.). *Communicating politics: political communication in the Nordic countries*, 195–214. Gothenburg: Nordicom, 2008.
- EISENSTEIN, Elizabeth L. *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, 2nd Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- ELIAS, Norbert. *The Civilizing Process*, Volume 1–2. Oxford: Blackwell. Primeira publicação em [1939], 1978.
- FRIEDLAND, Roger; ALFORD, Robert R. Bringing society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. In: DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. (eds.). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press, p. 232-263, 1991.
- GIBSON, James J. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- GIDDENS, Anthony. *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity, 1984.  
———. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity, 1990.
- GOFFMAN, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edimburgo: University of Edinburgh, 1956.
- GRIPSRUD, Jostein; WEIBULL, Lennart (eds.). *Media, Markets & Public Spheres: European Media at the Crossroads*. Bristol: Intellect, 2010.
- HABERMAS, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press. Primeira publicação [1962], 1989.
- HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Comparing Media Systems, Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo (eds.). *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- HELD, David; MCGREW, Anthony, GOLDBLATT, David e PERRATON, Jonathan. *Global Transformations. Politics, Economics, and Culture*. Cambridge: Polity Press, 1999.
- HEPP, Andreas. Differentiation: Mediatization and cultural change. In: LUNDBY, Knut (ed.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. Nova York: Peter Lang, p. 139-158, 2009.
- HJARVARD, Stig. Medialiseringen af uddannelse og undervisning [The mediatization of education and teaching]. In: CHRISTIANSEN, Hans-Christian; ROSE, Gitte (eds.). *Læring med levende billeder [Teaching with Moving Pictures]*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, p. 15-42, 2010.

- . The study of news production. In: JENSEN, Klaus Bruhn (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research*, Segunda edição. Londres: Routledge, p. 87-105, 2012a.
- . Three forms of mediatised religion. Changing the public face of religion. In: HJARVARD, Stig; LÖVHEIM, Mia (eds.). *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Gothenburg: Nordicom, p. 21-44, 2012b.
- . *The Mediatization of Culture and Society*. Londres: Routledge, 2013a.
- . From mediation to mediatisation: The institutionalization of new media. In: HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich (eds.). *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. Nova York: Palgrave, 2013b.
- INNIS, Harold Adams. *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press, 1951.
- KROTZ, Friedrich. The meta-process of mediatisation as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, vol. 3, n. 3, p. 256–260, 2007a. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/17427665070030030103>
- . *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation [Mediatization: Case Studies of Communicative Change]*. Wiesbaden: VS Verlag für Socialwissenschaften, 2007b.
- . Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. In: Knut Lundby (ed.). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. Nova York: Peter Lang, p. 21-40, 2009.
- KUNELIUS, Risto; REUNANEN, Esa. The medium of the media. Journalism, politics, and the theory of ‘mediatization’. *Javnost – The Public* 19(4): 5–24, 2012.
- LING, Richard. *The Mobile Connection, the Cell Phone’s Impact on Society*. Amsterdã: Elsevier/Morgan Kaufmann, 2004.
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. New York: Free Press. Primeira publicação [1922]. 1992.
- . *The Phantom Public*. Brunswick, N.J.: Transaction Publishers. Primeira publicação [1925]. 1993.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Communication, Culture and Hegemony. From the Media to Mediations*. Londres: Sage, 1993.
- MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Londres: Routledge e Kegan Paul, 1964.
- MERTON, Robert K. *Social Theory and Social Structure*, enlarged edition. Nova York: The Free Press, 1968.
- MEYROWITZ, Joshua. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Nova York: Oxford University Press, 1986.
- MOHR, John W.; WHITE, Harrison C. How to model an institution. *Theory and Society* 37(5): 485–512, 2008.

- PIAGET, Jean. *Judgment and Reasoning in the Child*, London: Routledge, Primeira publicação [1959]. 2002.
- PLUMMER, Ken. *Intimate Citizenship: Private Decisions and Public Dialogues*. Seattle: University of Washington Press. 2003.
- RITZER, George. *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1999.
- RYFE, David M.; ØRSTEN, Mark. Introduction. In: Special issue on new institutionalism and the news, *Journalism*, vol. 12, n. 1, p. 3-9, 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10584600600728109>
- SCHULZ, Winfried. Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, vol. 19, n. 1, p. 87-101, 2004. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0267323104040696>
- STONES, Rob. *Structuration Theory*. Nova York: Palgrave, 2005.
- STRÖMBÄCK, Jesper. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *International Journal of Press/Politics*, vol. 13, n. 3, p. 228-46, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1940161208319097>
- SØRENSEN, Birgitte Holm; AUDON, Lone e Karin LEVINSEN. *Skole 2.0 [School 2.0]*. Aarhus: Klim, 2010.
- THOMPSON, John B. *The Media and Modernity, a Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity, 1995.
- THORNTON, Patricia H.; OCASIO, William. Institutional logics. In: Royston Greenwood (ed.). *The SAGE handbook of organizational institutionalism*. Los Angeles: SAGE, p. 99-129, 2008.
- THORNTON, Patricia H.; OCASIO, William e LOUNSBURY, Michael. *The Institutional Logics Perspective. A New Approach to Culture, Structure and Process*. Oxford: Oxford University Press, 2012.

---

Artigo recebido em 18 de fevereiro de 2014 e aprovado em 17 de abril de 2014.