

ENTREVISTA A GÖRAN BOLIN

# Un enfoque holístico y tecno-semiótico de la mediatización

A Holistic and Techno-semiotic  
Approach to Mediatization

Uma abordagem holística e  
tecno-semiótica da mediatização

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4435>

## ► POR MARIO CARLÓN

mariocarlon895@gmail.com - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Seminario (REDE) Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais, Brasil. / Instituto Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5303-1308>

## ► POR JAIRO FERREIRA

airoferrei@gmail.com - Santa Maria - Salvador / Seminario (REDE) Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais, Brasil. / Universidade Federal de Santa Maria, Brasil / Universidade Federal da Bahia, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0197-5412>

## ► POR GUILLERMO OLIVERA

golivera1000@aol.com - Amsterdam / Seminario (REDE) Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais, Brasil. / University of Amsterdam, Países Bajos.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3293-4269>

**CÓMO CITAR:** Carlón, M., Ferreira, J. & Olivera, G. (2026). Entrevista a Göran Bolin. Un enfoque holístico y tecno-semiótico de la mediatización. *In Mediaciones de la Comunicación*, 21(1). <https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4435>

Con eje en el análisis de la gestión de la información, los procesos de datificación, los mercados digitales y los desafíos abiertos por la Inteligencia Artificial (IA) comunicativa, el trabajo de investigación de Göran Bolin se ha convertido en una referencia central para pensar la trama comunicacional y política contemporánea. En diálogo con *InMediaciones de la Comunicación*, deja planteada su perspectiva de estudio y alerta sobre el proceso de “oligarquización de la política occidental” que atenta contra el régimen democrático y marca la fusión entre el poder político, económico y simbólico.

**MARIO CARLÓN (M.C.), JAIRO FERREIRA (J.F.) & GUILLERMO OLIVERA (G.O.):** En su libro *Media generations. Experience, identity and mediatised social change* (2016, Routledge) y en el texto “Generational analysis as a methodological approach to study mediatised social change”, publicado en el libro *Digital Technologies and Generational Identity* (2017, Routledge), ha destacado la importancia de analizar la mediatización como un proceso social e histórico que interactúa de maneras específicas con el desarrollo de las generaciones. ¿Qué herramientas analíticas utilizó para pasar del análisis “micro” (una fotografía familiar, por ejemplo) a otros a nivel “meso” y “macro”? ¿Cómo ve actualmente la relación entre las generaciones y la mediatización? ¿Hay nuevos procesos que se deban tener en cuenta?

**GÖRAN BOLIN (G.B.):** En primer lugar, la teoría generacional, siguiendo a Karl Mannheim, José Ortega y Gasset y otros, trata sobre el cambio social, de forma similar a la teoría de la mediatización. En ese sentido, la combinación de ambas, especialmente si nos centramos en las generaciones y los medios de comunicación, es complementaria. Cuando esto se puso en práctica para la investigación empírica, elegí un enfoque de métodos mixtos, combinando encuestas nacionales con entrevistas cualitativas y grupos focales. Aquí también quiero reconocer el trabajo de quien por entonces era estudiante de doctorado, Signe Opermann, que formó parte del proyecto y ayudó tanto en la recopilación de datos como en el procesamiento analítico. Como siempre he encontrado gratificante la investigación comparativa —las comparaciones nacionales o interculturales te permiten ver las cosas en relieve unas con respecto a otras—, los datos se recopilaron tanto en Suecia como en Estonia. Y como no hablo ni leo estonio, necesitaba trabajar con alguien que tuviera esas competencias y que también conociera el contexto cultural estonio para el análisis. Por lo tanto, para este proyecto contraté a Opermann, quien era, y sigue siendo, mucho más avanzada que yo en análisis estadístico, por lo que mantuvimos una colaboración que creo que fue beneficiosa para ambas partes. El análisis estadístico nos proporcionó una estimación de cuándo cambió el uso de los medios de comunicación en los dos países y, basándonos en ello, seleccionamos tres cohortes generacionales, que luego utilizamos para construir nuestros grupos focales.

Así, el análisis estadístico nos dio una idea aproximada de cuándo aparecieron los puntos de inflexión en el uso de los medios de comunicación y nos ayudó a construir los “paisajes mediáticos objetivos”, es decir, la estructura material en la que vivían las generaciones sueca y estonia, que luego analizamos cualitativamente a través de nuestras entrevistas con grupos focales. Las entrevistas de los grupos focales son excelentes para provocar la pertenencia generacional, y realmente se puede ver cómo surge la identidad generacional cuando las personas confirman recuerdos mediáticos comunes a todos los miembros del grupo focal, como acontecimientos noticiosos específicos (la llegada del hombre a la Luna, la muerte de Brezhnev) o la cultura popular, como los programas de televisión o radio infantiles.



El uso de fotografías familiares ha servido más bien para ilustrar mis argumentos, ya que a través de ellas se pueden conectar los recuerdos individuales y las condiciones privadas con contextos sociales más amplios. Sin embargo, también son útiles para ilustrar la generación como parentesco. En mi opinión, para realizar un análisis completo de las generaciones es importante trabajar con la doble perspectiva de la generación como formación social, siguiendo a Mannheim, y la generación como parentesco, de forma similar a como Margaret Mead (1970) trabajaba con la brecha generacional en su época.

**M.C., J.F. & G.O.:** Debido a su experiencia y conocimiento del campo de los estudios sobre mediatización en el Norte y el Sur, usted ocupa una posición privilegiada para observar ambos desarrollos, como se evidencia en textos como “Nunca hemos sido mediatizados: reflexiones sobre las relaciones entre los enfoques latinoamericanos y europeos de la mediatización” (Bolin, 2024). ¿Cree que la atención a los “procesos” es un enfoque compartido por ambas perspectivas? ¿Cree que es fructífero pensar en diálogos basados en este punto en común como propuesta?

**G.B.:** Sí, creo que la perspectiva del proceso es una de las cosas que tenemos en común, especialmente aquellos que tenemos perspectivas históricas más amplias, y me parece que los académicos latinoamericanos suelen tener perspectivas históricas mucho más amplias que la mayoría de los investigadores europeos sobre mediatización, que suelen abordar la mediatización como algo

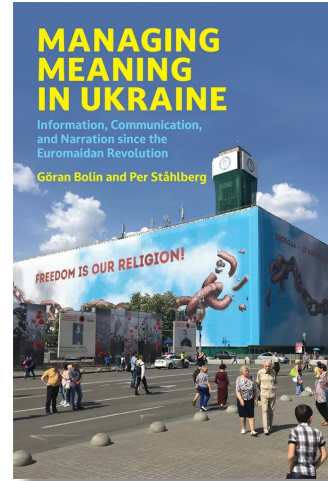
que ocurrió después de la Segunda Guerra Mundial. Otra cosa que me gusta de los investigadores latinoamericanos sobre mediatización es el enfoque en la semiótica y los enfoques posestructuralistas. Estos enfoques parecen estar desapareciendo en gran parte de la investigación europea, y creo que es una lástima. Pero creo que se puede atribuir a la popularidad en Europa del enfoque institucional de la mediatización, que sigue más la tradición estadounidense de la “lógica de los medios”, como teorizaron Altheide y Snow (1979).

Ahora bien, una peculiaridad de la teoría de la lógica mediática es que cuando se incorporó a la teoría europea de la mediatización se redujo al enfoque en las instituciones, sobre todo en las dos instituciones sociales de la política y el periodismo. Como persona formada en el análisis textual, lo considero lamentable, ya que Altheide y Snow, en su libro *Media Logic*, se centran en realidad en la “gramática” de los medios de comunicación, las formas textuales y las formas en que se organiza el contenido. Esta parte de la teoría se perdió en la transferencia a Europa en beneficio de los medios de comunicación como instituciones. Esto puede deberse a que cuando la mediatización apareció en Europa, y quizás especialmente en Suecia y los países nórdicos, fue adoptada en primer lugar por investigadores del periodismo que estaban más interesados en el papel de la institución periodística y menos en otras partes de los medios de comunicación. Además, muchos de estos investigadores en periodismo tenían formación en Ciencias Políticas, lo que significaba que tenían un gran interés en la institución política y, *voilà*, la relación entre el periodismo y la política, y entre los periodistas y los políticos y sus relaciones de poder, se convirtió en el centro de atención.

**M.C., J.F. & G.O.: La atención a la semiótica y a los procesos de producción y circulación del significado es una característica de los estudios del Sur, especialmente de la escuela basada en la obra de Eliseo Verón, quien se inspiró en la perspectiva de Charles Sanders Peirce. Usted ha propuesto el desarrollo de un enfoque basado en la obra de Jean Baudrillard y la teoría de los simulacros, al que denomina *tecno-semiótica* y que también aborda el significado. Por estas razones, probablemente sea usted una excepción, un investigador cuyo trabajo entabla un diálogo con ambas perspectivas desde un punto de vista específico. ¿Podría resumir algunos de los puntos centrales de su propuesta y comentar en qué medida ambas “semióticas de la mediatización” pueden entablar un diálogo, si es que pueden hacerlo?**

**G.B.:** Sí, es cierto, y aunque mi formación en semiótica está más en línea con el legado de Saussure, que también es prominente en Baudrillard (y Barthes y otros estudiosos franceses de alrededor de la década de 1960 y las décadas circundantes), esto no es incompatible con el legado de Peirce, representado por Verón y otros referentes. Ambos enfoques se centran en los signos y el análisis estructural. Lo que se añade en la perspectiva latinoamericana es la circulación,

que me ha resultado útil como concepto, aunque soy consciente de que mi interpretación no siempre hace justicia a su riqueza. Ahora bien, a partir de Baudrillard he tratado de desarrollar su enfoque tecno-semiótico, ya que la teoría de Baudrillard tiene algunas limitaciones. Por ejemplo, aunque Baudrillard (1972) fue pionero en lanzar el concepto de “valor del signo”, señalando la creciente importancia de las cualidades de diseño de los objetos y productos básicos desde la década de 1950 —basándose en gran medida en las ideas de John Kenneth Galbraith (1958), allanando el camino para analizar los bienes inmateriales, o mejor dicho, intangibles que tenemos hoy en día—, paradójicamente se quedó estancado en los bienes materiales en sus ejemplos (la moda, por ejemplo, o el diseño de automóviles). Creo que su enfoque tecno-semiótico, como suelo llamarlo, se adapta mucho mejor al análisis de los productos contemporáneos, que están completamente liberados de cualidades materiales y tangibles: programas informáticos, música, imágenes en movimiento que fluyen a través de cables de fibra óptica y circulan en sistemas wifi. Todos estos productos tienen una fluidez que los productos anteriores no tenían, y todos necesitan lo que yo llamo “medios de consumo” para ser consumibles (teléfonos móviles, ordenadores portátiles, iPads, etc.). De hecho, solo existen como estructuras de signos, algo que intenté abordar en mi libro *Value and the Media* (Bolin, 2011). Por lo tanto, tiendo a pensar que en la era del capitalismo de datos en la que vivimos hoy en día, la semiótica cobra cada vez más importancia. Cada vez más productos básicos están compuestos íntegramente por signos, producidos a través de prácticas significativas y resultado del trabajo de significación. Estos productos básicos tienen cualidades que difieren radicalmente de los productos básicos anteriores. Por eso aparecen eslóganes como “los datos son el nuevo petróleo” y otros similares. Sin embargo, la analogía entre los datos y el petróleo es errónea en muchos aspectos, entre otras cosas porque el petróleo es un recurso natural que puede agotarse, mientras que los datos son infinitos, ya que se producen a través de la actividad humana, una especie de trabajo, por así decirlo. Y mientras haya actividad humana, los datos no se agotarán. Además, el petróleo es la fuente de energía que hace posible la producción, pero se sigue necesitando energía para producir y hacer circular los datos, principalmente en forma de patrones de consumo del “consumidor digital”. Esta energía puede provenir de la energía hidroeléctrica, el petróleo, la energía solar, la nuclear o la eólica, pero todos ellos son recursos energéticos, no productos finales. Los datos, en cambio, son la materia prima que se transforma en un bien intangible, por ejemplo, el consumidor digital, que es una construcción semiótica compuesta por una combinación de signos. Lo que compra el sector publicitario, por tanto,



no es ningún usuario específico de las redes sociales, sino una estructura de signos abstracta que representa un perfil de consumidor cuya atención busca el anunciante (u otro agente de este mercado).

**M.C., J.F. & G.O.:** En su libro con Per Ståhlberg, *Managing meaning in Ukraine. Information, communication and narration since the Euromaidan revolution* (2023, The MIT Press), desarrolló un análisis de los principales cambios narrativos que se produjeron a lo largo del tiempo, basándose en un análisis de los acontecimientos clave que se consideraron revolucionarios en ese momento. En su opinión, ¿qué caracteriza a los acontecimientos contemporáneos? ¿Cómo influye la cobertura mediática en su desarrollo?

**G.B.:** Esa es una pregunta difícil, y no estoy seguro de tener una respuesta definitiva. Pero podemos concluir que los acontecimientos actuales difieren de los que teorizaron Dayan y Katz (1992), que se centraban en los medios de comunicación de masas, y concretamente en la televisión. Los acontecimientos actuales, y nuestro ejemplo es la revolución del Euromaidán en el invierno de los años 2013 y 2014, fueron un poco diferentes, ya que las imágenes y las narrativas circulaban entre los medios de comunicación especializados, los medios de comunicación de masas y las redes sociales.

Además, los medios de comunicación masivos se habían diferenciado, por lo que las imágenes también circulaban entre servicios de *streaming* como Hromadske, un canal de televisión basado íntegramente en el *streaming*, y medios de comunicación internacionales como CNN y BBC World, además, por supuesto, de los medios de comunicación masivos nacionales. Dayan y Katz también insistieron en su trabajo original en que los acontecimientos mediáticos estaban “previamente planificados” y se difundían por todos los canales. Y, sin duda, la revolución del Euromaidán se difundió por la mayoría de los canales de los medios de comunicación de masas, pero también de forma más intensa en Europa que, por ejemplo, en Brasil, como demostró Camila Hartmann (2024) en su tesis doctoral, en la que comparó la cobertura de la prensa sueca con la cobertura informativa de la guerra en la prensa brasileña. Pero difícilmente se puede decir que estuviera planificada de antemano. Más bien sigue el desarrollo de “acontecimientos disruptivos”, como Katz, junto con Tamar Liebes, teorizó más tarde (Katz & Liebes, 2007). Por lo tanto, la teoría de los acontecimientos mediáticos es esclarecedora, aunque hay que modificarla un poco para adaptarla al mundo multiplataforma en el que vivimos hoy en día.

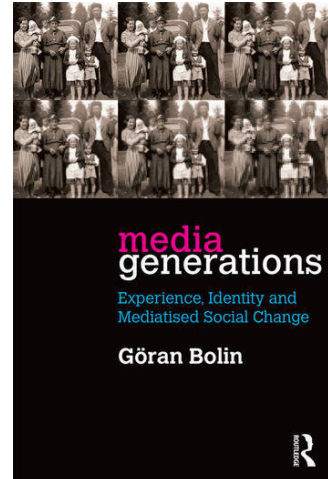
Otro aspecto importante que se señala en la pregunta es la secuencia narrativa de los eventos mediáticos, que no siempre se destaca en los diversos análisis en los que se ha utilizado la teoría de los eventos mediáticos. Dayan y Katz, que basaron su teoría en parte en la teoría antropológica estructural de los rituales, hicieron hincapié en la naturaleza guionizada de estos eventos: seguían un orden secuencial específico, al igual que diversos ritos arcaicos. En

ese sentido, estos eventos son transformadores y al igual que en cualquier rito de paso, cuando sales del ritual, te has transformado. Daniel Dayan se formó en antropología y semiótica (con Roland Barthes), y esta epistemología estructuralista subyacente está siempre presente en su pensamiento y análisis. Por lo tanto, su énfasis en el desarrollo narrativo de los eventos lleva esta marca.

Dicho esto, creo que hoy en día se observa cierta confusión en torno al concepto de narrativa, que se utiliza con mucha frecuencia en relación con la guerra en Ucrania y la agresión de Rusia. Especialmente en los campos adyacentes a las ciencias políticas y las relaciones internacionales, el concepto de narrativa se utiliza de forma imprecisa, equiparándose en la mayoría de los casos al “discurso”, ya que carece de la estructura temporal y el énfasis en la trama que, en mi opinión, son necesarios para comprender en qué consiste una narrativa. Por ejemplo, a menudo se hace referencia a “la narrativa rusa”, lo que en la mayoría de los casos significa simplemente “la visión del mundo rusa”. Pero una visión del mundo no tiene necesariamente forma narrativa. Para mí, este tipo de uso despoja al concepto de narrativa de su poder analítico, lo aplanan y lo desarma. Estoy seguro de que estoy librando una batalla perdida, ya que esta forma de utilizar el término está muy arraigada en el periodismo contemporáneo, lo que contribuye a la confusión. Podemos verlo, por ejemplo, en la forma en que lo utilizan los estudiantes hoy en día. Es una lástima, ya que creo que un análisis narrativo adecuado puede desentrañar los acontecimientos mediáticos y explicar su desarrollo de forma interesante, especialmente la dialéctica de cómo la realidad social en tales ocasiones sigue los patrones narrativos de la ficción y el ritual.

**M.C., J.F. & G.O.:** En el Seminario Internacional sobre Mediatización y Procesos Sociales de 2025 (Seminário Internacional de Pesquisa em Miatização e Processos Sociais, celebrado en São Paulo, Brasil), presentó un avance de un proyecto de investigación internacional que está llevando a cabo sobre el autoritarismo en las sociedades actuales (en Suecia, Estonia y Portugal). Esta investigación se está llevando a cabo en diferentes segmentos sociales—por un lado, los jóvenes y, por otro, las personas mayores— y se centra en la tolerancia de cada segmento hacia el autoritarismo en el sector privado (grandes empresas) y en el sector público (el Estado). ¿Qué nos dice esta investigación sobre la sociedad contemporánea y su futuro? ¿Cómo ve actualmente la relación entre el autoritarismo y la mediatización?

**G.B.:** Este enfoque de investigación es bastante nuevo para mí y surge del trabajo que realicé con Veronika Kalmus, de la University of Tartu (Estonia),



y Rita Figueiras, de Lisboa (Portugal). Nos centramos en la vigilancia estatal y corporativa, y en la medida en que los usuarios habituales de los medios de comunicación están dispuestos a revelar información privada y a aceptar la extracción de datos sobre su uso de los medios por parte de los Estados y las empresas. Un resultado secundario de esta investigación fue que descubrimos una especie de resurgimiento de lo que Adorno y sus colegas denominaron en la década de 1950 “la personalidad autoritaria”, es decir, esa personalidad conformista, dispuesta a obedecer a la autoridad, que allanó el camino para el auge del fascismo (Adorno et al., 1950).

Creo que se trata de un área de investigación importante, ya que podemos observar tendencias autocráticas en muchos países de todo el mundo, y las autocracias no pueden existir sin la sumisión voluntaria del pueblo. Estamos buscando financiación para un proyecto más amplio en el que también participen investigadores de Brasil, Estados Unidos y muchos países europeos, y si la conseguimos, recopilaremos datos al respecto. Pero la charla que di en São Paulo también aparecerá en las actas de esa conferencia. Se trata de un tema importante, ya que hoy en día podemos observar un retroceso de la democracia en todo el mundo, donde los gobiernos autocráticos y los líderes políticos están claramente en auge.

### **M.C., J.F. & G.O.: ¿Todos los líderes políticos?**

**G.B.:** Bueno, no todos los líderes políticos, por supuesto, pero sí muchos. En Europa podemos ver cómo los líderes políticos y los partidos políticos de la extrema derecha del espectro político están ganando adeptos y entrando en los parlamentos de muchos países. En Suecia, el partido de extrema derecha Demócratas Suecos es ahora el segundo partido más grande después de los socialdemócratas. También hay tendencias preocupantes en cuanto a la formación de la opinión política, y es de suma importancia comprender el papel que desempeñan los medios de comunicación en estos acontecimientos. Creo, por ejemplo, que podemos ver nuevas formas de alianzas entre las llamadas “grandes tecnológicas” y el poder político, como se vio claramente en la toma de posesión de Donald Trump para su segundo mandato como presidente de Estados Unidos, donde circularon fotos de él rodeado de los propietarios y directores ejecutivos de las mayores empresas tecnológicas estadounidenses: Mark Zuckerberg, Jeff Bezos, Elon Musk y otros, personas que cuentan con enormes recursos económicos y controlan algunas de las mayores plataformas de comunicación del mundo (junto con sus homólogos chinos). Esta “oligarquización” de la política occidental, en la que existe una fuerte superposición o fusión entre el poder político, económico y simbólico, es claramente algo nuevo y un desarrollo que no favorece realmente el régimen democrático.

Creo que es importante tratar de comprender por qué se está produciendo este auge del autoritarismo en este momento histórico concreto. Muchos

señalan las similitudes con los acontecimientos históricos de la Europa de los años treinta, pero creo que debemos ser cautelosos a la hora de establecer analogías demasiado fuertes, aunque también debemos estar atentos a los paralelismos entre estos dos momentos históricos. Mi buena amiga y compañera de la Södertörn University, la filósofa Marcia Cavalcante Schuback (2022), ha escrito con perspicacia sobre este nuevo “fascismo de la ambigüedad”, en el que trata de comprender tanto sus raíces en versiones pasadas del fascismo como el nuevo fascismo tecno-mediático de hoy en día. Otros, como el científico cognitivo Gary Marcus, también han debatido las relaciones entre la nueva tecnología de IA y el fascismo. Creo que este es un debate en el que debemos participar como intelectuales y académicos, especialmente como estudiosos de los medios de comunicación y la comunicación, que tenemos mucho que decir al respecto.

**M.C., J.F. & G.O.: Usted ha reflexionado especialmente sobre la necesidad de enfoques “holísticos” para el estudio de la mediatización. ¿Puedes explicar a qué te refieres?**

**GB.:** Siempre me ha guiado una cierta curiosidad por las grandes cuestiones, y la del auge de la autocracia es, por supuesto, una de esas grandes cuestiones que requieren un enfoque holístico. También he trabajado con muchas metodologías, lo que me resulta inspirador, aunque también plantea algunos problemas epistemológicos (no todos los métodos son realmente compatibles). Pero también soy un firme creyente en los enfoques de métodos mixtos, lo que creo que tiene que ver con mi interés por los enfoques etnográficos, que en sí mismos son holísticos en el sentido de que tratan de oscilar entre el nivel micro de las observaciones y el nivel macro o meso de la explicación. Las grandes cuestiones, por definición, acaban convirtiéndose en problemas filosóficos, por lo que —si uno cultiva ese interés— al final surgirán esos problemas filosóficos. También creo que la complejidad de los problemas a los que nos enfrentamos hoy en día —la crisis climática, el auge del autoritarismo y el neofascismo, etc.— requiere un pensamiento holístico.

Como académicos, nos encontramos en cierto modo atrapados entre el impulso de especialización dentro de ámbitos delimitados, que es sin duda necesario para desarrollar un conocimiento profundo, y el contexto en el que se sitúan estos problemas delimitados. Pero necesitamos oscilar entre estos dos estados de reflexión y establecer conexiones entre los microprocesos que se encuentran en el núcleo de los macrodesarrollos del mundo. En ese sentido, debemos responder al llamamiento que hizo en su tiempo Pierre Bourdieu (1996), cuando pidió el desarrollo de una “International de intelectuales”, una acción colectiva de académicos e intelectuales para defender la razón y la autonomía de nuestras instituciones de pensamiento, de las que la universidad es una importante. Dado que hoy en día estamos asistiendo a ataques contra la

libertad académica y la libertad de expresión que se extienden rápidamente por todo el mundo —las ruedas de prensa que ofrece el presidente Trump no son más que el ejemplo más extremo de estos ataques—, existe una gran necesidad de que estas instituciones se defiendan a sí mismas y a su autonomía. Esta es una tarea que tenemos por delante y que, en este sentido, estoy totalmente de acuerdo con Bourdieu, debe ser colectiva y universal.

**M.C., J.F. & G.O.: ¿Qué contribuciones considera que se han hecho desde la perspectiva del estudio de la mediatización a la comprensión de la era contemporánea que podrían considerarse desde otros enfoques (semiológico, cibercultura, economía política, culturalista, sociológico, filosófico, etc.)? ¿Qué contribuciones deberían hacerse?**

**G.B.:** Creo que la contribución más importante de las perspectivas de mediatización es el enfoque en el proceso, en el papel que desempeñan los medios de comunicación y las tecnologías de la comunicación en relación con procesos sociales y culturales más amplios. A veces, los medios de comunicación desempeñan un papel transformador en estos procesos, y es importante ver qué papel tienen. Sin embargo, a veces también existe el peligro de reproducir acríticamente la función de los medios de comunicación en los procesos sociales y culturales. Como bien me indican, también hay otros procesos en los que los medios de comunicación —como tecnologías, formas institucionales y sistemas de signos— están integrados o entrelazados, o con los que interactúan. Por lo tanto, diría que no existe un enfoque de mediatización “puro” que pueda explicar todos los procesos. Debemos seguir viendo los procesos de mediatización a la luz de los acontecimientos político-económicos, en relación con dinámicas culturales y sociales más amplias, así como en relación con las cuestiones filosóficas más fundamentales de la existencia, el ser y la pertenencia, que también conforman la totalidad de los mundos en los que vivimos. A esto me refiero con un enfoque holístico. La economía política tradicional, por ejemplo, ha subestimado en gran medida el papel de nuestras herramientas de comunicación, y un enfoque de mediatización puede ayudar a arrojar luz sobre esos procesos sociales.

Sin embargo, como estudiosos de los medios de comunicación y la comunicación, también debemos reconocer que lo contrario también es cierto: no debemos delimitar nuestro análisis de los procesos de mediatización sin tener en cuenta otros procesos; los problemas medioambientales derivados del crecimiento exponencial de las grandes empresas tecnológicas, por ejemplo, deben entenderse en el contexto más amplio del calentamiento global, donde las consecuencias del enorme consumo energético de las granjas de servidores de gran capacidad y el entrenamiento de la IA se suman a otras prácticas perjudiciales, como la deforestación global y el calentamiento global. Por lo tanto, una vez más, abogaría por estas formas más holísticas de abordar los problemas científicos y filosóficos de la actualidad.

## REFERENCIAS

- Adorno, T. W, Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. & Nevitt Stanford, R. (1950). *The Authoritarian Personality*. Harper & Brothers.
- Altheide, D. & Snow, R. (1979) *Media logic*. Sage.
- Baudrillard, J. (1972). *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Telos.
- Bolin, G. (2011). *Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets*. Ashgate.
- Bolin, G. (2016). *Media generations. Experience, identity, and mediatised social change*. Routledge.
- Bolin, G. (2017). Generational analysis as a methodological approach to study mediatised social change. In *Digital Technologies and Generational Identity* (pp. 23-36). Routledge.
- Bolin, G. & Ståhlberg, P. (2023). *Managing meaning in Ukraine. Information, communication, and narration since the Euromaidan revolution*. The MIT Press.
- Bolin, G. (2024). We have never been mediatized. Reflections on the relations between Latin America and European approaches to mediatization. In Ferreira, J., Machado Silveira, A., Borelli, V., Dalmolin, A., da Rosa, A. P. & Löfgren, I. (Eds.), *Platforms, algorithms and AI. Issues and hypotheses in the mediatization perspective* (pp. 297-310). FACOS-UFSM.
- Bourdieu, P. (1996). For a Corporatism of the Universal. In *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field* (pp. 337-348). Polity.
- Cavalcante Schuback, M. (2022). *The Fascism of ambiguity. A conceptual essay*. Bloomsbury.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992). *Media Events. The live Broadcasting of History*. Harvard University Press.
- Galbraith, J. K. (1958). *The Affluent Society*. Hamish Hamilton.
- Hartmann, C. (2024). *Mediatização do conflito Rússia-Ucrânia em capas de jornais de Brasil e Suécia: Narrativas de guerra em curso*. UFSM.
- Katz, E. & Liebes, T. (2007). 'No more peace!' How disaster, terror and war have upstaged media events. *International Journal of Communication*, 1, 157-166. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/44>
- Mead, M. (1970). *Culture and commitment: a study of the generation gap*. Doubleday.
- Opermann, S. (2014). *Generational Use of News Media in Estonia: Media Access, Spatial Orientations and Discursive Characteristics of the News Media*. Södertörn University.

\* Nota: el Comité Editorial de la revista aprobó la publicación de la entrevista.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

**Göran Bolin.** Doctor en Periodismo, medios y comunicación por la Stockholms Universitet (Suecia). Profesor en la Södertörn University (Suecia). Su línea de investigación se centra en la gestión de la información, la marca y las políticas, la datificación, los mercados digitales y la Inteligencia Artificial (IA) comunicativa. Entre otras publicaciones, es autor de *Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets* (2011, Ashgate), *Media Generations: Experience, Identity and Mediatized Social Change* (2016, Routledge), y –con Per Ståhlberg– *Managing Meaning in Ukraine: Information, Communication and Narration since the Euromaidan Revolution* (2023, MIT Press), además de haber editado *Cultural Technologies: The Shaping of Culture in Media and Society* (2012, Routledge). Ha participado numerosas veces en el “Seminario Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais (Brasil)”. Su publicación más reciente es el volumen –coeditado con Jairo Ferreira, Isabel Löfgren y Ada Machado da Silveira– *Mediatización Norte y Sur: Perspectivas epistemológicas y empíricas desde Suecia y Brasil* (2024, Sulina). Es miembro de la European Communication Research and Education Association (ECREA) y de la Academia Europaea. The Academy of Europe. (AE).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0216-8862>