

**Diez autores clave para comprender
la comunicación como metadisciplina**

Gustavo Garduño Oropeza
Lenin Martell Gámez (Coords.)



Diez autores clave para comprender la comunicación como metadisciplina

Gustavo Garduño Oropeza
Lenin Martell Gámez
(Coords.)



La evolución de la aproximación evolutiva a la comunicación: el legado de James Lull a la teoría de la comunicación

DAVID MATEO*

Desde muy temprano en mi vida tuve la impresión de que la comunicación, los *mass media*, la radio en particular, constituían una poderosa fuerza. Ellos realmente llamaron mi atención. Focalizarme en los medios fue una progresión natural

(James Lull en entrevista para el programa *Science Fantastic* de Michio Kaku; Talk Radio Network, TRN; 16 de julio de 2012)

El 29 junio de 2013, la revista *The Economist* tituló en su portada: "La Marcha de la Protesta". Acompañó el texto con una remozada imagen del clásico y sensual

* Quiero agradecer al programa de Doctorado en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Alberto Hurtado, UAH, por haberme otorgado el Grant MECESUP 2011, con cuyos fondos financié mi estancia predoctoral de investigación en *San José State University, SJSU*, California. Allí desarrollé varias de las actividades que me permitieron escribir este capítulo. Asimismo, agradezco a la Dra. Pamela C. Stacks, vicepresidente del *Graduate Studies and Research Program* de la *SJSU*, primero, por haberme extendido una invitación como investigador visitante y, segundo, por haberme provisto, una vez allí, de todas las facilidades para llevar a cabo mi trabajo sin inconvenientes ni contratiempos. También al Dr. Gustavo Garduño por su gentil convocatoria para que participara en el libro. Su profesional modo para coordinar este volumen no le impidió nunca ser extremadamente cordial. Finalmente, pero no por eso menos importante, quiero agradecer muy especialmente al Dr. James Lull. James no sólo me recibió y supervisó directamente mientras estuve en California, sino que se las arregló para hacerlo siempre con un fantástico y muy fresco sentido del humor, esforzándose día a día porque mi estadía fuese más que una experiencia académica. Y lo logró porque sin duda, aunque el Dr. Lull es un intelectual de primer nivel, yo quisiera decir que sobre todo eso él es un hermoso



óleo de Eugène Delacroix, *La libertad guiando al pueblo*, ícono globalizado de la Revolución Francesa. En esta versión, la mujer que con un pecho al descubierto sostiene la bandera de Francia no aparece junto al burgués y el andrajoso que empuñan las armas de fuego. En una interesante progresión, la "libertad" está ahora junto a un hippie que sostiene una bomba molotov, a un obrero ruso que lleva una vela encendida, y a una bien formada jovencita alzando un *smartphone*. Debajo de cada una de las imágenes dice respectivamente: "1848, Europa", "1968, América y Europa", "1989, Imperio Soviético", y por último, "2013, en todas partes". Ciertamente que no podemos negar ni la elocuencia ni el modo profundo en que la imagen nos hace pensar en lo que está ocurriendo.

En *The Language of Life: How Communication Drives Human Evolution*, su más reciente y fascinante libro, James Lull, que esta vez coescribe junto a su colega y amigo brasilero-estadounidense Eduardo Neiva, dice que, si bien la velocidad y el impacto de los últimos acontecimientos políticos y culturales mundiales han sido posibles gracias a la capacidad de los medios de comunicación de aumentar al instante las redes de personas que comparten un objetivo, el desmantelamiento de los regímenes políticos represivos, así como también un valor común, el deseo de una mayor libertad y justicia social, y que aunque la difusión de la información y el intercambio de mensajes por medio de las redes sociales ciertamente reforzó esos asuntos alentando a los disidentes a exigirlos, la verdad es que ni la Internet ni las tecnologías personales de comunicación podrían por sí solas haber provocado tal masa crítica. Fue sólo después de que la cobertura continua de los medios masivos tradicionales como Al Jazeera, Abu Dhabi, CNN, la BBC y otros canales satelitales regionales e internacionales les proveyeran a las personas de imágenes e informes sobre lo que ocurría, que la inmediatez, alcance, capacidad distributiva y facilidad de uso de Twitter y Facebook permitieron a las personas expresar su indignación, planificar las actividades subversivas y ejercer tal nivel de presión. Más allá de que los nuevos medios sociales y los medios tradicionales se alimentaran mutuamente, una alianza fantástica entre determinación humana y tecnologías es la que habría producido esas descentralizadas y virtualmente imparables dinámicas *bottom-up* que tuvieron lugar recientemente en casi "todas partes" (Lull y Neiva, 2012).

The Language of Life no es una caracterización de los procesos sociales contemporáneos en que se reduce el poder de la comunicación a la información, a la

ser humano cuya delicada sensibilidad y sincera preocupación por los problemas de los demás han hecho en mi vida, tal como ha dicho se la hicieron a él otros en el pasado, una marca muy profunda e imborrable. *Conectados a través del tiempo, los géneros y la historia...*



conectividad o a la facilitación de las formas remotas de interacción social como, por ejemplo, sí dicen Lull y Neiva que lo hace Manuel Castells (2009). Aunque ellos consideran muy ciertos e importantes esos asuntos, lo que proponen es en realidad una muy sutil, pero a la vez, muy contundente crítica a quienes detienen allí la marcha, pero esta vez, de sus análisis. Quienes así lo hacen, lo quieran o no, sugieren que la comunicación se habría convertido en un asunto central sólo a partir del desarrollo de las modernas y sofisticadas tecnologías de la comunicación y la información contemporáneas. Eso es algo que es muy parecido a lo que Frank Webster (2002) ha denominado “la trampa del presentismo”. La tendencia a convertir el presente en un ‘ismo’ al hacer de cualquier gran evento –o serie de eventos– que captan la atención pública en el signo de una nueva época (Webster, 2002: 267), negando, normalmente de modo implícito, la posibilidad de que exista algún mecanismo responsable de haber hecho emerger el presente. Nada más lejos del argumento de Lull y Neiva, para quienes a la Revolución Francesa, a la de las Flores, a la caída del Imperio Soviético, a la Primavera Árabe y a lo que ha ocurrido recientemente en ‘todas partes’ les subyace la misma y única ‘espiral continua de reflexividad social adaptativa’ que hace millones de años habría sido también la responsable de mejorar las perspectivas individuales y de los grupos para sobrevivir. Ellos se refieren a la comunicación.

Lo que Lull y Neiva proponen es que, por un lado, debemos entender a la comunicación desde un punto de vista evolutivo. Esto es, que la comunicación es vista y propuesta por ellos como el terreno común en el que tanto la supervivencia y la reproducción de los seres sensibles como el desarrollo humano ocurren con éxito. Si en términos biológicos la clave ha sido la capacidad de los organismos para organizar y transmitir señales internamente, así como en la de enviar mensajes a otros organismos y coordinar la actividad, en términos sociales y culturales la clave ha estado en la capacidad de imaginar, innovar e intercambiar ideas que se transmiten de una generación a la siguiente (Lull y Neiva, 2012: 14).

Por el otro lado, proponen entender a la evolución desde un punto de vista comunicacional. Como un sin fin de información que fluye continuamente. Como una “cadena infinita de comunicación” (2012: 13) en la que si los seres vivos están vinculados entre sí, no es por eslabones rígidos y concretos que los limitan o fijan, es por unas esferas flexibles de robusta conectividad que fluyen dentro y entre los agentes biológicos en una sucesión vasta y dinámica de interacciones regidas por un principio e interés común: la supervivencia. De hecho, aun cuando lo deslizan con suavidad, Lull y Neiva proponen en el libro un muy poderoso y vigoroso *dictum* humanista: “que para sobrevivir tenemos que cooperar. Y que para cooperar tenemos que comunicarnos” (2012: 15).



¡De vuelta para escribir este capítulo! Aunque pareciera que en *The Language of Life* Lull ha tomado un camino distinto al de sus anteriores trabajos, la mayoría de ellos dedicados al estudio minucioso de la relación entre los medios de comunicación y las audiencias, e incluso, aunque él mismo me habría dicho hace unos nueve años atrás que “sentía que estaba haciendo un cambio de dirección”,¹ yo propongo aquí algo distinto. Que sin proponérselo, en *The Language of Life* él ha terminado fijando las raíces y estableciendo los fundamentos básicos de todo lo que habría desarrollado en sus casi cuarenta años previos de investigación. Y que, por lo tanto, la aproximación evolutiva a la comunicación, que es como define a su nueva propuesta, muy bien podría ponerse al principio de sus intereses y preocupaciones originales y no a parte como él cree. O mejor dicho, a la base ellos.

¿A la base de qué? Primero, de su profunda confianza en la capacidad de las personas para, y en acuerdo con otras, intentar trascender sus condiciones de vida. Y segundo, a la de su comprensión de que tanto los *mass media* tradicionales como las modernas tecnologías contemporáneas, son usados por las personas, como dije, no sólo como soportes materiales para la interacción y la conectividad, la visión más extendida, sino que como plataformas que permiten, estimulan, sostienen, movilizan, conducen y promueven —¡todo eso al mismo tiempo!— una intensa reflexividad individual que tiene el potencial de escalar a nivel colectivo, e incluso global, de avivar una discusión empática en búsqueda del consenso y favorecer los lazos morales. Así es como Lull explica que la sociedad hace sus decisiones, y por el que, si se ve en la necesidad de hacerlo, puede cambiar las cosas. Algo que él cree que se ha hecho casi siempre para mejor.

Sobre este capítulo

El objetivo aquí es triple. Primero, por un lado demostrar que esos dos asuntos en cuya base digo que se podría ubicar a la aproximación evolutiva, efectivamente constituyen a la perspectiva de Lull. Segundo, probar probar por el otro, que mi interpretación de su aproximación evolutiva como a la proposición de los fundamentos de ellos es adecuada. Y el tercer objetivo se va a conseguir vía el logro de los dos primeros. Remediar el hecho de que a pesar de que Lull ha trabajado durante años con una idea muy clara y consistente de lo que “su perspectiva”

¹ Esta conversación personal tuvo lugar en Santiago de Chile en noviembre de 2005, mientras James Lull visitaba Chile como invitado al Simposio Internacional Cultura y Televisión, organizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.



sugiere e implica, y, aunque muy seguidamente en seminarios académicos, en sus clases y en sus libros él habla de ella, la verdad es que “su perspectiva” nunca ha sido expuesta y presentada formalmente por su autor. No es que su perspectiva no exista. El problema es que ha permanecido implícita, y que ello le ha restado a su vez claridad, y con ello desarrollar todo su potencial heurístico e impedido por ello imponerse como una perspectiva en sí y de por sí. Yo estoy aquí reclamando y ofreciendo claridad para la perspectiva de Lull.²

Mi estrategia en el capítulo consiste en ofrecer al lector un muy cuidadoso y parsimonioso recorrido por la mayor parte del trabajo académico publicado de Lull. Lo que espero conseguir con eso es mi hasta ahora no declarado cuarto objetivo, poner frente a los ojos del lector lo que denominó “la evolución de la aproximación evolutiva a la comunicación de James Lull”, una presentación con la que demuestro que la reciente aproximación evolutiva a la comunicación de Lull estuvo precedida de otras dos aproximaciones, la *etno-* y *estructuracionista* respectivamente, las que, por cierto, serán sólo analíticamente distinguibles, y que en realidad veremos que se traslapan en distintos momentos a lo largo de toda su obra. Su perspectiva teórica sobre la comunicación va a quedar montada sobre la base de la evolución una aproximación a otra, lo que luego lo habría llevado a una tercera, la que al final, además de ser su resultado, de estar a la base, será también su contenedor ancho.

Debo ser muy claro desde el principio. Lo que presento aquí es “mi perspectiva” sobre el desarrollo de “su perspectiva”. No pretendo que se la entienda ni como a la única posible, ni mucho menos como a la única necesaria, pero sí como a una que prueba muy deliciosamente que James Lull nos habría legado una hermosa, realista, dinámica, y sobre todo, muy esperanzadora comprensión humanista de la comunicación que merece ser presentada, analizada y puesta al lado de varias de las más importantes y populares de nuestro campo. Si este capítulo está en este libro es porque este quinto y último objetivo también está siendo alcanzado.³

² Hacer eso con mucha mayor precisión y detalle es exactamente a lo que me dedico en Mateo 2014, mi tesis doctoral, y de la que este capítulo constituye un *draft*. Aunque no uso el concepto en este trabajo, mi comprensión de la perspectiva de James Lull va a constituir lo que yo voy a llamar el “Individualismo Colectivo”, un modelo de acción basado en la comunicación que puede ser entendido como que subyace en su enfoque. Una primera aproximación a ese concepto se encuentra primero en Mateo, 2005, y luego en Mateo, 2010.

³ Debo nuevamente agradecer a James Lull. Si este texto tiene algún mérito, es en buena medida gracias a los consejos y comentarios que tan profesional y diligentemente él le hizo a varios de los muchos *drafts* que escribí. Por cierto que los errores e imprecisiones son de mi entera responsabilidad.



I. La aproximación “etno”

El estudio de la comunicación era el estudio de máquinas humanas trabadas en interacción
 Un conocido profesor de Universidad de Wisconsin-Madison
 (LULL, 1990: 10)

—¡James! ¡Vas demasiado rápido con tu tesis!
 —¡No! ¡Tú vas demasiado lento!

(Conversación entre James Lull y un profesor de la Universidad Wisconsin)

“A los quince años trabajé en la única estación de radio del pueblo... ¡Podía poner los discos y hablar en la radio!... La alegría de mi madre, Verna Marie Lull, tocando el piano en casa, recolectando flores en el patio, los pantalones y camisa como las de Elvis que me hizo... su fuerza, sensibilidad, inteligencia y belleza siempre me inspiraron” (Lull, 1997: 9). “Pero también el viaje a Europa con mi padre cuando apenas tenía quince años... Las tiendas de música... Los bailes en la escuela... La llegada de la televisión... Todo se fue reuniendo y motivando mi curiosidad por otras culturas... por el mundo exterior...” (en Mateo, 2012).

James Thomas Lull nació en Owatonna, un pequeño pueblo de inmigrantes Nórdicos al sur de Minnesota, Estados Unidos. Allí, como él mismo lo recuerda, “dependía muchísimo de las estaciones de radio de Minneapolis y Chicago para sentirse libre, sexy y conectado a otros lugares... quería explorar lo desconocido, romper las cadenas, sentirme libre” (Lull, 2000: 1). Luego de su adolescencia, y a causa de algunos problemas familiares, Lull se irá a vivir con sus queridos tíos, Kate y Randolph Schmalhorst. Muy poco tiempo después, a los dieciocho años, Lull se une a la armada y es enviado a Nueva York para recibir entrenamiento como periodista a militar: “Conocí mucha gente muy diferente y diversa... en ese tiempo aprendía investigar y a escribir... a ser periodista” (en Mateo, 2012). Al terminar su preparación fue asignado a una posición en Georgia, en donde compartía la vida militar con actividades como locutor en una importante radio comercial. “¡Tenía dos identidades! Militar en el día... civil por la noche” (en Mateo, 2012). Ya convertido en un tipo de celebridad radial local, Lull recibió instrucciones para ir a Panamá, pero él y su grupo decidieron ofrecerse para ir a Vietnam. Lo hicieron en parte por patriotismo, pero también por la excitación que les producía el viaje.

Una vez en la guerra, Lull continuó con sus labores como periodista.⁴ Sin embargo, y si bien él escribía para un diario militar, él enviaba por correo —y por su cuen-

⁴ Había estado a cargo del diario en el barco en que hicieron el viaje.



ta!– artículos a otros medios para exponer los problemas que no eran contados normalmente. Escribía historias sobre lo que para él significaba pelear esa horrible y opresora guerra. Escribió, por ejemplo, acerca de un operador de radioteléfono que cargó el voluminoso equipo de comunicaciones por un año, para luego ver a su reemplazo ser asesinado por un francotirador; Viet Cong, tan sólo una hora después del cambio, o sobre cómo Frank Quinto manejó la espera en la fila hacia la carpa médica con un hoyo de proyectil en su espalda. Lull también escribió sobre sus propios sentimientos la primera vez que vio morir a un hombre, la depresión que los invadía cuando las tropas no podían secarse durante las lluvias monzónicas, o sobre la frustración y pena que sintió un joven soldado cuando se enteró de que una mujer vietnamita cuyas posesiones él había cargado todo el día camino a una “zona de protección” estadounidense, sólo quería regresar a la pequeña villa donde el viaje había comenzado, pues en ese lugar la esperaba su esposo. “En Vietnam yo quise contar historias que no fueron reveladas ni en el conteo de cuerpos, ni en las racionalizaciones de las ruedas de prensa militares. La guerra fue peleada de un modo más personal que eso” (Lull, 1990: 1).

Trasladado a Saigón, Lull fue asignado como locutor y operador en una de las radios de la red nacional de las fuerzas armadas estadounidenses. Y allí, él lo hizo de nuevo. Aunque había una lista de álbumes considerados “aceptables”, él conseguía que sus amigos le enviaran música de Bob Dylan, John Lennon y de todos los que estaban en contra de la operación estadounidense en Vietnam. Lull los tocaba entre las dos y las tres de la mañana, justo cuando sus superiores dormían. “Yo estaba usando los recursos y la tecnología de la institución para luchar en contra de la institución” (en Mateo, 2012).

Estas historias nos muestran un par de asuntos fundamentales que debemos tener presentes a lo largo de todo el capítulo. Primero, que en Vietnam Lull, pese a su juventud, ya dará muestras de la gran sensibilidad por la gente, algo que como veremos, es lo que va a atravesar tan filosamente su trabajo e intereses académicos. Y segundo, que fue también allí en donde él habría entendido algo que resultará ser muy importante, incluso fundamental para su enfoque. Que en tanto las instituciones están formadas por personas, las ideas y opiniones de esas personas al interior de esas instituciones no están determinadas por las instituciones a las que pertenecen. Esto es, que las personas pueden iniciar cambios en las instituciones operando desde dentro de ellas, aprovechando sus recursos. Lo hizo él al despachar sus cables y al poner la música en el traspase de la guerra. Sin duda, “las teorías son propuestas por personas, y que al estudiarlas no examinamos abstracciones flotantes, sino obras de personas. Para conocer las teorías, pues, debemos saber un poco acerca de las personas que las escribieron” (Alexander, 1987: 11).



Luego de la guerra, Lull se va a California. La ciudad de la que había terminado enamorándose tras haber escuchado tantas historias y que frente a cuyas costas había pasado en su trayecto en barco a Vietnam. “Sin saber si regresaría vivo, me prometí volver para conocer la ciudad con aquella luz...” (en Mateo, 2012).

Lull ingresa a la Universidad Estatal de San José, en donde realiza sus estudios de Radio, Televisión y Cine, con especialidad en Periodismo. Después de eso y de haber pasado un año trabajado como programador en una radio comercial, lo que implicó realizar una serie de encuestas rápidas e informales al público, Lull decidió aprender a hacer investigación de una manera más seria y científica. Renunció a la radio y se fue a la Universidad de Oregon, en Eugene, para obtener una maestría en el área de Telecomunicaciones y Cine.

Si bien su tesis parece haber sido un trabajo más bien práctico, se trató de un estudio sobre las opiniones individuales –de aprobación o de rechazo– por parte de un grupo de personas frente a un comercial de televisión que promovía un “no consumo”,⁵ ya muestra muy claramente su interés y constituye su primer acercamiento académico a la relación problemática entre los *mass media* y la comunicación interpersonal. De hecho, es de esta investigación de donde va a resultar su primer artículo científico publicado: “Counter Advertising: Persuasiveness of the Anti-Bayer Television Spot” (Lull, 1974).⁶

Al finalizar sus estudios en Oregon y animado por sus profesores, Lull se postuló y fue aceptado como becario del programa de doctorado en Comunicación en la Universidad de Wisconsin-Madison, una de las más importantes y exigentes del país. Lull llegó preguntándose algo muy simple pero trascendental: ¿por qué había dos campos académicos diferenciados? El de la comunicación medial (*mass communication*), por un lado, y el de la comunicación interpersonal, por el otro. “Eso no me parecía que tuviese sentido porque los recursos de los medios son recibidos en contextos interpersonales” (en Mateo, 2012). A partir de esa inquietud y de su lectura de *The Process and Effects of Mass Communication* de Wilbur Schramm y Robert Donald (1971), es que pienso que Lull se habría cuestionado la bien establecida idea de que la influencia iba sólo desde los líderes hacia a sus seguidores, el

⁵ En ella se hipotetizaba que los usuarios y los no usuarios de la aspirina Bayer que habrían visto la contra publicidad reducirían su actitud favorable hacia el producto de una manera significativamente mayor que aquellos del grupo control que no lo habrían hecho.

⁶ Y cuatro años más tarde publica “Effectiveness of a TV Counter Ad”, otro artículo relacionado con el tema, pero que esta vez fue escrito junto a Anthony Mulac (1978).



conocido flujo en dos pasos. Es aquí en donde creo que él empieza a labrar lo que será su perspectiva. Para él, la influencia personal era un proceso de interacción más bien dinámico de negociaciones que ocurre mediante conversaciones en un sistema que no está determinado y, sobre todo, que no va en una sola dirección. Esta idea seminal la va a consolidar con el desarrollo de una investigación que culminará un año después, y que presenta el año 1975 en su ponencia durante la reunión de la Asociación Internacional de Comunicación, en Chicago, Illinois, "Selection of Television Programs by Family Consensus", la misma y que va a publicar después como artículo (Lull, 1978a), el que incluso puede ser considerado como el primero en la trayectoria que estoy intentando perfilar aquí.

Durante este trabajo, Lull investigó la naturaleza de las interacciones verbales y la influencia interpersonal que operaban en el seno de las familias de clase media del medio oeste estadounidense mientras elegían los programas de televisión que ellas verían en grupo en sus hogares (Lull, 1978a, 53). Analizó y discutió la disposición de los miembros de la familia para expresar sus preferencias, el grado de acuerdo en la elección de programas, y la percepción del poder interpersonal en su interior; por lo que el estudio puede considerarse también como una crítica al hecho de que si bien en esa época se le daba gran importancia al *rating* Nielsen de audiencias, se le prestaba poca o ninguna atención a la construcción de las conductas interpersonales (1978a).

Lull se reunió con 17 familias de clase media de la ciudad de Wisconsin, Madison. A cada integrante le entregó un paquete idéntico de seis tarjetas que describían tres programas de televisión —con una o dos sinopsis hipotéticas— que ellos debían elegir. Luego procedía a grabar en casetes las conversaciones que ocurrían mientras trataban de ponerse de acuerdo en lo que verían en familia. Pero ocurrió algo que estaba fuera de los planes originales. En ciertas ocasiones, Lull pudo ver por el rabillo del ojo que la negociación de las opciones de visualización realizadas por varios de los niños, o por uno de los padres y los niños, en realidad ocurrían mientras él les explicaba aspectos de la investigación a los demás. "Lo que había medido y lo que realmente sucedía en muchos de los hogares, evidentemente, no se relacionaban" (1976: 55).

Es gracias a este accidente que Lull se habría convencido de que sólo pasando una cantidad considerable de tiempo, y a partir de una sistemática observación-participante de las familias en sus hogares, que podrían obtenerse *insights* reales sobre los procesos interpersonales que rodean el uso de la televisión. Eso no era lo que normalmente se hacía, y Lull estaba no sólo entendiendo algo distinto, sino que, y sin saberlo, iniciando un nuevo giro en los estudios de comunicación estadounidenses.



Pero en esta comprensión también habrían tenido mucha influencia la literatura que Lull hizo durante sus años de doctorado, la mayoría de ella fuera de su plan de estudios. Por eso es que él siempre dice que tuvo dos educaciones graduadas simultáneas. Una que llenaba los requerimientos y la otra, la que dice que “cocinó por su cuenta” (1990: 13).⁷

Entre las influencias más importantes de esos años, hay que mencionar primeramente a Herbert Blumer, el sociólogo creador del “interaccionismo simbólico”, una perspectiva de la que Lull va retener sus tres premisas fundamentales: 1. Los seres humanos actúan sobre la base del sentido que las cosas tienen para ellos. 2. El sentido se deriva de, o proviene de, la interacción social que se tiene con los demás, y 3. El sentido es de todas maneras manejado por, y modificado a través de, un proceso interpretativo que las personas realizan al lidiar con la realidad que encuentran (Blumer, 1969).

Pero también se hará eco del reclamo de Blumer de metodologías que revelaran los entrelazamientos, las interacciones y el maquillaje transformador del proceso comunicativo. Al unirse Lull a este coro, va a proponer que “las relaciones entre los factores interpersonales y los medios de comunicación constituyen una matriz de fuerzas interdependientes que por su naturaleza misma resultan ser imposibles de ser medidas, determinadas o interpretadas con las metodologías científicas sociales tradicionales” (Lull, 1976: 8-9). Este es Blumer, vía Lull, cuando señala que las influencias de los medios debían estudiarse en relación con las otras variables de comunicación que operan en los sistemas sociales particulares. Es decir, que se deben estudiar los medios por los cuales las experiencias con los media entran en las vidas de los individuos, los antecedentes conductistas en el uso, y no simplemente a los efectos que la información, la opinión y la persuasión difundidos a través de canales impresos y electrónicos supuestamente tienen sobre los individuos.

Entonces, además de haberlo visto *in situ* en las negociaciones familiares para la selección de programas, Lull encuentra en el interaccionismo simbólico un enfoque teórica sólido y muy adecuado para su interés en técnicas de medición que tuviesen en cuenta la gran variedad de prácticas comunicativas de interacción humana que los individuos ponen en marcha en la construcción de la realidad social, además de por una mayor sensibilidad ante la complejidad y el detalle de los sistemas de comunicación humanos, para de ese modo poder comprender sus características

⁷ Además del que vamos a revisar en este capítulo, en esta época Lull también se familiarizó con el trabajo en comunicación interpersonal de Erving Goffman (2006 [1959]) y con la teoría fundada (*grounded theory*) de Barney Glaser y Anselm Strauss (2009 [1967]).



interactivas y procesales, que es en definitiva lo que Lull está reclamando desde temprano.

Pero Lull también se habría visto influido por la “etnometodología” de Harold Garfinkel (1984 [1967]). Garfinkel había sintetizado la noción de conciencia intencional de la fenomenología de Edmund Husserl con la teoría de la intersubjetividad social de Alfred Schutz, para quien el mundo social es siempre intersubjetivo (Shutz, 1995 [1962]). La lección que Lull recibe es que el sentido es la dirección subjetiva de la existencia. “Los estudios en etnometodología analizan las actividades corrientes como métodos de los miembros para hacer que esas mismas actividades sean visibles racionales y reportables para propósitos prácticos” (Garfinkel, 1984 [1967]: vii). De eso Lull retiene que es una orientación hacia la observación e interpretación de los “métodos” sociales de los sujetos, considerándolos (a los métodos) como la sustancia del análisis en sí. Recordemos que el “método” en la etnometodología se refiere a las formas por las cuales las personas construyen sus realidades sociales, y en ella el lenguaje y la comunicación son entendidos como que son empleados como materiales plásticos y vitales que están disponibles y a la mano para esto (1984 [1967]).

Lull también revisó los métodos de Charles Lechenmeyer. En *The Language of Sociology* (Lechenmeyer, 1971) Lull notó su queja de que los sociólogos a menudo no se ocupaban de los fenómenos observables, sino que más bien de los informes sobre estos fenómenos, o de las inferencias fundadas en estos fenómenos. “La observación de los hábitos sociales, los eventos, los métodos de comunicación, o los usos característicos de los media, como realmente ocurren no es nunca realizada” (1971: 69). La sociología normalmente evitaba la consideración de la conducta verbal como una realidad social, y para él, “la conducta verbal es la realidad social” (1971: 69).

En resumen, lo que tenemos es que Blumer, Garfinkel y Lachenmeyer habrían reforzado el interés de Lull en el estudio de la conducta social concreta, en los modos en que los individuos organizan el conocimiento que tienen sobre las acciones normales. Pero, ¿cómo recolectar evidencia de esas prácticas que estructuran la vida diaria? O como el mismo Lull lo fraseará más elegantemente después: “¿cómo pueden las familias ser estudiadas a ese nivel de detalle? (Lull, 1990: 11). Tal como lo había sugerido en *Selection of Television Programs by Family Consensus*, Lull pensó que se requería participar significativamente en la vida cotidiana y en las contingencias menores de las experiencias de las personas y observarlas con cuidado. En ese sentido, Lull habría llegado a otro convencimiento: que el método clásico de la antropología, la etnografía, era la mejor alternativa.



A continuación, Lull investigó y entendió que, si bien por un lado había una larga tradición de etnografías de la vida familiar representada, por ejemplo, por el trabajo emblemático de Oscar Lewis (1965 y 1959) y que, por el otro, la etnografía ya había tenido particular importancia para los estudios de la comunicación en los escritos de Dell Hymes (1964) entre otros, no había estudios etnográficos sobre familias y comunicación. Es decir, que los diversos análisis sobre la familia normalmente habían excluido a los *mass media* de sus descripciones de las vidas familiares, o que los trataban sólo lateralmente, y que por su parte, las investigaciones sobre la televisión habían generalmente excluido el estudio profundo de las familias. Había allí un punto ciego, una primera doble carencia académica que él se propone intentar remediar.

Con eso en mente, y aunque había sido rechazado por el profesor a cargo de uno de los cursos de etnografía en el departamento de Antropología de Wisconsin por no ser él un estudiante de ese campo disciplinario, además de habiendo enfrentado también muchísima resistencia al interior de su propio departamento de Comunicación,⁸ Lull de todas maneras y muy porfiadamente llevó a cabo una investigación sobre la base de una documentación etnográfica de las actividades interpersonales y *mass* mediadas de tres familias estadounidenses.⁹ El resultado de ese trabajo fue *Mass Media and Family Communication: An Ethnography of Audience Behavior* (1976), su tesis doctoral, y la que es por muchos considerada como la primera etnografía de familias viendo televisión hecha hasta ese momento, y que como yo lo veo representa el inicio del enfoque que estará a la base de su trabajo subsecuente, el mismo que hará que Armand Mattelart y Eric Neveu sugieran que Lull deba ser considerado como uno de los iniciadores del giro etnográfico en los estudios de comunicación (Mattelart y Neveu, 2004: 83), así como la razón por la que Francisco Osorio (2005) piensa que él debe ser considerado uno de los referentes en el campo de la comunicación al que la Antropología debía considerar.

Pero además del carácter pionero que sin dudas *Mass Media and Family Communication* tiene, hay otras dos cuestiones que me parecen muy importantes también. La primera es que aunque el mismo Lull (1990) dirá que su trabajo “es etnográfico porque se basa principalmente en la observación directa y en las entrevistas en profundidad” (1990: 21), yo pienso que una interpretación más precisa de su enfo-

⁸ A excepción del apoyo irrestricto que le brindó su supervisor de doctorado, el Dr. Edwin Black, jefe del Departamento de Comunicación de Wisconsin (Lull, 1990).

⁹ Una de “cuello blanco” (*white-collar*), una de “cuello azul” (*blue-collar*) y una “familia campesina” (*farm-family*), en periodos de observación que variaron entre cinco y seis días, y a lo que agregó, además, una serie de entrevistas independientes con cada uno de los miembros de la familia una semana después de ocurridas las observaciones.



que debiera considerar que no sólo modificó y adaptó la etnografía para el estudio de las audiencias de los *mass media*, sino que lo hizo también con la etnometodología. Lo que él hizo fue una modificación, una adaptación y una combinación de ambos enfoques en uno solo.

La segunda cuestión que quiero hacer notar es que si bien su intento de llamar la atención sobre la conveniencia y viabilidad de una observación participante de las familias en relación con los media haciendo un énfasis en “la presentación de las pruebas para demostrar las reglas y las características de las relaciones intrafamiliares, así como en revelar cómo estas reglas de interacción predecían el comportamiento que conducía y acompañaba al consumo de los mensajes transmitidos por los canales de los *mass media*” (1976: 56) constituyó en sí un logro exquisito, su conclusión de que los “*mass media* son componentes esenciales de los recursos del omnipresente sistema de comunicación familiar que son explotados por los individuos, coaliciones y las unidades familiares para servir a sus necesidades individuales, crear relaciones prácticas y ajustarse al mundo social” (1976: 269) será al final de día una conclusión con un mayor impacto. Tal como lo veo, esa es una versión más sofisticada, más densa y rica de su temprana comprensión de la comunicación como un proceso de interacción dinámico de negociaciones, pero que, y esto es lo realmente importante, va a seguir siendo, *mutatis mutandis*, la misma comprensión que él va a proponer que tiene lugar en el contexto de la cultura global y las nuevas tecnologías. Veamos.

Luego de defender *Mass Media and Family Communication* Lull va a enseñar en dos universidades en el estado de California. Primero en Santa Bárbara.¹⁰ Luego se muda a la Universidad Estatal de San José, una universidad más pequeña pero que le ofrece mayor libertad para escribir e investigar, y es cuando va a desarrollar una serie de actividades que internacionalizarían su experiencia académica. Participa en foros internacionales, realiza estudios de campo y microobservaciones en otros países. También es cuando publica sus primeros libros y una docena de artículos.

De entre los artículos científicos de esta época, el que yo considero más importante de todos es “The Social Uses of Television” (1990).¹¹ En él, Lull presenta los hallazgos de tres años de investigación en los que junto a su equipo entrenado de estudiantes estudia las prácticas de ver televisión de cerca de doscientas familias entre California y Wisconsin. Los miembros del equipo de investigación se convir-

¹⁰ Allí es apodado *Dr. Rock*, pues al, mismo tiempo que es académico, es un DJ muy popular en la *KTYD-FM* de la ciudad.

¹¹ Originalmente publicado en 1980 en *Human Communication Research*, 6: 197-209. De ahora en adelante yo voy a utilizar la versión publicada por él en Lull, 1990.



tieron en “observadores participantes” en los hogares. Compartieron sus comidas, los acompañaron en sus quehaceres domésticos, participaron en actividades de entretenimiento y vieron la televisión. Al igual que en su tesis de doctorado, Lull mantiene la idea de que “develar aspectos adicionales de la naturaleza de la comunicación humana es algo que debería ser hecho atendiendo a los usos interpersonales de los medios masivos de una manera similar a como lo hacemos con los diferentes ejercicios del lenguaje, las ocasiones para hablar y con las propiedades estructurales de los patrones de interacción (1990, 29). Ver televisión es parte de los recursos disponibles para alcanzar los objetivos de la comunicación que, como dirá en *How Families Select Television Programs: A Mass-Observational Study*, “es una actividad que está incrustada en un proceso continuo de interacción familiar” (Lull, 1982a: 801).¹²

Una diferencia con sus primeros trabajos es que ahora ya no sólo va a definir la situación de recepción como a aquella en la que tienen lugar estos procesos de negociación y de usos. Eso le parece que ya ha sido suficientemente probado. Lo que va a hacer ahora es tratar de especificar cuáles son esos usos sociales que los miembros del visionado familiar hacen de la televisión. De hecho, en *The Social Uses*, Lull propone una tipología empíricamente fundada de un grupo particular de acciones mediadas que según él tendrían muchas aplicaciones prácticas en el ambiente hogareño. Por un lado presenta a los que denomina como los “usos estructurales” de la televisión (1990: 30), en donde los *mass media* son el telón de fondo que proporcionan compañía y regulan las pautas de actividad y conversación, etc. Y por el otro, presenta a los “usos relacionales”. En ellos los *mass media*, particularmente la televisión, proporcionarían a los miembros de las audiencias un terreno común para la conversación, temas y ejemplos que les sirven de pretextos para manifestar sus opiniones, etc. La televisión es, entonces, facilitadora de la comunicación, una forma de afiliación o de evitación, un recurso para el aprendizaje social, para el desarrollo de competencias personales, para el dominio de lo social y otras (1990: 36-44).

Aunque en trabajos como “A Rules Approach to the Study of Television and Society” Lull propuso su aproximación a la comunicación basada en reglas, como una explicación de las acciones humanas en términos pragmáticos y normativos (Lull, 1982b), es importante aclarar que su trabajo va a diferir bastante sustancialmente de la perspectiva funcionalista de los “usos y gratificaciones”. De hecho, en mi opinión es un error considerar, como lo hizo Jeff Lewis (2008), que alguna vez él estuvo o fue parte de esa corriente. Aunque con los usos y gratificaciones

¹² Este artículo también va a parecer en la compilación que hizo en Lull, 1990.



también se asumía que la gente empleaba a los *mass media* de buena gana, y por tanto, que ella se beneficiaba al ejercer una influencia considerable sobre sus experiencias mediales en los niveles personales e interpersonales, por sus raíces en el funcionalismo de Talcott Parsons (1951), las personas resultaban al final estar sujetas a constreñimientos profundos, o incluso eran dominadas en el nivel social y esa es una causa que Lull había estado muy interesado en extirpar. Él estaba del lado de los usos, pero no del de las gratificaciones.

La noción de usos sociales será también clave en sus estudios sobre la música. Por ejemplo, en *Popular Music and Communication* (1992a [1987]) y junto a Roger Wallis, Lull escribió *The Beat of West Vietnam*. En el capítulo, que fue el resultado de un trabajo etnográfico que incluyó su asistencia a muchos conciertos y shows, así como pasar tiempo, trabar conversaciones casuales con miembros de grupos, asistentes a las fiestas, los dueños de clubs, guardias de seguridad, visitas a tiendas, así como la realización de entrevistas a estudiantes y líderes de la comunidad, ellos mostraron con increíble nitidez que la música *new wave* habría permitido a los jóvenes vietnamitas establecidos en los Estados Unidos, particularmente en la ciudad de San José, California, empoderarse y definir sus situación culturalmente (1992a [1987]: 230). Que los vietnamitas habrían usado la música para construir una especie de entre-medio cultural. Un espacio cultural imaginado, por medio del cual, y a su vez, “desarrollaban tanto sus identidades subculturales como vietnamitas, separados de la cultura estadounidense dominante, pero también, su cultura separada de la cultura vietnamita tradicional adulta” como la que promovían sus padres (1992a [1987]: 230).

Con cierto parecido, pero un poco antes y refiriéndose esta vez a los *punks*, Lull dijo en “Thrashing in the Pit: An Ethnographic of San Francisco Punk Subculture” (Lull, 1987a),¹³ que “por la forma en que se preparaban y usaban sus cuerpos, el cabello y la ropa, las formas en que interactuaban, y por la actitud que mostraban en la calle, los *punks* eran medios de comunicación públicos en sí mismos” (1987: 252). La subcultura *punk* había sido “una respuesta a las presiones sentidas por los jóvenes en la sociedad Occidental postnuclear, así como una intensa reacción al notar que los grupos de protesta que los precedieron, particularmente los *hippies*, habían fallado en sus esfuerzos de mover a la cultura dominante de su curso hacia la destrucción del mundo” (1987a: 247). El argumento de los usos se haya en la opi-

¹³ El texto es el producto de varios años de estudios de la subcultura *punk* en Inglaterra, Europa y los Estados Unidos, y particularmente de dos meses de investigación etnográfica de los *punks* en esa ciudad. Va a resultar bastante citado en importantes estudios sobre subculturas, como por ejemplo en: *Inside Subculture. The Postmodern meaning of Style* de David Muggleton (2000).



nión de Lull de que la subcultura *punk* había sido en sí objetivada como un recurso utilizado por sus adherentes y participantes como un medio para llamar la atención a la sociedad, para tratar de hacerla reflexionar sobre cuestiones fundamentales al mismo tiempo que era en sí la realización misma de tal reflexión.¹⁴

Después de eso, Lull edita *World Families Watch Television* (1988a),¹⁵ la primera colección de estudios empíricos cualitativos en analizar la relación entre la televisión y la vida familiar en diferentes culturas del mundo. Es un clásico. En sus aportaciones para el libro, Lull va a agregar dos importantes cosas más a su conclusión inicial de que la televisión debía ser comprendida como un proveedor de recursos comunicativos (1988a: 15). La primera, que es necesario conectar el análisis del contexto doméstico con un análisis cultural más amplio, como, por ejemplo, con la división del trabajo, la especialización profesional y vocacional, con los traslados de las personas desde las zonas rurales a las ciudades, así como con los avances tecnológicos, los que habrían impactado no sólo en el “equipamiento”, sino que las dinámicas sociales y las asociaciones culturales, y con ello al uso mismo de los medios masivos de comunicación (1988a).

Eso último va a constituir el punto de partida de lo segundo que Lull va a sumar aquí a su comprensión, que la práctica familiar de ver televisión no debe ser entendida como que sólo refleja la cultura y sus cambios, sino que también como que la transforma, y que por lo tanto, si bien muchos de los usos sociales de la televisión son en primera instancia extensiones de las posiciones y roles tanto personales como sociales de los miembros de las familias ejercidos normativamente en sus contextos naturales, constituyendo así los fundamentos de muchas de las más básicas y variadas interacciones familiares, ello no significa, sin embargo, que debamos entender a los miembros de la familias como que no fuesen activos constructores de sus vidas diarias (1988a: 237-8). Las personas no están determinadas por la cultura, que como dije, ahora él considera es el ambiente último de la recepción familiar: La televisión es un medio social, y aunque los miembros de la audiencia no viven sin estar influidos por factores tecnológicos y textuales o por las agendas

¹⁴ Este no es el espacio para ello, y yo actualmente preparo una discusión más extensa sobre el asunto en: Mateo, 2014, pero vale decir que es en el carácter performativo que le subyace a este tipo de razonamientos, a partir de ahora bastante usuales en las elaboraciones de Lull, que uno puede entender mejor el fuerte carácter generativo que él propone como propiedad de la comunicación. Para saber más sobre la performatividad sugiero ver: Searle, 1972 [1969] y Austin, 1975 [1962].

¹⁵ Entre quienes aparecen colaborando se encuentran: David Morley; Leoncio Barrios; Jan-Uwe Rogge y Klaus Jensen; J.S. Yadava y Usha V. Reddi; Neena Behl; Thomas R. Lindlof, Milton Shatzer y Daniel Wilkinson; Se-Wen Sun y el mismo James Lull. Los países en los que esos investigadores trabajaron etnográficamente fueron: Gran Bretaña, Venezuela, India, Estados Unidos y China.



ideológicas y las fuerzas que ellos contienen e intentan imponer; tampoco están “determinadas” por esas estructuras tecnológicas, económicas o ideológicas que se les asocian (1988a: 258). En su opinión es un error concentrarnos únicamente en la influencia de las estructuras que están operando, en los procesos de producción de los artefactos de comunicación pública, o en los mensajes mismos. Eso es hacerlo en sólo una parte de la ecuación. Lo que hay que tratar de hacer es entender, y por lo tanto, estudiar “la experiencia de los miembros de la audiencia como intérpretes y usuarios de los *mass media*” (1987b: 318).

Este segundo asunto es lo que, por una parte, lo va a distanciar, ya no sólo definitivamente del funcionalismo, sino que lo pondrá a un costado de las versiones marxistas más ortodoxas de los estudios culturales. Eso porque, aunque Lull acepta que en el desarrollo teórico sobre el concepto Gramsciano de hegemonía ideológica de por ejemplo Stuart Hall, uno puede ver claramente que la comunicación interpersonal es estimulada por los contenidos de la televisión, y que por lo tanto ellos deben ser teorizados críticamente y estudiados empíricamente (Lull, 1990: 22), él también cree que mucho de ese trabajo fue estrecho, predecible y pesimista, y que al estar empíricamente desinformado, más allá de sus puntos teóricos, no pudo nunca ofrecer unos *insights* convincentes, incapaz entonces de movernos más allá del argumento determinista (1988b: 239).¹⁶ Es de hecho esa misma crítica la que lo va a acercar a los trabajos de John Fiske (1992 [1987]), Ien Ang (2003 [1982]); Janice Radway (1991 [1984]) y David Morley (1986), una siguiente generación de culturalistas que manteniendo la importancia de las nociones de ideología, género y raza, le concedieron a los miembros de las audiencias cierta capacidad de reinterpretar los significados o incluso de resistirse culturalmente a ellos. Aunque no plenamente de acuerdo con esa postura, pues con la posible excepción de Fiske, la mayoría va de una forma muy parecida a como había ocurrido con los usos y gratificaciones, a terminar proponiendo a una audiencia limitada por sus posiciones culturales, y a la vez que en franca oposición al cuantitativismo estadounidense, Lull dirá por estos días que su trabajo debería estar “ubicado en algún lugar entre los estudios de comunicación americanos y los estudios culturales” (1990: 20).

Lo otro que resulta ser importante para nosotros aquí como consecuencia del argumento de la extensión dinámica y dialéctica de la cultura, es que ello promueve la necesidad de conectar el proceso de comunicación microsocia con el impacto macrosocia de los *mass media*. Esa es la razón por la que Lull va a tener necesariamente que empezar a abandonar el cerrado estudio de los territorios

¹⁶ Para una crítica de Lull a los estudios culturales, recomiendo Lull, 1996.



domésticos del visionado familiar, y a tener que orientarse más francamente hacia la documentación de las formas culturales amplias e históricamente específicas en las que las audiencias interpretan y usan activamente los *mass media*. Esto, que es exactamente lo que él va a hacer a partir de ahora, no habrá sido entonces el resultado de un capricho metodológico, sino que un paso necesario y justificado. El trabajo que mejor representa esto es su siguiente libro: *China Turned On: Television, Reform and Resistance* (1991).¹⁷

Lull había visitado China en 1982. Con una mezcla de interés e intriga por lo que ocurría en esa nación, decidió viajar nuevamente en el verano de 1986, esta vez para hacer una investigación formal. Él y su coinvestigadora, Se-Wen Sun, quien por cierto hablaba perfecto mandarín, entrevistaron a cerca de ochenta y seis familias. Es decir, que entre 200 y 300 personas les hablaron sobre su consumo de televisión. Contactaban a la gente en la calle y ellos los invitaban a sus casas. Se sentaban en una mesa y ponían la grabadora. En ese proceso, nuevamente un incidente ocasional lo alertó. Luego de hablar con algo así como media docena de familias en Shangai, Lull notó que el nombre de un programa en particular les había sido mencionado espontáneamente muchísimas veces. Eso les hizo pensar que era un asunto muy importante para la gente. Así que decidió explorar un poco más su significado.

El programa en cuestión era *New Star*, una serie dramática de 12 capítulos que había sido transmitida unos meses antes de que ellos llegaran, y que había sido pensada por las autoridades como un instrumento ideológico para promover la modernización en la población China.¹⁸ “En *New Star* se mostraba el enfrentamiento de dos estilos totalmente diferentes de liderazgo dentro del Partido Comunista chino. Por un lado estaba Li, un humanista, justo y moderno, y por el otro, Gu, el guardián del status quo, quien obtenía beneficios personales con modos injustos y corruptos” (Lull, 1991).

Lo que Lull descubrió fue muy interesante. Que pese a que el gobierno esperaba que ocurriese justamente todo lo contrario, gran parte de la población había

¹⁷ Si uno revisa con cuidado su bitácora de viajes, uno se da cuenta de que Lull había viajado a China en 1982 y en 1986, es decir, varios años antes de publicar *World Families* e *Inside Family Viewing*. Y si luego uno revisa esos libros, uno puede ver que él publicó en ellos algunos capítulos enteramente basados en esta experiencia. En el primero apreció *Agent of Modernization: Television and Urban Chinese Families*. En el segundo *China's New Star: The Reformation on Prime-Time Television*, en coautoría con Se-Wen Sun.

¹⁸ *New Star* no fue diseñada originalmente para ser un programa de televisión y fue televisada en la cadena nacional casi por accidente. La novela fue primero publicada en 1984 como una serie de artículos en una revista literaria, y fue también producida como una novela radial. Pero ni los artículos, ni las transmisiones de radio recibieron mucha atención del público. Véase: Lull, 1991.



entendido que su realidad cotidiana estaba más cerca de lo que representaba el viejo Gu que de la esperanza que supuestamente promovería el joven y moderno Li. Por ello, antes que armonizar, *New Star* había más bien resonado estruendosamente con las condiciones y frustraciones que los trabajadores y campesinos chinos rutinariamente experimentaban en sus propias vidas (1991: 97).

La importancia de este hallazgo sería todavía mayor cuando tres años después de haber terminado su trabajo de campo, y mientras se encontraba trabajando en el análisis de los datos, ocurrirá en China el levantamiento de los trabajadores y estudiantes en la Plaza de Tiananmen de 1989. ¿Cómo era posible esto en un sistema tan bien estructurado como el chino? ¿Cómo es posible que la gente discrepara y hasta se opusiera a un sistema de gobierno que manejando los sistemas de comunicación no hacía otra cosa que promover una aceptación y valoración positiva de su proyecto político?

Lull cree que sus conversaciones sobre la televisión con la audiencia China le habían permitido identificar el malestar chino muy tempranamente, y que este habría sido el resultado de un cambio profundo en la manera en que ellos se pensaron a sí mismos, algo en lo que la televisión parece haber tenido un potente rol al inspirar críticamente a millones de ciudadanos a analizar y reflexionar más profundamente sobre su sistema de gobierno, y al alentarlos a imaginar posibilidades para el cambio social (1991: 144-5). No es que la televisión, que *New Star*, o que ambos fuesen los responsables del levantamiento. Lo que Lull propuso es que ellos habían sido unos recursos usados por los chinos para reconocerse y para poder referirse más objetivamente a la burocratización que había plagado al país a lo largo de su historia (Lull, 1991: 98). Y que por lo tanto, y de una forma un tanto paradójica, la transformación de la conciencia cultural que habría alimentado las acciones populares en Tiananmen habrían sido un subproducto, un resultado no intencionado, del interés del gobierno por tratar de conseguir una adhesión ideológica sin restricciones de su población (1991: IX).

Lo que Lull puso en evidencia con increíble lucidez e indiscutible contundencia es que las autoridades chinas se habrían equivocado crasamente al no haber considerado el inmenso poder cultural de la televisión para inspirar resistencia a las ideologías, a las expectativas y a los estilos de vida oficiales. La televisión habría amplificado electrónicamente la contradicción (1991) al haber provisto a los chinos de nuevas vistas, de nuevos estilos de vida y de nuevas formas de pensamiento.

Con esta imagen etnográfica de alta definición, Lull termina de demoler el entendido teórico dado tantas veces por descontado de que la televisión serviría sólo a los intereses de sus manejadores, quienes se pensaba que mediante la creación de agendas restringidas podían monopolizar a la opinión pública. ¡Las audiencias



estaban en todas partes! (1988b: 242; Ang, 1991). Lull había demostrado que no es posible explicar satisfactoriamente la relación entre los complejos textos simbólicos y los contextos interpretativos apelando sólo a las teorías críticas o a cualquier versión que reifique a las ideologías. Las audiencias tienen que ser problematizadas teóricamente no sólo en términos de los temas ideológicos que son contenidos de los medios, sino que considerando también las argucias y sutilezas de sus vidas domésticas diarias en relación con los usos que les dan a esos recursos en la construcción de sus relaciones sociales. Ellas deben ser analizadas como comunicadores culturalmente localizados e informados, y eso es algo por lo que, según Miquel Rodrigo, el trabajo de Lull habría representado un verdadero “giro copernicano a los estudios tradicionales de la comunicación de masas” (Rodrigo, 1999: 31).

Es precisamente aquí en donde yo identifico que surge, o más bien se concreta una nueva aproximación de Lull al problema de los *mass media* y las audiencias. Uno que se va a caracterizar, además de por cierto abandono de las investigaciones etnográficas de primera mano, por la dedicación de una mayor cantidad de tiempo al desarrollo y refinamiento teórico de sus hallazgos y experiencias empíricas. Es decir, Lull no va a huir de su *aproximación etno*, sino que a construir un nuevo piso sobre ella. Por sus vínculos explícitos con la teoría de la estructuración social de Anthony Giddens (1998 [1984]),¹⁹ yo llamo a este nuevo momento su “aproximación estructuracionista”.

2. La aproximación estructuracionista

Mi perspectiva no considera a los seres humanos como inscritos desesperanzadoramente en los roles y status, aprisionados por las estructuras ideológicas y culturales, y por las instituciones que los rodean y guían
(Lull, 2007: 154)

Lo que nos debía interesar en el estudio de las audiencias es el análisis de las capacidades comunicativas de la gente; en cómo a través de la manipulación voluntariosa de símbolos en una determinada esfera del discurso cotidiano hombres y mujeres no sólo llegan a comprender sino que a manejar y trascender sus mundos de vida
(Lull, 1992b: 52)

¹⁹Véase también: Giddens 1993 [1976], 1979 y 1995 [1981].



Es en *La estructuración de las audiencias masivas* en donde Lull, y al señalar que el problema teórico esencial se encuentra en el hecho de que “mientras a la actividad microsocial se la teoriza rutinariamente como construida por las personas en y a través de la interacción comunicativa que ellas manejan, esos mismos actores son, a su vez, muy frecuentemente teorizados como contruidos dentro (o por lo menos contenidos en) las condiciones macrosociales que se tienen como constricciones” (1992b: 52) que concretizan su proposición de que la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1998 [1984]) nos debería permitir abordar ese problema desde una dirección más útil.

Lo que Lull encuentra en la teoría de la estructuración de Giddens es lo que ya había comprobado empíricamente antes. Que las estructuras no son ni fijas, ni puras, ni unidireccionales. Que tampoco actúan como fuerzas hidráulicas que obligan a las personas a comportarse en una forma particular. Más bien “devienen en un constructo abstracto que representa rasgos ideológicos disposicionales y culturales cambiantes, institucionalmente articulados, gobernados por reglas, y cuyos sentidos e impactos reales, al fin y al cabo, deben ser entendidos como que son negociados tanto en la producción como en la recepción social, pues para operar, las articulaciones institucionales deben ser ejecutadas por y para personas de la propia sociedad. Por ello es que las industrias de la cultura nunca pueden producir ideologías totalmente integradas y uniformes, y por ello también que el resultado no es siempre ni predecible ni negativo para las audiencias (1992b: 53).

Lo que Lull ha entendido muy bien son algunos de los agregados que Jorge Larraín (2010) dijo que John B. Thompson (1990) le habría hecho a lo que se conoce como la crítica de la dominación que viene implícita en la teoría de la estructuración. Para Giddens analizar los aspectos ideológicos de los órdenes simbólicos “es examinar cómo las estructuras de significación son movilizadas para legitimar los intereses seccionales de grupos hegemónicos” (1979: 188). De allí Thompson deriva luego que “las formas simbólicas²⁰ son ideológicas en la medida en que sirven, en particulares circunstancias, a establecer y a sostener sistemáticamente a las relaciones asimétricas de poder (1990: 58). Por ello es que para Lull la ideología también es mejor entendida si se lo hace en el sentido de la ideología dominante, y que las formas simbólicas son usadas por aquellos con poder para “establecer y sostener relaciones de dominación”, pero que en ningún caso, como también lo apuntó Thompson, son ideológicas en sí. Por lo tanto, la mantención de la dominación no implica necesariamente formas distorsionadas de pensamiento, que es lo

²⁰ Lo que incluye al lenguaje, a los contenidos de los medios, a las plataformas políticas, a los mensajes institucionales de los gobiernos, las escuelas, las religiones organizadas, etcétera.



que se concluía con el marxismo anti humanista de, por ejemplo, Louis Althusser,²¹ en donde las ideologías operarían interpelando a los individuos como a sujetos que son obedientes ciegos al sistema.

Si la dominación no depende entonces de las ideas en sí, pero ella ocurre, lo que Lull propone es que este es un logro que dependerá del uso estratégico de lo que va a llamar en *Media, Communication, Culture: A Global Approach* (2000), los sistemas ideacional y mediacional de imagen. El sistema ideacional implica el cómo las ideas toman forma. "Las ideas no son nunca neutrales y rara vez están solas. Son agrupadas con propósitos estratégicos. Se refieren las unas a las otras y se refuerzan mutuamente. No constituyen un sistema cerrado, pero está estructurado suficientemente bien" (Lull, 2000: 17-18). Y el sistema mediacional, por su parte, es el cómo las ideas circulan en la sociedad. "La ideología en cualquier contexto político económico-cultural está en parte representada en el lenguaje, y es a su vez, interpretada a través del lenguaje, pero también por otros códigos y modos altamente elaborados que son luego interpretados y usados por la gente en rutinas sociales de interacción" (2000: 18).

Ese proceso comunicacional compromete, a su vez, sistemas mediacionales de imágenes que pueden ser divididos en mediación tecnológica y mediación social. La mediación tecnológica es la intervención de las tecnologías de comunicación en la interacción social. Ellas distribuyen valores, perspectivas e ideas a las personas de varias culturas, clases sociales y edades de todo el mundo. La mediación social, en tanto, corresponde al hecho de que tal como el lenguaje y otros códigos de comunicación son aprendidos y reforzados en las interacciones diarias, de la misma manera, la ideología es hecha familiar y entendida como normal en las rutinas de relaciones sociales (2000: 26). De ese modo, los comerciales de televisión, las noticias, los programas de entretenimiento y películas, que son vistos por algunos como extractos absolutamente triviales, tienen un mayor impacto ideológico cuando son hechos que circulan a través de interacciones sociales una vez que han sido hechos disponibles, mediados, tecnológicamente. Al pasar de una persona a la otra, o de un medio a otro, las ideas que los mensajes contienen son embellecidas, reforzadas y extendidas contribuyendo a su efecto ideológico (Lull, 2000: 24-7). Por lo tanto, las ideologías harían sentido y tendrían un impacto porque sus elementos internos se mantienen unidos en patrones sistemáticos, y porque esos patrones se vuelven familiares y aceptados al ser distribuidos sistemáticamente vía los *mass media*

²¹ Althusser había presentado una concepción de ideología como "pura especulación o falsa conciencia" (Larraín, 2008: 124). Como un discurso estructurado independiente de toda subjetividad individual.



volviéndose parte de la conciencia individual en las conversaciones personales y rutinarias.

Sin embargo, ese proceso así tal cual, es según Lull, un proceso que es todavía incompleto. Para él es importante que tengamos en cuenta que si bien la conciencia es una síntesis de lo que una persona o un grupo de personas sabe o piensa, además de el cómo ellos lo piensan, lo que reflejaría la inevitable inculcación de los temas ideológicos por parte de los medios dominantes que inspiran así los comportamientos y pensamientos concordantes, al fin de cuentas, ella no está fija. Ella es impermanente y maleable. Es moldeada por los media, pero también por otras fuentes de información (2000: 29). Entonces la influencia ideológica si bien es dependiente de, también está limitada por muchos factores contextuales y personales. Los efectos de la hegemonía no pueden nunca ser completamente predichos (2000: 71).

Esta vez, en *The Media and Modernity*, John B. Thompson (1995) dice que el uso de los *mass media* involucra la creación de nuevas formas de acción e interacción en el mundo social que crean nuevos modos de ejercer el poder (1995: 4). Eso es lo que él llama el poder cultural o simbólico, “la capacidad de usar formas simbólicas para intervenir en el curso de los eventos, influenciar las acciones de otros, y de hecho, de crear otros eventos por medio de la producción y transmisión de formas simbólicas” (1995: 17).

Aunque arranca de ese Thompson (1991), quien a su vez había tomado la expresión de Pierre Bourdieu, Lull llevará el argumento en otra dirección. Para él, aunque es cierto que el poder simbólico es ejercido por quienes envían el mensaje, lo que prefiere iluminar a partir de una gran cantidad de ejemplos documentados de sus propias experiencias etnográficas es que el poder simbólico también puede ser ejercido por quienes lo reciben (Lull, 2000: 161). Así, el poder simbólico no sólo extendería los intereses creados y los objetivos de aquellos que ya se beneficiaban de las otras formas del poder institucionalizado o “duro”, sino que las personas comunes y corrientes lo utilizarían muy hábilmente para reducir, ridiculizar, relativizar y hacerle frente al poder tradicional. Ya “sea el pueblo chino resistiéndose a su gobierno en los ochenta, o personas en una familia estadounidense que hallan el modo de usar los programas televisivos para ayudar a crear relaciones sociales más deseadas en el hogar, o adolescentes Maorís en Nueva Zelanda apropiándose de la música *hip hop* y de la cultura para sus propósitos subversivos” (Lull en Jacks y Tufte, 1998: 150), lo importante es que existe una independencia de pensamiento, creatividad, determinación y resistencia que se materializa en una increíble variedad de procedimientos por medio de los que la gente modifica o se apropia de los mensajes que les son dados, esto con el interés de hacerlos encajar en sus modos



de pensamiento y de vida, y de una manera que las fuerzas de la hegemonía no pueden contener o destruir (2000: 64).

Clave para entender esta proposición resulta el señalamiento que él ya había hecho en *La estructuración de las audiencias masivas*. Que los recursos del poder simbólico, a diferencia de los recursos de las otras formas de poder son bastante más accesibles y usables. “Que mientras los recursos asignados y autoritarios del mundo macrosocial descritos en la teoría social clásica han sido normalmente conceptualizados como propiedades directamente relacionadas con el poder económico, el simbolismo mediado en cambio, funciona en el reino ilimitado y vital de la imaginación humana” (1992b: 55). Por lo tanto, además de mucho más accesibles y estar ampliamente disponibles, las formas simbólicas nunca pueden agotarse y están inherentemente abiertas a una infinidad y diversidad de posibles interpretaciones –¡y de usos!–.

De allí que Lull afirmará en *Media, Communication, Culture* que los cuatro componentes de cualquier sistema de comunicación –la fuente, el canal, el mensaje y el receptor– no pueden ser entendidos sino como que son incontrolables por cualquier fuerza político-económico-cultural (Lull, 2000: 197). Eso es lo que va a haber llamado las “zonas de indeterminación”.

- *Las fuentes. Diversidad institucional.* Ninguna institución puede jamás articular solamente una ideología debido a que tiene múltiples autores en su interior; cada uno con sus propias identidades, valores y puntos de vista.
- *Los canales. El uso inmanejable de la tecnología.* Las tecnologías, desde los reproductores y grabadores de audio portátiles, los controles remoto, los viejos video grabadores, las cámaras fotográficas, etc., son todas usadas ampliamente de maneras sumamente creativas, incluso revolucionarias, desafiando la supervisión y el control de las autoridades.
- *Los mensajes. Sombras de significancia.* Los mensajes son en gran parte incontrolables porque las formas simbólicas están abiertas a interpretaciones múltiples, diversas y contradictorias. Los mensajes son polisémicos y multisémicos.
- *Los receptores. La realización de las culturas globales.* El cuarto componente corresponde a las audiencias activas entendidas como actores sociales que interpretan y usan su entorno simbólico de maneras que representan sus intereses personales, sociales y culturales (1997: 226).

Pero mi posición en este capítulo es que Lull no concluye su evaluación de las audiencias al considerarlas como “activas” en los términos en que lo acabo de sintetizar en el último ítem de sus “zonas de indeterminación”. Es de hecho a ampliar y a profundizar su comprensión teórica de esta ‘zona’ y sus implicancias, al



mismo tiempo que a depositar en ella sus más profundas preocupaciones y vigoroso optimismo, a lo que se va a dedicar en sus siguientes dos trabajos, *Culture In The Communication Age* (2001)²² y *Culture-On-Demand: Communication in a Crisis World* (2007). En ambos, pero fraseado así en el segundo, lo que él propone es que “la habilidad de la gente para aprovechar el amplio rango y cantidad sin precedentes de información y de recursos culturales que circulan, pueden en el período del recrudecimiento de los enfrentamientos religiosos y culturales globales post 9/11 ofrecer esperanza para incrementar la tolerancia y disminuir la violencia” (Lull, 2007: xx).

En el corazón de ese predicamento se encuentra lo que Lull denomina “The Push and Pull of Culture” (2007, 80), una dinámica con la que se refiere al nexo dialéctico y dinámico entre Cultura y cultura, entre la vida cultural del grupo y del individuo, señalando que vivimos en Culturas pero iniciamos “experiencias culturales” y llevamos “‘vidas culturales’ que no sólo reflejan nuestras ubicaciones culturales primarias” (2007: 84). La clásica dicotomía entre el agente autónomo y el yo socializado.

Con *push* se refiere a aquellas influencias culturales que se vuelven parte de nuestras vidas culturales más o menos implícitamente, y no necesariamente con nuestro conocimiento o consentimiento. Muchos son heredados. Por ejemplo: los lenguajes primarios, las orientaciones y prácticas religiosas o espirituales, los valores sociales básicos, los tipos de comida, etc. Todos constituyen los elementos no voluntarios de nuestra conciencia cultural dominante y praxis. Características de la vida sobre las que originalmente tenemos poco control y cuyos contornos constituyen nuestras orientaciones más básicas hacia el mundo, las que nos proveen de una estabilidad primordial, y cuya influencia, finalmente, no puede ser nunca completamente eliminada. Son las *demandas* de la cultura (2007: 81).

La gente confía en el lado del *push* de la ecuación cultural para mantener la integridad y usabilidad de lo familiar en un mundo crecientemente incierto y peligroso. En ese sentido, la cultura representa el interés general de un grupo entero, y que por eso es que aunque es no buscada, no funciona solamente como una fuerza dominante y limitante que es impuesta a las personas individuales. “Dependemos de ellas para obtener *comfort*, o incluso para sobrevivir” (2007: 85).

Las tendencias del lado *push* tendrían múltiples y contradictorias consecuencias. Si por un lado ofrecen a sus miembros protección, seguridad, identidad y sentido de

²² El libro es una colección de ensayos que reúne un rango muy amplio de académicos en torno al concepto de cultura y sus implicancias en la era de las nuevas tecnologías de información, la conectividad global y la cultura popular. Lull es el editor y el libro incluye la contribución de David Chaney, Jorge A. González, Ulf Hannerz, Stephen Hinerman, Steve Jones, Stephanie Kucker, Mirja Liikkanen, Paul Messaris, Eduardo Neiva, Michael Real, Edward C. Stewart y a él mismo.



pertenencia, proveyéndoles de una reserva ya lista de material y de recursos simbólicos, así como de un marco general para interpretar el mundo, es por su mismo medio y, por otro lado, que los sistemas poderosos pueden también inculcar valores rígidos, divisivos y no cosmopolitas entre los miembros culturales. De hecho, sus contenidos culturales pueden, y muy a menudo ocurriría así, ser usados como pretextos para discriminaciones religiosas, étnicas, raciales, políticas o culturales en contra de otros dentro y fuera de los bordes nacionales. Mientras el lado *push* organiza la vida y ofrece influencias estabilizadoras y otros beneficios, también limita la libertad, las oportunidades de desarrollo personal y el bienestar (2007: 90).

Con el *pull* en cambio, Lull se quiere referir a la naturaleza dinámica de la comunicación contemporánea. Al rol del yo como agente activo en la construcción cultural. Representa al lado voluntario, al “yo flexible” (Willis, 2000) que busca incrementar la personalización de la experiencia cultural por medio de la creatividad cultural y la elección más personal. Es el yo provisorio y en construcción permanente. Es la *cultura a la demanda* (Lull, 2007: 81), una comprensión de la cultura que crea espacio para el miembro de la audiencia que él había entendido como que estaba cada vez más y mejor equipado cultural y simbólicamente para lidiar con las fuerzas ideológicas, aquellas añejas versiones del *push* que vimos Lull despedazó unas páginas atrás hace casi veinte años.

Como para el ejercicio del poder simbólico, el lado *pull* también implica que los agentes individuales pueden obtener recursos de un campo siempre en expansión. Eso es a lo que Lull llama las “esferas culturales”. Fuentes abreviadas de recursos simbólicos disponibles para sus experiencias culturales que van desde los valores universales, los recursos internacionales mediados, los valores civilizaciones y nacionales, las actividades diarias de rutina y los aspectos más profundos de sus identidades culturales (2000, 2001: 2007).

El *pull*, como en toda su comprensión del proceso de comunicación, aunque no depende, se sirve y ha visto beneficiarse muchísimo de la integración modular, miniaturización, interactividad, portabilidad, movilidad y diseño multipropósito de las tecnologías actuales, así como de su comercialización y relativamente bajo costo, su increíble atractivo, abundante y diverso contenido simbólico y fácil empleo (2001). Todo ello es lo que según Lull habría ayudado a mover la ubicación exclusiva del ejercicio del poder simbólico desde las fuentes institucionales de información y el entretenimiento hacia los individuos y los pequeños grupos. Por ello, “más que solamente ‘miembros culturales’, ‘miembros de la audiencia’ o ‘consumidores’, las personas son en sí unos ‘programadores culturales’ ” (2001: 136). El resultado de esa labor es lo que llama las “súper culturas personales”, una matriz particular y abstracta de recursos simbólicos, de escenas mediadas y no mediadas de la vida diaria, y de otras representaciones y actividades culturales disponibles que la gente mez-



cla, evalúa, apropia y arma subjetiva y reflexivamente para expandir sus horizontes para organizar la vida en formas significativas y placenteras (2000, 2001, 2007).

Pero, ¿cómo es que la aparentemente sólo individual y profundamente hedonista dinámica del *push and pull* que parece prosperar en este mundo de la “cultura a la demanda” puede, como lo señaló Lull (2007), ofrecer la esperanza e incluso constituir la mejor oportunidad para que enfrentemos a los desgarradores dilemas que las colisiones globales de ideologías y creencias están produciendo en el mundo de hoy? La respuesta de Lull es que, aunque las tendencias hacia un mayor individualismo, autonomía, libertad y movilidad en las sociedades contemporáneas están asociadas negativamente con el corazón de los valores occidentales, el capitalismo y comercialismo que han permeado y modelado la modernización y la globalización, muchas orientaciones culturales básicas y prácticas, incluyendo las que están relacionadas a las más íntimas sensibilidades expresivas de los cuerpos humanos situados, están cambiando. No son sólo cosméticas. “Quebrantan la tradición, abren las opciones culturales, y eventualmente crean nuevas normas y prácticas sociales” (2007: 93). “La expansión y mejora del rango de recursos y opciones facilitado una mayor libertad, establece nuevos precedentes culturales y anima una gran aceptación de estilos de vida diversos” (2007: 94-95).

Aunque lo anterior corresponde al nivel más cotidiano en que el *push and pull* impacta, o puede hacerlo, para cambiar las cosas, creo que cuando Lull fue invitado al programa de la televisión ecuatoriana: *Palabras Sueltas*, en junio de 2011, él hizo más claro otro importante nivel. En el set de televisión, Lull comentó el episodio ocurrido durante la ocupación estadounidense de Irak en que un anónimo empleado militar estadounidense había utilizado la cámara de su teléfono móvil para fotografiar clandestinamente a unos guardias que se burlaban de sus prisioneros desnudos en la prisión de *Abu Ghraib*. Como todos sabemos, ese empleado envió las imágenes a través de Internet a un amigo en los Estados Unidos, y éste, en tanto, las envió a una estación de televisión comercial, de las que fueron luego recogidas y distribuidas por las agencias de noticias, incluyendo el programa *60 minutos* de la cadena CBS y que finalmente hizo explotar el escándalo consiguiendo que cientos de usuarios de Internet en todo el mundo continuaran movilizandando las imágenes y multiplicando con ello las críticas. Para él, las imágenes que circularon habían activado reflexiones muy profundas, y que fueron ellas las que luego desencadenaron sonoros juicios morales, provocaron el disgusto globalizado en contra de la guerra y la caída de la administración Bush.

La esperanza de Lull está entonces en lo que considera es una alianza fantástica entre determinación humana y tecnologías que cree que pueden conducirnos a un incremento de la transparencia cultural, o a lo que frasea como “una continua y penetrante condición de apertura, supervisión y vigilancia que hace de la acción



de las personas poderosas una institución visible y públicamente disponible" (2007: 134), y que activa, o puede hacerlo, una globalización cultural reflexiva que, nuevamente, estimula, o puede hacerlo, lo que él llama una sabiduría global, "un proceso de profunda introspección del que surge no sólo una conciencia de los eventos y asuntos que definen la historia del mundo, sino que también una conciencia de esa conciencia y de sus consecuencias para la toma de decisiones morales" (2007: 164). Así, y gracias a la fuerza global de los mass media, la circulación inmediata de imágenes de televisión, las fotografías, los reportajes y los comentarios que circulan, la gente en "todas partes" sabe que sabe más de lo que supo antes. Y también que sabe que sabe que otros comparten esa misma información básica, al mismo tiempo que esos otros también saben que la información que ellos poseen ha sido ampliamente distribuida (2007: 164).

El punto de Lull, y la respuesta a la pregunta por las oportunidades que esto nos ofrecería se encuentra en su perspectiva los diálogos interculturales globales y las comprensiones interconectadas subsecuentes, que aunque habrían tenido su origen, y habrían sido posibles, mediante los procesos aparentemente sólo individualistas de la programación cultural, de hecho se basan también en ellos, tienen potencial para escalar hacia "un intangible pero enérgico desarrollo que puede ayudar a modelar el razonamiento moral de una forma iluminada, e influir positivamente en las decisiones políticas" (2007: 164). Una idea que creo estaría muy cerca del "principio de autonomía" descrito por David Held (2006 [1987]), y que Anthony Giddens dice que constituye la "democracia dialógica", es exactamente lo que Lull está reclamando y sugiriendo que se debe promover: "el reconocimiento de la autenticidad del otro, cuyas ideas y vistas estamos preparados a escuchar y debatir, como un proceso mutuo" (Giddens, 1994: 106), y que, como dice Fareed Zakaria (2007), es en donde se encontraría la esencia de la política democrática liberal, en el establecimiento de un orden social rico y complejo que no esté dominado por una única idea, algo para lo que sin dudas Lull cree los que los *mass media* y las tecnologías en *la cultura a la demanda* contribuyen de un modo único.

La imagen clara. Su temprano interés en las audiencias, las negociaciones de sentido y por la influencia en el contexto doméstico habría evolucionado hacia una preocupación por, una defensa y la proposición de un imperativo democrático secular que cree es siempre favorecido y nutritivamente alimentado por las prácticas de comunicación, pero que a diferencia de lo que parece decirse, no son las hijas de un presente que parece haberse preñado a sí mismo, *creatio ex nihilo*. Para Lull la comunicación ha desde siempre alentado tal comportamiento humano constructivo y moral. Para probar eso es que él no le da un giro a sus ideas, sino que en *The Language of Life* más bien las va a profundizar. Ese interés y objetivo es lo que va a constituir a su siguiente y envolvente nueva aproximación, la "aproximación



evolutiva a la comunicación”, de la que si bien ya he dicho algo en la introducción, voy a decir algunas más a continuación al cerrar el capítulo.

La “aproximación evolutiva”

Es así que prefiero formar mi trabajo desde un punto de vista que vaya a testimoniar este potencial... Hay potencial para trascender a nivel individual y colectivo. Y eso desde un punto de vista personal, filosófico, casi espiritual es la plataforma desde la cual prefiero mirar: Al mismo tiempo, desde ya, no podemos ignorar las tendencias destructivas de tantos aspectos del sistema mundial. Pero para mí los críticos que se sustentan en el pesimismo y preconizan la imposibilidad de la trascendencia y la transformación, adoptan una postura que es peligrosa e induce a errores. Si uno mantiene esa postura ayuda a preparar al mundo para exactamente esta eventualidad. Me niego a hacerlo. Entonces es una especie de exigencia que tengo y me gustaría conservar esa esperanza viva en mi trabajo
(Lull, en Jacks y Tufte, 1998: 150)

Así que si soy un optimista, entonces soy un optimista informado
(Lull, 2007: xi)

La evolución es optimismo... Hay competencia, pero también hay colaboración... Nosotros [los seres humanos] tenemos el poder para decidir... y lo hemos hecho generalmente bien...
(Lull, en Mateo, 2012)

Lull escribió *The Language of Life* en coautoría con Eduardo Neiva. Ambos desarrollaron las ideas centrales del libro a partir de una serie de conversaciones que venían sosteniendo de modo informal desde hacía tiempo. Neiva, especialista en semiótica, estaba preocupado por cómo las imágenes visuales influyen la cultura. Lull, como ya hemos revisado, en la centralidad del sujeto en el proceso de articulación y re-articulación de esas imágenes, y por esa vía, explicar su impacto en la cultura. Compartían el objetivo final, pero no necesariamente el mecanismo. Como amigos, pero también como colegas e intelectuales que se respetan y valoran mucho, ellos intercambiaron y se presentaron sus argumentos y preocupaciones el uno al otro. Por ejemplo, antes de *The Language of Life*, Neiva publicó *Communication Games* (2007), un libro cuya primera versión habría aparecido con el nombre de “Rethinking The Foundations of Culture”, uno de los capítulos en el libro editado por Lull en 2001. Tal Neiva lo señaló en los agradecimientos, Lull editó muy especial



y cuidadosamente la versión de “Rethinking”, y eso es algo que implica que él debió haberse empapado muy bien del argumento. Y por el otro lado, ése mismo año Lull publicó *Culture-On-Demand*, y ahora es él quien agradece a Neiva por sus contribuciones intelectuales y sugerencias editoriales. Neiva también se habría involucrado en lo que Lull venía proponiendo.

No debiera ser equivocado pensar que fue en algún momento, en el contexto de esas conversaciones y lecturas de los borradores del uno y del otro, que sus ideas se habrían empezado a acercar y a reunir tras el argumento de que es través del intercambio comunicativo que habrían podido surgir los convenios de cooperación, algo en lo que además creo que Neiva había sido bastante claro y sugerente al decir que habría ocurrido en lo que llamó el “escenario comunicativo” (Neiva, 2007), y un procedimiento conceptual con el que no sólo da un nuevo nombre al espacio conceptual y empírico en el que las interacciones comunicativas tienen lugar, sino que lo amplía unificando a la naturaleza y a la cultura, que es en suma aquello que va a estar a la base de su proposición en *The Language of Life*, que desde las tempranas formas de vida, incluso desde las microcelulares, y hasta, pero sobre todo desde, el *Homo sapiens* y las complejas civilizaciones que habrían emergido después, la comunicación habría sido central, la fuerza conductora de la evolución.

Pero no tan rápido. Aunque a Lull esta idea le habría hecho muchísimo sentido, él no la habría aceptado y propuesto así como así. Acucioso y cuidadoso como siempre ha sido, se dedicó por varios años a la revisión detallada de los análisis y descripciones de varios naturalistas, especialmente a los escritos más importantes de Charles Darwin. Con mucha humildad asistió también a seminarios internacionales. Tomó nota de todas las ocasiones en que le pareció que Darwin y los demás hacían referencia a cualquier actividad que pudiera ser entendida como “comunicación”, aun cuando no hubiese sido señalado explícitamente así por ellos. Y en efecto. Lo que Lull concluyó es que muchos, incluyendo el propio Darwin, se habían referido a ella en bastantes ocasiones, pero que lo que había ocurrido es que no la habían utilizado como una categoría formal en sus análisis, y que en consecuencia, es por eso que resultó que los procesos de comunicación no han sido suficientemente explicados o correctamente integrados en la narración científica de la evolución humana. Y que también, pero ahora en la dirección contraria, que “a pesar del vínculo esencial que en su opinión conecta a la comunicación, el cuerpo masivo de la investigación empírica que ha apoyado a la teoría de la evolución no ha impactado en forma significativa en el desarrollo de la teoría de la comunicación” (Lull y Neiva, 2012: 16).

De allí que lo que harán en el libro es un doble reclamo. Primero, por una mayor infusión de la teoría de la evolución en la teoría de la comunicación y, segundo, por



una mayor atención al papel de la comunicación en los procesos evolutivos. De allí que lo que ellos proponen es un remedio a ambos asuntos mediante el análisis de los dominios humanos del sexo, la cultura, la moralidad, la religión y el cambio tecnológico, tratándolos como fenómenos comunicacionales (2012: 17). Sobrevivimos comunicando: a) belleza, disponibilidad y cualidades sexuales a los otros; b) los principios, valores y creencias que construyen y refuerzan los lazos entre los miembros de las comunidades de origen, y que al mismo tiempo marcan con claridad los límites con los otros grupos, especialmente durante los procesos de expansión y colonización de extensos y lejanos territorios geográficos; c) sentimientos que promueven el comportamiento bueno para la comunidad y que refuerzan los lazos emocionales; y, finalmente, d) las ideas que permiten hacerle frente a los temores y dudas existenciales, y que luego de ser bien orquestadas se han convertido en importantes mecanismos de cohesión social, y para algunos, en la fuente y sentido de los valores morales dominantes.

Lull y Neiva demuestran que son esos mismos intereses los que han evolucionado hasta tomar forma en el sofisticado y tecnologizado entorno cultural contemporáneo. Lo que resulta de esa revisión es que ahora y en “todas partes”, tal como fue hace millones de años y en algunos recónditos lugares, cuando pasamos de ser “presas” y “carroñeros” a unos “depredadores exitosos e innovadores” gracias a que la comunicación nos permitió coordinar las acciones concretas para matar al mamut, lo que implica además habernos permitido enfocar la atención del grupo en ese mismo y preciso logro, la comunicación nos sigue permitiendo cultivar sentimientos y actitudes comunes sobre lo que ocurre y lo que queremos, y con ello el surgimiento de las “intenciones compartidas” (Gilbert, 1989) y “compromisos conjuntos” (2014).

Pero un momento. ¿No que la “selección natural” o la “supervivencia del más apto”,²³ el fin último de la evolución, serían incapaces de proporcionar la base moral para un sistema duradero de valores éticos? Lull y Neiva siguen a aquellos para quienes esa es una versión válida pero estereotípica y nuevamente reduccionista del proceso que se olvida y deja fuera el hecho de que si bien sobrevivir individualmente es la meta, su logro es en el caso de los seres humanos, un proyecto social compartido,²⁴ algo que Michael Tomasello, el reconocido priomatólogo, define como el resultado de unos esfuerzos cooperativos a los que les subyace un “modelo cooperativo de comunicación” (2009, 2010, 2014).

²³ Edward Larson señala que se han usado ambas expresiones de manera indistinta (2007: 115).

²⁴ Una comprensión que ha ganado terreno el campo de la teoría de la evolución en los últimos treinta años y que tal como Darwin lo había notado para el caso de los insectos, muy en particular para el de las abejas, el altruismo recíproco, el “voy a hacer algo por ti, y luego tú vas a hacer algo por



Es de hecho siguiendo de bastante cerca a Tomasello que Lull y Neiva van a señalar que ha sido “el comportamiento cooperativo repetido, reforzado y sostenido por las habilidades rudimentarias de comunicación de nuestros ancestros homínidos, la pantomima, el apuntar y el señalar; las que habrían estimulado la adquisición de unas habilidades superiores de comunicación, contribuyendo además a una expansión adicional de los modos de cooperación, y también a profundizar la sensibilidad moral y la empatía entre los miembros individuales involucrados”. Un proceso que ellos describen como que habría ocurrido en tres pasos. Primero, por medio de *solicitar* (quiero que hagas algo por mí), segundo, por medio de *informar* (quiero que sepas algo, porque creo que ayudaré a que te interese) y, tercero, por medio del compartir (quiero que sientas algo de modo que podamos compartir actitudes y sentimientos juntos) (Lull y Neiva, 2012: 146). Avanzar hasta la tercera fase es lo que habría establecido la base común sobre la que las culturas desarrollaron sus valores morales y su ética, y que a medida que el hombre avanzó civilizacionalmente y las tribus pequeñas se unieron en comunidades más grandes, el instinto de supervivencia expresado en la necesidad de cooperar le habría dicho a cada individuo que debía extender sus instintos sociales y simpatías a todos los miembros de la misma nación, eso aunque le fueran personalmente desconocidos. La forma en que lo hizo, lo hace y lo seguirá haciendo es por medio de la comunicación, desde la más básica hasta la más mediatizada de sus formas.

Palabras finales

Pareciera que así como ha quedado puesta la “aproximación evolutiva” Lull nos ofrece con ella a una idea algo romántica. Una en la que la comunicación sólo favorece interacciones cooperativas buenas, y como que las ideas son aceptadas por todos. No parece haber enfrentamiento. No es el caso, y es creo que al enfrentar este punto que podremos ver todavía con mucha más claridad a la postura humanista –¡y de siempre!– de Lull.

En febrero de 2002, en una *TED Talk* realizada en Monterrey, California, el filósofo estadounidense Daniel Dennet contó una interesante historia. En ella, una hormiga se arrojaba continuamente. De los árboles al pasto. Y de nuevo. De los árboles

mí” ha resultado ser una solución evolutiva en que, y aunque no estén involucrados y no compartan patrimonio genético inmediato, en muchas circunstancias de la vida, los individuos trabajan cooperativamente para alcanzar el éxito (Lull y Neiva, 2012: 143).



al pasto. Una y otra vez. “Ella parecía haberse vuelto loca, pues estaba repitiendo un comportamiento inútil en el que no ganaba nada, y en el que aparentemente no estaba persiguiendo ninguna meta” (Dennet, 2002). Entonces, ¿por qué lo hacía? La explicación de Daniel Dennet fue que ella habría sido infectada por un parásito cerebral que para continuar su ciclo vital necesitaba llegar al estómago de una oveja o de una vaca. Entonces usaba a la hormiga como a una camioneta 4×4. “Su cerebro había sido secuestrado por un parásito que la indujo a un comportamiento suicida [...]”. Sugiriendo un paralelismo entre la replicación genética y la transmisión cultural o “memética”, Richard Dawkins (2009 [1976]) inventó el término meme. Fue una manera de conceptualizar la presencia de ciertos rasgos culturales duraderos. Un meme sería un paquete de información con personalidad que puede transportarse en cualquier medio físico. Palabras que pueden pronunciarse, pero también conductas y comportamientos que prosperan gracias al proselitismo. Estaríamos viviendo en medio de unas ideas tóxicas, igual que como nuestros ancestros lo hicieron con los gérmenes, o a como lo hace la hormiga del ejemplo de Dennet, para quien la preocupación hoy es que sean las ideas y no los parásitos quienes en la actualidad secuestren nuestra mente. “Muchas personas morirían por el comunismo, el capitalismo, el catolicismo o el islam [...] Son una *infectious repetitis* que reemplazaría a nuestros imperativos biológicos” (Dennet, 2002).

Pero para Lull y Neiva la explicación de los temas culturales perdurables por medio de una teoría del contagio o de una comprensión virulenta sugiere implícitamente que una serie de copias emocionales y conductuales fluirían misteriosamente de una persona a otra, una visión en la que los memes aparecen como los únicos directores y motivadores de la transmisión cultural. Como si ellos flotaran libremente y con vida propia. En el fondo, esa es una perspectiva en que como ya lo había notado Lull antes para el caso de las ideologías, las ideas culturales que habitan en las mentes de los seres humanos que las pasan a los demás, existirían independientemente de sus huéspedes humanos (Lull y Neiva, 2012: 108-9). Pero nuevamente, como las ideologías, para Lull y Neiva los memes tampoco tienen intenciones, ni tampoco toman la iniciativa. “Los memes son signos, no martillos” (2012: 113). Si bien los genes se replican, las personas se comunican, un proceso mucho extraordinariamente más complejo y abierto a resultados variables, incluso, a una activa resistencia o a su franco rechazo.

En esta explicación yace lo mismo que ha importado siempre a Lull. Que son las personas quienes transportan, comunican y dan credibilidad a los materiales e ideas culturales que albergan. Son ellas las que los reciben, y sobre todo, son ellas las que, y a sabiendas, las usan con sus propios motivos e intenciones. Por eso, en lugar de pensar en los memes como en poderosos virus culturales cuya influencia modeladora no se puede evitar, hay en consecuencia, dice Lull, que invertir la lógica. “En



última instancia, son los memes los que no pueden escapar al destino de ser transformados” (2012: 113). Siguiendo a Dawkins, él va a decir que “tenemos el poder para desafiar a los genes egoístas de nuestro nacimiento y, si es necesario, a los memes egoístas de nuestro adoctrinamiento” (2009 [1976]: 200), un proceso de toma de decisiones inteligentes que para Lull ocurre “en ese espacio no asignado entre la determinación y el azar, y en el que —señala enfáticamente él— nuestros talentos especiales como comunicadores decidirán el futuro” (Lull y Neiva, 2012: 210).

Desde Vietnam, pasando por Oregon, Wisconsin, China, los conflictos post 9/11 y la cárcel de Abu Ghraib, la perspectiva se ha hecho más compleja y profunda, pero es siempre una y la misma. La de que los medios son una plataforma y la comunicación un proceso que es conducido por seres humanos que desarrollan sus intenciones, buscan generar vistas sobre esas intenciones y compartirlas, y que es por su vía que eso no solamente ocurre, sino que es por la que la empatía emerge y se extiende a “todas partes”.

Lo que espero haber hecho aparecer frente a los ojos del lector es precisamente eso, una perspectiva que se ha caracterizado por reclamar, por proponer y, finalmente, por darle un lugar central a las prácticas humanas de comunicación. Una que además del tremendo valor heurístico que puede ofrecer a los futuros estudios en nuestro campo, en otro plano, constituye algo parecido a lo que Dorothy Emmet ha llamado *focus imaginarius*, una meta a ser buscada aunque se entienda que no será nunca total ni completamente alcanzada (1994: 10), pero que, y como lo ha explicado muy claramente Daniel Chernilo, es un tipo de razonamiento filosófico que nos libera de la culpa auto destructiva por lo que no podemos lograr, a la vez que de la auto satisfecha complacencia sobre lo que hemos conseguido, mientras al mismo tiempo nos ayuda a reflexionar sistemáticamente sobre la tensión entre ambas, no sólo al nivel de nuestras prácticas cognitivas, sino que al nivel de las prácticas morales también (2008: 29). Es exactamente allí en donde creo que se encuentra el mayor atributo —y los fundamentos mismos— de la “aproximación evolutiva” de James Lull. En el hecho ahora claro de que ella nos provee de una muy seria consideración sobre las presunciones filosóficas fundamentales del autor sobre el potencial transformador de los seres humanos.

Referencias

- Alexander, Jeffrey (1987). *Las teorías sociológicas desde la Segunda Guerra Mundial*, Gedisa: España.
- Ang, Ien (1991). *Desperately Seeking the Audience*, Routledge: Londres/Nueva York.



- Ang, Ien (2003 [1982]). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Routledge: Londres.
- Austin, J. L. (1975 [1962]). *How To Do Things With Words*, Harvard University Press: Cambridge, Massachusetts.
- Blumer, Herbert (1969). *Symbolic Interactionism*, Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ.
- Castells, Manuel (2009). *Communication Power*, Oxford University Press: Oxford.
- Chernilo, Daniel (2008). *A Social Theory of the Nation-State: The Political Forms of Modernity Beyond Methodological Nationalism*, Routledge: Londres.
- Darwin, Charles (1998). *The Descent of Man*, 2a ed., Prometheus Books: Amherst, NY.
- Dawkins, Richard (2009 [1976]). *The Selfish Gene*, Oxford University Press: Oxford.
- Dennet, Daniel (2002). *Dangerous Memes*, TED Talk: Monterrey, CA.
- Emmet, Dorothy (1994). *The Role of the Unrealisable: A Study in Regulative Ideals*, St. Martin's Press: Nueva York.
- Fiske, John (1992[1987]). *Television Culture*, Routledge: Londres.
- Garfinkel, Harold (1984[1967]). *Studies in Ethnomethodology*, University of California, Polity Press: Los Ángeles.
- Giddens, Anthony (1979). *Central Problems in Social Theory: Action, Structure and Contradiction in Social Analysis*, University of California Press: Berkeley/Los Ángeles.
- Giddens, Anthony (1993 [1976]). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías comprensivas*, Amorrortu: Buenos Aires.
- Giddens, Anthony (1994). *Living in a Post-Traditional Society*, en Beck, Ulrich, Giddens, Anthony y Lash, Scott (1994), *Reflexive Modernization: Politics, Tradicion and Aesthetics in the Modern Social Order*, Stanford University Press: Stanford.
- Giddens, Anthony (1995 [1981]). *A Contemporary Critique of Historical Materialism*, 2a ed., Stanford University Press: Stanford.
- Giddens, Anthony (1998[1984]). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*, Amorrortu: Buenos Aires.
- Gilbert, Margaret (1989). *On Social Facts*, Princeton University Press: Princeton, NJ.
- Gilbert, Margaret (2014). *Joint Commitment: How We Make the Social World*, Oxford University Press: Oxford.
- Glaser, Barney y Strauss, Anselm (2009 [1967]), *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine Transaction: New Brunswick, USA; Londres, UK.
- Goffman, Erving (2006 [1959]). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu: Buenos Aires.
- Held, David (2006 [1987]). *Models of Democracy*, 3a ed., Stanford University Press: Stanford.



- Hymes, Dell (1964). "The Ethnography of communication", en *American Anthropologist*, 66, No. 6, part 2.
- Jacks, Nilda y Tufte, Thomas (1998). "En los Estudios Culturales, el sur también existe". Entrevista con James Lull, en *Causas y Azares*, No. 7.
- Larraín, Jorge (2008). *El concepto de ideología*, Vol. 2, LOM: Santiago.
- Larraín, Jorge (2010). *El concepto de ideología*, Vol. 4, LOM: Santiago.
- Larson, Edward (2007). *Evolución: La asombrosa historia de una teoría científica*, Debate: Argentina.
- Lechenmeyer, Charles (1971). *The Language of Sociology*, Columbia University Press: Nueva York.
- Lewis, Jeff (2008). *Cultural Studies*, Sage: Los Angeles, CA.
- Lewis, Oscar (1959). *Five Families*, Basic Books: Nueva York.
- Lewis, Oscar (1965). *La Vida*, Random House: Nueva York.
- Lull, James (1974). "Counter Advertising: Persuasiveness of the Anti-Bayer Television Spot", en *Journal of Broadcasting*, 18:3.
- Lull, James (1976). "Mass Media and Family Communication: An Ethnography of Audience Behavior", tesis doctoral, Universidad de Wisconsin: Wisconsin.
- Lull, James (1978a). "Choosing Television Programs by Family Vote", *Communication Quarterly*, Vol. 26, No. 4.
- Lull, James (1982a). "How Families Select Television Programs: A Mass-Observational Study", en *Journal of Broadcasting*, Vol. 26, No. 4.
- Lull, James (1982b). "A Rules Approach to the Study of Television and Society", *Human Communication Research*, Vol. 9, No. 1.
- Lull, James (1987a). "Thrashing in the Pit: An Ethnographic of San Francisco Punk Subculture", en: Lindlof, Thomas (ed.) (1987), *Natural Audiences: Qualitative Research of Media Uses and Effects*, Ablex Publishing Company: Norwood, NJ.
- Lull, James (1987b). "Critical Response: Audience Texts and Contexts", *Critical Studies in Mass Communication*, No. 4.
- Lull, James (ed.) (1988a), *World Families Watch Television*, Sage: Newbury Park, CA.
- Lull, James (1988b). "The Audience as Nuisance", *Critical Studies in Mass Communication*, No. 5.
- Lull, James (1990). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*, Routledge: Londres/Nueva York.
- Lull, James (1991). *China Turned On: Television, Reform and Resistance*, Routledge: Londres/Nueva York.
- Lull, James (1992a [1987]). *Popular Music and Communication*, Sage: Newbury Park, CA.
- Lull, James (1992b). "La estructuración de las audiencias masivas", en *Día-Logos*, No. 32.



- Lull, James (1996). "The Political Correctness of Cultural Studies", ponencia presentada en la conferencia de la Asociación Internacional de Investigadores en Medios y Comunicación, Sydney, Australia, agosto 18-22.
- Lull, James (1997). *Medios, Comunicación, Cultura: Aproximación Global*, Amorrortu: Buenos Aires.
- Lull, James (2000). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*, 2a ed., Polity Press: Cambridge, UK.
- Lull, James (ed.) (2001). *Culture in the Communication Age*, Routledge: Londres.
- Lull, James (2002). "Review Essay: Zygmunt Bauman", *International Journal of Cultural Studies*, 5(1)
- Lull, James, (2007). *Culture-On-Demand: Communication in a Crisis World*, Wiley-Blackwell: Oxford, UK.
- Lull, James y Mulac, Anthony (1978). "Effectiveness of TV Counter Ad", *Journalism Quarterly*, Vol. 55, No. 4.
- Lull, James y Neiva, Eduardo (2012). *The Language of Life: How Communication Drives Human Evolution*, Prometheus: Nueva York.
- Mateo, David (2005). "Kacha el Bombo: El Individualismo Colectivo en la Era de la Comunicación", tesis de magíster, Universidad Diego Portales: Santiago.
- Mateo, David (2010), "Los ravers como coautores culturales de ficciones reales personales", tesis de magíster, Universidad de Chile: Santiago.
- Mateo, David (2012). "En conversación con James Lull". Entrevistas no publicadas.
- Mateo, David (2014). "El individualismo colectivo: reclamando claridad a la perspectiva de James Lull", manuscrito de tesis doctoral no publicado.
- Matterlart, Armand y Neveu, Érik (2004). *Introducción a los Estudios Culturales*, Paidós: Barcelona.
- Morley, David (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Routledge: London.
- Muggleton, David (2000). *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*, Berg: Oxford.
- Neiva, Eduardo (2001). "Rethinking The Foundations of Culture", en: Lull, James (ed.) (2001), *Culture in the Communication Age*, Routledge: Londres. Págs. 31-53.
- Neiva, Eduardo (2007). *Communication Games: The Semiotic Foundation of Culture*, Mouton de Gruyter: Berlín.
- Osorio, Francisco (2005). "Proposal for Mass Media Anthropology", en: Rothenbuhler, Eric y Coman, Mihai (eds.) (2005), *Media Anthropology*, Sage: Thousand Oaks, CA.
- Parsons, Talcott (1951). *The Social System*, Routledge: Londres.



- Radway, Janice (1991 [1984]). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, The University of North Carolina Press: Chapel Hill/Londres.
- Rodrigo, Miquel (1999). *Comunicación intercultural*, Anthropos: Barcelona
- Schramm, Wilbur y Donald, Robert (1971). *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press: Urbana.
- Schutz, Alfred (1995 [1962]). *El problema de la realidad social*, Amorrortu: Buenos Aires.
- Searle, John, R. (1972 [1969]). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge University Press: Londres.
- The Economist* (2013). <www.economist.com/news/leaders/21580143-wave-anger-sweeping-cities-world-politicians-beware-march-protest>.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and Modern Culture*, Polity Press: UK; Stanford University Press: Standford, CA.
- Thompson, J. B. (1991). "Editor's Introduction", en: Bourdieu, Pierre (1991), *Language & Symbolic Power*, Harvard University Press: Cambridge.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press: UK; Stanford University Press: Standford, CA.
- Tomasello, Michael (2009). *Why We Cooperate*, MIT Press: Cambridge, MA.
- Tomasello, Michael (2010). *Origins of Human Communication*, MIT Press: Cambridge, MA.
- Tomasello, Michael (2014). *A Natural History of Human Thinking*, Harvard University Press: Londres.
- Webster, Frank (2002). *Theories of the Information Society*, Routledge: Londres.
- Willis, Paul (2000). *The Ethnographic Imagination*, Polity: UK.
- Zakaria, Fareed (2007). *The Future of Freedom: Liberal Democracy at Home and Abroad*, W.W. Norton & Company: Nueva York/Londres.

