

Da etnografia à evolução

From ethnography to evolution

JAMES LULL^a

Universidade Estadual de San Jose, Departamento de Estudos da Comunicação. San Jose – CA, Estados Unidos da América.

RESUMO

O autor reflete sobre o desenvolvimento de sua abordagem epistêmica no estudo da comunicação e cultura, primeiramente, por meio de narrativas de experiências-chave que ele teve quando criança e jovem adulto, especialmente viagens. Ele traça a trajetória do seu estudo empírico sobre mídia, cultura e comunicação, citando os principais estudiosos e literatura, bem como suas experiências como comunicador profissional. A tese de doutorado do professor Lull, realizada na Universidade de Wisconsin-Madison, uma etnografia inovadora da vida familiar com a televisão, estabeleceu-o no caminho da pesquisa empírica qualitativa durante grande parte do seu início de carreira. Ele cita o artigo *The social uses of television* e sua etnografia sobre a chegada da televisão na China urbana como suas maiores realizações em pesquisa. No final da década de 1980, seu foco se voltou para a América Latina, onde participou de várias palestras, seminários e workshops. Seu trabalho colaborativo com Eduardo Neiva, professor de comunicação brasileiro-estadunidense, contribuiu para a transição do autor para seu mais recente trabalho: a introdução da comunicação evolutiva como uma alternativa teórica para a área. **Palavras-chave:** Etnografia, estruturação, evolução, comunicação evolutiva

^a Professor Emérito da Universidade Estadual de San Jose. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4150-1007>. E-mail: jameslull@aol.com

ABSTRACT

The author reflects on the development of his epistemic approach to the study of communication and culture first by recounting key experiences he had as a boy and young man, especially travel. He traces the trajectory of his empirical study of media, culture, and communication by citing key scholars and literature as well as his experiences as a professional communicator. Professor Lull's doctoral dissertation at the University of Wisconsin-Madison, an innovative ethnography of family life with television, set him on the path of qualitative empirical research for much of his early career. He mentions his article "The Social Uses of Television" and his ethnography of the arrival of television in urban China as his major research accomplishments. In the late 1980s, his focus turned to Latin America, where he has given numerous presentations, seminars, and workshops. His collaboration with the Brazilian-American communications professor Eduardo Neiva helped bring about a transition to his most recent work, the introduction of evolutionary communication as a theoretical alternative in the field.

Keywords: Ethnography, structuration, evolution, evolutionary communication

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p87-102>

V.16 - Nº 3 set./dez. 2022 São Paulo - Brasil JAMES LULL p. 87-102

MATRIZES

MEU *HABITUS INTELLECTUAL* e as decisões, escolhas, valores e subjetividades que moldaram minha carreira como pesquisador, escritor e professor refletem uma trajetória pessoal que antecede em muito os cinco anos de treinamento formal na pós-graduação. Tenho certeza de que isso é verdade para a maioria de nós.

A comunicação e a cultura fascinaram-me muitos anos antes da minha incursão no ensino superior. Embora eu me considere socialmente introvertido, sempre adorei me expressar por meio dos meios disponíveis, começando com minha voz e meu corpo – uma divisão público/privado no comportamento expressivo que é comum entre os introvertidos. Durante o ensino médio, tornei-me locutor de fim de semana de uma pequena estação de rádio AM comercial em minha cidade natal, Owatonna, Minnesota, EUA. Eu era o locutor do estádio da minha escola para jogos de futebol, membro do coral da escola, redator do jornal da escola e ator nas peças da escola.

Aos 15 anos, meu pai me deu algo que trouxe benefícios para toda a minha vida: uma paixão por viagens ao exterior e um profundo apreço pela complexidade de cultura. Papai era um especialista em mapas de uma divisão de infantaria americana que lutou na França durante a Segunda Guerra Mundial. Ele estava determinado, 15 anos depois, a retornar à Europa para reconstituir seus passos, reatar a amizade com as famílias francesas com quem ele ficou durante as últimas etapas da guerra e explorar países como Holanda, Itália, Áustria e Suíça – que ele nunca tinha visitado. Tornei-me seu parceiro em uma viagem sem guia turístico de um mês pela Europa central em um carro alugado. Papai manteve um diário detalhado da viagem, cheio de observações como as seguintes, descrevendo suas impressões sobre Genebra, Suíça, em 4 de julho de 1960:

Fiz um interessante passeio de ônibus pela cidade. O guia falava inglês, francês, alemão e italiano. Fizemos amizade aqui com um jovem professor de inglês e sua irmã da Índia.

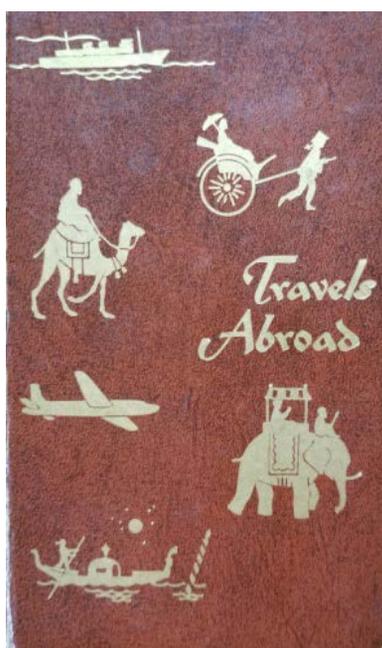
Ao contrário da maioria dos adolescentes americanos até hoje, especialmente aqueles que vivem no meio-oeste, eu estava tendo uma experiência em primeira mão do multiculturalismo. Por causa de sua diversidade étnica e pura beleza natural, papai era apaixonado pela Suíça. Certa noite, enquanto jantávamos no restaurante de um hotel nos Alpes suíços, ele me disse: “Olhe ao seu redor, filho. Nós, americanos, estamos comendo comida francesa servida por um garçom italiano na Suíça. As pessoas na mesa ao lado estão falando alemão e ali está um casal de chineses.” Nunca esqueci aquele cenário multicultural há mais de 60 anos e a descrição sensível e respeitosa de papai. Ele não apenas observava e apontava

as coisas culturais que o interessavam, *mas também as anotava*. Eu certamente não sabia na época, mas minha imaginação etnográfica começava a tomar forma.

Figura 1



Figura 2



Depois de terminar o colegial em 1963 com notas médias e nenhum interesse imediato em ingressar na faculdade, alistei-me no Exército dos Estados Unidos para me tornar um “especialista em informação e transmissão”. Após o treinamento na Escola de Informação de Defesa localizada em New Rochelle, Nova York, fui enviado para Fort Benning, Geórgia, para servir como jornalista e locutor militar. Também trabalhei fora do posto nos fins de semana como DJ Top 40 para estações de rádio comerciais em Columbus, Geórgia.

Quando entrei para o Exército, poucas pessoas (inclusive eu) sabiam da crescente presença militar dos Estados Unidos no Vietnã. Mas, em agosto de 1965, fui despachado para lá com a 1ª divisão de cavalaria aérea como parte do aumento de forças do presidente Lyndon Johnson na zona de guerra. Nos primeiros seis meses no Sudeste Asiático, servi como repórter militar para *Stars and Stripes*, *Army Times* e muitos jornais metropolitanos nos Estados Unidos. Em janeiro de 1966, fui transferido de meu posto de jornalista no planalto central para Saigon (atual cidade de Ho Chi Minh) para me tornar um locutor da equipe da

Rádio-Vietnã das Forças Armadas. Eu estava no ar durante a época da guerra do *Good Morning, Vietnam!* Meu programa noturno na Rádio das Forças Armadas levou ao famoso programa “Dawn Buster”, apresentado por Adrian Cronauer, interpretado por Robin Williams naquele famoso filme.

O recrutamento de jovens para o serviço militar nos Estados Unidos foi obrigatório de 1948 a 1973. Esse requisito me deu a oportunidade de trabalhar com vários jovens comunicadores profissionais que foram convocados involuntariamente para o serviço. Eles eram jornalistas, fotógrafos e locutores em suas vidas civis. Todos eram universitários graduados e muitos deles se tornaram mentores *de facto* para mim. A experiência de cobrir a guerra no terreno me imbuíu de grande respeito pelo jornalismo de qualidade. Até hoje, prefiro ler um relato jornalístico detalhado, com nuances e com boas fontes de uma notícia ou questão política legítima do que me debruçar sobre a maioria dos artigos que aparecem em revistas acadêmicas.

Quando fiz 21 anos, já havia viajado pela Europa Central com meu pai e fui enviado para o Sudeste Asiático pelo Exército — dois eventos monumentais em minha vida. Eu realmente não queria fazer aquela longa viagem de verão com papai aos 15 anos; perseguir garotas e jogar beisebol eram muito mais importantes. E a implantação militar estava repleta de perigos. Mas essas experiências moldaram positivamente a visão de mundo global que eu adotaria e a pessoa, o pesquisador, o escritor e o professor que eu me tornaria.

Mudei-me para a Califórnia para cursar a faculdade quando minha viagem militar ao Vietnã terminou. Para financiar minha graduação na San Jose State University, trabalhei como locutor em uma estação comercial de rádio FM de rock progressivo. Além de minhas funções no ar na estação, o gerente geral me pediu para conduzir uma pesquisa por telefone sobre os hábitos de escuta do público de rádio na área da baía da Califórnia. Essa experiência — perguntar às pessoas o que elas ouviam no rádio e por quê, numa época em que as pesquisas por telefone eram bem recebidas pela maioria dos entrevistados — tornou-se um momento-chave em meu desenvolvimento profissional. Percebi que gostava muito de fazer pesquisas de audiência— especialmente fazendo perguntas abertas aos entrevistados sobre seus hábitos de escuta.

Para desenvolver ainda mais meu interesse em pesquisa de audiência, mudei-me para a costa do Pacífico para fazer mestrado em comunicação na Universidade de Oregon. Minha pesquisa para a tese assumiu a forma de um experimento de laboratório que mediu as respostas dos membros da audiência de televisão a um estímulo gravado em vídeo – um segmento de um programa de TV popular. Embutido no vídeo estava uma “contrapropaganda” de televisão. A contrapropaganda era um tipo de anúncio de serviço público que encorajava

as pessoas a *não* comprarem certos produtos – aqueles com efeitos sociais ou ambientais prejudiciais, por exemplo. As respostas do público ao vídeo, incluindo o contra-anúncio, foram medidas por cada espectador usando um dispositivo portátil para indicar continuamente o quanto eles “gostavam” ou “não gostavam” do que viam na tela. Criados por um professor da universidade, os aparelhos eram um protótipo de equipamento que mais tarde seria usado por empresas comerciais de pesquisa para avaliar a favorabilidade de anúncios pagos e reações a pilotos de programas de TV propostos. As descobertas e conclusões dessa pesquisa de contrapropaganda levaram à minha primeira publicação acadêmica (Lull, 1974).

Meu curso no Oregon também me apresentou ao estudo sociocientífico da comunicação interpessoal e de grupo. Comecei a pensar sobre como a experiência de assistir à televisão na década de 1970 normalmente ocorria em um contexto interpessoal natural — a casa da família. Contudo, apesar de sua extensa sobreposição no comportamento real, a literatura acadêmica sobre comunicação interpessoal e comunicação de massa ocupou domínios separados. É importante ressaltar que, na mesma época, a ideia de comunicação como um processo estava emergindo como uma nova perspectiva importante que implicitamente encorajou a mistura teórica de comunicação interpessoal e de massa (Schramm & Roberts, 1971).

Eu estava determinado a estudar como os processos de comunicação interpessoal e de massa interagem nos processos constituintes da vida cotidiana. Essa era a linha potencial de pesquisa que eu esperava criar quando entrei no programa de doutorado em Artes da Comunicação na Universidade de Wisconsin-Madison como professor de pós-graduação em 1973. Felizmente, os departamentos de Artes da Comunicação e Comunicação de Massa ocupavam o mesmo prédio no campus de Madison, permitindo acesso conveniente a estudiosos, cursos e instalações em ambas as áreas.

A obtenção de um doutorado pode ser uma experiência muito desafiadora e demorada, e não apenas em termos de cursos difíceis, professores que protegem o território, competição com outros alunos e dificuldades financeiras. No melhor sentido, a pós-graduação também pode se tornar um espaço em que ocorre um profundo crescimento intelectual. Esse crescimento nem sempre se alinha com as prioridades e exigências estabelecidas pela universidade. Como escrevi na introdução de uma coleção de meus ensaios sobre televisão em família, tive duas formações simultâneas na pós-graduação: uma que atendeu às demandas institucionais e outra que criei para mim mesmo – o que contribuiria mais diretamente para meu início de carreira como um etnógrafo da comunicação (Lull, 1990).

Em meados da década de 1970, o positivismo lógico e suas metodologias de pesquisa quantitativas concomitantes atingiram seu auge nas ciências sociais nos Estados Unidos, incluindo a disciplina científica retardatária, os estudos de comunicação. Aprender a usar estatísticas avançadas tornou-se o ritual central nos ritos de passagem para alunos de pós-graduação nas principais faculdades e universidades. Se você fosse inteligente com análise de caminho, análise de defasagem sequencial e análise discriminada múltipla, seria considerado um bom aluno. Além das metodologias históricas e literárias atribuídas à análise retórica, o braço científico da disciplina de comunicação foi impulsionado por abordagens quantitativas, apesar das profundas limitações em seu potencial explicativo e da típica classificação do comportamento humano complexo em categorias pré-determinadas.

Em parte devido à minha experiência como jornalista e profissional da mídia, fiquei cada vez mais frustrado com as limitações das tendências metodológicas impessoais que dominavam os estudos de comunicação nos Estados Unidos na época. Em vez disso, olhei para outras disciplinas nas quais linhas de pesquisa empírica qualitativa haviam sido estabelecidas — especialmente sociologia, psicologia e antropologia.

De grande importância foi o *Studies in ethnomethodology* (1967), do sociólogo da UCLA Harold Garfinkel, um grande avanço que se baseia filosoficamente na fenomenologia humanística de Edmund Husserl (Husserl, 1931) e na teoria da intersubjetividade social de Alfred Schutz (Schutz, 1967). A abordagem etnometodológica documenta e explica em detalhes microscópicos precisamente como os atores sociais (muitas vezes inconscientemente) realizam (“fazem”) atividades rotineiras de comunicação – “fazer” caminhando, “fazer” falando ou “fazer” assistindo televisão, por exemplo. Os “métodos” na etnometodologia referem-se às maneiras padronizadas pelas quais as pessoas fazem as coisas, *não* a uma metodologia de pesquisa.

Etnometodologias executadas por sujeitos de pesquisa no comportamento cotidiano podem ser identificadas e analisadas empregando metodologias de pesquisa qualitativa tipicamente alinhadas com o trabalho de campo realizado em sociologia e antropologia qualitativas, incluindo etnografia. Mas uma palavra de cautela: o termo “etnografia” costuma ser usado de maneira muito vaga nos estudos culturais e de comunicação. “Pesquisa empírica qualitativa” descreve mais apropriadamente estudos de pequena escala.

Inspirado pelo movimento etnometodológico na sociologia e na tradição etnográfica de longa data na antropologia, desenvolvi estudos na pós-graduação para investigar a interface dinâmica entre comunicação interpessoal e comunicação de massa. No início e meados da década de 1970, mesmo técnicas de

pesquisa qualitativa de audiência relativamente discretas, como grupos de foco, não existiam na indústria ou na academia nos Estados Unidos. Os serviços de classificação comercial produziram apenas dados sobre a popularidade das estações e programas de televisão. Algumas pesquisas nacionais geraram relatórios estatísticos de grande escala, focados principalmente em categorias demográficas relacionadas a padrões de visualização.

Eu queria saber não apenas *o que as* pessoas assistem, mas *como* as pessoas constroem a totalidade de suas experiências cotidianas com a televisão (seus etnométodos). Comecei minha busca propondo uma pergunta de pesquisa simples: “Como as pessoas escolhem os programas que assistem?”. Em meados da década de 1970, o lar americano típico tinha um aparelho de televisão, geralmente localizado na “sala de estar” ou “sala de família”. Especialmente à noite, ver televisão era quase uma experiência comum. Não havia computadores, internet, *smartphones* ou redes sociais para disputar o tempo de lazer dos familiares. A televisão a cabo ainda não havia impactado Madison, então apenas três grandes redes de TV (CBS, NBC e ABC) e um canal público de televisão estavam disponíveis. Mesmo em casas com vários aparelhos de TV, uma “decisão familiar” ou “votação familiar” foi identificada na pesquisa como o meio usual para selecionar programas durante o horário nobre da noite. Mas como ocorreram essas decisões ou votações?

Conduzi um experimento naturalístico previamente combinado com 20 famílias de classe média em suas casas em Madison, quando todos os membros da família podiam estar presentes. Sentados juntos à mesa da cozinha, dei a cada membro da família uma ficha com a programação e a descrição de seis séries de programas fictícios de televisão. Pedi a eles: “vá em frente, selecione os programas que sua família assistiria hoje à noite, se esses fossem os programas disponíveis”. Para documentar como eles fizeram suas escolhas, liguei um gravador de áudio de alta qualidade colocado no centro da mesa e saí da sala.

Usei um esquema de codificação de interação verbal do tipo Bales específico para a tarefa para analisar os comentários feitos pelos membros da família. As categorias de conversa foram destiladas das transcrições dessas conversas de acordo com a posição familiar – pais, mães, filhos mais velhos e filhos mais novos. Sua vontade comparativa de expressar preferências de programas, as matrizes dos acordos sobre escolhas de programas entre os membros da família e demonstrações verbais de poder e privilégio em suas conversas foram relatadas e discutidas em várias conferências acadêmicas e posteriormente em um artigo científico (Lull, 1978).

Mas as limitações que surgiram no experimento naturalista me convenceram de que seria necessária uma pesquisa observacional mais profunda e

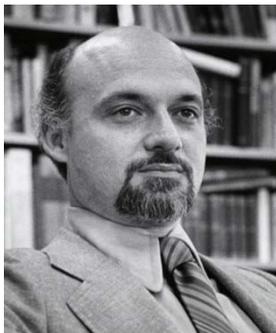
sistemática para obter uma imagem melhor da vida familiar com a televisão. Por exemplo, minha chegada às residências dos sujeitos para realizar o experimento às vezes interrompeu a exibição normal de televisão que já estava em andamento. Mais perturbador foi o comportamento espontâneo de muitos membros da família na conclusão do experimento de escolha do programa *in situ*. Em vários casos, a negociação de escolhas reais para assistir televisão começou antes mesmo de eu sair da casa. Em alguns casos, esse comportamento autêntico ocorreu enquanto eu informava outros membros da família sobre a natureza da pesquisa e suas implicações acadêmicas.

Fiquei encorajado ao testemunhar que, depois de entrar na casa de pessoas completamente desconhecidas para mim (além do convite por escrito para participar do estudo e da confirmação por telefone), o comportamento normal de assistir televisão muitas vezes era retomado comigo ainda presente na sala de estar, às vezes na mesma sala. As pessoas pareciam estar perfeitamente à vontade negociando escolhas e assistindo televisão de verdade na presença de uma pessoa que acabavam de conhecer. Resolvi dar um salto na minha pesquisa sobre famílias e televisão; eu conduziria uma etnografia imersiva do comportamento do público nas casas das pessoas (Lull, 1976).

Nenhum membro do corpo docente do Departamento de Artes da Comunicação em Wisconsin-Madison tinha qualquer experiência em fazer ou supervisionar pesquisas etnográficas. Na verdade, ninguém em todo o campo da comunicação tinha essa experiência na época. Mas Edwin Black – um importante estudioso americano de retórica, presidente do departamento e editor do *The Quarterly Journal of Speech* – concordou de bom grado em orientar minha tese de pesquisa.

Black havia escrito o volume inovador *Rhetorical criticism: A study in method*, uma década antes (Black, 1965). Nesse livro, o professor Black rompeu com o cânone dominante da crítica retórica neoaristotélica centrada na análise textual, na lógica e na persuasão para promover uma perspectiva muito mais ampla que chamou de “transação retórica”. Black acreditava que a leitura crítica de um texto – seja retórica falada, escrita, conteúdo de mídia ou detalhe etnográfico – deveria ser uma transação reflexiva que flui entre o autor e o sujeito. O contexto amplo (muitas vezes político e histórico) e os motivos dos participantes em qualquer evento de comunicação devem ser considerados muito mais do que permitem os métodos retóricos tradicionais. Além disso, a voz do crítico retórico não deve ser descartada ou disfarçada, mas cuidadosamente investida nesse trabalho como estilo – explícito, proeminente e artístico.

Figura 3



Edwin Black rompeu com as reverenciadas tradições da crítica retórica ao propor uma metodologia alternativa ao conjunto de tópicos padrão da disciplina e defender uma ampla gama de material relevante a ser analisado. Esse movimento foi especialmente oportuno porque a comunicação pública estava se tornando cada vez mais mediada pela tecnologia na década de 1970. O professor Black ministrou um curso inovador em Wisconsin sobre crítica de televisão, por exemplo. Ele acolheu a oportunidade de se tornar o primeiro estudioso americano em estudos de comunicação – um estudioso de retórica, não um cientista social – a dirigir uma tese etnográfica. Os componentes críticos da análise etnográfica seriam fundamentais e familiares a Edwin Black — texto (comportamento), contexto (cenário) e vozes dos autores. Devo agradecer a Edwin Black não apenas pela orientação e leitura cuidadosa que ele forneceu durante a pesquisa e redação de minha tese, mas também por encorajar uma feroz independência de espírito, algo que pode faltar tanto na academia. Ed Black continua sendo um dos meus melhores críticos imaginários até hoje, uma presença constante olhando por cima do meu ombro para ver o que estou escrevendo enquanto escrevo qualquer artigo ou ensaio – inclusive este!

O artigo fundamental em meu programa de pesquisa empírica que se seguiu é *The Social Uses of Television*, originalmente publicado na revista da ICA *Human Communication Research* (Lull, 1980). Os dados etnográficos que foram interpretados e organizados na tipologia de usos sociais são extraídos de minha pesquisa de dissertação e estudos de acompanhamento em casa que conduzi com meus alunos avançados na Universidade da Califórnia em Santa Bárbara. Estava ficando claro que as pessoas empregam estrategicamente três dimensões de sua experiência de assistir televisão como um recurso social estrutural e relacional: a forma física do meio, seus elementos de programa e contextos para

assistir – não apenas os momentos em que assistem televisão e não apenas em casa. Recentemente, comparei os usos sociais da televisão e da internet segundo os mesmos três fatores – forma, conteúdo e contexto (Lull, 2021).

A década de 1980 provou ser um período empolgante para a pesquisa qualitativa de audiência de mídia, considerada de forma ampla. Projetos de pesquisa seminiais e ensaios teóricos sob a égide de “estudos culturais” e “estudos de recepção” estavam sendo publicados e notados. O trabalho de Dave Morley, Ien Ang, John Fiske e Janice Radway são exemplos proeminentes. Tom Lindlof reuniu uma coleção de estudos e ensaios em um volume intitulado *Natural Audiences* (Lindlof, 1987). No final da década, Nick Jankowski e Klaus Bruhn Jensen (1991) publicaram um volume útil focado na metodologia qualitativa para pesquisa em comunicação de massa.

Dois outros desenvolvimentos na década de 1980 foram cruciais para as direções que tomei como estudioso da comunicação. Em 1982, ministrei cursos de mídia em um programa de “estudo no exterior” chamado *Semester at sea*, afiliado à Universidade de Pittsburgh. Mais de 500 estudantes universitários, membros do corpo docente e tripulantes partiram de Seattle, Washington, em um navio de cruzeiro com destino a Kobe, no Japão. Essa foi a primeira etapa de uma jornada de quatro meses que circundou o globo. Hong Kong foi um dos portos de escala. De lá, liderei um contingente de estudantes para a República Popular da China, parando primeiro em Guangzhou e depois seguindo de avião para Pequim.

Deng Xiaoping ascendera ao topo do governo comunista quatro anos antes. Fiquei maravilhado com aquela experiência cultural e decidi voltar à China. Colocar aparelhos de televisão em todas as residências urbanas foi uma característica fundamental do plano de modernização de Deng. Para pesquisar essa transformação, fiz três viagens subsequentes de coleta de dados à China — 1984, 1986 e, a convite da Universidade Popular de Pequim, alguns meses após o levante de estudantes e trabalhadores, em outubro de 1989. O produto dessa pesquisa é uma etnografia do papel da televisão na sociedade urbana chinesa baseada em entrevistas aprofundadas com membros da audiência em quatro grandes cidades (Pequim, Xangai, Xian e Guangzhou), entrevistas com produtores e programadores de TV e análise textual dos principais programas de televisão (Lull, 1991). Uma tradução resumida do livro para o português foi publicada pela Rio Fundo Editora no Brasil (Lull, 1992a).

O produto inicial de minha pesquisa sobre a China foi um artigo que apareceu em uma coleção de estudos qualitativos de audiência, ricos em dados, intitulado *World families watch television* (Lull, 1988b). Pesquisadores de seis países descrevem como famílias na Inglaterra, Alemanha, Venezuela, Índia, Estados Unidos e China interagem com a televisão e entre si.

Leoncio Barrios foi um dos colaboradores desse volume editado. Professor da Escola de Comunicação da Universidade Central da Venezuela, em Caracas, o professor Barrios me pediu para ler sua tese de doutorado na Universidade de Columbia, baseada em parte no meu artigo *Social uses of television*. Enquanto *World families watch television* estava no prelo, Barrios me convidou para dar um curso de curta duração em pesquisa social qualitativa para professores e alunos de pós-graduação em sua universidade na Venezuela. Depois de assistir ao meu seminário, dois professores me pediram para apresentar um trabalho no Congresso Interamericano da American Psychological Association, realizado em Buenos Aires em 1989. Mais uma vez, uma coisa levou à outra – desta vez foi uma viagem ao vizinho Brasil logo após a conferência na Argentina. O professor William Gomes, do Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, pediu-me para falar com seus colegas.

A viagem à América do Sul foi crucial para moldar a metade da minha carreira. Eu tinha acabado de terminar meu trabalho de quase uma década dentro e fora da China, mas durante anos também senti um fascínio pela América Latina. A viagem à Argentina e ao Brasil me deu um incentivo extra para continuar colaborando com os colegas de lá. Até então, minha experiência na América Latina se limitava a uma viagem que fiz com um amigo de Acapulco, no México, para San Jose, na Costa Rica, de ônibus após a conferência da International Communication Association em 1980. Foi emocionante, para dizer o mínimo, ser um americano navegando por El Salvador e Nicarágua nos primeiros dias da Revolução Sandinista. Nem meu parceiro de viagem nem eu falávamos espanhol. Depois de voltar para a Califórnia, estava determinado a aprender a falar espanhol suficientemente bem para viajar e trabalhar na América Latina e na Espanha. Matriculei-me em espanhol 1A no Cabrillo College, perto de Santa Cruz, Califórnia, enquanto retomei meu ensino na San Jose State University. Continuei trabalhando em espanhol conforme o tempo permitia.

A trajetória do meu trabalho, iniciada mais ou menos na mesma época, foi muito influenciada por duas figuras-chave. Em visita ao Rio de Janeiro após fazer a apresentação em Porto Alegre em 1989, conheci o presidente do departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, professor Eduardo Neiva. Desde o início, Eduardo Neiva e eu compartilhamos grandes interesses por questões de cultura e comunicação, especialmente no que diz respeito às suas raízes evolutivas. Sua universidade me convidou para uma residência como bolsista Fulbright em 1992.

Um ano depois, também tive a grande sorte de conhecer o estudioso de comunicação mexicano Guillermo Orozco Gomez na convenção da ICA em Dublin, Irlanda. Essa conexão me levou à minha primeira oportunidade de

fazer uma apresentação (muito nervosa) em espanhol para um grupo de alunos de pós-graduação de Guillermo na Cidade do México. Daquele momento até agora, minha trajetória acadêmica foi muito influenciada por minhas experiências de trabalho em toda a América Latina e pelos muitos colegas que tive o privilégio de conhecer.

Até agora, enfatizei quantas pessoas e lugares importantes influenciaram minha carreira acadêmica. As “relações sujeito-objeto” refletidas em meu trabalho, decorrentes de minha “abordagem epistêmica” particular, não podem ser separadas dessas pessoas e lugares. Mas deixe-me voltar agora para alguns dos principais autores e teorias que foram integrados ao corpo de minha pesquisa e escrita.

Intitulei este artigo *Da etnografia à evolução*. Anteriormente, descrevi como as viagens, a literatura acadêmica e as experiências que tive no trabalho empírico se basearam e contribuíram para a perspectiva etnográfica que estava desenvolvendo sobre a comunicação humana. Os estudos qualitativos que conduzi e as palestras e seminários que ministrei foram todos explicitamente influenciados pelos cenários e movimentos políticos, sociais e culturais de onde e quando o trabalho foi feito. Por exemplo, o livro sobre a China tratava dos efeitos da televisão em um contexto político-cultural único. Mas todos os meus projetos de pesquisa e escritos centrados em mídia, comunicação e cultura descrevem processos de comunicação que ocorrem em uma ampla variedade de contextos culturais específicos.

Minha experiência jornalística me imbuiu de grande respeito por relatar e interpretar fatos verificáveis. Isso me colocou em desacordo em graus variados com muitas pesquisas de estudos culturais sendo conduzidas ao mesmo tempo em que meu próprio trabalho qualitativo estava sendo publicado. Nunca me identifiquei como um “pesquisador de estudos culturais”, mas, por motivos muito diversos, também não fui um típico “cientista social” americano.

À medida que minha carreira progredia, eu me sentia mais confortável intelectual e culturalmente com meus colegas na América Latina do que com muitos nortistas – mas nunca encontrei um lugar de descanso plenamente aprazível. A discórdia epistemológica ocupou os dois hemisférios por volta da virada do século passado: grande parte da pesquisa científica social americana era empiricamente estreita e não suficientemente informada pela teoria, certamente não pela teoria crítica. A ênfase clara do lado americano estava na metodologia quantitativa e em programas de pesquisa convencionais grandes e bem financiados. No mundo latino, a ênfase concentrou-se na teoria, principalmente em suas variantes marxistas. Para o meu gosto, a pesquisa empírica em comunicações que estava sendo conduzida na América Latina era insuficiente e a teoria marxista era muito determinista e pessimista. Meu próprio trabalho etnográfico revelou que o público, e os atores sociais cotidianos em geral, são muito mais criativos

e engenhosos do que normalmente se reconhece. Além disso, a maior parte da teoria crítica – na América Latina dominante e na crítica político-econômica emanada principalmente da Europa e dos Estados Unidos – foi impulsionada mais por motivos políticos do que por dados empíricos.

Essas são algumas das razões pelas quais fui motivado a ministrar cursos de curta duração e workshops sobre métodos de pesquisa empírica qualitativa e desenvolvimento teórico em muitas universidades da América Latina. Foi aí que se desenvolveu minha ligação com a USP. A convite da Professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes, ministrei um minicurso intitulado *Cultural studies, ethnography, and media reception* em agosto de 2000 para professores e alunos da Escola de Ciências e Artes da Comunicação.

Mas oito anos antes disso, enquanto residia no Rio de Janeiro como bolsista Fulbright, fiz duas apresentações na Intercom em São Paulo. Um desses artigos, *Estructuración de las audiencias masivas*, representou uma posição teórica que defendi que aplica os princípios da teoria da estruturação de Anthony Giddens (1984) ao estudo das audiências de mídia (Lull, 1992b). Essencialmente, a teoria da estruturação integra as condições macrossociais (refletindo as restrições da estrutura) com os processos microssociais cotidianos (onde a agência toma forma). A teoria da estruturação provou ser particularmente útil porque explica como estrutura e agência não devem ser pensadas como forças totalmente opostas. Uma ênfase excessiva na estrutura exagera a restrição, fazendo parecer que as instituições e regras sociais estabelecidas de alguma forma determinam as realidades das pessoas de maneira hermética. Mas uma atenção excessiva à agência concede poder injustificado aos indivíduos e subestima como as forças dominantes influenciam os indivíduos e as sociedades, muitas vezes contra seus interesses.

Essa relação indeterminada e dinâmica está de acordo com as interpretações que fiz no trabalho etnográfico que venho realizando há muitos anos, especialmente minha pesquisa na China e o programa de pesquisa de usos sociais em geral: (1) As estruturas da mídia não são monolíticas; eles moldam a visão de mundo do público, mas, como instituições sociais, são compostas de seres humanos com motivações e comportamentos diversos e (2) o público da mídia não é ingênuo, mas também não age de forma desenfreada. A estruturação encontra um “ponto ideal” teórico que fornece o peso correto da agência e da estrutura na explicação do comportamento social.

Durante o auge do meu trabalho na América Latina, o trabalho de três autores em particular ofereceu alternativas atraentes à pesquisa e teoria padrão em comunicação. Suas posições eram amplamente compatíveis com a teoria da estruturação e se tornaram extremamente importantes em meu próprio pensamento e escrita sobre comunicação e cultura. Em nenhuma ordem particular, esses autores e

suas obras seminais provavelmente são muito familiares ao leitor: Néstor García Canclini (1989, 1995), Jesús Martín-Barbero (1987) e Jorge A. González (1994).

A VIRADA EVOLUTIVA

Quando bem feitas, as etnografias e outros projetos de pesquisa empírica qualitativa podem dar aos pesquisadores de comunicação visões de perto de como estrutura e agência interagem na vida cotidiana dos membros da audiência da mídia ou de qualquer outra população de interesse. Em minha pesquisa sobre audiências de mídia ao longo dos anos, o conceito recorrente é “recurso”. O artigo *The Social Uses of Television* enfoca como as pessoas (consciente e inconscientemente) empregam a forma, o conteúdo e o contexto do meio eletrônico como recursos. Mas os atores sociais exercem sua agência dentro de pelo menos três tipos de estrutura. Uma *estrutura social* refere-se às relações entre aqueles que co-ocupam o espaço vital. Os atores sociais também estão sujeitos à *estrutura física*, representada pelos espaços de convivência e pelas formas específicas que a tecnologia doméstica assume. Os usuários da mídia estão adicionalmente dispostos às *estruturas ideológicas* que regem as instituições midiáticas e ocupam o conteúdo programático.

Os pesquisadores que empregam metodologias etnográficas e outras metodologias científicas sociais descrevem e analisam suas descobertas sobre o público da mídia e outras configurações sociais de maneiras que podem ser interpretadas teoricamente de várias maneiras. Algumas combinações de estrutura social e normas culturais, muitas vezes operacionalizadas como variáveis independentes ou intervenientes, são identificadas como os agentes causais do comportamento humano. Mas essa suposição não reconhece que a própria sociedade e cultura foram moldadas ao longo do curso de nossa história biológica. A sociedade e a cultura são causas *próximas* do comportamento humano, não causas *últimas*.

O envolvimento humano com a tecnologia de comunicação – especialmente os usos sociais aos quais as tecnologias são destinadas – é impulsionado por motivações mais profundas do que aquelas normalmente descritas em artigos de pesquisa. Na minha opinião, o comportamento humano pode ser melhor explicado como adaptações fundamentadas nos princípios da teoria evolutiva. A princípio, fui muito inspirado a dar essa guinada em minha escrita ao ler cuidadosamente as obras mais importantes de Charles Darwin – *The origin of species*, *The descent of man* e *The expression of emotion in man and animals*.

Eu e Eduardo Neiva – o estudioso da comunicação brasileiro-americano que conheci no Rio há mais de 30 anos – temos trabalhado formal e informalmente, tanto de maneira independente quanto em parceria, nessa linha há muitos anos.

Publicamos um artigo sobre o tema em **MATRIZes** (Lull & Neiva, 2008) e um livro no qual oferecemos uma explicação de como a comunicação impulsiona a evolução humana (Lull & Neiva, 2012). Na tentativa de dar maior visibilidade a essa perspectiva, escrevi recentemente um livro didático (Lull, 2020) e um artigo científico (Lull, 2022) que apresenta a “comunicação evolutiva” a um público mais amplo.

Figura 4



A abordagem evolutiva para analisar a comunicação humana emerge de uma plataforma de princípios que foram estabelecidos ao longo de muitas décadas de pesquisa sobre a evolução orgânica. A teoria padrão da evolução – às vezes chamada de teoria neodarwiniana ou síntese moderna – é derivada dos *insights* originais de Charles Darwin sobre a seleção natural e sexual junto com os princípios básicos da genética. A teoria evolutiva epigenética – muitas vezes chamada de síntese estendida – concentra-se em como a biologia interna e o ambiente externo interagem para influenciar a expressão genética e comportamental. O terceiro estágio explicativo passa pelos genes, pela biologia de forma mais ampla e pelo ambiente físico para se concentrar nos processos de interação humana e na criação de significado – comunicação evolutiva. ■

REFERÊNCIAS

- Black, E. (1965). *Rhetorical criticism: A study in method*. University of Wisconsin Press.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Prentice-Hall.

- Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Polity Press.
- González, J. A. (1994). *Mas (+) cultura(s): Ensayos sobre realidades plurales*. Pensar la Cultura.
- Husserl, E. (1931). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. Macmillan.
- Jankowski, N., & Jensen, K. B. (Eds.). (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Routledge.
- Lindlof, T. (Ed.). (1987). *Natural audiences: Qualitative research of media uses and effects*. Ablex.
- Lull, J. (1974). Counter advertising: Persuasiveness of the anti-Bayer television spot. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 18, 353-360.
- Lull, J. (1976). Mass media and family communication: An ethnography of audience behavior [Unpublished doctoral dissertation]. University of Wisconsin-Madison.
- Lull, J. (1978). Choosing television programs by family vote. *Communication Quarterly*, 26(4), 53-57. <https://doi.org/10.1080/01463377809369314>
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6(3), 197-209. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1980.tb00140.x>
- Lull, J. (Ed.). (1988). *World families watch television*. Sage.
- Lull, J. (1990). *Inside family viewing*. Routledge.
- Lull, J. (1991). *China turned on: Television, reform, and resistance*. Routledge.
- Lull, J. (1992a). *A China ligada: Televisão, reforma, y resistência*. Rio Fundo.
- Lull, J. (1992b). La estructuración de las audiencias masivas. *Día Logos*, (32), 50-57.
- Lull, J., & Neiva, E. (2008). Comunicar a mudança: A promessa da evolução humana. *MATRIZES*, 2(1), 49-74. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i1p49-76>
- Lull, J., & Neiva, E. (2012). *The language of life: How communication drives human evolution*. Prometheus Books.
- Lull, J. (2020). *Evolutionary communication: An introduction*. Routledge.
- Lull, J. (2021). Living with television and the internet. *New Media and Society*, 23(7), 1850-1862. <https://doi.org/10.1177/14614448211019322>
- Lull, J. (2022). Approaching evolutionary communication. *Communication Theory*, 32(4), 429-438. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac017>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Grijalbo.
- Schramm, W., & Roberts, D. (Eds.). (1971). *The process and effects of mass communication*. University of Illinois Press.
- Schutz, A. (1967). *A phenomenology of the social world*. Northwestern University Press.

Artigo recebido em 18 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.