

ECO, Umberto

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica

a. Del libro reseñado

Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados, 1ª Edición, 1ª reimpresión en México, Lumen y Tusquets, México y Barcelona, 1995, 366 páginas. Traducción de Andrés Boglar.

b. De la edición original

Eco, Humberto. *Apocalittici e integrati*, Valentino Bompiani, Milán, 1965.

c. De la primera edición en español

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, 1ª Edición, 1ª reimpresión en México, Lumen y Tusquets, México y Barcelona, 1968.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Hermenéutica

b. Fuentes históricas: Sociología crítica-cultural

c. Comunicología: Difusión

d. Macro-objeto: Sociedad

e. Objeto específico: Cultura de masas

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra

a. Clasificación campal: Fuera Dentro.

b. Época: Los sesenta. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región: Europa.

4. Contenido de la obra

a. Género: Ensayo

b. Índice de la obra

Apocalípticos e integrados: la cultura italiana y las comunicaciones de masas, 11

Las reacciones de los apocalípticos y de los integrados. Antes, 11

Las reacciones del autor. Ahora, 16

Apocalípticos e integrados, 25

Introducción, 27

Alto, medio, bajo, 49

Cultura de masas y niveles de cultura, 51

La cultura de masas bajo acusación, 53

Cahier de doléances, 56
Defensa de la cultura de masas, 60
Una problemática mal planteada, 65
Crítica de los tres niveles, 70
Una posible conclusión, acompañada de algunas propuestas de investigación, 72
Estructura del mal gusto, 83
Estilística del Kitsch, 84
Kitsch y cultura de masas, 90
La <i>Midcult</i> , 93
Estructura del mensaje poético, 101
Recuperación del mensaje poético, 113
El Kitsch como “boldinismo”, 121
El gatopardo de Malasia, 127
Conclusión, 136
Lectura de “Steve Canyon”, 141
Análisis del mensaje, 141
El lenguaje del cómic, 155
Cuestiones derivadas, 161
Hume y el indio: introducción a la investigación empírica, 174
La función de la crítica y de la historiografía, 179
Los personajes, 189
Uso práctico del personaje, 191
El problema estético del “tipo”, 193
Razones de las poéticas de la tipicidad, 195
Precisiones estéticas sobre lo típico, 198
Fisonomía del personaje típico, 200
Tipo, símbolo, “lugar”, 207
El uso científico de la tipicidad, 208
Tipo y “topos”, 209
Recurso al tópico y sensibilidad decadente, 213
Conclusiones, 216
El mito de Superman, 219
Símbolos y cultura de masas, 221
El mito de Superman, 226
La estructura del mito y la civilización de la novela, 227
La intriga y el consumo del personaje, 230
Consumo y temporalidad, 232
Una trama sin consumo, 235
Superman como modelo de heterodirección, 240
Defensa del esquema iterativo, 242
El esquema iterativo como mensaje redundante, 246
Conciencia cívica y conciencia política, 249
Conclusiones, 255
El mundo de Charlie Brown, 257

Los sonidos y las imágenes, 267	
La canción de consumo, 269	
La canción “diversa”, 272	
Una propuesta de investigación, 274	
Un mito generacional, 280	
La música y la máquina, 287	
La música reproducida, 289	
La producción mecánica de música de consumo, 292	
La producción mecánica de música culta, 294	
La música, la radio y la televisión, 299	
Los medios audiovisuales como instrumento de información musical,	
299	
Los medios audiovisuales como hecho estético, 302	
Apuntes sobre la televisión, 307	
Toma directa e influencia sobre el film, 308	
Comunicación y expresión, 311	
La relación con el público, 313	
La televisión como “servicio”, 316	
Las investigaciones experimentales, 318	
Vigilancia y participación, 320	
Pasividad y relación crítica, 321	
La media de los gustos y la modelación de las exigencias, 324	
El universo de la iconosfera, 332	
La élite sin poder, 334	
El rechazo intelectual, 336	
Un cauto dirigismo cultural, 338	
¿Cultura de masas o cultura democrática?, 339	
Conclusiones, 341	
Los nihilistas flamantes, 343	
De Patmos a Salamanca, 346	
Sobre la ciencia-ficción, 350	
Estrategia del deseo, 352	
Nuestro monstruo cotidiano, 356	
Umberto Eco: la vida, los libros, 363	

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice

El libro está compuesto por una parte introductoria, en la que el autor ubica la distinción conceptual entre la visión apocalíptica y la visión integrada ante el desarrollo de la denominada cultura de masas. Por otra parte, el libro contiene un amplio conjunto de ensayos sobre diversos temas relacionados con la cultura de masas. Estos ensayos están distribuidos por temas: en la primera parte el autor reflexiona sobre las diferencias entre la alta, media y baja cultura, con constantes referencias a ejemplos ilustrativos de productos comunicativos masivos; en la segunda parte, el autor aporta algunas reflexiones en torno al tratamiento de los personajes en los productos massmediáticos, haciendo especial énfasis en el

desarrollo y consolidación de los personajes procedentes de la cultura masiva que se han convertido en mitos en el mundo actual; por último, el autor presenta consideraciones acerca de la cultura específicamente audiovisual –la televisión es el objeto de reflexión que mayor espacio ocupa en el libro-.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Por la época del libro, los años sesentas, el contenido que se presenta tiene actualmente un valor histórico más que teórico-conceptual. En este sentido, se considera como parte más importante a la de debate conceptual en torno a la dicotomía entre la alta y la baja cultura. Es en esta parte donde el autor ubica las diferentes posturas que han emergido del debate: la de los apocalípticos, que ven en la cultura de masas un signo negativo, de mercantilización y banalización de los valores culturales; y la de los integrados, que en esa época fueron los que recibieron con optimismo la extensión de la cultura de masas, específicamente vehiculizada por los medios de difusión masivos, y que vieron en ella un signo positivo de generalización del ámbito cultural.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología

Aunque actualmente el debate sobre la cultura de masas no está del todo superado, este libro tiene ante todo un valor histórico, ya que en él se recogen visiones y enfoques contrarios sobre un tema que en los años sesentas y setentas estaba entre los primeros de la agenda en el campo académico de la comunicación y la cultura. Fundamentalmente, esta obra es importante para los estudios realizados desde la óptica de la mediología, pero también desde la sociología cultural. Por otra parte, el libro de Umberto Eco es especialmente importante para el desarrollo conceptual de la dimensión comunicológica de la difusión.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo)

Esta obra es un clásico dentro de los estudios sobre comunicación, no sólo en Europa sino también en Estados Unidos y en América Latina. La obra constituye un importante estado del arte en torno a las diferentes posturas que despertó el desarrollo y consolidación de la cultura massmediática. Este libro se ha reeditado en numerosas ocasiones desde su primera edición en 1968, lo cual es indicador de su importante presencia en el campo de la comunicación. Ha sido lectura obligatoria de muchas materias sobre teorías de la comunicación, y específicamente ha sido considerada una obra clásica dentro de los estudios críticos de la comunicación, que tienen sus orígenes en las aportaciones de la Escuela de Frankfurt en los años 40.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor

La obra de Umberto Eco es internacionalmente reconocida. El autor no sólo tiene presencia en el campo de la comunicación, sino también en el espacio de producción literaria (*El nombre de la rosa* es, quizás, su novela más conocida) y

en el campo de la semiótica y la lingüística. Son mucho más numerosos los libros enfocados al campo de la semio-lingüística; sin embargo, el autor irrumpió en el campo de la comunicación con esta obra que, sin duda, le otorgó fama y reconocimiento por parte de los estudiosos de la comunicación. *Apocalípticos e integrados* recoge, por tanto, las aportaciones del autor al campo de la comunicología, específicamente a su dimensión de la difusión.