

UMBERTO ECO: LA REVUELTA DEL PUBLICO

UN despacho en la editorial Bompiani, de Milán. Un despacho que aparece repleto de libros y más libros que se amontonan por todos lados. Va a ser una entrevista rápida, quizá demasiado para poder abarcar los innumerables problemas e interrogantes que presenta el estudio de los medios de comunicación de masa. El personaje, que me advierte que nuestra conversación va a ser interrumpida innumerables veces por el teléfono, es el profesoire Umberto Eco, uno de los estudiosos más relevantes que en Europa se dedica profundamente al complejo fenómeno de los mass-media, nombre familiar ya para nuestros lectores. Mediana estatura, de cabellos negros, vestido con un traje oscuro, recuerda más al businessman que se encuentra en cualquier reunión comercial que al hombre de ciencia que en realidad es. El mismo se presenta.

—Umberto Eco nació el cinco de enero de mil novecientos treinta y dos. Vivió hasta la edad de ir a la Universidad en la ciudad de Alessandria y frecuentó luego la Universidad de Turín. Hasta los veintiún años me mantuve en una posición católica, y el momento de la crisis, crisis que fue en parte política y en parte religiosa, estalló cuando yo me encontraba trabajando en mi tesis de estudios. Mi tesis trataba precisamente del problema estético en Santo Tomás de Aquino. En el momento en que me ocupé de un pensador tan importante para el mundo católico e intenté objetivar a través de una operación de distanciamiento el período histórico en el que vivió, en ese momento se puede decir que curiosamente estudiando a Santo Tomás de Aquino abandoné la Iglesia. Por supuesto que se unieron otros problemas de carácter político-social. Más tarde trabajé siete años en la televisión italiana al mismo tiempo que mantenía ya una relación con la Universidad. De tanto en tanto escribo en los periódicos y ahora, aparte de ocuparme personalmente de los libros de ensayo a nivel universitario en la editorial Bompiani tengo una cátedra de Semiología en la Universidad de Bolonia.

—Profesor, ¿cómo entró en el campo de estudios sobre la comunicación de masas?

—La verdad es que he tenido una carrera de estudioso bastante complicada. Empecé atraído por la estética y filosofía medieval, interés que más tarde dio a luz el trabajo presentado en *Obra abierta*. Casi por una especie de

contrapunto dialéctico, después de plantearme el problema del arte contemporáneo junto con el modo de pensar contemporáneo —el tema de la ambigüedad— empecé a interesarme en los fenómenos de la comunicación de masas, es decir, en el sector en el que reina la univocidad y el orden; *Apocalípticos e integrados* describe un universo cultural alternativo al de *Obra abierta*. A

Laura Cepeda

partir de ahí se puede decir que mi interés principal era crear una visión metodológica unificada que me permitiera comprender fenómenos aparentemente diversos que se presentan en la cultura de hoy y de esto he llegado —a través *La estructura ausente*— a finalizar un tratado de cuatrocientas páginas sobre Semiología. Mi próximo libro será un *Tratado de Semiología General*.

—¿Cómo definiría la «mass communication»?

—El estudio de cualquier forma de mensaje (y este mensaje puede ser no tan sólo una transmisión televisiva o un artículo de prensa, sino también el modelo de una chaqueta o un automóvil) en la medida en la cual el emisor es sólo uno y central, el canal a través del cual pasa es un canal tecnológico de extrema complicación y el receptor es una masa extremadamente diferenciada por la lengua, la cultura y categoría social. En el momento en el que un mensaje parte de un punto único y a través de un canal muy complicado llega a la gente más diversa, ahí tenemos comunicación de masa. En este sentido, Mussolini, cuando hacía un discurso desde un balcón enfrente de la multitud, no es un ejemplo de comunicación de masa, es un ejemplo de comunicación interpersonal, ya que existía la posibilidad del «feed-back», de que la multitud reaccionara e hiciera reaccionar con su respuesta al orador. Cuando hay esta posibilidad de «feed-back» no creo que se pueda hablar de comunicación de masas.

—¿No se busca, sin embargo, hoy día en la comunicación social una fórmula para proporcionar este «feed-back», esta respuesta del receptor hacia el emisor.

—Sí, de hecho lo que es de gran interés en el momento actual es la posibilidad de crear el «feed-back» a través de los nuevos circuitos alternativos en los que el receptor tiene la posibilidad de

elegir. El problema de la comunicación de masas en nuestro siglo es que no es una comunicación sin retorno, o con una respuesta extremadamente larga y mediatizada; este es el problema central de los mass-media. Se presenta, además, como un factor nuevo en la historia de la comunicación, porque todos los otros ejemplos, incluyendo el del Faraón de Egipto, que mandaba a los es-

clavos construir una pirámide, era en el fondo un fenómeno de comunicación con la posibilidad de una respuesta inmediata, posible.

—Se ha dicho que todos los resultados de las investigaciones sobre los mass-media quedan en un ámbito muy cerrado, en una élite de teóricos sin que el público pueda apenas participar, ¿qué opina de esta acusación?

—No es verdad; en realidad, el universo de la crítica de la comunicación de masas es uno de estos en los que se está verificando, con mayor amplitud, la posibilidad de que una crítica que se ha desarrollado en un ambiente científico se convierta en cierto modo en patrimonio de la opinión pública. Nosotros estamos asistiendo en los últimos años, poco a poco, en pequeñas etapas, a un proceso que es irreversible y este es la toma de conciencia, la revuelta del público sobre los medios de comunicación. Qué son, si no, las asociaciones de consumidores de la televisión, los intentos de hacer televisión alternativa, televisión a circuito cerrado, televisión directa, televisión hecha en casa con la cámara portátil, los intentos de teatro de barrio, etcétera. En resumen, una serie de manifestaciones que surgieron en ámbitos estudiantiles y han llegado a círculos de trabajadores y que manifiestan una actitud crítica enfrente de los mass-media. Esta actitud es el resultado de veinte o treinta años de crítica de los medios de comunicación. Quiero decir con esto que treinta años atrás las actitudes críticas eran representadas sólo por grupos de estudiosos, como los de la Escuela de Frankfurt, y que hoy en día a través de un desarrollo de los medios de comunicación son argumentos que se discuten, si no a nivel popular de masa, a nivel público. Se puede decir que esto es poco, que se espera mucho más de este proceso que se ha iniciado recientemente, pero no se puede olvidar que se ha demostrado que

hay un tránsito, una ósmosis, una diseminación de la crítica.

—¿La comunicación social qué función cumple en el cambio social de estructuras?

—Precisamente el estudio de la comunicación social tiene como objetivo qué función tiene la comunicación social. No se puede dar una respuesta unificada, porque ésta cambia de un país a otro y según la problemática social.

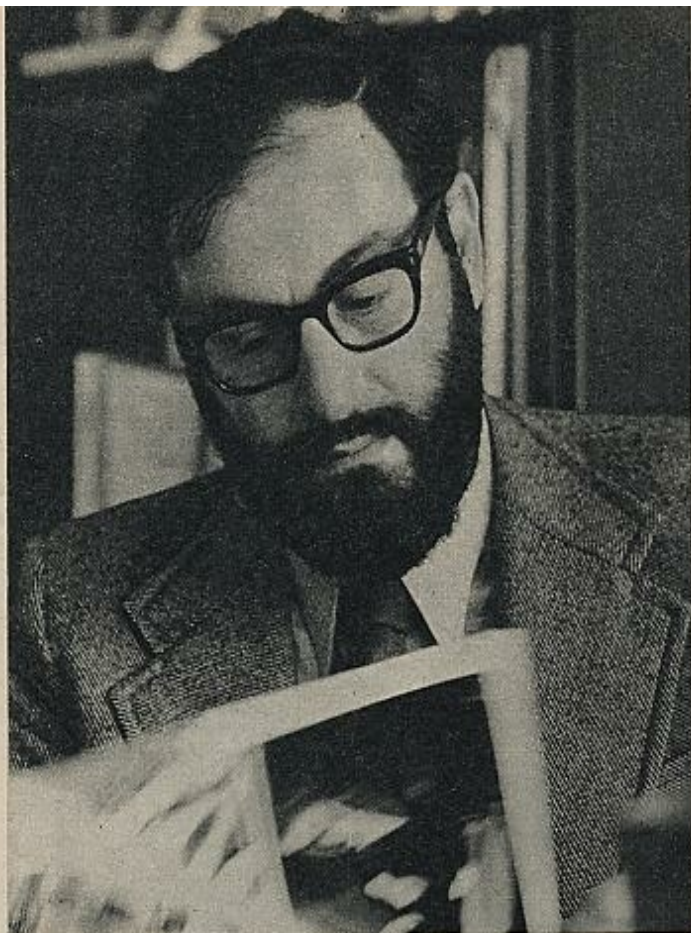
—¿Ve una influencia posible de los mass-media en el momento de crisis actual en la que se encuentra Europa y también América?

—Esto es algo evidente. Hay un estrecho lazo de unión entre los mecanismos de persuasión y los momentos de crisis, por citar un ejemplo. Piense en el gran fenómeno que ha sido la crisis del petróleo y los resultados que dio el gran empujón hacia una actitud de austeridad, que fue aceptada por casi todo el mundo, por razones que no siempre han sido claras y exactas. La austeridad ha sido en gran parte un producto de los métodos de persuasión de masas, no una necesidad real debida a un estado de crisis. De aquí la importancia de estudiar los los mecanismos de persuasión, porque muchas veces son estos mecanismos los que crean la crisis, o al menos contribuyen a crearla por encima de la necesidad económica.

—¿En los estudios sobre comunicación cómo definiría las diferencias entre Europa y los Estados Unidos?

—Yo creo que la mayor parte de estudios hechos en Europa se han hecho sobre un modelo americano, la única novedad en este sentido que se ha producido en Europa ha sido el nacimiento del método semiológico, que no sólo ha partido de Europa, sino que está mucho más desarrollado y avanzado que en los Estados Unidos. Por otra parte, los estudios hechos en Europa, a pesar de que se han empleado instrumentos americanos, han estado caracterizados por una mayor atención hacia el factor ideológico-político. En los Estados Unidos los estudios de comunicación de masas son en un ochenta por ciento neutrales. A excepción de algunos sociólogos como Wright Mills o Reisman, los estudios van más en una dirección de simple gusto por la estadística, las matemáticas. Los estudios en Europa son mucho más politizados. Hay, sin embargo, un canal de comunicación entre estas dos corrientes y los resultados se podrán apreciar dentro de unos diez años.

—¿En qué sentido los estudios



Umberto Eco: «Estamos asistiendo a una toma de conciencia crítica del público frente a los medios de comunicación».

en Europa son más politizados?

—En Europa se está más atento a la transmisión de valores ideológicos, al problema intrínsecamente político de los mass-media, es decir, si una Universidad americana hace un estudio sobre las relaciones que existen entre prensa y público, hará un estudio la mayor parte de las veces cuantitativo, sobre el número de lectores, el índice de comprensión de la noticia, etcétera. Una investigación europea tenderá, al contrario, a examinar la posición política de los diferentes periódicos, la actitud del público dividida por las diferentes posiciones políticas se subraya mucho más el problema ideológico de los medios de comunicación. Los americanos dan en el fondo a la comunicación de masas un carácter que demuestra que para ellos la comunicación es un fenómeno que existe de forma tan natural como los árboles, mientras la actitud europea, y aquí se nota la influencia de la escuela de Frankfurt, pone inmediatamente en cuestión la misma existencia de la mass-communication. Quiero decir con esto que detrás de los estudios de mass-media, en Europa hay siempre una filosofía política y un horizonte marxista.

—¿Considera entonces la actitud Europea más válida, más útil?

—No, no quiero decir que sólo sea válida la perspectiva europea. Si partimos del presupuesto que muchas veces esta actitud política no ha favorecido los estudios de comunicación —puesto que si yo considero como incuestionable que los medios de comunicación son solamente medios de alienación en manos del poder, no ten-

dré nunca la oportunidad de comprobar que a veces la televisión, en contra de lo que generalmente se cree, en algunas zonas ha sido un instrumento que ha servido para llevar al público hacia un nuevo despertar, hacia una mayor libertad— vemos que el bagaje filosófico puede ser muy interesante para el apasionado político, pero que sirve poco a nivel de estudio objetivo. Creo que lo mejor y a lo mejor y a lo que actualmente se está yendo es a una mayor penetración entre estas dos perspectivas, la americana y la europea.

—¿Cómo ve el futuro desarrollo de los mass-media, su próxima evolución?

—Esto puede ser una pregunta embarazosa, porque si uno pudiera prever el futuro de los estudios ya estaría haciendo esos estudios. Pienso, sin embargo, que ha finalizado el período de los análisis de contenido y que se ha iniciado, desde hace algunos años, el período en el que se busca comprender mejor lo que sucede a los receptores de los mensajes de los mass-media, cómo reaccionan, etcétera, y creo que esta situación nueva cambiará la naturaleza misma de los estudios. En el fondo, primeramente, aquellos que hacían un estudio crítico de los medios de comunicación pertenecían a la misma clase social de aquellos que tenían los mass-media en las manos, ahora con la aparición de la posibilidad de una crítica-respuesta de parte del destinatario, el trabajo del estudioso se ha convertido también en una provocación a la opinión que pueda surgir de los grandes grupos sociales.

—¿Y en qué etapa situaría a los medios de comunicación en el momento presente?

—Me parece que estamos viviendo en un momento de grandes cambios, es decir, las comunicaciones sociales se han presentado siempre como una forma de comunicación que llega de lo alto, por lo que fatalmente es paternalista e implícitamente autoritaria. El nacimiento de nuevas formas de respuesta, el uso de la televisión, de las máquinas portátiles, el nacimiento de grupos locales que empiezan a discutir los problemas de los mass-media, etcétera, permite pensar que estamos ante una forma de democratización de los medios de comunicación que hará tomar una conciencia crítica al público ante estos fenómenos de comunicación. Hoy creo que está naciendo una conciencia crítica, aunque tomará tiempo para desarrollarse, unos treinta años, pero yo me atrevo a pensar que los estudios sobre comunicación de masas han contribuido a este cambio, por ello reconozco una función pedagógica y política a los mismos.

—¿Qué papel desempeñan en el desarrollo de los mass-media en la investigación de los mismos los estudios sobre Semiología?

—La Semiótica está llegando a un momento de estudio serio, entramos en una fase de construcción. El congreso internacional ha demostrado que en diversos países la semiótica ya tiene un puesto. Vivimos en una época en la que los fenómenos de comunicación son muy importantes y por ello todas las disciplinas que se ocupan de ellos tienen un gran trabajo que realizar en el futuro. La Semiología ha estado presente en dos mil años de pensamiento occidental, y si ahora ha producido una disciplina organizada es porque los fenómenos de comunicación se han convertido en algo muy complejo. No hay que olvidar que hoy nos encontramos inmersos en una serie de canales de comunicación que se han convertido en una industria pesada, por esta razón es obvio que la sociedad haya reaccionado planteándose el problema científico de la comunicación de masas en el momento en el que prevalece sobre otra actividad. Piense la cantidad de gente que en nuestro siglo viven y trabajan sobre la comunicación. Lógicamente nace una ciencia cuando nace una industria productiva, esto es un factor básico.

La entrevista llega a su fin. Ha pasado más tiempo del que en principio Eco podía concederme.

El teléfono ha sonado constantemente y al profesor Eco le esperan en una reunión. La última pregunta sale con prisa.

—¿Sus planes inmediatos cuáles son?

—Apenas he finalizado un tratado de Semiología de cuatrocientas páginas, ¿usted cree que a una persona que acaba de concluir un trabajo tan laborioso se le puede preguntar cuáles son sus planes inmediatos? Dormir. ■

Alianza Universidad

CURSO DE ECONOMIA MODERNA PENGUIN ALIANZA

Peter Dörner

Reforma agraria y desarrollo
económico

AU 108 - 188 págs., 160 ptas.

Denis Swann

La economía del Mercado Común

AU 106 - 232 págs., 180 ptas.

M. Bruce Johnson

El comportamiento
del consumidor. Consumo, renta
y riqueza

AU 104 - 168 págs., 150 ptas.

David Metcalf

La economía de la agricultura

AU 99 - 158 págs., 120 ptas.

George Dalton

Sistemas económicos y sociedad.

Capitalismo, comunismo
y tercer mundo

AU 97 - 270 págs., 180 ptas.

E. K. Hawkins

Los principios de la ayuda
al desarrollo

AU 95 - 160 págs., 120 ptas.

Charles M. Allan

La teoría de la tributación

AU 93 - 224 págs., 160 ptas.

Alianza Editorial