

THOMPSON, John B.

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica

a. Del libro reseñado

Thompson, John B. Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas, 2ª Edición, 1ª Reimpresión, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2002, 482 páginas. Traducción de Gilda Fantinati Caviedes.

b. De la edición original

Thompson, John B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in de Era of Mass Communication, Polity Press, Londres, 1990.

c. De la primera edición en español

Thompson, John B. Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1993.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Hermenéutica

b. Fuentes históricas: Sociología crítica-cultural

c. Comunicología: Estructuración

d. Macro-objeto: Sociedad

e. Objeto específico: Medios de difusión

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra

a. Clasificación campal. Fuera / Dentro.

b. Época: Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual.

c. Región: Europa.

4. Contenido de la obra

a. Género: Teoría

b. Índice de la obra

Prefacio, VII

Introducción, IX

1. EL CONCEPTO DE IDEOLOGÍA, 45

Las ideologías y los ideólogos, 47

Las concepciones de la ideología en Marx, 52

De la ideología a la sociología del conocimiento, 69

Repensando la ideología: una concepción crítica, 81

	Réplica a algunas objeciones posibles, 102
2.	LA IDEOLOGÍA EN LAS SOCIEDADES MODERNAS.
	<i>Análisis crítico de algunas descripciones teóricas</i> , 111
	La ideología y la era moderna, 114
	La ideología y la reproducción cultural, 127
	Crítica de la industria cultural, 145
	La transformación de la esfera pública, 163
3.	EL CONCEPTO DE CULTURA, 183
	Cultura y civilización, 186
	Las concepciones antropológicas de la cultura, 190
	Repensando la cultura: una concepción estructural, 202
	La contextualización social de las formas simbólicas, 217
	La valoración de las formas simbólicas, 229
4.	TRANSMISIÓN CULTURAL Y COMUNICACIÓN DE MASAS
	<i>El desarrollo de las industrias de los medios</i> , 241
	Aspectos de la transmisión cultural, 243
	La escritura, la imprenta y el inicio del comercio de noticias, 252
	El desarrollo de la radiodifusión, 268
	Últimas tendencias en las industrias de los medios, 283
	El impacto social de las nuevas tecnologías de comunicación, 300
5.	HACIA UNA TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS,
	315
	Algunas características de la comunicación de masas, 317
	La comunicación de masas y la interacción social, 328
	Reconstituyendo los límites entre la vida pública y la privada, 346
	La comunicación masiva entre el mercado y el Estado, 360
	Repensando la ideología en la era de la comunicación de masas, 383
6.	LA METODOLOGÍA DE LA INTERPRETACIÓN, 395
	Algunas condiciones hermenéuticas de la investigación socio-histórica,
	398
	El marco metodológico de la hermenéutica profunda, 403
	La interpretación de la ideología, 423
	Analizando la comunicación de masas: el enfoque tripartito, 440
	La apropiación cotidiana de los productos massmediados, 454
	Interpretación, autorreflexión y crítica, 463
	CONCLUSIÓN: TEORÍA CRÍTICA Y SOCIEDADES MODERNAS, 475
	ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS, 481

b. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice
 La obra está formada por seis grandes capítulos. En los tres primeros, el centro de la reflexión está constituido por los conceptos de ideología y cultura. El autor hace una revisión histórica de los conceptos y propone nuevas formas de

entenderlos o repensarlos. Los capítulos cuatro y cinco están enfocados a la reflexión sobre los medios de comunicación de masas. En un primer momento, Thompson expone una breve historia de los medios masivos, y en un segundo momento presenta su propuesta de teoría social de la comunicación de masas, desde el enfoque crítico que le otorga la que él denomina hermenéutica profunda. El sexto y último capítulo aborda, precisamente, la cuestión de la hermenéutica profunda; la interpretación, la autorreflexión y la crítica se erigen como los principales ejes desde los que realizar este tipo de análisis hermenéuticos.

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

Los tres primeros capítulos son importantes porque ofrecen el marco histórico y conceptual en el que se sitúa el autor. Sin embargo, por situar el debate en torno a la comunicación de masas, nos parecen de mayor importancia los capítulos subsiguientes. Por un lado, por la perspectiva histórica que permite al autor explicar la emergencia y desarrollo de la comunicación de masas, así como el advenimiento de nuevos medios. Y por el otro, porque en el capítulo quinto se encuentra explícita la propuesta de teoría social de Thompson, fundamentada en las diferencias entre lo público y lo privado, por un lado, y en las relaciones entre las esferas del mercado y del Estado, por el otro.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

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

Esta obra es importante para el desarrollo del enfoque cultural de la comunicación. No es un libro de comunicología propiamente dicho, más bien se trata de un libro de teoría social crítica que toma como eje del debate a la comunicación de masas. De alguna manera, este libro es una continuación de los debates y problemáticas que centraron la atención de los teóricos críticos de la Escuela de Frankfurt, quienes también situaban su reflexión en torno a los conceptos de cultura, ideología e industria cultural. Este libro contribuye al enriquecimiento del espacio conceptual de la dimensión de la estructuración, pues en él el eje del debate no está solamente en los medios de difusión, o en las interacciones, sino más bien en todo ello visto en conjunto, desde un enfoque más amplio, macro-estructural. En definitiva, esta obra es importante porque contribuye a consolidar la concepción de la comunicación masiva como un componente central de las actuales sociedades modernas.

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

Este libro es un clásico dentro del campo académico de la comunicación en México. Su traducción al español en 1993, por parte de la Universidad Autónoma Metropolitana, permitió su introducción en los canales oficiales de distribución editorial en México. A la vez, en esos momentos, a inicios de la década de los noventa, los estudios sobre comunicación en México estaban dominados por el enfoque crítico-cultural, lo cual también contribuyó a la presencia social de esta obra en el campo.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor

Este libro es la continuación de una obra anterior de John B. Thompson, *Studies in Theory of Ideology*, una obra conformada por la revisión de las principales aportaciones a la teoría social contemporánea. En *Ideología y Cultura Moderna*, el autor retoma algunas de las ideas anteriores, pero del debate transita hacia la centralidad de la comunicación masiva en las culturas modernas. Unos años más tarde, en 1997, el autor publica *The media and modernity. A social theory of the media* –obra publicada en español en 1998, por Paidós-. En esta obra, Thompson ya centra definitivamente el debate en los medios de comunicación, y deja a un segundo plano las reflexiones teóricas sobre la ideología, centrales en sus obras anteriores. De alguna forma, *Ideología y Cultura Moderna* constituye el tránsito entre la primera obra a la que hemos hecho referencia y esta última de 1997. El autor es profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Cambridge (Gran Bretaña); la mayoría de sus trabajos versan sobre teoría social contemporánea, y en los últimos años dedica gran parte de su producción (tanto libros como artículos en varias revistas académicas de circulación internacional) a la sociología de la comunicación y al impacto de los medios en las sociedades modernas.