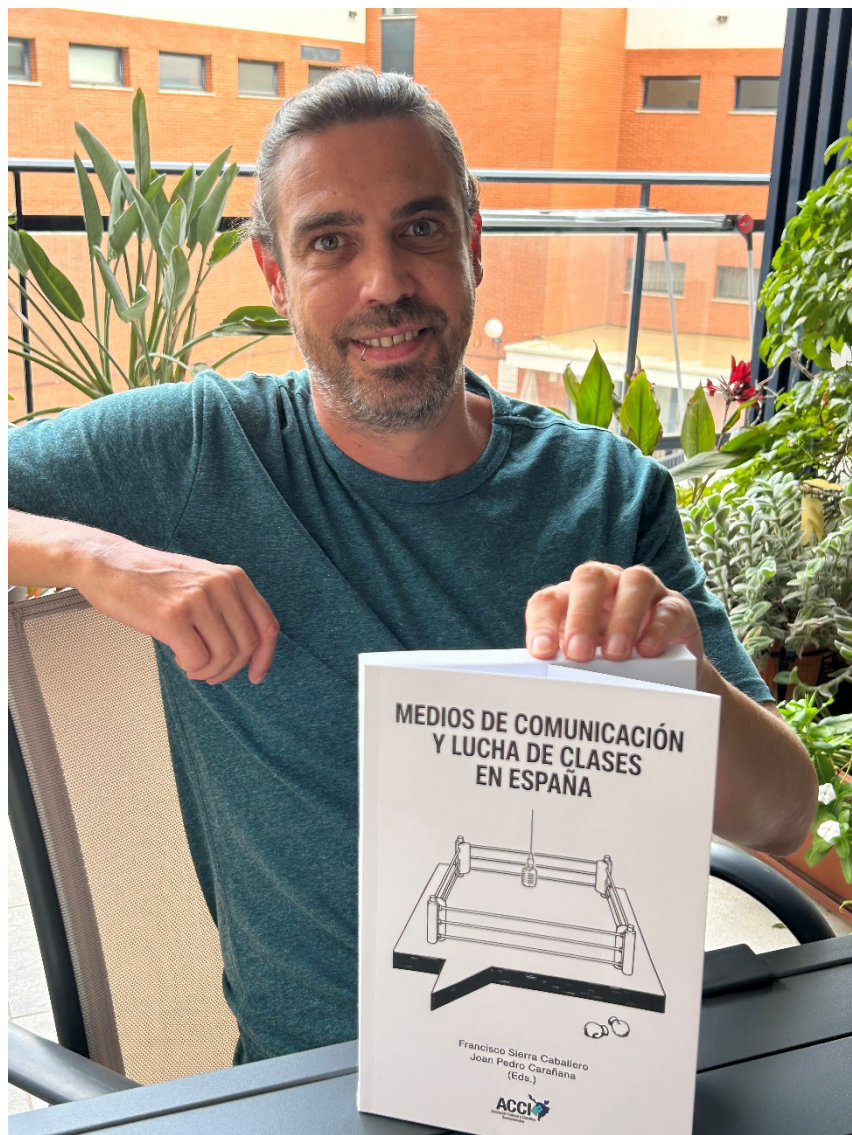


MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LUCHA DE CLASES EN ESPAÑA

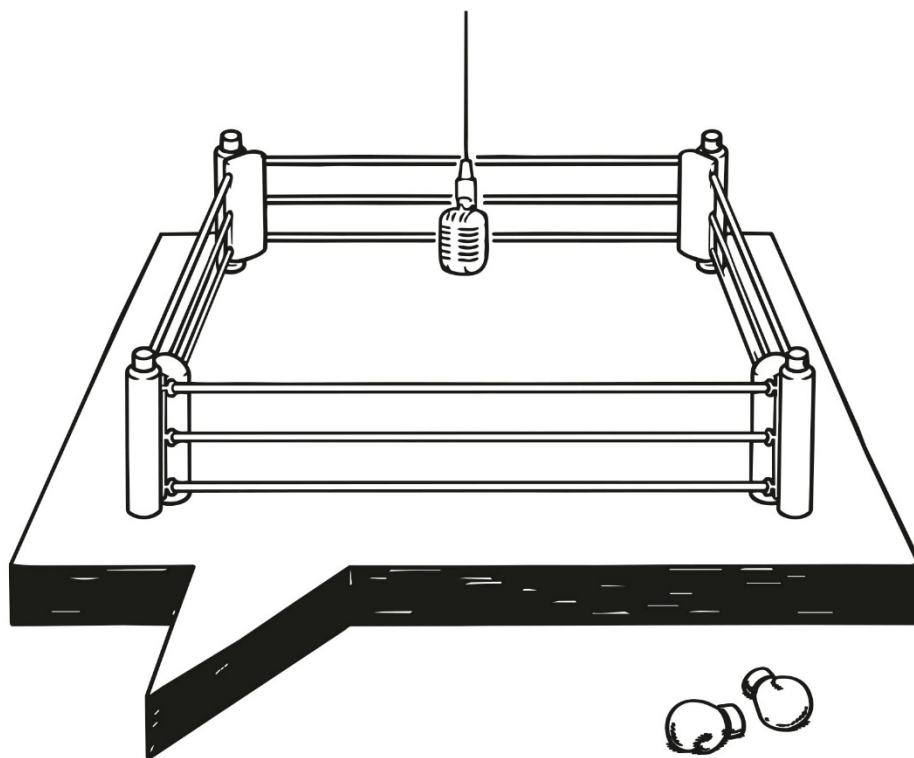
Francisco Sierra-Caballero y Joan Pedro-Carañana (Eds.)

ACCI, Madrid, 2026

Los profesores y miembros de ULEPICC-España, Francisco Sierra, de la Universidad de Sevilla, y Joan Pedro Carañana, de la Universidad Complutense de Madrid, publican *Medios de comunicación y lucha de clases en España*. El volumen colectivo, publicado por la Asociación Cultural y Científica Iberoamericana (ACCI ediciones), incluye aportes para el análisis materialista de las condiciones de producción ideológica de la información, así como las luchas y alternativas en defensa de la democratización de los medios y la comunicación en España. El libro es resultado de un trabajo de investigación quinquenal, liderado por la Sección de Comunicación y Cultura de la Fundación de Investigaciones Marxistas, dirigida por Francisco Sierra, en colaboración con la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura – sección España. En él, se incluyen aportaciones originales de Pascual Serrano, David Álvarez, Toby Miller, Marta Mangado, Gonzalo Peña, José Manuel Rambla, Aina Fernández, María Soliña Barreiro, Eloi Camps, Cruz Tornay y José E. Pérez.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LUCHA DE CLASES EN ESPAÑA



Francisco Sierra Caballero
Joan Pedro Carañana
(Eds.)



RESUMEN

La información es un campo en disputa y los medios un espacio de representación de la lucha de clases. El mito de la prensa independiente ha naturalizado en España sin embargo la narrativa de los medios libres sin una respuesta sistemática y articulada de cuestionamiento del sentido común imperante. En un tiempo de batalla cultural y ofensiva ideológica, pensar los medios desde la lucha de clases y la crítica de la economía política abre el debate en la esfera pública sobre las lógicas de dominación y desigualdad en el ecosistema mediático.

Desde las dinámicas reaccionarias de la prensa tradicional y la influencia cultural de Hollywood, hasta la colonización tecnofeudal del espacio digital, pasando por los encuadres discursivos frente a hitos como el 15M, este libro es una caja de herramientas para resistir contra las lógicas discursivas de manipulación y la guerra cognitiva que mediatizan los intereses del capital.

ÍNDICE

PRÓLOGO	
por Pascual SERRANO.....	9
INTRODUCCIÓN	
por Francisco SIERRA CABALLERO	15
LA ESTRUCTURA MEDIÁTICA EN ESPAÑA DENTRO DEL ECOSISTEMA TECNOFEUDAL	
por David ÁLVAREZ	45
¿EL BUENO, EL FEO O EL MALO? ESPAÑA, HOLLYWOOD Y LA DIVISIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO CULTURAL	
por Toby MILLER y Marta MANGADO	73
LA REFERENCIA DOMINANTE COMO DOMINIO NEOFEUDAL DE LA INFORMACIÓN. EL CASO ABC	
por Francisco SIERRA CABALLERO	103
PUERTA DEL SOL, PLAÇA DE CATALUNYA Y PLAZA DEL MERCADO. ANÁLISIS DISCURSIVO DE LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DEL 15 M EN LAS PORTADAS DE LA PRENSA DE MADRID, BARCELONA Y LOGROÑO	
por Gonzalo PEÑA ASCACÍBAR.....	131
LUCHA COMUNICATIVA EN LA LUCHA DE CLASES DE LA BATALLA DE SAGUNTO	
por Joan PEDRO-CARAÑANA y José Manuel RAMBLA	163
DESINFORMACIÓN Y LÓGICAS MEDIÁTICAS EN LA ERA DEL CAPITALISMO DE PLATAFORMAS	
por Francisco SIERRA CABALLERO	191
RESISTENCIAS A LA ECONOMÍA DE PLATAFORMAS. MEDIOS, TECNOLOGÍA Y ACCIÓN COLECTIVA EN LA LUCHA DE LOS RIDERS EN ESPAÑA (2015-2021)	
por Aina FERNÁNDEZ i ARAGONES y María Soliá BARREIRO GONZÁLEZ	211
EL <i>PROLETARIADO DE LA PLUMA</i> , EN ACCIÓN. EPISODIOS DE LUCHA POR LA PROPIEDAD DE LAS EMPRESAS DE PRENSA EN ESPAÑA	
por Eloi CAMPS-DURBAN.....	241
JORNALERAS DE HUELVA EN LUCHA. UN ANÁLISIS DE PRÁCTICAS COMUNICATIVAS PARA LA DEFENSA DE DERECHOS DE LAS TEMPORERAS	
por M. Cruz TORNAY-MÁRQUEZ	265
LAS RADIOS LIBRES Y COMUNITARIAS EN ESPAÑA. UNA HISTORIA DE LAS LUCHAS SOCIALES EN LAS ONDAS (1976-2022)	
por José Emilio PÉREZ MARTÍNEZ	289
NOTAS SOBRE LOS AUTORES	315

ACCESO:

https://www.visionnet-libros.com/index.php?route=product/product&product_id=88921

ACCI	Papel	http://www.acciediciones.com/index.php?route=product/product&product_id=8892
ACCI	POD	http://www.acciediciones.com/index.php?route=product/product&product_id=8892
ACCI	ePub	http://www.acciediciones.com/index.php?route=product/product&product_id=8892
Google	ePub	https://play.google.com/store/books/details?id=te4CEgAAQBAJ
Amazon	POD	https://www.amazon.es/gp/product/B0HFNGHJXC
Amazon	ePub	https://www.amazon.es/dp/B0HFNNX8LT
Casa del Libro	ePub	https://www.casadellibro.com/?query=18514658

A través de la plataforma de producción a demanda (POD) para librerías Bibliomanager, se puede adquirir en 447 puntos de venta repartidos por Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, España, Reino Unido, México, Perú, Estados Unidos y Uruguay.

Francisco Sierra (www.franciscosierracaballero.net) es Catedrático de Teoría de la Comunicación e Investigador del Instituto Andaluz de Investigación en Comunicación y Cultura (INACOM) en la Universidad de Sevilla. Fundador del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (www.compoliticas.org), ha trabajado como experto en políticas de comunicación, nuevas tecnologías y participación ciudadana en la Comisión Europea y otros organismos internacionales como la UNESCO y UNASUR. Ex Presidente de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (www.ulepicc.org), ha sido Director General de CIESPAL y Presidente de la Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas en Comunicación (CONFIBERCOM), en la actualidad es Director de la Sección de Comunicación y Cultura de la Fundación de Investigaciones Marxistas (FIM).

Joan Pedro-Carañana es Profesor Permanente Laboral en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid y Doctor Europeo en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo por la misma universidad. Socio de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-España). Es coautor del libro *Global Sports Go Green—Or Do They?* (junto a Toby Miller) y ha coordinado seis libros, incluyendo *El modelo de propaganda y el control de los medios*, *Communicative Justice in the Pluriverse: An International Dialogue*, y *Political Economy of Media and Communication. Methodological Approaches*.