

# Sumario

Introducción, por Francisco Sierra Caballero.....	11
---------------------------------------------------	----

## PRIMERA PARTE:

### Teoría de la Economía Política de la Comunicación

<b>1. Teoría y crítica de la Economía Política de la Comunicación</b> <i>por Francisco Sierra Caballero</i> .....	<b>19</b>
1. <i>Crítica de la Economía Política de la Comunicación</i> .....	22
2. <i>Fuentes y fundamentos de la crítica materialista</i> .....	29
3. <i>Prospectiva de la Economía Política de la Comunicación</i> .....	55
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	64
<b>2. La Escuela de Frankfurt y la investigación crítica de la comunicación y de la cultura,</b> <i>por Angel Carrasco-Campos</i> .....	<b>67</b>
1. <i>La originaria centralidad de la Teoría Crítica en los estudios de comunicación</i> .....	67
2. <i>La especificidad epistemológica de la Teoría Crítica</i> .....	69
2.1. <i>Teoría tradicional y Teoría Crítica</i> .....	69
2.2. <i>La relación teoría y praxis en la Teoría Crítica</i> .....	72
3. <i>Teoría Crítica e investigación en comunicación</i> .....	75
3.1. <i>Industria cultural y fetichismo de la mercancía</i> .....	75
3.2. <i>¿Industria cultural o reproductibilidad técnica de la obra de arte?</i> .....	77
3.3. <i>Industria cultural y pseudo cultura: reproducción del statu quo e integración social</i> .....	79
3.4. <i>La unidimensionalidad como lógica de dominación</i> .....	82
4. <i>Teoría Crítica: ideología y medios de comunicación</i> .....	84
4.1. <i>Ideología como «falsa conciencia»</i> .....	84
4.2. <i>Nuevas formas de ideología</i> .....	85
5. <i>La posterior recepción de la Teoría Crítica en los estudios de comunicación</i> .....	87
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	91

<b>3. Crítica de la Economía Política y Crítica de la Comunicación</b>	
<i>por César Bolaño</i> .....	95
1. <i>Crítica de la Comunicación. Para una teoría general de la mediación: subsunción del trabajo cultural y la doble contradicción del capitalismo</i> .....	96
2. <i>Lógica mercantil, poder y forma cultural. Cuestiones de método desde la Crítica de la Economía Política</i> .....	109
3. <i>La red: materialidad y forma social. La Economía Política de la Comunicación revisitada</i> .....	115
4. <i>Conclusión</i> .....	123
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	124
<b>4. Información, trabajo y valor en Marx</b>	
<i>por Marcos Dantas</i> .....	127
1. <i>Definiendo la información (científicamente)</i> .....	128
1.1. <i>Semiótica</i> .....	136
1.2. <i>Excurso Epistemológico</i> .....	140
2. <i>Información y el concepto marxiano de trabajo</i> .....	143
2.1. <i>Plusvalía relativa; plusvalía intensificada</i> .....	150
2.2. <i>El trabajo material semiótico productivo</i> .....	154
2.3. <i>La circulación</i> .....	157
2.4. <i>El valor de la información-trabajo</i> .....	161
2.5. <i>La realización del valor: capitalismo rentista</i> .....	164
2.6. <i>... y todos trabajan</i> .....	166
3. <i>¿Y ahora?</i> .....	171
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	173
<b>5. Los bastidores de la memoria. Aproximación a los retos del presente</b>	
<i>por Michèle Mattelart</i> .....	177
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	185

SEGUNDA PARTE:

Metodología

<b>6. La concentración de las empresas mediáticas. Una revisión de las metodologías para su estudio</b>	
<i>por Fernando Quirós Fernández</i> .....	189
1. <i>Objeto de estudio para la Economía Política de la Comunicación y para otras corrientes críticas</i> .....	189
2. <i>La concentración empresarial</i> .....	194
3. <i>La economía neoclásica y sus sistemas de medición</i> .....	197
4. <i>La medición del «pluralismo» y la «diversidad»</i> .....	199

5. <i>Por una metodología crítica para estudiar la concentración de las empresas mediáticas</i> .....	211
6. <i>A modo de conclusión</i> .....	220
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	221
<b>7. La mediación social como metodología de investigación en Economía Política de la Comunicación</b>	
<i>por Joan Pedro-Carañana</i> .....	225
1. <i>Introducción</i> .....	225
2. <i>Modelo dialéctico de la mediación social: diseños para la investigación de la producción social de comunicación</i> .....	226
3. <i>Métodos de análisis de contenido</i> .....	228
6. <i>Conclusión</i> .....	245
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	245
<b>8. Discusión y propuesta metodológica para el análisis comparado de legislaciones audiovisuales generales de carácter nacional</b>	
<i>por Marina Hernández Prieto; Ángel Badillo Matos</i>	
<i>María de la Peña Pérez Alaejos</i> .....	247
1. <i>Introducción</i> .....	247
2. <i>Políticas públicas de comunicación y policy making</i> .....	247
3. <i>Una aproximación metodológica al estudio de las políticas de comunicación</i> .....	256
4. <i>Contextos políticos, sociales y mediáticos</i> .....	260
5. <i>Por qué y cómo regular los medios de comunicación</i> .....	263
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	270
<b>9. Nuevos métodos para cartografiar la concentración de medios: Un análisis de redes de «joint ventures» de las compañías globales de medios</b>	
<i>por Rodrigo Gómez; Benjamín J. Birkinbine</i> .....	273
1. <i>Midiendo la concentración mediática</i> .....	275
2. <i>Método</i> .....	280
3. <i>Resultados</i> .....	283
4. <i>Discusión</i> .....	289
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	291
<b>10. Estructura y discurso: articulando metodologías analíticas confrontadas</b>	
<i>por Miguel Álvarez-Peralta</i> .....	293
1. <i>Imprescindible estudiar la comunicación de masas, pero ¿con qué herramientas?</i> .....	294
2. <i>La EPC como marco integrador</i> .....	296

3. EPC y escuelas de análisis textual: distancias y relaciones.....	301
4. Estudios Culturales y EPC, ¿un divorcio irreversible? .....	304
5. De qué hablamos cuando decimos ‘analizar el discurso’ .....	311
6. Semiótica y Análisis Crítico del Discurso: el texto como interacción social.....	313
7. Análisis discursivos, Análisis de Contenido y Economía Política: una perspectiva integradora.....	318
Referencias bibliográficas.....	324
<b>11. Teoría y metodología de la economía política de las imágenes</b>	
por Víctor Silva Echeto; Rodrigo Browne Sartori .....	327
1. Introducción .....	327
2. Giros .....	330
3. Cuerpo(s).....	331
4. Entre-medios.....	333
5. Imágenes.....	338
6. Una cuestión de método.....	340
7. Pathosformel.....	341
8. Artefactualidad.....	341
9. Políticas de archivos.....	343
10. Montaje y Atlas.....	344
10.1. Líneas de investigación.....	345
Referencias bibliográficas.....	346
<b>12. Un proceso metodológico de investigación social participativa al servicio del diseño de la estrategia comunicativa de los Movimientos Sociales</b>	
por Manuel Montañés Serrano; Ángel Carrasco-Campos .....	349
1. Introducción .....	349
2. Investigación participativa, movimientos sociales y comunicación.....	351
3. La construcción de un espacio conversacional, dialógico y participativo.....	356
4. Una propuesta metodológica participativa para la sistematización del diálogo participativo .....	360
5. (In)conclusión.....	368
Referencias bibliográficas.....	370

TERCERA PARTE:  
Nuevas perspectivas de análisis

<b>13. Capitalismo Financiero y Capital Ficticio. La función reguladora de la comunicación</b>	
<i>por Francisco Sierra Caballero</i> .....	375
1. <i>La construcción del muro de Wall Street</i> .....	379
2. <i>El régimen informativo de la opacidad</i> .....	382
3. <i>La guerra de clases y el modelo de propaganda</i> .....	384
4. <i>Una agenda de investigación en EPC</i> .....	390
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	393
<b>14. Investigar en la academia neoliberal. Un estudio de caso: la institucionalización y la organización intelectual del campo de investigación en la disciplina de la comunicación</b>	
<i>por Enric Saperas; Ángel Carrasco-Campos</i> .....	397
1. <i>Introducción</i> .....	397
2. <i>Justificación: ¿Por qué hemos elegido el campo de la investigación comunicativa para el estudio de la Academia en tiempos del capitalismo globalizado?</i> .....	399
3. <i>Los cambios de contexto internacional en la investigación comunicativa a partir de 1989</i> .....	401
4. <i>La institucionalización de la investigación en la Academia neoliberal. La década de los noventa como inicio de la formación de un nuevo marco institucional</i> .....	403
4.1. <i>La industria editorial y las bases de datos bibliográficos de resúmenes y citas de artículos en revistas</i> .....	404
4.2. <i>Las asociaciones de los profesionales de la investigación</i> .....	406
4.3. <i>Las nuevas instituciones de evaluación de la actividad investigadora y de la reputación universitaria</i> .....	408
5. <i>La organización intelectual del campo disciplinar: los usos de la teoría en la investigación comunicativa actual</i> .....	411
6. <i>Trabajo estándar y paradigma dominante</i> .....	413
7. <i>Paradigma dominante y trabajo estándar como forma de investigación en la Academia neoliberal</i> .....	418
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	421

<b>15. Después del eclipse computacional: iluminando las dinámicas del activismo tras bambalinas</b>	
<i>por Emiliano Treré</i> .....	423
1. <i>Revisión de literatura</i> .....	424
1.1. <i>El crecimiento de WhatsApp</i> .....	424
1.2. <i>El giro computacional y el eclipse del activismo digital tras bambalinas</i> .....	425
1.3. <i>Más allá de una visión distópica de Whatsapp</i> .....	428
2. <i>Marco conceptual, estudios de caso y métodos</i> .....	430
2.1. <i>Una aproximación de la ecología de medios a las prácticas relacionadas con Whatsapp</i> .....	430
2.2. <i>Estudios de caso y métodos</i> .....	431
3. <i>Hallazgos y discusión</i> .....	433
3.1. <i>Whatsapp y las políticas del activismo tras bambalinas en el movimiento #YoSoy132</i> .....	433
3.2. <i>El papel de WhatsApp en las tácticas no visibles del movimiento 15M</i> .....	435
3.3. <i>La naturalización de WhatsApp en las organizaciones españolas contemporáneas</i> .....	436
4. <i>Comentarios de cierre</i> .....	437
4.1. <i>Agradecimientos</i> .....	438
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	439