

<b>Introducción: La Comunicación Política mediatizada</b>	
<i>por A.R. Castromil; M.L. Humanes; L. García Tojar</i> .....	9
<i>Bibliografía</i> .....	20
<b>1. La mediatización. La construcción de un marco teórico a partir de una categoría analítica</b>	
<i>por Enric Saperas</i> .....	21
1. <i>La mediatización como cambio social</i> .....	22
2. <i>Tres marcos conceptuales: la globalización, la innovación tecnológica y la condición posmoderna</i> .....	27
3. <i>Dos tendencias en la investigación sobre la mediatización: la propuesta institucionalista</i> .....	33
4. <i>Dos tendencias en la investigación sobre la mediatización: la propuesta social-constructivista</i> .....	37
5. <i>Dos conceptos analíticos que no deben identificarse con la mediatización: comunicación política mediada y mediación</i> .....	39
6. <i>El proceso de formación de la mediatización en las sociedades democráticas</i> .....	43
7. <i>Bibliografía</i> .....	49
<b>2. Ciberpolítica y ciberdemocracia: Nuevas herramientas y viejos desafíos para la comunicación política</b>	
<i>por José Luis Dader</i> .....	53
1. <i>El nuevo ecosistema de la cibercomunicación política</i> ....	53
2. <i>Modalidades de cibercomunicación política</i> .....	60
3. <i>El enfoque diferencial de la cibergestión de campañas electorales</i> .....	66
4. <i>La ciberpolítica de monitorización, interpelación democrática y participación deliberativa</i> .....	69
5. <i>Regímenes ciberpolíticos: Del realismo a la esperanza</i> ....	81
6. <i>Bibliografía</i> .....	86

<b>3. La teoría de agenda-setting: origen, evolución y vigencia</b> <i>por Iván Soto San Andrés; Antón R. Castromil</i> .....	93
1. <i>Agenda-setting en el contexto de los estudios de comunicación</i> .....	94
1.1. <i>Desarrollo constante de la teoría</i> .....	96
2. <i>El concepto de agenda-setting</i> .....	97
2.1. <i>Multiplicidad de agendas</i> .....	98
2.2. <i>Elementos clave: Transferencia y relevancia</i> .....	100
3. <i>¿Por qué ocurren los efectos de agenda-setting?</i> .....	103
4. <i>Los tres niveles de la teoría de agenda-setting</i> .....	105
4.1. <i>El modelo originario o agenda-setting de primer nivel</i> .....	105
4.2. <i>Agenda-setting de segundo nivel</i> .....	108
4.3. <i>Agenda-setting, atributos y encuadres</i> .....	110
4.4. <i>Networked agenda-setting o tercer nivel de agenda</i>	112
5. <i>Dinámicas y conexiones con otras agendas</i> .....	114
6. <i>El impacto de internet en la teoría de agenda-setting</i> ..	116
7. <i>Una teoría en permanente expansión</i> .....	119
8. <i>Bibliografía</i> .....	120
<b>4. La extinción del sistema mediático</b> <i>por Luis García Tojar</i> .....	127
1. <i>«Sistemas mediáticos»</i> .....	128
2. <i>«Campo mediático»</i> .....	140
3. <i>El nuevo desorden mediático</i> .....	148
<i>Bibliografía</i> .....	153
<b>5. Audiencias y uso político de los medios de comunicación.</b> <b>Teoría de la exposición selectiva</b> <i>por María Luisa Humanes</i> .....	155
1. <i>La teoría de la exposición selectiva en el contexto de los estudios de comunicación</i> .....	156
2. <i>¿Por qué se produce la exposición selectiva de la información?</i> .....	157
3. <i>Condiciones que afectan a la exposición selectiva</i> .....	159
4. <i>Exposición selectiva en la era de Internet y las redes sociales</i> .....	161
5. <i>Principales efectos de la exposición selectiva</i> .....	163
6. <i>El caso español</i> .....	164
7. <i>Bibliografía</i> .....	176

<b>6. La telenovelización de la política (Del <i>nacionalcatolicismo al mirón comunitario</i>)</b>	
<i>por Fermín Bouza</i> .....	181
1. <i>El nacional-catolicismo y las nuevas cifras familiares...</i>	181
2. <i>De la televisión a Internet: modelos de percepción y narración (PdT y PdP).....</i>	188
3. <i>Los factores de noticia .....</i>	190
4. <i>No hay clases, no hay intereses: hay buenos, malos y periodistas .....</i>	191
5. <i>Los nuevos caminos de investigación.....</i>	192
6. <i>Y la comunidad al fondo.....</i>	194
7. <i>Bibliografía.....</i>	194
<b>7. Negativismo político-mediático, comunicación política y calidad de la democracia</b>	
<i>por Antón R. Castromil</i> .....	195
1. <i>Introducción .....</i>	195
2. <i>Comunicación política y sistema democrático .....</i>	197
2.1. <i>Democracia representativa y lucha por la opinión</i>	198
2.2. <i>Influencia de origen e influencia de uso: la hora de la comunicación política.....</i>	201
3. <i>Negativismo político-mediático y comunicación política.</i>	202
3.1. <i>Comunicación política tendenciosa.....</i>	203
3.2. <i>La visión convencional del negativismo político-mediático.....</i>	205
3.3. <i>La visión alternativa del negativismo político-mediático.....</i>	213
4. <i>Negativismo y calidad democrática .....</i>	219
5. <i>Bibliografía.....</i>	221
<b>8. De la diferencia de usos y prácticas a la convergencia. Partidos Políticos y movimientos sociales en la sociedad digital</b>	
<i>por José Manuel Sánchez Duarte; Raúl Magallón Rosa</i> ....	227
1. <i>Introducción. La crisis como semillero. La red como solución de salida.....</i>	227
2. <i>Tendencias digitales de convergencia entre partidos políticos y movimientos sociales.....</i>	229
2.1. <i>Atención selectiva, polarización y guetos .....</i>	230

2.2. Lenguajes: marco ( <i>culture jamming</i> ), actores precursores ( <i>movimientos sociales</i> ) y códigos ( <i>memes</i> y <i>emocionalidad</i> ) .....	232
2.3. <i>Militancias digitales</i> .....	234
2.4. <i>Desinformación</i> .....	236
3. <i>Conclusiones</i> .....	238
4. <i>Bibliografía</i> .....	238