

CONTENIDO

Primera parte. Comunicación política.	13
Tema 1. Comunicación política.....	15
1.1. Introducción al concepto de Comunicación política.	19
1.2. La comunicación política de las instituciones.....	26
1.3. Algunos modelos políticos para la investigación.....	31
1.4. Hitos históricos de autores y teorías de la comunicación sobre los actores de la comunicación política.....	39
Tema 2. Ideario y tendencia política de grupos y agentes mediáticos.	59
2.1. Descripción de los principales grupos mediáticos en España.....	64
2.1.1. Los grupos cotizados: Atresmedia, Mediaset, Prisa y Vocento.....	64
2.1.2. Los grupos familiares: Grupo Zeta, Grupo Godó y Prensa Ibérica.....	68
2.1.3. Grupos de empresas no españolas.....	71
Tema 3. Dinámica de los actores con participación política.	75
3.1. La participación e interacción política ciudadana en la red.	75
3.1.1. Grupos de Comunicación en la Red y productos. Mapa de Medios en España.....	77
3.1.2. Datos del Estado global de conectividad a Internet.....	83

3.1.3. El consumo ciudadano de Internet y la publicidad: garantía de difusión política.	86
3.1.4. La participación e interacción ciudadana en la red. Medios de Comunicación y redes.....	96
3.1.5. Cambios socio psicológicos en cuanto a la comunicación interpersonal debido a las nuevas tecnologías.	100
3.1.6. Los grupos de interés.....	102
3.1.7. Los movimientos sociales.	102
3.1.8. Narrativas de luchas ciudadanas.	105
3.1.9. Participación política de los jóvenes en la red.....	105
Tema 4. Las campañas electorales.	111
4.1. Planificación y desarrollo de las campañas políticas	116
4.1.2. La campaña en acción: propaganda electoral y apariciones en los medios periodísticos.	120
Tema 5. Géneros periodísticos de Comunicación política.....	123
5.1. Discurso político.	123
5.2. Debate electoral y entrevista.	125
Bibliografía.....	129