

La comunicación política desde el horizonte de la identidad y la tolerancia

*Proyecto
Identidad e Intolerancia*

Silvia Molina y Vedia

Primera edición, 2002

**D.R. © Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Ciudad Universitaria, 04510, México D. F.**

Impreso y hecho en México

ISBN: 970-32-0134-2

***Diseño de portada:* Natalia de la Garza**

171411
101

Indice

Agradecimientos	13
Introducción	15

CAPÍTULO I

<i>El sistema político y sus formas de comunicación</i>	21
I.1. Antecedentes	21
I.2. El sistema político	23
I.3. El código político	26
I.4. Programas políticos	32
I.5. Democracia	33
I.6. Ideologías	34
I.7. Problemas	40
I.8. Límites y alcances de la comunicación política	43

CAPÍTULO II

<i>Los ámbitos de la comunicación política</i>	45
II.1. Los ámbitos de la comunicación política	45
II.2. Comunicaciones gubernamentales	46
II.3. Comunicaciones de los partidos políticos	50
II.4. Comunicación política, votantes y sociedad	52
II.5. Selección y orientación de las expectativas de éxito de la comunicación política frente a sus diversos interlocutores	64

CAPÍTULO III

<i>Relaciones entre el sistema político y su entorno</i>	69
III.1. Identidad y diferencia	69
III.2. Aceptación	76
III.3. Rechazo	79
III.4. Acoplamientos estructurales e interpenetración ...	84
III.5. Autonomía e identidad	87
III.6. Ambigüedad y conflicto	89

CAPÍTULO IV

<i>La comunicación orientada al entorno</i>	93
IV.1. Identidad de primer orden e intolerancia frente al entorno	93
IV.2. Aspectos de la intolerancia frente al entorno en la comunicación política	103
IV.3. Acentuación de la auto-observación	110
IV.4. La perspectiva de segundo orden y su orientación al entorno	111
IV.5. La tolerancia hacia el entorno y sus consecuencias comunicativas	112

CAPÍTULO V

<i>Algunas formas de incorporar una perspectiva de segundo orden a la política y sus consecuencias para la identidad y el ejercicio práctico de la tolerancia</i>	119
V.1. Segundo orden y consultoría en política	120
V.2. Campañas	125
V.3. Desarrollo de imagen	146
V.4. Sondeos y estudios de opinión pública	154
V.5. Análisis y síntesis de noticias	158

CAPÍTULO VI

<i>Una estrategia de ultraestabilidad</i>	161
VI.1. El concepto de ultraestabilidad	161
VI.2. La tolerancia como estrategia de comunicación política	164
VI.3. La diversificación y complicación de la comunicación política dentro de una estrategia de tolerancia	168
VI.4. El impacto de la tolerancia sobre la identidad	170

de las cosas