

## INDICE

<b>Acerca del autor</b>	XI
<b>Introducción</b>	XIII
<b>Capítulo 1: Comunicación política y sus procesos</b>	
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	1
Comunicación política y opinión: una aproximación conceptual	
Comunicación política	2
Opinión pública	5
Orientaciones de la opinión pública	7
La opinión pública en la actualidad	11
Áreas de la comunicación política	
La opinión pública	14
El análisis de contenido de los mensajes	
Al propaganda pública	
La conducta político-social	15
El liderazgo y los grupos de poder	
Los efectos de la comunicación política	
Propósitos de la comunicación política	17
Procesos de la comunicación política (modelos)	19
Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	23
Esquema resumen del capítulo I	
Respuestas a las reflexiones previas	24
<b>Capítulo 2: Géneros de mensajes políticos</b>	
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	25
Los mensajes políticos	
Rasgos característicos de los mensajes políticos	26
Géneros y formatos de los mensajes políticos	
Las peticiones	31
Las quejas	32
Los boletines de prensa	33
El cartón político	34
La historieta política	
El rumor	35
El humorismo político	36
El teatro político	37
El artículo editorial	38
La columna periodística	
La entrevista político	40
Las cartas a la redacción y el correo de voz	41
La réplica	
Las declaraciones	42
El discurso	
La conferencia	
El debate	46
Los promocionales publicitarios	47
El cartel	48
Los panorámicos	49

El spot de radio	
Los mensajes políticos en televisión	50
Las paginas electrónicas	
Los panfletos, los valores y las hojas sueltas	51
Los manifiestos	52
Los monolitos	
El periodo mural	53
Las canciones, las rimas y las consignas	
Los anuarios políticos	54
Las marionetas políticas	
Otros formatos (referendos diplomáticos, edictos, nombramientos, biografías)	55
Líneas de acción para producir mensajes políticos	56
Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	57
Esquema resumen del capítulo 2	
Respuestas a las reflexiones previas	58
<b>Capítulo 3. La comunicación del sector político a los ciudadanos</b>	
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	59
La comunicación del sector político	
Los personajes políticos	60
La mujer en la política	62
Gobernantes y otros líderes políticos	64
Las formas de comunicación	
Las relaciones públicas	66
Oratoria y demagogia	67
La propaganda	71
Los partidos políticos y su difusión	77
Los candidatos a puestos de elección popular	
Detección de necesidades de la comunidad	79
La oferta política	
Las campañas políticas y su difusión	80
La comunicación desde el gobierno	
Difusión de gobierno	82
Presidencia	83
Ministerios (secretarías de estado)	
Gobiernos regionales	
Representaciones populares (diputados y senadores)	84
La gestión pública: su Magne y retroalimentación	85
Los archivos de información	86
Archivos con documentos clasificados	87
Información reservada o confidencial	89
Información secreta	
Información sensible	
Espionaje	90
La formación de la opinión sobre el sector público	91
Información de interés público	92
Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	98

Esquema resumen del capítulo 3	
Respuestas a las reflexiones previas	99
<b>Capítulo 4. Función política de los medios de comunicación masiva</b>	
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	101
Función política en la comunicación	102
La especialización de los medios en temas de política	
Los medios impresos	104
Los medios electrónicos	
La red Internet	106
La libertad de expresión y difusión	107
El poder político en los medios	
La manipulación	108
Formas de retroalimentación	110
Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	111
Esquema resumen del capítulo 4	
Respuestas a las reflexiones previas	
Ejercicio del capítulo	
Los escrúpulos en los medios	112
Instrucciones	
Preguntas	
<b>Capítulo 5. La comunicación de los ciudadanos y grupos sociales al poder</b>	119
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	
El actuar sociopolítico del ciudadano	
Nacionalismo e identidad	120
Lo público y lo privado	122
Participación social en la política	
Participación de la sociedad en los medios de comunicación	125
Los grupos de poder, de interés y de presión	
Los sindicatos	
Los grupos religiosos	126
Los sectores indígenas	128
Las minorías	130
El ejército	131
La imagen pública de las empresas	132
Los derechos humanos	133
Declaración universal de los derechos humanos	
Preámbulo	134
Proclama	135
La opinión pública	138
Ley del régimen jurídico de administraciones públicas de España	
Decálogo de derechos	140
Política oficial, versión oficial y opinión	142
Las formas de consulta popular	
El sondeo de opinión	143
El estudio de actitudes	144
El referendo	
La votación	145

Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	
Esquema resumen del capítulo 5	
Respuestas a las reflexiones previas	146
<b>Capítulo 6. La comunicación política internacional</b>	
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	147
La comunicación política a nivel mundial	148
Las culturas en el contexto a nivel mundial	149
La globalización y sus efectos en la comunicación política	150
La diplomacia	152
Las negociaciones	153
Algunas negociaciones entre México y Estados Unidos	154
Las organizaciones internacionales	
Las organizaciones no gubernamentales	159
El terrorismo	
Los medios masivos de alcance internacional	160
Las redes electrónicas de datos	161
Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	162
Esquema resumen del capítulo 6	
Respuestas a las reflexiones previas	163
<b>Capítulo 7. La investigación de la comunicación política</b>	
Objetivo, introducción al capítulo, preguntas para reflexionar	165
El proceso de investigación	166
Aplicación de sondeos de opinión. El estudio de las actitudes	167
El análisis de mensajes políticos	
El análisis de textos políticos	171
Análisis de los espacios de la prensa	172
Análisis interpretativo	
Análisis de titulares	173
Análisis del diferencial semántico (o de tendencias lingüísticas o de perfil de polaridades)	174
Análisis de la propaganda política	177
El campo de la psicología: la percepción y el análisis	178
La ratio-propaganda y la senso-propaganda	180
La icono-propaganda	
Uso de mensajes subliminales en propaganda	181
Actividades sugeridas	
Revisión del capítulo	185
Esquema resumen del capítulo 7	
Respuestas a las reflexiones previas	186
<b>Anexos</b>	187
Análisis de una serie de televisión	189
Comparación de noticieros de televisión	193
<b>Bibliografía</b>	195
<b>Índice analítico</b>	199