

Índice

PRÓLOGO	13
INTRODUCCIÓN.....	17
1. LA OPINIÓN PÚBLICA.....	27
1. Conceptos y elementos básicos.....	31
2. El proceso de conformación	44
3. Principales actores	48
4. De los orígenes a la actualidad. Principales teorías y autores	56
4.1. Del planteamiento liberal a la crítica del marxismo ..	58
4.2. Otras teorías del siglo xx.....	68
4.3. La opinión pública en la sociedad actual.....	80
2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO FORJADORES DE OPINIÓN	93
1. Funciones y características de los medios de comunicación	99
2. Teorías sobre los efectos persuasivos de los medios	105
3. Teoría de la influencia directa	108
4. Teoría de los efectos limitados	111

5. Teorías de la transición	117
6. Teorías sobre los efectos cognitivos	119
6.1. La espiral del silencio	120
6.2. La <i>agenda-setting</i> , una teoría en movimiento	123
6.3. La teoría del distanciamiento	130
7. Opinión pública y comunicación política. Principales autores.....	132
8. El proceso de espectacularización	137
3. PROPAGANDA POLÍTICA	147
1. Concepto	154
2. Propaganda <i>vs.</i> Publicidad.....	157
3. Los orígenes.....	162
4. Elementos y características.....	166
5. Técnicas de propaganda	175
6. Censura, manipulación y desinformación.....	181
7. Incidencia de la propaganda sobre la opinión pública ..	184
8. <i>Social media</i> y política.....	192
9. Filosofía y política.....	202
4. LOS SONDEOS DE OPINIÓN	207
1. Concepto e historia	211
2. Los orígenes.....	213
3. Estructura y tipos	216
4. Alcance y límites	220
5. Repercusiones y consecuencias	225
6. Segundo nivel de repercusiones	228
7. Sondeocracia <i>vs.</i> Democracia	230
8. La visión crítica	233
9. La especificidad de los sondeos electorales.....	236
10. La identificación partidista	238
11. El votante cambiante	241
12. Aspectos deontológicos y legales.....	243

EPÍLOGO.....	249
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	253
AUTOR.....	275