

INDICE

Prólogo	9
Agradecimientos	12
1. El estudio de las opiniones	13
1.1. Las actitudes y las opiniones	13
1.1.1. Componentes de la opinión	20
1.1.2. Bases psicológicas de las opiniones	22
1.1.3. Formación de las opiniones	27
Citas y notas del primer capítulo	29
2. El estudio de la opinión pública	33
2.1. El concepto de opinión pública	33
2.1.1. Integración de las principales conceptualizaciones y visiones sobre la opinión pública	33
2.1.2. La noción de espacio público	38
2.1.3. Una definición de la opinión pública y conceptualización de los estados posibles de la opinión pública	41
2.2. Problemas asociados con la idea de la opinión pública	54
2.3. Sobre los conceptos de multitud, masa y público	62
2.4. Aspectos de comunicación política, consenso, conflicto y participación	73
2.5. Consideraciones sobre el problema de la medición de la opinión pública	80
Citas y notas del segundo capítulo	85
3. Los efectos de los medios de comunicación social en el contexto de estudio de la opinión pública	99
3.1. El liderazgo de opinión	99
3.2. La teoría de la “brecha” en el conocimiento	102
3.3. La hipótesis de la espiral del silencio	106
3.4. La teoría de la “agenda - setting” o formación del temario	112
Citas y notas del tercer capítulo	117
4. Estudio en el Área Metropolitana de Caracas	121
4.1. Objetivo general del estudio	121
4.2. Metodología	121
4.3. Algunos resultados descriptivos relevantes	122
4.4. Lectura analítica adicional	125
4.4.1. Liderazgo de opinión, agenda y contaminación ambiental	125
4.4.2. El enjuiciamiento del Presidente de la República	126
4.4.3. La conversación social	127
4.4.4. Exposición a los contenidos de los medios de comunicación social	127
4.4.5. La participación cívica y comunitaria	128
4.4.6. Líderes de opinión de los medios de comunicación social	128
4.5. Discusión	129
4.6. Conclusiones	132
Citas y notas del cuarto capítulo	133
Apéndice: Diseño de investigación de opinión pública	147
Documentación	159