

Raúl Rivadeneira Prada

La opinión pública

Análisis, estructura
y métodos
para su estudio

 trillas

La presentación y disposición en conjunto de
**LA OPINIÓN PÚBLICA: ANÁLISIS, ESTRUCTURA
Y MÉTODOS PARA SU ESTUDIO**

son propiedad del editor. Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida, mediante ningún sistema o método, electrónico o mecánico (incluyendo el fotocopiado, la grabación, o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito del editor

Derechos reservados

© 1976, Editorial Trillas, S. A. de C. V.
Av. Río Churubusco 385, Col. Pedro María Anaya,
Deleg. Benito Juárez, 03340, México, D. F.

*Miembro de la Cámara Nacional de la
Industria Editorial. Reg. núm. 158*

Primera edición, 1976 (ISBN 968-24-0434-7)

Reimpresiones, 1979 y 1982

Segunda edición, enero 1984 (ISBN 968-24-1549-7)

Primera reimpresión, noviembre 1984

Impreso en México

ÍNDICE DE CONTENIDO

Prefacio	5
Cap. 1. Sociabilidad y comunicación	31
Cap. 2. La necesidad de informarse	37
Cap. 3. La opinión pública en el proceso de la comunicación social	43
Agentes de relación e influencia, 44. Opinión pública y opinión privada, 48.	
Cap. 4. Comunicación, participación social, democratización y medios alternativos	53
Recepción de información, 55. Actores y espectadores en América Latina, 57. Hacia una participación efectiva, 58. ¿Cómo movilizar la participación?, 60. Medios alternativos, 61. Alcances de la comunicación alternativa, 62.	
Cap. 5. La opinión pública y otras disciplinas	65
El problema de la definición, 65. Aportes de varias disciplinas, 66. Significados del término "opinión pública", 68. El invento de Gutenberg, 73.	
Cap. 6. La opinión pública a través de la historia	75
Lutero, formador de opinión, 77. De Glanwill a Rousseau, 78. La revolución burguesa de 1789, 81. El siglo XIX, 89. El siglo XX, 96.	
Cap. 7. La opinión pública a través de sus investigadores	109
Posición clásica y posición empírica, 111. La posición de Oncken, 113. El clima de opinión, 114. La idea de "actitud", 118. El	

30 Índice general

sistema de MacIver, 121. Otros estudios, 122. En busca de una posición ecléctica, 123.

Cap. 8. Formación de la opinión pública	125
Etapas de formación, 131.	
Cap. 9. Formas de opiniones y actitudes	135
Los estereotipos, 135. El prejuicio, 141. La propaganda, 143. Relaciones públicas, 145. La manipulación, 159.	
Cap. 10. Proceso de la información periodística	165
Transformación de la noticia, 167. La información en destino, 174.	
Cap. 11. Los públicos	177
Opinión pública y opiniones publicitadas, 181. El rumor, 183.	
Cap. 12. Los grupos de opinión	185
Cap. 13. El control social	191
Los líderes de opinión, 197.	
Cap. 14. Evaluación de actitudes y opiniones	204
Escala de actitud, 202. Examen de la entrevista, 202. El panel, 203. Técnica de proyección, 203. La encuesta de opinión, 204.	
Bibliografía	211
Índice onomástico	215
Índice analítico	217