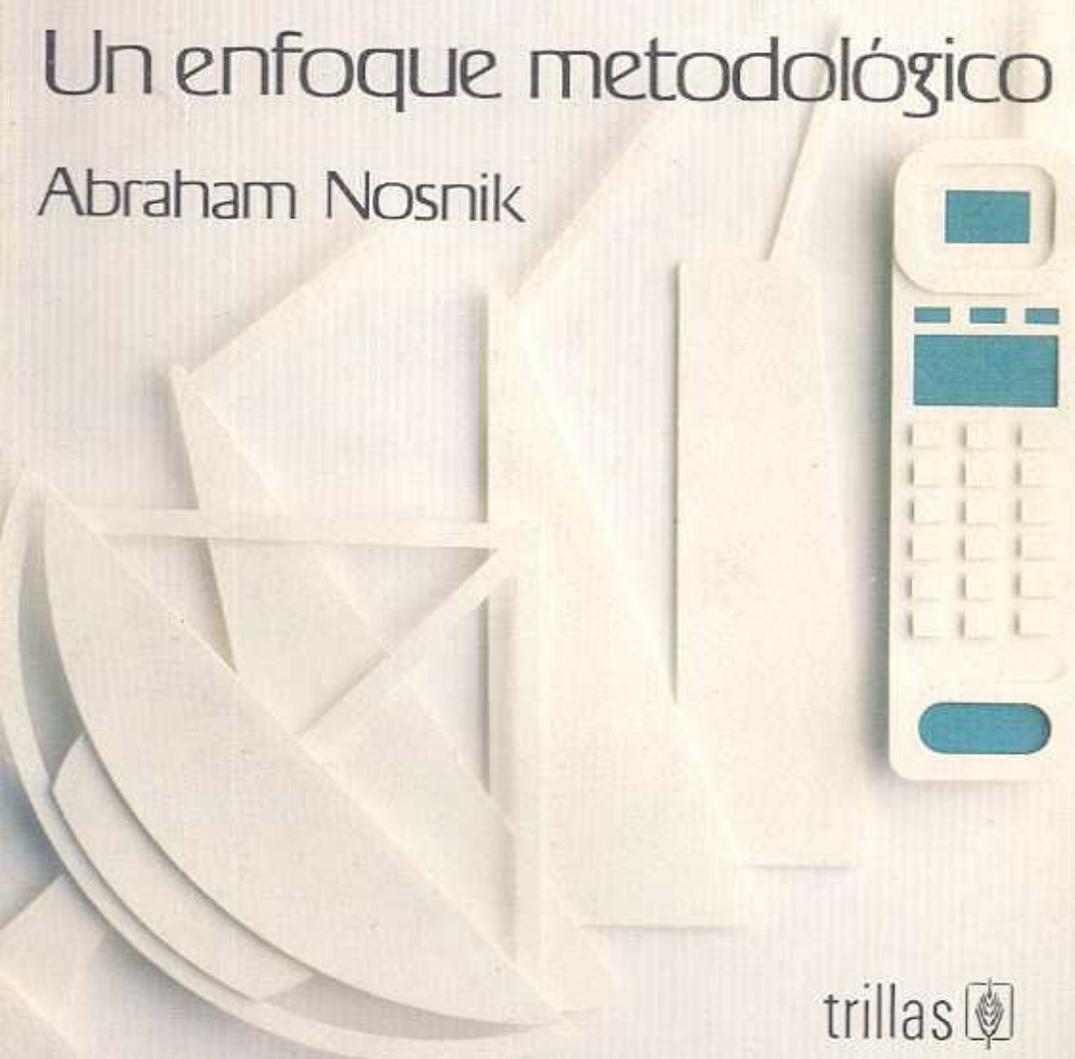


El desarrollo de la comunicación social

Un enfoque metodológico

Abraham Nosnik



trillas 

Catalogación en la fuente

Nosnik, Abraham

El desarrollo de la comunicación social : un enfoque metodológico. -- México : Trillas, 1991.

166 p. ; 23 cm. -- (Biblioteca básica de comunicación social)

Bibliografía: p. 143

Incluye índices

ISBN 968-24-4310-5

1. Comunicación. 2. Ciencias sociales
Investigación. I. t. II. Ser.

LC- HM258'N6.3

D- 302.2072'N453d

*La presentación y disposición en conjunto de
EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.
UN ENFOQUE METODOLÓGICO*

*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

© 1991, Editorial Trillas, S. A. de C. V.,
Av. Río Churubusco 385, Col. Pedro María Anaya,
C.P. 03340, México, D. F.

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

Primera edición, junio 1991
ISBN 968-24-4310-5

Impreso en México

Printed in Mexico

Índice de contenido

Presentación	5
Agradecimientos	9
Introducción	13
Cap. 1. El debate filosófico sobre el crecimiento del conocimiento científico	17
El análisis positivista de la ciencia, 18. Alternativas al análisis positivista lógico de la ciencia, 23. El análisis de Kuhn del cambio científico: el paradigma, 25. Las opciones racionalistas críticas: el falsacionismo metodológico ingenuo de Popper y el complejo, de Lakatos, 28. Resumen, 37.	
Cap. 2. El debate sobre crecimiento del conocimiento científico en la investigación de la comunicación social	43
Generalidades: comentarios introductorios, 43. La evolución de la imagen de la investigación en comunicación social, 47. La experiencia kuhniana en la investigación en comunicación social: ¿qué hemos aprendido?, 54. Falsacionismo metodológico e investigación en comunicación social, 60. Resumen, 67.	
Cap. 3. Los programas científicos de investigación en comunicación social	71
El programa de investigación de efectos poderosos de los medios, 74. El programa de investigación de efectos limitados de los me-	

12 ÍNDICE DE CONTENIDO

dios, 82. Los consefectos de la comunicación social: ¿un nuevo programa de investigación que está surgiendo?, 87. El programa de investigación de efectos contingentes de la audiencia, 88. Resumen, 91.

Cap. 4. El programa científico de investigación de usos y gratificaciones en comunicación social 93

Los estudios de U y G como parte del cinturón de protección de los programas de efectos poderosos y limitados de los medios de comunicación social, 131. Resumen, 132.

Cap. 5. Conclusiones 139

Bibliografía 143

Índice onomástico 157

Índice analítico 161