

Universidad  
Nacional  
de Córdoba



1613 - 2013  
**400**  
AÑOS



**EXP-UNC:0063120/2013**

**VISTO:**

El programa presentado por la cátedra de **Psicología de las Masas y Medios de Comunicación** para ser dictado a partir del año lectivo **2014**; y

**CONSIDERANDO:**

Que la presentación del programa se ajusta a lo establecido en la reglamentación vigente, RHCD 550/10 y 140/13.

Que han sido explicitados adecuadamente los siguientes puntos: fundamentación, objetivos, contenidos, enfoque metodológico, organización del cursado, régimen de cursado, modalidad y criterios de evaluación y bibliografía.

Por ello, en la sesión del día de la fecha, teniendo en cuenta lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza y por mayoría,

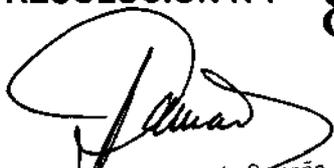
**EL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
RESUELVE:**

**Artículo 1º:** Aprobar el programa presentado por la cátedra de **Psicología de las Masas y Medios de Comunicación** para ser dictado a partir del año lectivo **2014** y que como Anexo forma parte integrante de la presente con 20 fojas útiles.

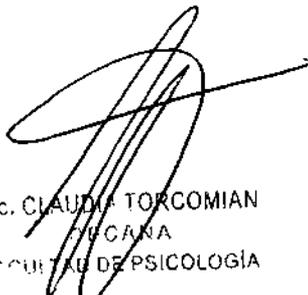
**Artículo 2º:** Protocolícese, comuníquese, notifíquese y archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA A LOS VEINTICUATRO DÍAS DEL MES DE FEBRERO DEL AÑO DOS MIL CATORCE.

**RESOLUCION Nº: 8**

  
Lic. Olga Puente de Camano  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



  
Lic. CLAUDIA TORCOMIAN  
TUCANA  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



1613 - 2013  
**400**  
AÑOS



EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N°

8

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA  
FACULTAD DE PSICOLOGIA  
PROGRAMA

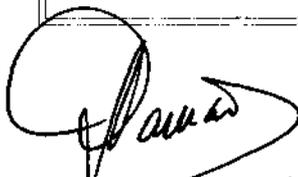
ASIGNATURA		CODIGO
PSICOLOGÍA DE LAS MASAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN 2014		Electiva permanente 0671-1
TITULAR: Petit, Cristina Margarita		VIGENCIA AÑOS
ADJUNTO: Cilimbini, Ana Luisa		3 años – 2014/2016
P.A.: Virdó, Enrique		
P.A.: Yurman, Judith		
P.A.: Remondino, Georgina		
ASIGNATURAS CORRELATIVAS		Regularizada
Cód.	Nombre	
019	PSICOLOGIA SOCIAL	Si
021	PSICOLOGIA EDUCACIONAL	Si
049	PSICOLOGIA SANITARIA	Si

Contenidos mínimos

Procesos psicológicos y comunicación social. Los medios de comunicación y los procesos de influencia en lo sociocultural. Impacto de los medios en la subjetividad y la sociabilidad. Opinión pública, publicidad y propaganda. Actitudes y prejuicios; persuasión y cambios de actitud. Construcción de representaciones sociales.

N° de Resolución HCD  
de aprobación

1

  
Lic. Olga Puente de Camaño  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

## ANEXO RHCD N° 8

**1. FUNDAMENTACION** La materia "Psicología de las Masas y Medios de Comunicación" forma parte de la estructura de asignaturas electivas permanentes del Plan de Estudios 86 de la carrera de Licenciatura en Psicología. La materia articula con Psicología Social, Psicología Educacional y Psicología Sanitaria dentro del sistema de correlatividades que ofrece la carrera.

Es una asignatura Interáreas, y como tal, está orientada a perfilar la intervención psicólogo en las prácticas y la dinámica de la comunicación masiva. El programa propone líneas de explicación que permiten explorar la dimensión de las prácticas comunicacionales vinculadas a la constitución de los sujetos, las subjetividades y a los procesos de socialización mediados por las tecnologías de la información y la comunicación (TICs).

La mundialización de las comunicaciones está impactando de forma profunda en la sociabilidad, en las construcciones de la cotidianeidad imprimiendo nuevas significaciones en los sujetos y en las prácticas sociales-culturales. Entre los cambios más significativos que la modernidad ha impuesto está el reordenamiento del espacio y el tiempo donde los medios masivos y las nuevas tecnologías tienen un rol fundamental, ya que han acelerado este proceso. En el marco de los profundos cambios culturales que imprimen los medios masivos y las TICs., se propone fomentar una actitud crítica y reflexiva, realizando un recorrido teórico que permita abordar los tópicos centrales vinculados a la producción y recepción de mensajes, como así también, la construcción de estrategias de intervención en las áreas de educación y salud, tendientes a la formación de receptores críticos respecto a los medios masivos y las nuevas tecnologías.

La materia está estructurada sobre dos grandes ejes: el Primero trabaja sobre las principales líneas de investigación dentro del campo de la comunicación, sin descuidar los procesos históricos y socio-culturales que la atraviesan.

El segundo requerirá de un desplazamiento de lo teórico a lo práctico para dar cuenta de la "realidad social" en la cual están inmersas las personas, como así también, de la emergencia de nuevas problemáticas que se presentan en el campo de la comunicación.

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**2. OBJETIVOS**

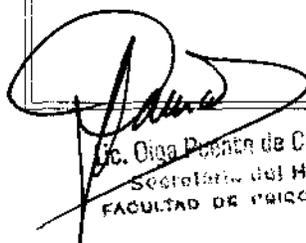
**2.1. Objetivos generales:**

- Conocer y aplicar los paradigmas de la comunicación para realizar un abordaje interdisciplinario de la problemática.
- Analizar los alcances y los límites de las teorías sociales de la comunicación en el marco de un planteo epistemológico de las Ciencias Sociales y de lo multidisciplinario.
- Evaluar críticamente los mecanismos y efectos de la influencia de los mensajes de los Medios de Comunicación Social y las TIC en los sujetos y en las comunidades
- Conocer los aportes del paradigma latinoamericano de "receptor activo y situado" y el constructo de apropiación
- Analizar críticamente el impacto particular de las tecnologías comunicacionales en las identidades culturales Latinoamericanas.
- Conocer los cambios psicosociales que se producen como consecuencias de las tecnologías como internet.
- Analizar las influencias de las principales narrativas como son: informativos, publicidades, propaganda política, dibujos animados y series de violencia. y reality-show.

**2.2. Objetivos específicos**

- Identificar los aportes de los distintos modelos y teorías de la comunicación y valorarlos críticamente.
- Identificar los principales conceptos de cada teoría y reconocerlos como propios de un determinado momento histórico-social.
- Discutir el papel de los medios en la construcción de las representaciones sociales.
- Discutir el papel de las TIC en los vínculos sociales.
- Aprender a elaborar mensajes para los Medios de Comunicación Social al servicio de la Prevención, Promoción de salud y educación, como así también, para las condiciones sanas de trabajo.
- Diagramar estrategias de Promoción de Salud a través de la comunicación social y medial en particular.
- Identificar el rol de psicólogo en la era de la revolución tecnológica.

3



Dr. Olga Pacheco de Cernaño  
Secretaria del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

3. CONTENIDOS (Programa analítico)

**Unidad I: El alcance mundial de las redes de comunicación.**

Historia del surgimiento de los medios masivos.

Medios, comunicación, nuevas tecnologías y cultura. ¿Mundialización o Globalización de la comunicación ?.

**Bibliografía Unidad I:**

- MATTELART , Armand : "La globalización: las redes de la economía posnacional" en *La Mundialización de la Comunicación*. Paidós, Barcelona , 1998.
- THOMPSON, "La globalización de la comunicación" en *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós, Bs. As., 1998.

**Unidad II: Modelos de Explicación de los Fenómenos Comunicacionales y Psicosociales de la Comunicación Mas-Mediática**

Paradigmas, perspectivas y teorías de la Comunicación.

La Teoría Hipodérmica. La Corriente Empírico-Experimental o de "la persuasión". Los Estudios Empíricos sobre el terreno de "los efectos limitados".

La Teoría Funcionalista de la Comunicaciones de Masas. La Teoría Crítica o Escuela de Frankfurt. La Teoría Culturológica. La Perspectiva de los "Cultural Studies" o "Estudios Culturales Ingleses".

Los Estudios sobre Comunicación en América Latina.

**Bibliografía Unidad II:**

- CILIMBINI, Ana Luisa: "De Antonio Gramsci a Raymond Williams: el Concepto de Hegemonía". Material de Cátedra, 2008
- MUÑOZ, Blanca: *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcanova, España, 1989, Cap. 2 y 3.(Págs. 65 a 150)
- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.
- WILLIAMS, Raymond : "Hacia una sociología de la cultura" en *Cultura . Sociología de la comunicación y del arte* .Paidós, Barcelona, 1981 .

4



Lic. Olga Puente de Cemaño  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

- WOLF, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Paidós, Buenos Aires, 2004 . Cap. Primero .

**Unidad III: Televisión, Socialización y Vida Cotidiana**

Televisión y Socialización. Televisión y Vida Cotidiana.

La co-construcción de los mensajes televisivos en la socialización.

La Televisión en el ámbito doméstico. Televisión y Aculturación.

**Bibliografía Unidad III:**

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009. Cap. 1: 1.1. "Socialización, medios y tecnologías de la información y la comunicación (TICs)".

**Unidad IV: Los efectos a Cognitivos a Largo Plazo**

Efectos a Corto y Largo Plazo. Efectos Cognitivos a Largo Plazo.

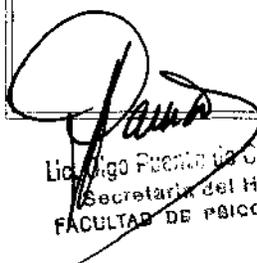
Los medios y las posibilidades de: acumulación, consonancia y omnipresencia.

La Hipótesis de la Agenda-Setting. . La agenda de los medios y la construcción de ciudadanía. La información como derecho y bien social.

**Bibliografía Unidad IV :**

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.  
Cap. 1: 1.1. "Socialización, medios y tecnologías de la información y la comunicación (TICs)".  
Cap.1: 1.2 " La agenda de los medios de comunicación y la construcción de ciudadanía"
- WOLF, M: *La investigación de la comunicación de masas. Criticas y perspectivas*.  
Paidos, 1987. Cap. Segundo

5



Lic. Hugo Francisco Comaño  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGIA



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**Unidad V: Los medios y las Tics en la constitución de subjetividad.**

Recepción activa y situada. Lo afectivo en la recepción. Crítica de la recepción: alcances y límites. Estudio de Público: Los Roldán. Medios y construcción de opinión pública.

Reflexionado en torno al concepto de Apropiación.

Persuasión y Manipulación. Persuasión y cambio de actitud. Metodología de análisis crítico. Actitud Crítica

**Bibliografía Unidad V:**

- DE LA PEZA CASARES: "Las Tram(p)as de los estudios de la recepción y la opinión pública" en *¿Y la recepción?. Balance crítico de los estudios sobre público*. Ed. La Crujía, Bs. As., 2006
- PETIT, Cristina: "El lugar de los sentimientos en la recepción televisiva" en *La generación tecnocultural*. Ed. Brujas, 2006.
- SAINTOUT y FERRANTE (Comp.) : "Los estudios de recepción en Argentina hoy: ruptura, continuidades y nuevos objetos" en *¿Y la recepción?. Balance crítico de los estudios sobre público*. Ed. La Crujía, Bs. As., 2006
- ZECCHETTO, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed. Paulinas, Bs.As., 1986. (pgs. 58- 117)

**Unidad VI: Publicidad**

Las estrategias de la comunicación publicitaria.

Recursos retóricos de los relatos publicitarios.

La co-construcción de representaciones sociales a partir de mensajes publicitarios en diferentes soportes. ( periódicos, revistas, televisivos, gráficos e internet)

**Bibliografía Unidad VI:**

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.

6

  
Lic. Olga Puente de Camaño  
Secretaria del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGIA

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

Cap. 2: 2.1. "Recorridos teóricos sobre publicidad y consumo"

Cap. 2: 2.2. "La Publicidad Interactiva: Las estrategias de Marketing en la WWW".

- ZECCHETTO, V: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed. Paulinas, Bs.As., 1986 (p118-126)

**Unidad VII: Propaganda y Discurso Político**

La propaganda. Estrategias persuasivas de la comunicación política. Variables del emisor, del mensaje y del receptor que incrementan la eficacia de la comunicación persuasiva.

El discurso político. Destinatarios del discurso político.

El Marketing político y las nuevas tecnologías comunicacionales.

Cambios en la sociabilidad. El cambio en Argentina a partir de 1983.

**Bibliografía Unidad VII:**

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.
  - Cap.3: 3.1. "Propaganda Política: impacto de las nuevas tecnologías. Una mirada desde lo psicosocial"
  - Cap.3: 3.2. "La construcción del Adversario Político. Una lectura desde las nociones de ícono, índice y símbolo".
  - Cap.3: 3.3. "Radicalización de antagonismos: discursos presidenciales durante el conflicto con el campo".
- VERÓN, Eliseo: "La palabra adversativa" en *El discurso Político . Lenguajes y acontecimientos* . Hachette. Bs. As. 1987 .

**Unidad VIII: Violencia: medios masivos, cine y TICs.**

La violencia en los relatos audiovisuales. La violencia como recurso en el cine.

Reflexiones sobre los relatos violentos y los espectadores.

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

Los jóvenes y la vinculación con la violencia. Cyberbullying y Juego del ahorcado.

**Bibliografía Unidad VIII:**

- LE BRETTON, David: Conductas de Riesgo. Cap. II  
Ed. Topía., Bs.As., 2011
- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* Brujas, Córdoba, 2009.  
Cap. 4: 4.1. "Violencia, medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías"  
Cap. 4: 4.2. "Cine violento: Algunas reflexiones obre sus espectadores"  
Cap. 4: 4.3. "La Crueldad del Neocapitalismo: «Hostel». El nuevo cine violento".
- ONS, Silvia: *Violencia/s.* Ed. Paidós, Bs.As., 2009.  
Introducción y Cap. 1

**Unidad IX: Internet**

Psicología del Usuario de la web.

La personalidad en la red como construcción y manejo de impresiones.

Identidad, interrelación y roles en la web.

Adolescentes y videojuegos en red. Los usuarios de videojuegos.

Orígenes y usuarios del Chat .

**Bibliografía Unidad IX:**

- ALMADA Y ZAMAR: "Video Juegos y socialización en la adolescencia" en *La generación tecnocultural.* Ed. Brujas, Córdoba ,2006.
- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* Brujas, Córdoba, 2009.  
Cap. 6: 6.1. "Internet: realidad virtual o virtual realidad."  
Cap. 6: 6.2. "La construcción de subjetividad mediada por las nuevas tecnologías"

EXP-UNC:0063120/2013

## ANEXO RHCD N° 8

Cap. 6. 6.3. "Marcas de la Cultura ciber/mediática: Imperativos culturales y (des) anclaje educativo".

- VIRDÓ, Enrique: "El chat: Del cambio tecnológico al cambio social" en *La generación tecnocultural*. Ed. Brujas, Córdoba, 2006.
- WALLACE, P.: *La Psicología de Internet*. Paidós, Bs.As. 2000

### **Unidad X: El Rol del psicólogo. Impacto cultural en la subjetividad.**

El psicólogo y las intervenciones en las nuevas identidades a partir de las Tics .  
Sujetos en situaciones vulnerables.

Los discursos mediáticos como espacio de prácticas ideológicas: el Poder y el Deseo.

Actitud crítica para estrategias educativas.

### **Bibliografía Unidada X :**

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.

Cap.5: "La escuela como espacio público privilegiado: apropiación crítica de

ofertas mediáticas y procesos de desarrollar con TICs".

Cap. 6: 6.2 "La construcción de subjetividad mediada por las nuevas Tecnologías".

Cap. 7: " Reflexiones acerca de la práctica del psicólogo social en el campo de la comunicación mediáticas y de las Tics"1.

## **4. ENFOQUE METODOLOGICO**

### **4. 1. De la Formación Teórica (situación áulica)**

Exposición del profesor de los temas de cada unidad con problematización de las categorías de análisis fundamentales del programa.

Análisis de casos y acontecimientos históricos y emergentes.

Resolución de problemas de las conflictivas emergentes.

Estudios de casos a partir de los resultados de las investigaciones, tesis de grado y posgrado dirigidos por el equipo de la cátedra.

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° **8**

Simposio con invitados especiales al "Observatorio de Jóvenes , Medios y TIC"  
Debate sobre presentaciones de casos en soporte tecnológico  
En los mismos se realizarán análisis de casos específicos de publicidad,  
propaganda política, series televisivas, juegos de riesgo de muerte y casos de  
violencia en la comunicación masiva.

**4. 2. De la Formación Práctica** (situaciones áulicas y extra – áulicas)

Cada Trabajo Práctico tiene una duración de dos horas, dado que todos están estructurados con material de material audio visual, material gráfico y se utilizarán las Técnicas de: Debate, Foros, Rol Playing, Estudios de casos y Actividades en Terreno de investigación: aplicación de encuestas, realización de entrevistas en profundidad, grupos focales de acuerdo a los acontecimientos, problemáticas o casos en agenda y escogidos por la cátedra.

**5. ORGANIZACIÓN DEL CURSADO**

**5. 1. De la Formación Teórica**

Las Clases Teóricas serán dictadas los días **MIÉRCOLES** en horario de 8:00 a 12:00 hs con una frecuencia semanal en el Aula "H".

Los teóricos estarán a cargo de las Profesoras Cristina Petit y Ana Luisa Cilimbini.

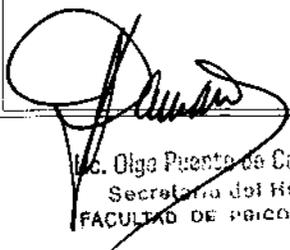
Los alumnos Promocionales deben tener un 80% de asistencia y los alumnos regulares un 50% de asistencia.

**5. 2. De la Formación Práctica**

**5.2.1 Alumno promocional:** El alumno promocional tiene que presentar un **Trabajo Final Obligatorio**, pudiendo optar entre un trabajo teórico (cuya temática sea algún sobre punto del programa) o realizar análisis de programas mediáticos con trabajo de campo sobre recepción. La presentación del trabajo será en formato de informe y se encontrará en la Aula Virtual las pautas específicas.

Para profundizar la formación de los alumnos promocionales se dictará un seminario interno – de carácter no obligatorio- con la temática: **El uso de entrevistas para explorar consumos mediáticos.**

10



Olga Puente de Comaño  
Secretaria del RCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**Duración:** 4 encuentros, que se realizarán los miércoles en el horario de 16 hs. A 17 hs. en la misma aula de los teóricos

**Contenido:** El trabajo de campo: La entrevista etnográfica o "no directiva" y la entrevista con guía de preguntas. El tratamiento del material al momento de la desgrabación. La elaboración del informe final.

**Bibliografía**

- Guber Rosana : *La etnografía . Método, campo y reflexividad*. Colombia. Editorial Norma, 2005.
- Cilimbini, Ana: "Reflexiones sobre el uso de entrevistas y dibujos infantiles en trabajos de investigación" en *Revista Miradas de la UNDeC*, Chilecito. Universidad Nac. de Chilecito , 2006.

**Opción alternativa :** En caso de que el alumno no pueda realizar el trabajo de campo para acceder a la promoción deberá realizar un trabajo monográfico final sobre: *Ideología y Medios Masivos de Comunicación*.

**5.2.2. Alumno regular:** debe presentar un **Trabajo Final Obligatorio** consistirá aplicar un cuestionario a definir a principio de año 2014 que cada alumno deberá realizar y entregar.

En el Aula Virtual estará especificado el formato y alcance del mismo.

- Se abren cuatro (4) comisiones de **Trabajos Prácticos:**
- **MARTES: Comisión 1:** de 14 a 16 hs. y **Comisión 2:** de 16 hs. a 18hs.;
- **MIÉRCOLES Comisión 3:** de 12 a 14:00 hs. y **JUEVES Comisión 4:** de 14:00 a 16 hs.

A cargo de los Profesores Asistentes: Judith Yurman, Georgina Remondino y Enrique Virδό.

Los alumnos deberán elegir un grupo, que a su vez se incluye en una comisión y **trabaja en la misma comisión todo el año.**

- La presencia en los TP. será controlada con un sistema de sellado personal de libreta.

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

- Los alumnos cuentan con un Cuadernillo de Trabajos Prácticos editado con las guías específicas para cada uno de los 20 T.P.
- Al comienzo de cada práctico los alumnos deberán leer en grupo la guía correspondiente y que será trabajada luego de la proyección.
- En cada práctico los grupos exponen en plenario final el trabajo de análisis realizado en conjunto y entregan por escrito la misma, con el nombre de los integrantes.
- Asistencia de los alumnos: 80% (regulares y promocionales)
- En cada TP se trabajará en torno al cuadernillo de guías de análisis; en grupos de hasta 8 personas.
- La aprobación del TP consistirá en:
  - a) contestar las preguntas de las guías y la entrega escrita de lo trabajado.
  - b) exposición oral de las conclusiones grupales.

**5.2.3. Alumno Libre:**

El alumno deberá realizar un Trabajo Monográfico que incluya el análisis de noticias de prensa gráfica sobre algún tema propuesto por la cátedra en base al Cuadernillo de Trabajos Prácticos editado con las guías específicas para cada uno de los 20 T.P construido por la cátedra.

El tema y la guía estará disponible en el Aula Virtual y el alumno deberá entregarlo una semana antes del examen.

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* Brujas, Córdoba, 2009.
- ZECCHETTO, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica.* Ed. Paulinas, Bs.As., 1986. (pgs. 118-126)

**5.3. Sistema de Tutorías y Mecanismos de Seguimiento para Alumnos Libres y Horarios de Consulta**

El alumno libre dispondrá de un tema para realizar su Trabajo Monográfico Teórico y Práctico y dispondrá de una la guía en el Aula Virtual y de toda la información necesaria.

Para las consultas estarán las profesoras Cristina Petit (11 a 12 hs.) y Ana Luisa Cilimbini (8 a 9 hs.) que atenderán los días Miércoles , en el

12

EXP-UNC:0063120/2013

## ANEXO RHCD N° 8

aula " H" u Observatorio de Jóvenes, Medios y TICs de la Facultad de Psicología, 2º Piso, módulo Anexo II.

### **6. REGIMEN DE CURSADO**

#### **6.1. Alumno promocional**

Será considerado **PROMOCIONAL** el alumnos que cumpla con las siguientes condiciones mínimas:

- Aprobar dos (2) exámenes parciales con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete).
- Tendrán derecho a un (1) recuperatorio de examen parcial.
- Asistencia al 80% de las clases Teórico- Práctico y aprobación del 80% trabajos prácticos y talleres, pudiendo recuperar solo dos trabajos prácticos.
- Trabajo Final obligatorio aprobado con 6 (seis) o más.
- No se promedian nota de parcial , de trabajos prácticos y trabajo final o sea que las calificaciones promediadas de evaluaciones parciales, de trabajos prácticos y de trabajo final serán considerados separadamente y no serán promediables a los fines de la PROMOCIÓN

#### **6.2. Alumno regular**

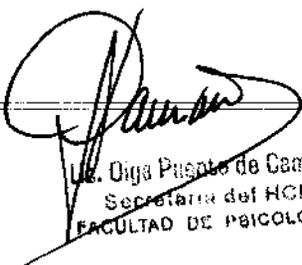
Será considerado **REGULAR** el alumnos que cumpla con las siguientes condiciones mínimas

- Tener dos (2) exámenes parciales aprobados con 4 (cuatro) o más.
- Asistencia y aprobación 80 % trabajos prácticos y talleres; puede recuperar dos trabajos prácticos.
- Tendrán derecho a un recuperatorio de examen parcial.
- Presentación trabajo obligatorio y recuperable.
- Examen Final: examen escrito individual

#### **6.3. Alumno libre:**

El alumnos **LIBRE** debe cumplir los siguientes requisitos Teóricos y Prácticos:

13



Dr. Olga Puente de Camañó  
Secretaria del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

## ANEXO RHCD N° 8

- Examen escrito individual con modalidad de múltiple opción o a desarrollar (según lo disponga la cátedra). Una vez aprobada la instancia escrita se procederá al examen oral. Cuando el tribunal examinador considere que el resultado de la instancia escrita merece la calificación de 8 o más, podrá obviar la instancia oral, previo acuerdo expreso del alumno.
- En la instancia de evaluación oral, el alumno deberá defender el **Trabajo Monográfico de análisis teórico y práctico Obligatorio** de un acontecimiento o fenómeno que la cátedra pondrá a su disposición en el Aula Virtual.

### MODALIDAD Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

**7. 1. Tipo de evaluación-** Se evaluará que el alumno sea capaz de reconocer y describir las teorías, modelos, paradigmas y categorías fundamentales de análisis propuestas en el programa.

Se valorará que el alumno pueda establecer relaciones entre las categorías fundamentales de análisis, y también, aplicarlas para analizar la información obtenida en el trabajo en terreno

Y la Evaluación es sumativa de parciales, prácticos y trabajos monográficos

#### **7. 2. Instrumentos de evaluación**

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar o de opciones múltiples.

- Exámenes Finales: de opciones múltiples

- Prácticos aprobados

- Trabajo Final obligatorio

##### **7.2.1 Alumno promocional**

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar o de opciones múltiples.

- Exámenes Finales: de opciones múltiples

- Prácticos aprobados el 80%

- Trabajo Final obligatorios aprobado con 7 o más

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**7.2.2 Alumno regular**

Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar o de opciones

- múltiples.
- Exámenes Finales: de opciones múltiples
- Prácticos aprobados el 80%
- Trabajo Final obligatorios aprobado con 4 o más

**7.2.3 Alumno libre:**

- Examen escrito individual con modalidad de múltiple opción o a desarrollar (según lo disponga la cátedra).
- Examen examen oral individual.
- Defensa del Trabajo Monográfico Obligatorio de análisis teórico y práctico.

**7.3. Cronograma de evaluaciones**

( Ver Cronograma )

**7.4. Publicación de Notas**

Se corregirá de una clase para la otra y serán publicadas en el panel que posee la cátedra y en el Aula Virtual por comisiones

**7.5. Evaluaciones de recuperación:**

Para **Alumnos Promocionales** última semana de octubre; **Alumnos regulares:** última semana de octubre.

**Trabajos Prácticos:**

A continuación se detallan los veinte (20) Trabajos Prácticos con su correspondiente Tema, material, técnicas, actividad y evaluación:

**T.P. N° 1: "Aproximación a los diferentes tipos y modalidades de la comunicación".**

**Proyección de largometraje y análisis en trabajo grupal y plenario.**

**T.P. N° 2 : "Comparación de la posición entre Mattelart y Thompson"**

**Análisis grupal con guía. Práctico Evaluable \***

**Plenario debate**

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**T.P. N° 3: "Comparación : Categorías de la corriente experimental /Estudios empíricos"**

**Análisis grupal con guía.**

**Plenario debate**

**T.P. N° 4: " Cuadro Comparativo entre Funcionalismo y Teoría Crítica"**

**Análisis con guía y trabajo grupal.**

**Plenario debate.**

**T.P. N° 5: "Estudios Latinoamericanos de comunicación"**

**Análisis con guía y trabajo grupal.**

**Plenario debate.**

**T.P. N° 6: " Percepción e Ideología. Imaginarios Colectivos"**

**Proyección de diapositivas**

**Exposición fotográfica .**

**Trabajo grupal y debate plenario**

**T.P N° 7: "Las novelas y el ocio"**

**Proyección de video**

**Análisis grupal con guía.**

**T.P N° 8: "Análisis de entrevistas: Agenda Setting"**

**Análisis grupal con guía.**

**Plenario debate**

**T.P. N° 9: "Representación Social de la familia en los años '50 y 2006"**

**Análisis grupal con guía.**

**Plenario debate**

**T.P. N° 10: "Análisis Dibujo Animado"**

**Proyección de capítulo de la serie**

**Análisis grupal con guía**

**Plenario debate**

**T.P. N° 11: "Análisis de Recepción Situada " Orozco Gómez**

16



Lic. Olga Puente de Oramaño  
Secretaría del RCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**Proyección de capítulo de la serie  
Análisis grupal con guía  
Plenario debate**

**T.P. N° 12: “Análisis de mensajes publicitarios” (1°)  
Proyección de capítulo de la serie  
Análisis grupal con guía  
Plenario debate**

**T.P. N° 13: “Análisis de mensajes publicitarios” (2°)  
Análisis grupal con guía.  
Plenario debate**

**T.P. N° 14: “Análisis de Reality Show”  
Análisis grupal con guías.  
Plenario debate**

**T.P. N° 15 : “La Propaganda Política” “Aplicación de modelo semiótico al  
discurso político”  
Proyección video de campañas nacionales y provinciales.  
Trabajo grupal con guías.  
Plenario**

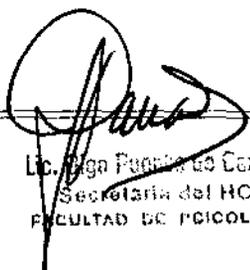
**T.P. N° 16 : “La Violencia en las series TV”  
Trabajo grupal con guías  
Exposición grupal .**

**T.P. N° 15: “La violencia en el Cine”  
Proyección de largometraje de violencia  
Análisis grupal con guía**

**T.P. N° 18: “Las redes Sociales Virtuales”  
Trabajo grupal con guías.  
Plenario.**

**TP. N° 19: “Adolescentes y videojuegos”  
Trabajo grupal con guías.**

17

  
Lic. Hugo Puentes de Comaño  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

**Plenario.**

**T.P. N° 20 : "Análisis de resultados de investigación: El Rol del Psicólogo en la Comunicación Social"**  
**Trabajo grupal y debate.**

**BIBLIOGRAFIA GENERAL COMPLEMENTARIA**

ADORNO Y HORKHEIMER: *La industria de la Cultura Ilustración como engaño de Masas.*

ANCESCHI, BAUDRILLARD, BECHELLONI, BETTETINI, BRUNO, CASTTI, COLOMBO, GALLINO, GRANESE, MUNARI, PERNIOLA, RENAUD, VIRILLO y VOLLI: *Videos Culturas de Fin de Siglo.* Ed. Cátedra. Signo e Imagen, Madrid 1990.

ARONSON, Elliot: *El animal social.* Ed. Alianza Universitaria Madrid 1975

BOURDIEUR, Pierre: *Sobre la Televisión.* Ed. Anagrama, España, 1997.

BURGELIN, O: *La comunicación de masas.* Ed. Planetas. España 1974.

CHARAUDEAU, P y maingueneau, D: *Diccionario de análisis del discurso.* Ed. Amorrortu, Bs.As., 2005.

CILIMBINI, A, REMONDINO, G, GRZINCICH, C y PETIT, C.: Artículo: *Jóvenes noticiables y jóvenes velados. El discurso de La voz del Interior sobre los jóvenes, en libro Culturas Juveniles. Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas.* Villa, A, Infantino, J y Castro, G (comps). Ed. Noveduc. Bs.As. y México, 2011.

COSSIO, C: *Opinión Pública.* Ed. Paidós, Bs. As.

DALLERA, Osvaldo: "Comunicación y Creencias". *Semióticas, Hermeneutica y Argumentación.* Ed. Fund. Universidad Hernandarias, 1993.

DAYAN, Daniel: *En busca del público.* Ed. Gedisa, 1997.

DOELKER, C: *La realidad manipulada.* Ed. G. Gilli. España, 1982.

DOMENACH, J: *La propaganda política.* Eudeba, Bs. As. 1962.

ECO, H: *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas.* Ed. Lumen, España, 1968.

FREUD, S: *Obras Completas.* Ed. Biblioteca Nueva. Madrid, 1968.

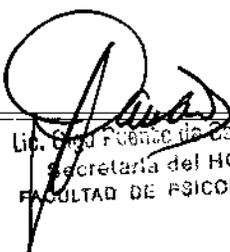
FROMM, E: *Marcuse polémico.* Ed. J. Alvarez, Bs. As. 1968.

GARCIA CANCLINI, N: *Culturas Híbridas.* Ed. Grijalbo. México, 1989.

"Uso de Medios y Consumo Cultural" en R. *Dialogos*

N° 29.

18



Lic. Susa Fuentes de Romano  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

- GUBERN, R: *El Simio Informatizado*. Eudeba, Bs. As. 1991.  
HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa*. Ed. Tauro, 1978.  
HAIME, H: *Votando Imágenes*. Ed. Tesio. Bs. As. 1988.  
KOTLER, P. y ROBERTO, E: *Mercadotecnia Social*. Ed. Diana. México, 1992.  
LANDI, O: *Devorame otra vez*. Ed. Espejo. 1992.  
LE BRETON, David: *Conductas de Riesgo. De los juegos de la muerte a los juegos de vivir*. Ed. Topía., Bs.As., 2011.  
MARTIN BARBERO, Jesús: *-Procesos de Comunicación y Matrices Culturales. Itinerario para salir de la razón dualista*. FELAFACS.. G. Gilli. Mexico, 1988.  
- *Cultura, Medios y Sociedad*. Ed.Ces/Universidad Nacional, Colombia, 1998.  
MARTINEZ TERRERO, J: "Comunicación Grupal Liberadora". Ed. Paulinas, 1986.  
MASSOTTA, O: *La historieta en el mundo moderno*. Ed. Paidós.  
MATTELART, Armand : *La Mundialización de la Comunicación*. Ed. Paidós , Barcelona , 1998 .  
McQUAIL, E: "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Ed. Paidós, Bs. As. 1985.  
MENDOZA, Brenda: *Bulling. Los múltiples rostro del abuso escolar*.Ed. Brujas, Córdoba, 2012.  
MORAGAS SPA, M: *Teorías de la comunicación*. Ed. G. Gilli. España, 1983.  
MOSCOVICI, S: *Psicología Social T 1 y T 2*. Paidós. Barcelona.  
MURARO, H: "Poder y Comunicación". la irrupción del marketing y la publicidad en la política. Ed. Letra Buena, 1991.  
ONS, Silvia: *Violencia/s*. Editorial Paidós, Bs.As., 2009.  
PETIT, Crsitina y otros: *Televisión, la Caja que Socializa*. Los medios de comunicación en la construcción de la cotideaneidad. Ed. Brujas, Córdoba, 2001.  
(Comp.) *La generación tecnocultural*. Ed. Brujas, Córdoba, 2006.  
PEYRU, Graciela: *¿Puedo ver la Tele?*. Ed. Paidós. 1993.  
REARDON, K: *La persuasión en la comunicación*. Paidós. Barcelona, 1983.  
RICOEUR, P: - "La metáfora Viva".  
- "Freud, una interpretación de la cultura".  
SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia: *¿Y la recepción? . Balance crítico de los estudios sobre el público*. Ed. La Crujía, Bs. As., 2006  
SARTORI, Giovanni: *Homo Videns*. Ed. Taurus, 1997.

EXP-UNC:0063120/2013

ANEXO RHCD N° 8

SCHRAMM, W: *La ciencia de la comunicación humana*. Ed. Gribaldo. México, 1982.

SILVRESTONE, Roger: *Televisión y Vida Cotidiana*. Ed. Amorrortu, 1996

SOIFER, R: *El niño y la televisión*. Ed. Kapeluz, 1981.

TABACHNIK, Silvia: *Voces sin Nombre*. Dirección General de Publicaciones de la UNC , Córdoba, 1997.

TARRONI, E: *Comunicación de masas, perspectivas y métodos*. Ed. G. Gilli. Barcelona, 1978.

VERON, E: "La Palabra Adversativa " en *El Discurso Político .Lenguajes y acontecimientos* . Ed. Hachette . Bs. As. 1987 .

VICTOROFF, D: *La publicidad y la imagen*. G. Gilli. 1980.

WOLF, M: *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Paidós, 1987.

WALLACE ,P.: *La Psicología de Internet*. Paidós, Bs.As. 2000

WILLIAMS, Raymond : *Cultura. Sociología de la Comunicación y del arte* . Paidós , Barcelona , 1982 .

WOLTON, D. Marc Ferry y otros: *El Nuevo Espacio Público*. Ed. Gedisa, 1992.

ZECCHETTO, V: *Comunicación y actitud crítica*. Ed. Paulinas. Bs. As. 1986.

[www.redcomunicacion.org](http://www.redcomunicacion.org)

<http://books.google.com.ar/books/about/>

[EI\\_lenguaje\\_de\\_los\\_nuevos\\_medios\\_de\\_comu.html?](http://books.google.com.ar/books/about/EI_lenguaje_de_los_nuevos_medios_de_comu.html?id=jXK7R0hh_aYC&redir_esc=yhttp://ocw.unc.edu.ar/facultad-de-psicologia/psicologia-de-las-masas-y-los-medios-)

[id=jXK7R0hh\\_aYC&redir\\_esc=yhttp://ocw.unc.edu.ar/facultad-de-psicologia/psicologia-de-las-masas-y-los-medios-](http://books.google.com.ar/books/about/EI_lenguaje_de_los_nuevos_medios_de_comu.html?id=jXK7R0hh_aYC&redir_esc=yhttp://ocw.unc.edu.ar/facultad-de-psicologia/psicologia-de-las-masas-y-los-medios-)



Lid. Olga Fuente de Camaño  
Secretaría del HCD  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA