



Universidad
Nacional
de Córdoba



EXP-UNC:0056365/2012

VISTO:

El programa presentado por la cátedra de **Psicología de las Masas y Medios de Comunicación** para ser dictado a partir del año lectivo **2013**; y

CONSIDERANDO:

Que la presentación del programa se ajusta al formato establecido por la RHCD 550/10.

Que Secretaría Académica verificó que el enfoque metodológico y la organización del cursado respeta lo establecido por el régimen de alumno vigente.

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

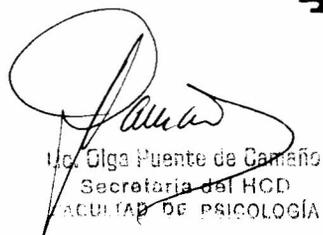
**EL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA
RESUELVE:**

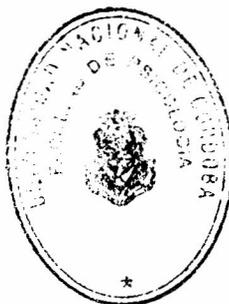
Artículo 1º: Aprobar el programa presentado por la cátedra de **Psicología de las Masas y Medios de Comunicación** para ser dictado a partir del año lectivo **2013** y que como Anexo forma parte integrante de la presente con 16 fojas útiles.

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 CORDOBA A DIEZ DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DE DOS MIL DOCE.

RESOLUCIÓN Nº: **466**


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




Lic. CLAUDIA TORCOMIAN
DEZANA
FACULTAD DE PSICOLOGIA



Universidad
Nacional
de Córdoba



EXP-UNC:0056365/2012

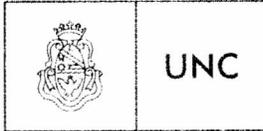
ANEXO RHCD N° 466

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA
FACULTAD DE PSICOLOGIA

ASIGNATURA		CODIGO	
PSICOLOGÍA DE LAS MASAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN		Electiva permanente 0671-1	
TITULAR : Petit, Cristina Margarita		VIGENCIA AÑOS	
ADJUNTO : Cilimbini , Ana Luisa		3 años – 2013/2015	
ASIGNATURAS CORRELATIVAS		Regularizadas	Aprobadas
Cód.	Nombre		
	PSICOLOGIA SOCIAL	SI	
	PSICOLOGÍA EDUCACIONAL	SI	
	PSICOLOGÍA SANITARIA	SI	

Contenidos mínimos
<p>Unidad I : El debate acerca de la mundialización o globalización de la comunicación.</p> <p>Unidad II: Modelos de Explicación de los Fenómenos Comunicacionales y Psicosociales de la Comunicación Mas-Mediática</p> <p>Unidad III: Televisión, Socialización y Vida Cotidiana.</p> <p>Unidad IV: Los efectos cognitivos a Largo Plazo .Características de los medios. Agenda Setting.</p> <p>Unidad V: Los medios y las TICs en la constitución de subjetividad. Representaciones sociales. La Recepción activa y situada. Opinión pública. Nativos digitales, Neonativos digitales. Brecha digital.</p> <p>Unidad VI: Persuasión y Cambio de Actitud. Actitud crítica y nuevas propuestas televisivas. Reality Shows.</p> <p>Unidad VII: Estrategias Publicitarias. Metodología de Formación Crítica: Esquema Semiótico Cultural.</p> <p>Unidad VIII: La Propaganda. La construcción del discurso político: los destinatarios.</p> <p>Unidad IX: La violencia en las estrategias de comunicación audiovisuales. Cyberbulling, Arte Snuff y Juego del Ahorcado. Cine violento: Justificación de la violencia por parte del público.</p> <p>Unidad X: Internet. Redes sociales virtuales: Chat, Facebook, Twitter y Videojuegos</p> <p>Unidad XI: El rol del psicólogo. Actitud crítica frente a los intentos persuasivos.</p>

Lic. Olga Susana Zamano
Secretaría del HCD
FACULTAD DE PSICOLOGIA



Universidad
Nacional
de Córdoba



EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

N° de Resolución HCD de aprobación	
---------------------------------------	--

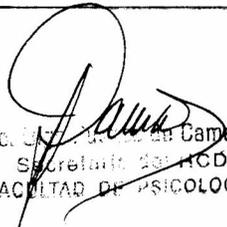
1. FUNDAMENTACION

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

Es una asignatura del Interáreas, y como tal, está orientada a perfilar el rol del psicólogo social en la formación y las prácticas en la dinámica de la comunicación social. 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 los medios de comunicación y las 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 re-ordenamiento del espacio y el tiempo donde los medios masivos y las nuevas tecnologías tienen un rol fundamental ya que han acelerado este proceso. Proponemos frente a estos profundos cambios culturales que imprimen los medios masivos y las tecnologías de la información y comunicación fomentar una actitud crítica y reflexiva. Para ello proponemos un recorrido teórico que permita abordar los tópicos centrales vinculados con la producción y recepción de mensajes, la construcción de estrategias al servicio de la salud, la elaboración de dispositivos sociales-educativos tendientes a la formación de receptores críticos frente 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 nuevos fenómenos que abren el espacio al estudio de la comunicación.


Lic. María Inés María Cameño
Secretaría de RHCD
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

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 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 sobre el individuo y sobre las comunidades.
- 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, dibujos animados, series de violencia y reality-show.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar los aportes de los distintos modelos y teorías 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.
- Aprender a elaborar mensajes para los Medios de Comunicación Social al servicio de la Prevención, Promoción 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.

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° **466**

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 Ingleses".

Bibliografía Unidad II:

- WILLIAMS, Raymond : "Hacia una sociología de la cultura" en *Cultura . Sociología de la comunicación y del arte* .Paidós, Barcelona, 1981 .
- 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, Cristina, Virdó, Jure , Yurman, y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*.



Lic. Diana P. Camacho
Secretaria del HCB
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° **466**

Ed. Brujas, Córdoba, 2001.

Cap. 1: Aproximación a la televisión y al visionado televisivo y

Cap. 2: La televisión, lo doméstico y lo cotidiano.

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.

Bibliografía Unidad IV :

- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba, 2001. Cap. 1: Aproximación a la televisión y al visionado televisivo
- Wolf, M: *La investigación de la comunicación de masas. Criticas y perspectivas*. Paidós, 1987. Cap. Segundo

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

Efectos Cognitivos y Configuración de Representaciones Sociales.

I. Lo Público y lo Privado : los cambios en la sociabilidad. Espacios mediáticos,

espacios públicos y lo vincular. Recepción activa y situada . Lo afectivo en la

recepción. Crítica de la recepción: alcances y límites. Estudio de Público: Los Roldán.

II. Lo Público: La agenda de los medios y la construcción de ciudadanía. La

información como derecho y bien social.

Bibliografía Unidad V:

- Cilimbini , Ana: " La agenda de los medios de comunicación y la construcción de ciudadanía"
- 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, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba, 2001.
Cap. 6 : La Escuela: especio público privilegiado para la apropiación de ofertas televisivas .
Cap. 7 : También leemos imágenes: una propuesta de televisión en la escuela primaria.
- Petit, Cristina: "El lugar de los sentimientos en la recepción televisiva" en *La*



Lic. Olga Puente de Camino
Secretaría del HCO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

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

Unidad VI: Persuasión y Cambio de Actitud

Alcances y límites de los procesos de influencia y de los efectos de diferentes discursos. Persuasión y Manipulación. Persuasión y cambio de actitud. Variables del emisor, del mensaje y del receptor que incrementan la eficacia de la comunicación persuasiva. Actitud Crítica frente a los intentos persuasivos. Metodología de análisis crítico. Actitud Crítica y Nuevas Propuestas Televisivas: Reality show y Talk-show. La muerte televisada.

Bibliografía Unidad VI:

- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: "Televisión la caja que socializa". Ed. Brujas, Córdoba, 2001.
Cap. 4 : Propaganda política: impacto de las nuevas tecnologías. Una mirada desde lo psicosocial
Cap. 8: Reality Show: una discusión que comienza.
- Zecchetto, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed. Paulinas, Bs.As., 1986. (pgs. 58- 117)
- Tabachnik, Silvia : *Voces sin nombre* . Dirección General de Publicaciones de la UNC , Córdoba, 1997. (pgs. 11-49.)

Unidad VII : Estrategias Publicitarias

Las estrategias de la comunicación publicitaria.

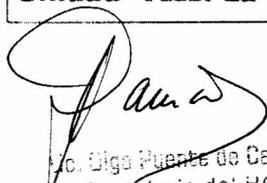
Recursos retóricos de los relatos publicitarios.

La co-construcción de representaciones sociales por parte de los mensajes publicitarios periódicos, revistas, televisivos, gráficos, de internet y los efectos por acumulación y consonancia.

Bibliografía Unidad VII:

- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba, 2001.
Cap. 3 : Acerca del consumo y la publicidad
- Zecchetto, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed. Paulinas, Bs.As., 1986. (pgs. 118-126)

Unidad VIII: La Propaganda.



D. Olga Puente de Cameño
Secretaría del HCD
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

La propaganda. Estrategias persuasivas de la comunicación política.

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 VIII:

- Cilimbini, Ana: "La construcción del adversario político. Una lectura desde las nociones de ícono, índice y símbolo".
- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba, 2001.
Cap. 4 : Propaganda política: impacto de las nuevas tecnologías. Una mirada desde lo psicosocial
- Verón, Eliseo: "*La palabra adversativa*" en *El discurso Político . Lenguajes y acontecimientos* . Hachette. Bs. As. 1987 .

Unidad IX: La violencia en las estrategias audiovisuales

La violencia en los relatos audiovisuales.

La violencia como recurso y los avances técnicos en los impactos visuales de la violencia. Los relatos violentos y las poblaciones vulnerables.

Bibliografía Unidad IX:

- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba, 2001.
Cap. 5: Cine violento: algunas reflexiones sobre sus espectadores.
- Le Bretton, David: *Conductas de Riesgo*. Cap. I.
Ed. Topía., Bs.As., 2011

Unidad X: 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. Política y participación social en la red. Posibilidades y limitaciones. Adolescentes y videojuegos en red. Los usuarios de videojuegos en las ciudades y en localidades pequeñas: similitudes y diferencias. Cyberbullying, Arte Snuff y Juego del Ahorcado.

Bibliografía Unidad X:

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° **466**

- Almada y Zamar : " Video Juegos y socialización en la adolescencia" *en La generación tecnocultural*. Ed. Brujas, Córdoba ,2006.
- Cilimbini y Otros: " Violencia, medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías"
- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba,2001.
Cap. 9: La otra caja: Internet, discusiones y reflexiones.
- 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 XI : El Rol del psicólogo. Impacto cultural en la subjetividad.

Las Nuevas Tecnologías Mediáticas y los efectos en la Subjetividad.

Efectos Cognitivos y Configuración de Representaciones Sociales.

Lo Público y lo Privado y los cambios en la sociabilidad. Espacios mediáticos, nuevos espacios públicos y lo vincular.

Fenómeno de definición de la realidad.. Representaciones Sociales y la Ideología. Los discursos mediáticos como espacio de prácticas Ideológicas: el Poder y el Deseo.

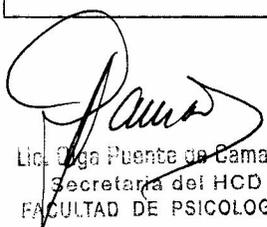
Cambios cognitivos-perceptuales en la cultura de la imagen.

Actitud crítica frente a los intentos persuasivos.

Metodología de análisis crítico. Metodologías específicas para diferentes tipos de mensajes persuasivos. Actitud crítica para estrategias educativas.

Bibliografía Unidad XI :

- Petit, Cristina, Virdó, Yurman, Jure y Bellavía: *Televisión la caja que socializa*. Ed. Brujas, Córdoba,2001. Cap. 1. (Idem) agregar libro
- Zecchetto, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed.Paulinas,Bs.As.,1986. (pgs. 126-146)



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

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° **466**

4. ENFOQUE METODOLÓGICO

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.

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

Análisis de material audio visual, Debate, Foros y Actividades en Terreno de investigación (aplicación de encuestas, realización de entrevistas en profundidad, grupos focales). La cátedra no necesita de convenios para las actividades en terreno.

5. ORGANIZACIÓN DEL CURSADO

5. 1. De la Formación Teórica

Clases Teóricas:

Las Clases Teóricas serán dictadas los días **MIÉRCOLES** en horario de 8:00 a 12:00 .

Los teóricos estarán a cargo de las Profesoras Cristina Petit y Ana Luisa Cilimbini y no son obligatorios para los alumnos.

Los alumnos promocionales deberán aprobar las **Evaluaciones Parciales**, con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete). Las calificaciones promediadas de evaluaciones parciales y trabajos prácticos serán considerados separadamente y no serán promediables a los fines de la PROMOCIÓN. Se les tomarán dos exámenes parciales y podrán recuperar solo un examen parcial.

Los alumnos regulares deberán aprobar dos parciales con notas igual o mayor de 4 (cuatro), sólo un parcial recuperable.

Los alumnos libres se presentarán a rendir un examen final que será escrito y oral, en las fechas que fije la Facultad de Psicología.

5. 2. De la Formación Práctica

• Cada práctico será dictado cuatro veces, los días **MIÉRCOLES de 12:00 a 14:00 y VIERNES de 14 a 16 hs.:** 2 Comisiones y 1 Comisión de 16 hs. a 18hs. A cargo de los Profesores Asistentes:: Georgina Remondino, Enrique Virdó y Judith Yurman y

Cada Trabajo Práctico tiene una duración de dos horas, dado que todos están estructurados con material audiovisual.

• Los alumnos deberán elegir un grupo de T.P. que a su vez se incluye en uno de los turnos y trabajará el mismo todo el año.

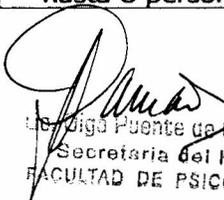
• La presencia en los TP. será controlada con un sistema de sellado personal de libreta.

• Al comienzo de cada práctico deberán leer en grupo la guía correspondiente y que será trabajada luego de la proyección. (las guías están editadas en un cuadernillo)

• En cada práctico los grupos exponen en plenario final la labor de 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.



Leopoldo Puente de Camarón
Secretaría del HCD
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

- La aprobación del TP consistirá en:
 - a) contestar las preguntas de las guías y
 - b) exposición oral de las conclusiones grupales .

Trabajos Prácticos

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.

Plenario debate

T.P. N° 3:"Comparación : Corriente empírico-experimental y Efectos limitados"

Análisis grupal con guía.

Plenario debate

T.P. N° 4: Percepción e Ideología. Imaginarios Colectivos.

Proyección de diapositivas

Exposición fotográfica .

Trabajo grupal y debate plenario

T.P. N° 5 Comparación entre Funcionalismo y T. Crítica"

Análisis con guía y trabajo grupal.

Plenario debate.

T.P N° 6 "Las novelas y el ocio"

Proyección de video

Análisis grupal con guía.

T.P N° 7 "Análisis de entrevistas: Agenda Setting"

Análisis grupal con guía.

Plenario debate

T.P. N° 8 "RS de la familia en los años '50 y 2006"

Análisis grupal con guía.

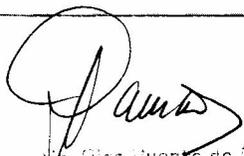
Plenario debate

T.P. N° 9: "Análisis Dibujo Animado"

Proyección de capítulo de la serie

Análisis grupal con guía

Plenario debate



Lic. Digna Fuente de Gamboa
Secretaría del RHCD
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

T.P. N° 10: "Análisis de mensajes publicitarios"

Análisis grupal con guía.
Plenario debate

T.P. N° 11: "Análisis de Reality Show"

Análisis grupal con guías.
Plenario debate

T.P.N° 12 : "La Propaganda Política"

Proyección video de campañas nacionales y provinciales.
Trabajo grupal con guías.
Plenario

T.P. N° 13 : "Aplicación de modelo semiótico al discurso político"

Trabajo grupal con guías
Exposición grupal .

T.P. N° 14: "La violencia en las series de TV"

Proyección de largometraje de violencia
Análisis grupal con guía

T.P. N° 15: "Las redes Sociales Virtuales"

Trabajo grupal con guías.
Plenario.

TP. N° 16: "Adolescentes y videojuegos"

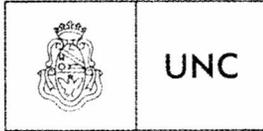
Trabajo grupal con guías.
Plenario.

T.P. N° 17 : " Análisis de resultados de investigación: El Rol del Psicólogo en la Comunicación Social"

Trabajo grupal y debate.

5. 3. Sistema de Tutorías – Horarios de Consulta

Las profesoras Cristina Petit y Ana Luisa Cilimbini atenderán los días Miércoles de 10:00 a 12:00 alternativamente hs. En el Observatorio de jóvenes, medios y TICs de la Facultad de Psicología, 2º Piso, módulo Anexo II.



Universidad
Nacional
de Córdoba



EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° **466**

5.a. Cronograma de cátedra	
PSICOLOGIA DE LAS MASAS	
CRONOGRAMA (A presentar en	
Febrero 2013)	
TEORICOS	PRACTICOS
Marzo	Marzo
Abril	Abril
Mayo	Mayo
Junio	Junio
Julio	Julio
Agosto	Agosto
Septiembre	Septiembre
Octubre	Octubre


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

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

Noviembre

Noviembre



6. REGIMEN DE CURSADO

6.1. Alumno promocional

- Dos exámenes parciales aprobados con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete).
- Asistencia y aprobación 80% trabajos prácticos y talleres, pudiendo recuperar 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
- Tendrán derecho a un recuperatorio.

Para alumnos promocionales: El Trabajo Final Obligatorio: los alumnos podrán optar entre un trabajo teórico (cuya temática sea algún punto del programa) o realizar análisis de programas mediáticos con trabajo de campo sobre recepción. La presentación del trabajo será en formato de informe.

Para completar 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.**

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

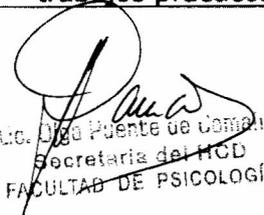
- Guber Rosana : *La etnografía . Método, campo y reflexividad.* Colombia. Editorial Norma, 2005.
- Cilimbini, Ana: “Reflexiones sobre el uso de entrevistas y dibujos infantiles en trabajos de investigación” en *Revista Miradas de la UNdeC*, Chilecito. Universidad Nac. de Chilecito , 2006.

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

Opción sustitutiva : 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.

6. 2. Alumno regular

- Dos exámenes parciales aprobados con 4 (cuatro) o más, solo uno recuperable.
- Asistencia y aprobación 80 % trabajos prácticos y talleres; puede recuperar dos trabajos prácticos.



M.C. Diego Puente de Comandis
Secretaría del HCD
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° **466**

- Tendrán derecho a un recuperatorio
- Presentación trabajo obligatorio y recuperable.
- Examen Final: examen escrito individual



Para alumnos regulares: El Trabajo Final Obligatorio consistirá en que cada alumno deberá aplicar un cuestionario a definir a principio de año 2013

6. 3. Alumno libre:

- Examen escrito individual con modalidad de múltiple opción o a desarrollar (según lo disponga la cátedra). Y paso a instancia de evaluación oral.

7. MODALIDAD Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

7.1. Tipo de evaluación

- Evaluación Sumativa .

7.2. Instrumentos de evaluación

- Parciales: de respuesta a desarrollar o de opciones múltiples.
- Exámenes Finales: de opciones múltiples.

7.3. Cronograma de evaluaciones

(Ver Cronograma en ítem *5a)

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.

7.5. Evaluaciones de recuperación es

Para Promocionales 29/10 y regulares 31/10.

7.6. Criterios 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 .



Universidad
Nacional
de Córdoba

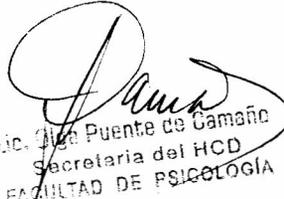


EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

8. BIBLIOGRAFIA GENERAL

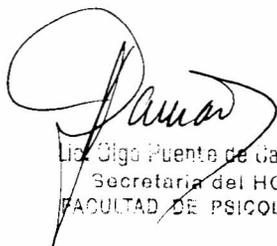
- ADORNO Y HORKHEIMER: *La industria de la Cultura* Ilustración como engaño de Masas.
- ANCESCHI, BAUDRILLARD, BECHELLONI, BETTETINI, BRUNO, CASTTI, COLOMBO, GALLINO, GRANESE, MUNARI, PERNIOLA, RENAUD, VIRILLO y VOLLI: *Videos Culturas de Fin de Siglo*. Ed. Cátedra. Signo e Imagen, Madrid 1990.
- ARONSON, 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.
- GARCÍA CANCLINI, N: *Culturas Híbridas*. Ed. Grijalbo. México, 1989.
- "Uso de Medios y Consumo Cultural" en R. *Dialogos* N° 29.
- 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, 15 Córdoba, 2012.
- MORAGAS SPA, M: *Teorías de la comunicación*. Ed. G. Gilli. España, 1983.
- MOSCOVICI, S. *Primitivismo Social T 1 y T 2* Paidós, Barcelona


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

EXP-UNC:0056365/2012

ANEXO RHCD N° 466

- 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.
- 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.



Lio. Olga Puente de Gamaliel
Secretaria del HCD
FACULTAD DE PSICOLOGÍA