

2019 - Año de la Exportación

EXP-UNC:0054760/2018

VISTO:

El programa presentado por la asignatura **Psicología de las Masas y Medios de Comunicación** para ser dictado a partir del año lectivo **2019**; y

CONSIDERANDO:

Que Secretaría Académica realizó observaciones, según consta a fs. 10.

Que el programa presentado se ajusta al formato establecido en la RHCD 220/18 y respeta lo dispuesto por el régimen de estudiantes 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 asignatura **Psicología de las Masas y Medios de Comunicación** para ser dictado a partir del año lectivo **2019** y que como ANEXO integra la presente resolución con 21 (veintiuna) fojas.

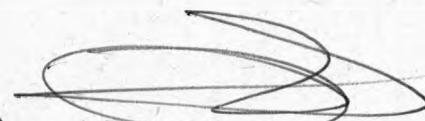
ARTÍCULO 2º: Protocolizar, publicar, comunicar, notificar y archivar.

DADA EN SALA DE SESIONES DEL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA, A DIEZ DÍAS DEL MES DE JUNIO DE DOS MIL DIECINUEVE.

RESOLUCIÓN N° **122**



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología



Patricia Altamirano
DECANA
Facultad de Psicología

2019 - Año de la Exportación

EXP-UNC:0054760/2018

ANEXO RHCD

122

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
PROGRAMA**

Carreras: Licenciatura y Profesorado en Psicología

Asignatura: PSICOLOGÍA DE LAS MASAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Docente a cargo: Mgtr. Ana Luisa Cilimbini

Adjunto: Mgtr. Enrique Virdó

Profesora Asistente: Lic. Judith Yurman

Profesora Asistente: Esp. Georgina Remondino

Asignaturas correlativas:

| Código | Nombre | Regularizada |
|---------------|----------------------|---------------------|
| 019 | Psicología Social | SI |
| 021 | Psicología Educativa | SI |
| 049 | Psicología Sanitaria | SI |

Contenidos mínimos [A completar por Secretaría Académica]

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.

FUNDAMENTACIÓN

La materia "Psicología de las Masas y Medios de Comunicación" forma parte de la estructura de asignaturas electivas permanentes del Plan de Estudios 86 - modificado por última vez en 2013 - de la carrera de Licenciatura en Psicología. La materia articula con Psicología Social, Psicología Educativa y Psicología Sanitaria dentro del sistema de correlatividades que ofrece la carrera.



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

Es una asignatura Interáreas, y como tal, está orientada a perfilar la intervención del psicólogo en las prácticas y la dinámica de la comunicación masiva y su atravesamiento en la salud mental. El programa propone líneas de comprensión 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).

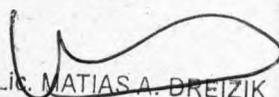
La mundialización de las comunicaciones está impactando de forma profunda en la sociabilidad, en las construcciones de la cotidianeidad, imprimiendo nuevas significaciones en las subjetividades, en los lazos sociales y en las prácticas sociales-culturales. Entre los cambios más significativos que la 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. 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.

El programa propone focalizar en investigaciones y bibliografía con preeminencia cualitativa, y está estructurado sobre dos grandes ejes: el Primero trabaja sobre las principales líneas de investigación en comunicación desde perspectivas psicosociales, sin descuidar los procesos subjetivos, 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 psicología y la comunicación, como la/s distintas violencia/s y zonas problemáticas que generan la emergencia de los medios de comunicación y las TICs dentro de la sociedad.

FUNDAMENTACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE CONTENIDOS VINCULADOS CON GÉNERO Y CON SALUD MENTAL

Las personas con padecimientos mentales han sido históricamente estigmatizadas y discriminadas, esta concepción negativa de la enfermedad, conlleva a que no se las considere aptas para vivir en sociedad y tampoco capaces de decidir sobre su propia situación.



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

ANEXO RHCD

122

La "Declaración de Caracas" realizada en noviembre de 1990 cuestionó fuertemente a la psiquiatría convencional (basada en el paradigma biomédico) como también a la concepción hegemónica del hospital psiquiátrico como única modalidad de respuesta a la problemática de las enfermedades mentales. Esta declaración y un conjunto de cambios socio-culturales posibilitaron, veinte años después en Argentina, la sanción de la Ley Nacional de Salud Mental N° 26.657 (2010) y la Ley de Salud Mental Provincial N° 9848 (2010) y su Reglamentación Decreto N° 1022 (2011) de "Protección de la Salud Mental". Las mencionadas Leyes suponen un cambio respecto al rol del Estado en relación a los padecimientos mentales, es decir, proponen cambiar el rol tutelar del Estado que vulnera y viola derechos (algunas de sus caras más visibles son: el encierro y la medicalización) a una situación donde las enfermedades mentales se encuentren con la vigencia plena de todos los derechos humanos y sociales. Esto tiene implicancias y consecuencias sobre los tratamientos que deben realizar las personas afectadas en su salud mental, los cuales deben promover la "desmanicomialización" y el esfuerzo por insertarlos en comunidad y no aislarlos en instituciones monovalentes.

Este camino abierto es complejo y sinuoso y forma un plexo con el sistema jurídico-político-sanitario, pero también con los medios de comunicación que ponen a circular determinados estigmas y representaciones sobre el padecimiento mental. Es a partir de la promulgación de la Ley N° 26.657 que se elabora una *Guía sobre el Tratamiento Mediático Responsable de la Salud Mental (2013)*. La guía surge de un esfuerzo mancomunado y como respuesta a "reclamos, consultas y denuncias presentados por el público de radio y televisión ante [la Defensoría del Público] sobre la vulneración de derechos en las coberturas periodísticas de temas vinculados con la salud mental" (pág.6). Proponemos a partir de los contenidos de la materia conocer el "protocolo" que propone la guía y cotejarlos con el tratamiento informativo-periodístico y la difusión de noticias que de forma cotidiana realizan los medios de comunicación y las TICs respecto a las enfermedades mentales.

Al mismo tiempo, encontramos un tratamiento similar, en casos de "feminicidios", "infanticidios". Es por ello importante introducir la perspectiva de género - en intersección con "clase"- para analizar de manera crítica el tratamiento periodístico que se le da a la información en las noticias que tematizan estos tópicos y de qué manera entran al espacio público para su discusión y debate.

Por último, reflexionar sobre el contexto actual requiere tener en cuenta que vivimos en sociedad de consumo cuyo motor es el mercado y la publicidad es por ello que exploraremos la construcción de género que hacen algunas publicidades y



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

programas televisivos , ampliando el análisis para abarcar también , materiales simbólicos que circulan por whatsapp y la web y que son percibidos como mensajes agresivos por las mujeres.

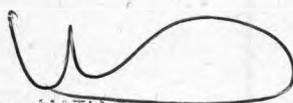
OBJETIVOS

Objetivos generales

- Desarrollar abordajes interdisciplinarios de los procesos de construcción de subjetividades desde los aportes que realizan las teorías de la comunicación a la Psicología.
- Introducir a los estudiantes en la reflexión sobre los alcances y límites de las teorías de la comunicación desde marcos semio-epistemológicos críticos, psicosociales e interdisciplinarios.
- Evaluar críticamente los mecanismos y efectos de los mensajes de los Medios de Comunicación (MMC) y las TICs en los sujetos , vínculos y lazos sociales , en casos situados en comunidades de interés .
- Problematizar las principales narrativas mediáticas - en sus diversos géneros: informativo, publicitario , político , cinematográfico - identificando construcciones hegemónicas sobre género , etnia, rangos etarios , grupos vulnerables y minorías poblacionales .
- Abordar de manera colaborativa , los procesos subjetivos y psicosociales que median las instancias de recepción y apropiación de los mensajes de los MMC y de las TICs desde el paradigma de la investigación cualitativa.

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 de comunicación en la construcción de sentidos y representaciones sociales.
- Analizar críticamente los contenidos de los MMC y los difundidos por las TICs y relacionarlos con la producción y reproducción de narrativas hegemónicas y de violencias.



LUCAS MARTÍN DREIZIK
Secretario del Consejo Directivo
Facultad de Psicología

- Discutir el papel de las TICs en la mediación de vínculos sociales y en la producción de subjetividades.
- Aprender a elaborar mensajes para los Medios de Comunicación Social al servicio de la Prevención, Promoción de salud mental y la educación, como así también, para las condiciones sanas de trabajo.
- Diseñar y producir campañas de promoción de la salud y de fortalecimiento de vínculos a través de la comunicación comunitaria y formas alternativas de comunicación.
- Reflexionar sobre el rol del psicólogo en el contexto actual de exaltación del mercado y del incremento del uso tecnológico y de la disponibilidad de información.

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 Culturoológica. La Perspectiva de los "Cultural Studies" o "Estudios Culturales Ingleses".
Los Estudios sobre Comunicación en América Latina.



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

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. Cap. 1: 1.1. "Socialización, medios y tecnologías de la información y la comunicación (TICs)".
- WOLF, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Paidós, Buenos Aires, 2004 . Cap. Primero. (pgs. 21-153)

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"



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

- WOLF, M: La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas. Paidós, 1987. Cap. Segundo (pgs. 157-200)

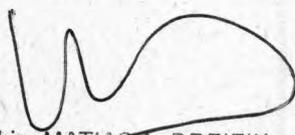
Unidad V: Medios y Tics en la constitución de subjetividad(es) y de opinión pública: Perspectivas teóricas de análisis crítico.

Recepción activa y situada. Crítica de la recepción: alcances y límites. Estudio de Público: Los Roldán y la perspectiva de género. Los medios masivos y la web en la construcción de opinión pública.

Metodología de análisis crítico. Persuasión y Manipulación. Persuasión y cambio de actitud. La actitud crítica frente a las agendas mediáticas. Guía para el tratamiento mediático responsable de la salud mental. Estudio de casos sobre el tratamiento informativo. El abuso mediático.

Bibliografía Unidad V:

- AA.VV : *Guía sobre el tratamiento mediático responsable de la Salud Mental* . Eudeba , Bs. As. , 2014 (pgs. 1-23)
- CILIMBINI , Ana ; REMONDINO , Georgina y PETIT, Cristina : “ El abuso mediático y las violencias «desde el barrio»” en *Abuso mediático . Los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades* (Cilimbini, Remondino y Petit comp.) . Ed. Brujas, Córdoba, 2018 (pgs. 21-45)
- CILIMBINI , Ana y REMONDINO , Georgina: *Violencias, clase social, edad y género desde el enclave analítico del abuso mediático*. Trabajo presentado en el III Congreso Internacional y VI Congreso Nacional de Ciencia y Profesión , UNC , 2018 .
- DE LA PEZA CASARES, María del Carmen: “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
- DIONISIO, Cecilia , YURMAN, Judith y KASSIS, Paula : “ La Banda de El Polaquito: Los representantes de una «cultura chorra»” en *Abuso mediático. Los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades*. Editorial Brujas, Córdoba., 2018
- PETIT, Cristina y CILIMBINI, Ana: “Representaciones Sociales y Medios de comunicación”. Análisis de Recepción de «Los Roldán» *En Memorias X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. "Una década de encuentros para (re) pensar los intercambios y consolidar la red"*, San Juan 2006.
- SEGATO, Rita: “Patriarcado : Del borde al centro. Disciplinamiento, territorialidad. Crueldad en la fase apocalíptica del capital” en *Guerra contra las mujeres*. Editorial, 2016. (pgs. 91-107)



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

- ZECCHETTO, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed. Paulinas, Bs.As., 1986. (pgs. 58- 126)
- ----- "Los discursos sociales" en *La Danza de los signos* . Ed. La Crujía , Bs. As., 2006 . (pgs. 245-275)

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). Las publicidades desde lecturas críticas de género y decolonialidad.

Bibliografía Unidad VI:

- ORBACH, Susie : " Cuerpos reales ... y no tan reales" en *La Tiranía del Culto al Cuerpo* . Editorial Paidós , Madrid , 2010 . (pgs. 115- 161)
- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.
Cap. 2: 2.1. "Recorridos teóricos sobre publicidad y consumo"
Cap. 2: 2.2. "La Publicidad Interactiva: Las estrategias de Marketing en la WWW".
- SEGATO, Rita: "Patriarcado : Del borde al centro. Disciplinamiento, territorialidad. Crueldad en la fase apocalíptica del capital" en *Guerra contra las mujeres*. Editorial, 2016. (pgs. 91-107)
- 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. Relaciones entre la categoría «abuso mediático» y discurso político. Violencia y campañas políticas: Bolsonaro y Le Pen.



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

Bibliografía Unidad VII:

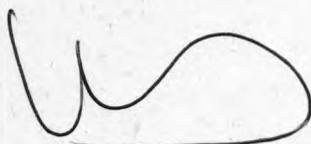
- CILIMBINI , Ana ; REMONDINO , Georgina y PETIT, Cristina : “ El abuso mediático y las violencias «desde el barrio»” en *Abuso mediático . Los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades* (Cilimbini, Remondino y Petit comp.) . Ed. Brujas, Córdoba, 2018 (pgs. 21-45)
- PETIT, 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. Cyberbullying y medios de comunicación tradicionales. Los juegos de riesgos: Juego del ahorcado y de la ballena azul.

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 sobre 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



MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

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 . Agresiones por whatsapp y la percepción de las mujeres. Performatividad de género y TICs.

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"
 - Cap.6: 6.3. "Marcas de la Cultura ciber/mediática: Imperativos culturales y (des) anclaje educativo".
- REMONDINO , Georgina : "Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentabilidad y el género" en *Athenea Digital* 12(3), 2012 (pgs. 51-69) Disponible:
<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/1073>
- VIRDÓ, Enrique: "El chat: Del cambio tecnológico al cambio social" en *La generación tecnocultural*. Ed. Brujas, Córdoba ,2006.
- VIRDÓ, Enrique y Tachella , Diego: *Agresión en las redes sociales 2017. Percepción femenina sobre el fenómeno*. Trabajo presentado en el III Congreso Internacional y VI Congreso Nacional de Ciencia y Profesión , UNC , 2018 .
- 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. Ruptura de lazos sociales. Actitud crítica para estrategias educativas.



LIC. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

Bibliografía Unidad 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".

ENFOQUE METODOLÓGICO

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. 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.

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 audiovisual, material gráfico y se utilizarán las técnicas de: Debate, Foros, 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.

Diseñar y producir materiales sobre promoción de la salud, prevención de enfermedades o de sensibilización sobre distintas problemáticas.

Se diseñaron 21 trabajos prácticos (ver cronograma) . Cantidad de horas prácticas : 42 hs. (De las 42 hs. prácticas 8 hs. corresponden a la formación práctica en el marco de actividades extensionistas)



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo.
Facultad de Psicología

ANEXO RHCD

Formación práctica en el marco de actividades extensionistas:

122

La RHCD N° 275/18 plantea dos modalidades (A y B) de actividades de extensión para el alumnado de las distintas materias. Enmarcados en esta resolución se prevén actividades bajo la modalidad A y B para todos los alumnos de la materia. Las actividades extensionistas propuestas son factibles de realizar con todos los alumnos regulares y promocionales de la materia.

Modalidad A : Los profesores de la materia forman parte del Programa “Nuevas subjetividades infantojuveniles en contextos tecnoculturales” (RHCD N° 335/2014 y RHCD N° 192/2018) .

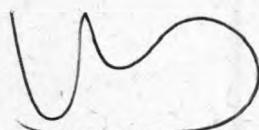
a) Título de la Actividad : *Hacemos promoción y prevención de la salud*

b) Fundamento y Objetivos : En el marco de los profundos cambios culturales que imprimen los medios masivos y las TICs , se propone fomentar una actitud crítica y reflexiva en el alumnado ; la reflexión sobre el contexto inmediato implica involucrarse con demandas y/o diagnósticos sobre distintas situaciones problemáticas . En este sentido, la materia brinda herramientas teóricas y prácticas para la construcción de mensajes o campañas – que pueden plasmarse en distintos soportes- para intervenir en las áreas de educación y salud.

. Aprender a elaborar mensajes para los Medios de Comunicación Social al servicio de la Prevención, Promoción de salud mental y la educación, como así también, para las condiciones sanas de trabajo.

. Diseñar y producir campañas de promoción de la salud y de fortalecimiento de vínculos a través de la comunicación comunitaria y formas alternativas de comunicación.

c y d) Período de realización de la actividad y actividades que deberán desarrollar lxs estudiantes : Se prevé una transferencia de la experiencia extensionista sobre la producción de materiales de promoción de la salud , con el lpm 338 , desarrollada durante el año 2018 . Esta transferencia de experiencia extensionista se realizará en dos etapas: 1) En el marco de las clases de la Unidad II cuando se aborde una corriente de la Mass Communication Research . Además de la clase , los alumnos dispondrán de la sistematización de la experiencia en el aula virtual para consultar y descargar . 2) En la Unidad X (Rol del Psicólogo) se tomará como punto de partida (experiencia) para la producción de materiales – en el soporte que el alumno seleccione - de promoción, prevención de la salud o de sensibilización sobre una temática que sea de interés del alumno. También puede ocurrir que los alumnos intenten dar respuesta a alguna demanda



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

institucional. Esta actividad se desarrollará en el espacio de teóricos (primer etapa) y trabajos prácticos (segunda etapa) durante el mes de octubre (ver cronograma) y tendrá una carga horaria de 20 hs. (10 hs. aúlicas y 10 hs. extraúlicas. De las 10 hs. aúlicas 8 hs. corresponden al espacio de prácticos y 2 hs. al espacio de teórico)

e) La elaboración de esta producción se realizará en grupos y en el espacio de trabajos prácticos bajo la tutela de los profesores asistentes con acompañamiento de adscriptxs y ayudantes alumnx y con la supervisión adjunto y titular. La acreditación de la actividad es a través de la presentación del trabajo en el espacio de prácticos a compañeros y profesores .

f) **Número de estudiantes:** Es una propuesta para todos los alumnos de la materia.

g) **Acompañamiento de los alumnos:** Estarán acompañados y supervisadas por los docentes responsables. Docentes responsables: Ana Cilimbini , Enrique Virdó , Judith Yurman y Georgina Remondino .

ORGANIZACIÓN DEL CURSADO

De la Formación Teórica

Las Clases teóricas y teórico-prácticas serán dictadas semanalmente y tendrán una duración de dos horas. Estarán a cargo de los Profesores Ana Luisa Cilimbini y Enrique Virdó.

De la Formación Práctica

Estudiante promocional

Requiere de la presentación previa de una monografía realizada de forma grupal , sobre un tema de los contenidos de la materia . La misma puede ser reelaborada en caso de no estar aprobada para su posterior presentación en el Coloquio Final. La elaboración y presentación del trabajo de promoción será guiada por los profesores Ana Cilimbini y Enrique Virdó . Tendrá un formato de informe y se encontrará en el Aula Virtual las grillas y pautas para la confección del trabajo de promoción.



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

Para profundizar la formación de los alumnos promocionales se dictará un seminario – de carácter no obligatorio- con la temática: **“Herramientas para el análisis de discursos mediáticos – periodísticos”**.

Duración: dos encuentros, que se realizarán en horario y aula a convenir con los alumnos.

Contenido: Profundización unidades 5 y 6 del programa.

Estudiante regular

Los prácticos tendrán una frecuencia semanal y una duración de dos horas. Se trabajará con tres comisiones de **Trabajos Prácticos:**

- **Comisión 1:**
- **Comisión 2:**
- **Comisión 3:** (teórico-práctico)

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

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

- La presencia en los TP. será controlada en un registro por algún miembro de la cátedra.
- Los alumnos cuentan para los Trabajos Prácticos con guías de preguntas y actividades específicas para cada uno de los 21 T.P.
- Al comienzo de cada práctico los alumnos deberán leer en grupo la guía correspondiente, y luego, será trabajada al finalizar la proyección audio-visual.
- 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%
- Los alumnos tendrán 5 prácticos evaluables y tendrán dos instancias de recuperación.
- Cada TP se realizará en grupos de hasta 6 personas.
- La aprobación del TP consistirá en:
 - a) contestar las preguntas de las guías y la entrega por escrito.
 - b) exposición oral de las conclusiones grupales.

Estudiante libre - Especificar las condiciones requeridas

El alumno deberá realizar un Trabajo Monográfico que incluya el análisis de noticias de la prensa gráfica –versión on-line o impresa - sobre algún tema de



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo,
Facultad de Psicología

ANEXO RHCD

interés del alumno. La guía de análisis e indicaciones está disponible en el Aula Virtual y el alumno deberá entregarlo una semana antes del examen. 122

Sistema de Tutorías y Mecanismos de Seguimiento para Estudiantes Libres

El alumnx libre seleccionará un tema para realizar su Trabajo Monográfico teórico y práctico dispondrá de una la guía (grilla) en el Aula Virtual y de toda la información necesaria.

Los alumnos libres pueden contactar al profesor a través del aula virtual o al correo electrónico.

RÉGIMEN DE CURSADO

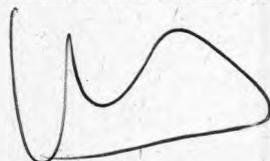
Estudiante promocional

Son alumnx **PROMOCIONALES** aquellos que cumplan con las siguientes condiciones:

- Asistencia al 80% de las **clases teóricas o teórica-práctica**.
- Aprobar el 80% de los **Trabajos Prácticos** con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete)
- Aprobar las **Evaluaciones Parciales** (dos) 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**.
- Coloquio final, con la presentación previa de una monografía realizada de manera grupal o individual, sobre un tema propuesto por los docentes o a elección del alumno. La misma puede ser reelaborada en caso de no estar aprobada para su posterior presentación en el coloquio Final.
- Dos evaluaciones parciales.
- Los alumnos podrán recuperar 1(uno) parcial.
- Los alumnos podrán recuperar 2 (dos) **Trabajos Prácticos**
- Seminario Interno de formación para trabajo de promoción (No obligatorio)
- La promoción tendrá **vigencia** de acuerdo a lo establece el reglamento vigente. Las/los estudiantes podrán rendir el examen de promoción en los tres turnos subsiguientes a la obtención de la condición

Estudiante regular

Son alumnx **REGULARES** aquellos que cumplan con las siguientes condiciones:



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

- Aprobar el 80 % de los trabajos prácticos con calificaciones iguales o mayores a 4 (cuatro) y aprobar el 80% de las evaluaciones parciales con calificaciones iguales o mayores a 4 (cuatro).
- Las calificaciones de evaluaciones parciales y de trabajos prácticos serán consideradas separadamente y no serán promediadas acceder a la condición de estudiante regular.
- Los alumnos podrán recuperar 1(uno) parcial.
- Los alumnos podrán recuperar 2(dos) Trabajos Prácticos.

Estudiante libre:

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

- 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.
- Deberá entregar Trabajo Monográfico (impreso u on-line) que incluya el análisis de noticias de la prensa gráfica –versión on-line o impresa - sobre algún tema de interés del alumnx. El plazo de entrega es hasta una semana antes de la fecha de examen prevista del Final y la respuesta sobre la aprobación del trabajo es en lapso de 72 horas. Las indicaciones para el trabajo están publicadas en el aula virtual . El alumno puede consultar dudas a este correo anacilimbini@gmail.com y enviar el trabajo en soporte digital, pero deberá traer la versión impresa el día del examen para que quede archivada en la cátedra.
- En la instancia de evaluación oral, el alumno deberá defender el **Trabajo Monográfico de análisis teórico y práctico Obligatorio** presentado y responder preguntas sobre los contenidos del programa.

MODALIDAD Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Tipo de evaluación

La Evaluación sumativa de parciales, prácticos y trabajos monográficos para evaluar los tipos y grados de aprendizajes en relación a los objetivos y los contenidos del programa.

- Evaluaciones parciales 2 (dos)
- Parcial recuperatorio 1 (uno)
- Evaluación de 5 (cinco) trabajos prácticos
- Recuperatorio de 2 (dos) trabajos prácticos



LIC. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

- Trabajos de promoción
- Examen Final
- Coloquios

Calificaciones y criterios : Se utilizará la escala de calificaciones que figura en la RHCD N° 219/18 , siendo la nota 4 (suficiente) , correspondiendo al 60% del final, parcial o práctico realizado de forma correcta.

Instrumentos de evaluación

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar (primer parcial) o de opciones múltiples (segundo parcial).
- Exámenes Finales: Coloquio (promocionales) ; examen escrito (para regulares) y escrito y oral (para los alumnxs libres)
- Prácticos aprobados – tanto para regulares y promocionales- de acuerdo al régimen vigente RHCD N° 219/18 que contempla como criterios porcentaje de prácticos realizados y escala.
- Trabajo Final Obligatorio (alumnxs promocionales) escrito grupal o individual con defensa oral (grupal o individual de acuerdo a la realización del trabajo).
- Trabajo Práctico Obligatorio (alumnxs libres) escrito e individual.

Estudiante promocional

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar y de opciones múltiples.
- Coloquio
- Asistencia al 80% de los prácticos
- Prácticos evaluables aprobados con el 80% y con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete)
- Trabajo Final obligatorios aprobado con 7 o más
- Recuperatorios (1 (uno) parcial y 2 (dos) prácticos)

Estudiante regular

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar y de opciones múltiples.
- Exámenes Finales: de opciones múltiples
- Asistencia al 80% de los prácticos
- Prácticos evaluables aprobados en 80% con calificaciones iguales o mayores a 4 (cuatro)
- Recuperatorios (1 (uno) parcial y 2 (dos) prácticos)



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología



Estudiante libre:

- Examen escrito individual con modalidad de múltiple opción o de respuesta a desarrollar (en caso que el alumno solicite el alumno).
- Examen examen oral individual.
- Defensa del **Trabajo Monográfico Obligatorio** de análisis teórico y práctico y responder preguntas sobre los contenidos del programa. El tiempo de entrega del trabajo , devolución docente y correo electrónico adonde deberá enviarse el trabajo está especificado en régimen de cursado del alumno libre.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- AA.VV : *Guía sobre el tratamiento mediático responsable de la Salud Mental* . Eudeba , Bs. As. , 2014
- ALMADA, I. Y ZAMAR, M. : "Video Juegos y socialización en la adolescencia" en *La generación Tecnocultural*. Ed. Brujas, Córdoba , 2006.
- ADORNO Y HORKHEIMER: "La industria de la Cultura . Ilustración como engaño de Masas" , Sudamericana , Bs. As. , 1988.
- BALMAYOR , Emilce : "Segunda Parte " en *Recorridos Semiológicos* , Marafioti (comp.) , Eudeba , 1999.
- CHARAUDEAU, P y MAINGUENEAU, D: *Diccionario de análisis del discurso*. Ed. Amorrortu, Bs.As., 2005.
- CILIMBINI, Ana Luisa: "De Antonio Gramsci a Raymond Williams: el Concepto de Hegemonía". Material de Cátedra, 2008
- CILIMBINI , Ana y REMONDINO , Georgina: *Violencias, clase social, edad y género desde el enclave analítico del abuso mediático*. Trabajo presentado en el III Congreso Internacional y VI Congreso Nacional de Ciencia y Profesión , UNC , 2018
- CILIMBINI A. , REMONDINO, G y PETIT, C : " El abuso mediático y las violencias «desde el barrio» " en *Abuso mediático. Los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades*. Editorial Brujas, Córdoba., 2018.
- CILIMBINI, A, REMONDINO,G, GRZINCICH,C y PETIT, C.: "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.
- DIONISIO, C, YURMAN , Judith y KASSIS, Paula : " La Banda de El Polaquito: Los representantes de una «cultura chorra»" en *Abuso mediático. Los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades*. Editorial Brujas, Córdoba., 2018.



Lic. MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología

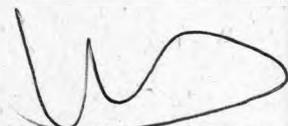
- DE LA PEZA CASARES, María del Carmen: "Las Tram(p)as de los estudios de la recepción y la opinión pública" en *¿Y la recepción?. Balance crítico de los estudios sobre público*. Ed. La Crujía, Bs. As., 2006
- DEWS, Peter: "Adorno, el post-estructuralismo y la crítica de la identidad" en *Ideología. Un mapa de la cuestión* (Zizek, comp.), Ed. FCE, Buenos Aires, 2005. (Pgs. 55- 76)
- FREUD, S: *Obras Completas*. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid, 1968.
- LE BRETON, David: *Conductas de Riesgo. De los juegos de la muerte a los juegos de vivir*. Ed. Topía., Bs.As., 2011.
- MATTELART, Armand: *La Mundialización de la Comunicación*. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.
- Mc QUAIL, E: "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Ed. Paidós, Bs. As. 1985.
- MUÑOZ, Blanca: *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcanova, España, 1989
- ONS, Silvia: *Violencia/s*. Editorial Paidós, Bs.As., 2009.
- ORBACH, Susie: "Cuerpos reales ... y no tan reales" en *La Tiranía del Culto al Cuerpo*. Editorial Paidós, Madrid, 2010. (pgs. 115- 161)
- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ, YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 2009.
- SEGATO, Rita: "Patriarcado: Del borde al centro. Disciplinamiento, territorialidad. Crueldad en la fase apocalíptica del capital" en *Guerra contra las mujeres*. Editorial, 2016
- THOMPSON, J.: "La globalización de la comunicación" en *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós, Bs. As., 1998.
- 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.
- VIRDÓ, E.: "El chat: Del cambio tecnológico al cambio social" en *La generación tecnocultural*. Ed. Brujas, Córdoba, 2006
- VIRDO, E. y TACHELLA, D.: *Agresión en las redes sociales 2017. Percepción femenina sobre el fenómeno*. En memorias del III Congreso Internacional y VI Congreso Nacional de Ciencia y Profesión, UNC, 2018.
- WALLACE, P.: *La Psicología de Internet*. Paidós, Bs.As. 2000
- WILLIAMS, Raymond: *Cultura. Sociología de la Comunicación y del arte*. Paidós, Barcelona, 1982.
- WOLF, M: *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Ed. Paidós, 1987.
- ZECCHETTO, V: *Comunicación y actitud crítica*. Ed. Paulinas. Bs. As. 1986.



----- "Los discursos sociales" en *La Danza de los signos*. Ed.
La Crujía, Bs.As., 2006

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- ANCESCHI, BAUDRILLARD, BECHELLONI, BETTETINI, BRUNO, CASTTI, COLOMBO,
- ARONSON, Elliot: *El animal social*. Ed. Alianza Universitaria Madrid 1975
- BOURDIEU, Pierre: *Sobre la Televisión*. Ed. Anagrama, España, 1997.
- BURGELIN, O: *La comunicación de masas*. Ed. Planetas. España 1974.
- COSSIO, C: *Opinión Pública*. Ed. Paidos, 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
- FROMM, E: *Marcuse polémico*. Ed. J. Alvarez, Bs. As. 1968.
- GALLINO, GRANESE, MUNARI, PERNIOLA, RENAUD, VIRILLO y VOLLI: *Videos Culturas de Fin de Siglo*. Ed. Cátedra. Signo e Imagen, Madrid 1990.
- GARCIA 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: *Devórame otra vez*. Ed. Espejo. 1992.
- MASSOTTA, O: *La historieta en el mundo moderno*. Ed. Paidos.
- 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.
- MENDOZA, Brenda: *Bulling. Los múltiples rostros 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*. Paidos. Barcelona.



ANEXO RHCD

- MURARO, H: "Poder y Comunicación". la irrupción del marketing y la publicidad en la política. Ed. Letra Buena, 1991
- PETIT, Cristina 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".
- SARTORI, Giovanni: *Homo Videns*. Ed. Taurus, 1997.
- SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia: *¿Y la recepción? . Balance crítico de los estudios sobre el público*. Ed. La Crujía, Bs. As., 2006
- SCHRAMM. W: *La ciencia de la comunicación humana*. Ed. Gribaldo. México, 1982.
- SILVERSTONE, 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.
- WOLTON, D. Marc Ferry y otros: *El Nuevo Espacio Público*. Ed. Gedisa, 1992.



Lic: MATIAS A. DREIZIK
Secretario del Honorable Consejo Directivo
Facultad de Psicología