



Universidad  
Nacional  
de Córdoba

Año de la Defensa de la Vida,  
la Libertad y la Propiedad



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

**ANEXO**

<b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA FACULTAD DE PSICOLOGIA PROGRAMA</b>		
<b>CARRERAS:</b> Licenciatura en Psicología Profesorado en Psicología		
<b>ASIGNATURA:</b> “PSICOLOGÍA DE LAS MASAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN” ELECTIVA PERMANENTE CODIGO 0671-1		
DOCENTE A CARGO MGTR. ANA LUISA CILIMBINI ADJUNTO: MTER. ENRIQUE VIRDO PROFESORES ASISTENTES: JUDITH YURMAN Y GEORGINA REMONDINO		AÑO DE PRESENTACIÓN 2023
<b>ASIGNATURAS CORRELATIVAS</b>		
<b>Cód.</b>	<b>Nombre</b>	
<b>019</b>	PSICOLOGIA SOCIAL	
<b>021</b>	PSICOLOGIA EDUCACIONAL	
<b>049</b>	PSICOLOGIA SANITARIA	

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

### Contenidos mínimos

Procesos psicológicos y comunicación social. Los medios de comunicación y los procesos de influencia en lo sociocultural. Impactos y efectos de los medios de comunicación/TIC en las subjetividades y las sociabilidades. Opinión pública, publicidad y propaganda. Actitudes y prejuicios; persuasión y cambios de actitud. Construcción de sentidos y análisis críticos de casos situados. Violencia social, medios de comunicación y TIC.

### 1. FUNDAMENTACIÓN

La materia “**Psicología de las Masas y Medios de Comunicación**” es anual y forma parte de la estructura de asignaturas electivas permanentes del Plan de Estudios 86<sup>1</sup> de la carrera de Licenciatura en Psicología. Dicha 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 del psicólogo en relación a las prácticas y dinámica de la comunicación masiva en el actual contexto socio-cultural. El programa propone líneas de comprensión que permiten explorar la dimensión de las prácticas comunicacionales vinculadas a la producción de subjetividades, lazos sociales y procesos de socialización mediados por las tecnologías de la información y la comunicación (TICs).

Las redes de comunicación -a través la fluidez de los intercambios y el anonimato- están configurando nuevas modalidades vinculares y de socialización que impactan en la construcción de lo cotidiano, produciendo cambios en la subjetividad. Con frecuencia interactuamos a través de aulas virtuales, encontramos niños que quieren ser Youtubers, alumnos que estudian “juntos” por whatsapp, sabemos de colectivos políticos que se construyen/visibilizan a partir de las redes, guerras comunicacionales e informáticas; por mencionar algunas de las transformaciones de estos últimos 30 años.

En la perspectiva psicoanalítica el estudio de las cuestiones atinentes al lazo y a la naturaleza del ligamento, circunscriptos a los fenómenos de masas<sup>2</sup>, emergen en el texto *Psicología de las masas y análisis del yo* (1921). En dicha publicación, Freud examina la naturaleza del lazo que une al

<sup>1</sup> En el año 2013 el Plan de Estudios de 1986 fue adecuado para ser revalidado .

<sup>2</sup> Recordemos que la industrialización hizo posible la aparición de las masas y de los medios de comunicación.

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

individuo de la masas con el líder /conductor, donde la fascinación por el líder produce un estado enamoramiento. Desde que se publicó el libro ha pasado un siglo y se han producido profundos cambios socio-culturales y, es en el marco de estas transformaciones, que proponemos fomentar una actitud crítica y reflexiva en torno a los medios masivos de comunicación y las Tics. Esta actitud crítica implica revisar e interrogarnos por la vigencia de los territorios explorados por Freud. En congruencia con lo hasta aquí planteado nos preguntamos: ¿Qué vigencia tienen las ideas vertidas en *Psicología de las masas y análisis del yo* para reflexionar sobre el contexto actual?, ¿Qué complejidad agregan las nuevas tecnologías en sinergia con los medios de comunicación para analizar procesos políticos y de masas?, ¿Se puede sostener la idea de manipulación a la luz de lo sucedido con Cambridge Analytica?

Otra problemática que orienta este programa es la relación entre MMC y la construcción epistemologías poblacionales; en el sentido de comprender como éstos, en el tratamiento periodístico sobre “hechos”, “acontecimientos”, construyen verdaderas gnoseologías, cartografías y epistemologías sobre sujetos y poblaciones. Sobre este último aspecto, mencionaremos particularmente, las representaciones sobre personas con padecimientos mentales y las identidades no binarias, entre otros.

A lo largo del tiempo, las personas con padecimientos mentales, han sido 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. Proponemos a partir de los contenidos de la materia analizar el tratamiento informativo- periodístico y la difusión de noticias que de forma cotidiana realizan los medios de comunicación y las TICs respecto al padecimiento mental y el sufrimiento.

Al mismo tiempo, existen protocolos para el tratamiento de la información periodística en casos de feminicidios o vinculados a la violencia de género que no son respetados. También identificamos conceptos y perspectivas no adecuadas en los casos de infanticidio. 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.

El programa propone realizar un recorrido teórico -por distintos paradigmas de investigación en ciencias sociales y humanas de forma interdisciplinaria, con preeminencia cualitativa- que permita abordar la producción y recepción de mensajes, como así también, la construcción de estrategias de intervención en las áreas de educación, políticas públicas y salud, tendientes a la formación de receptores críticos respecto a los medios masivos, las nuevas tecnologías y los procesos de construcción de subjetividades.

El programa está estructurado sobre dos momentos: el primer momento recupera las principales líneas de investigación en comunicación desde perspectivas psicosociales, sin descuidar los procesos históricos y socio-culturales que dieron origen a estas líneas. En relación a esos procesos sociohistóricos también se propone comenzar el recorrido , atendiendo a los MMC en el contexto geopolítico actual, en tanto empresas de producción de información y las consecuencias que ello tiene en el mercado global de la información. En el segundo momento planteamos reflexionar sobre las intrincadas relaciones entre producción de subjetividades, lazos sociales, medios masivos de comunicación y TICs haciendo hincapié en la producción de conocimiento desde casos situados en la contemporaneidad.

## ANEXO

### 2. **FUNDAMENTACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE CONTENIDOS VINCULADOS CON GÉNERO Y CON**

#### **SALUD MENTAL**

Como dijimos anteriormente, existen puntos de interés que orientan el programa, y el tratamiento periodístico respecto a la salud mental y la perspectiva de género en las noticias, publicidades - y otros discursos que circulan por las TICs- constituyendo aspectos nodales en la formación de los estudiantes. Estos tópicos se trabajan de forma articulada, integral y secuencial junto a la categoría abuso mediático, tratamiento periodístico responsable y la recuperación de ideas de Rita Segato a partir de la Unidad N° 5, con una propuesta de estudios de casos y análisis crítico.

### 3. **OBJETIVOS**

#### **Objetivos generales**

- Desarrollar abordajes interdisciplinarios de los procesos de construcción de subjetividades recuperando los aportes que realizan las teorías de la comunicación desde perspectivas psicosociales.
- 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 Masivos de Comunicación (MMC) y las TICs en las subjetividades, 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 represen-



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

taciones sociales respecto a la salud mental y la perspectiva de género.

- 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.
- Discutir el papel de las TICs en la mediación de vínculos sociales y en la producción de subjetividades.
- Brindar herramientas para elaborar mensajes y campañas para la promoción de la salud, prevención de enfermedades, como así también, para las condiciones sanas de trabajo y el fortalecimiento de vínculos.
- 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.

#### 4. **CONTENIDOS** (Programa analítico)

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

Historia del surgimiento de los medios masivos. Medios de comunicación, nuevas tecnologías y cultura. ¿Mundialización o Globalización de la comunicación?

##### **Bibliografía Unidad I:**

-Mattelart , A. (1998) : “La globalización: las redes de la economía posnacional” en *La Mundialización de la Comunicación*. Barcelona: Paidós. (p. 81-98)

-Thompson , J. (1998) : “La globalización de la comunicación” en *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos . Aires: Paidós. (p. 200-235 )

##### **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 Perspectiva de los “Cultural Studies” o “Estudios Culturales Ingleses”. Los Estudios sobre Comunicación en América Latina.



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

### **Bibliografía Unidad II:**

-Cilimbini , A. (2010) : “De Antonio Gramsci a Raymond Williams: el Concepto de Hegemonía”. Material de Cátedra. Córdoba: Brujas .

-Muñoz, B. (1989) : *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. España: Barcanova , Cap. 2 y 3.(p. 65 a 150)

-Petit , C (2014) : “Socialización, medios y tecnologías de la información y la comunicación (TICs)” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones* (Petit y Cilimbini comp.). Córdoba: Brujas.

-Wolf, M (2004) : *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós. Primera Parte . (p. 21-153)

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

Televisión y Socialización. Televisión y Vida Cotidiana. Perspectivas y enfoques sobre la socialización. La Televisión en el ámbito doméstico. Televisión y Aculturación. Socialización y TICs.

### **Bibliografía Unidad III:**

-Petit , C (2014) : “Socialización, medios y tecnologías de la información y la comunicación (TICs)” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones* (Petit y Cilimbini comp.). Córdoba: Brujas ( p. 19-22)

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

Efectos a Corto y Largo Plazo. Efectos Cognitivos a Largo Plazo. La Hipótesis de la Agenda-Setting. . La agenda de los medios y la construcción de ciudadanía. La información como derecho y bien social. Temas fuera de la agenda informativa.

### **Bibliografía Unidad IV :**

-Cilimbini , A (2014) : “ La agenda de los medios de comunicación y la construcción de ciudadanía” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones* (Petit y Cilimbini comp.) . Córdoba: Brujas

-Wolf, M (2004): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós. Segunda Parte. (p. 157-200 )

### **Unidad V: Perspectivas de análisis crítico: sociedades de masas , estudios de recepción y opinión pública.**

Recepción activa y situada. Series Televisivas y perspectiva de género. Crítica a los estudios de recepción. Sociedad de masas, medios masivos y web: la construcción de opinión pública.



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

Metodología de análisis crítico. Persuasión y Manipulación. Persuasión y cambio de actitud. Actitud crítica frente a las agendas mediáticas. Guía para el tratamiento mediático responsable de la salud mental. Estudio de casos sobre el tratamiento informativo periodístico: personas con padecimientos mentales y mujeres sospechadas de infanticidio. El abuso mediático.

### **Bibliografía Unidad V:**

-AA.VV (2014): *Guía sobre el tratamiento mediático responsable de la Salud Mental*. Bs. As: Eudeba (p. 1-23)

-Cilimbini, A. y Remondino, G. (2018) : *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 .

-Cilimbini, A. , Remondino , G. y Petit , C. (2018) : “ 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 comps..) . Córdoba: Ed. Brujas (p. 21-45)

-De la Peza Casares , M (2006) : “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*. Buenos Aires: La Crujía.

-Dionisio, C, Yurman, J. y Kassis, P. (2018): “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* (Cilimbini, Remondino y Petit comps.). Córdoba.: Brujas (p. 155-171)

-Petit, C. y Cilimbini, A (2006): “Representaciones Sociales y Medios de comunicación” en *Memorias X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. San Juan .Disponible en: <http://redcomunicacion.org/representaciones-sociales-y-medios-de-comunicacion/>

-Segato, R.(2016) : “Patriarcado : Del borde al centro. Disciplinamiento, territorialidad. Crueldad en la fase apocalíptica del capital” en *Guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de Sueños (p.91-107)

-Zecchetto, V. (1986) : *Comunicación y Actitud Crítica*. Bs .As: Paulinas (p. 58- 126)

-Zecchetto , V (2006): “Los discursos sociales” en *La Danza de los signos* . Buenos Aires: La Crujía (p. 245-275)

### **Unidad VI : Publicidad**

La publicidad pensada por la psicología: un recorrido por diferentes miradas. Los recursos retóricos del discurso publicitario. Análisis de publicidades en diferentes soportes: periódicos, revistas, televisión e internet. Las publicidades desde lecturas críticas de género y decolonialidad.

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

### **Bibliografía Unidad VI:**

- Orbach, S. (2010) : “ Cuerpos reales ... y no tan reales” en *La Tiranía del Culto al Cuerpo* . Madrid: Paidós . (p. 115- 161)
- Segato, R.(2016) : “Patriarcado : Del borde al centro. Disciplinamiento, territorialidad. Crueldad en la fase apocalíptica del capital” en *Guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de Sueños (p.91-107)
- Virdó , E (2014) : “Recorridos teóricos sobre publicidad y consumo” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas
- Virdó , E (2014): “La Publicidad Interactiva: Las estrategias de Marketing en la WWW” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. (Petit y Cilimbini comps..) Córdoba: Brujas
- Zecchetto , V (1986) : *Comunicación y Actitud Crítica* .Bs.As.: Paulinas (p.118-126)

### **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 ( Aportes de la Mass Communication Research) .

El discurso político. Destinatarios del discurso político. El Marketing político y las nuevas tecnologías comunicacionales. 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.

### **Bibliografía Unidad VII:**

- Cilimbini , A. , Remondino , G. y Petit , C. (2018) : “ 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.) . Córdoba: Brujas (p. 21-45)
- Petit, C (2014): “Propaganda Política: impacto de las nuevas tecnologías. Una mirada desde lo psico-social” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas.
- Verón, E. (1987): “La palabra adversativa” en *El discurso Político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires : Hachette.(p. 1 -12)

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

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



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

Reflexiones sobre los relatos violentos y los espectadores. Cyberbullying y medios de comunicación. Los juegos de riesgos: Juego del ahorcado y de la ballena azul.

### **Bibliografía Unidad VIII :**

-Cilimbini A. , Dionisio C y Macció G (2014) : “ Violencia , medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas

-Le Bretton, D (2011) “Las conductas de riesgo de los jóvenes” Bs. As: Topía. (p.39-91)

-Virdó, E (2014) “Cine violento: Algunas reflexiones sobre sus espectadores” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas

-Virdó, E (2014) “La Crueldad del Neocapitalismo: «Hostel». El nuevo cine violento”. en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas.

### **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. Bases de datos personales y explotación mercantil de las identidades. Orígenes y usuarios de Chat. Adolescentes y videojuegos en red. Los usuarios de videojuegos. Agresiones por whatsapp y la percepción de las mujeres.

### **Bibliografía Unidad IX:**

-Almada, I y Zamar, M (2016): “Video Juegos y socialización en la adolescencia” en *La generación tecnocultural.* (Petit comp.) Córdoba: Brujas

-Mattelart , A. y Vitalis , A. (2015): *De Orwell al cibercontrol* . Ed. Gedisa , Barcelona , 2015 . págs. 11-12 y 159-188.

-Remondino, G (2014) : “Marcas de la Cultura ciber/mediática: Imperativos culturales y (des) anclaje educativo” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización*

*y nuevas apropiaciones.* (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas

-Virdó, E (2014) : “La construcción de subjetividad mediada por las nuevas tecnologías” en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones.* (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas

-Virdó, E (2016): “El chat: Del cambio tecnológico al cambio social” en *La Generación Tecnocultural.* (Petit comp.) Córdoba: Brujas

-Virdó, E y Tachella , Diego (2018) : *Agresión en las redes sociales 2017. Percepción femenina sobre el*

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

*fenómeno*. Trabajo presentado en el III Congreso Internacional y VI Congreso Nacional de Ciencia y Profesión , UNC.

-Wallace, P (2000): *La Psicología de Internet*. Bs. As: Paidós

-Yurman, J. (2014): "Realidad virtual o Virtual realidad" en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. (Petit y Cilimbini comps.) Córdoba: Brujas

### Unidad X : El Rol del psicólogo

El psicólogo como mediador social. Las posibilidades de transformación : actitud crítica , empatía y solidaridad . El compromiso con el "otro humano" como fundamento de un proyecto ético.

#### Bibliografía Unidad X :

-Bleichmar , S (2007) : " El sostén subjetivo de una Ética" en *Dolor país ... y después...* Buenos Aires: del Zorzal .

-Petit, C. (2014): "Reflexiones acerca de la práctica del psicólogo social en el campo de la comunicación mediáticas y de las Tics" en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Córdoba: Brujas.

-Petit, C (2014): "La escuela como espacio público privilegiado: apropiación crítica de ofertas mediáticas y procesos de desarrollar con TICs" en *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Córdoba: Brujas.

-Schmucler, H (1999): " Triunfo y derrota de la comunicación" en Revista Zigurat . Disponible en: [evistazigurat.com.ar/triunfo-y-derrota-de-la-comunicacion/](http://evistazigurat.com.ar/triunfo-y-derrota-de-la-comunicacion/)

## 5. ENFOQUE METODOLOGICO

### 5. 1. De la Formación Teórica (situación áulica)

Las clases teórico-prácticas consistirán en una exposición dialogada entre el profesor y estudiantes sobre los temas más importantes de cada unidad. con contextualización, descripción y problematización de las categorías de análisis fundamentales del programa. Se procederá mediante el diálogo para que les estudiantes puedan identificar y aplicar algunas categorías teóricas y producir análisis de pequeños corpus noticiosos / audiovisuales ,

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

estudios de casos o resolución de problemas . Estos análisis constituirán el fundamento para el debate en el cierre provisorio de las unidades del programa.

Se propiciará la realización de conversatorios con invitados especiales al “Observatorio de Jóvenes, Medios y TIC” donde el estudiantado realice sistematizaciones y reflexiones por escrito en articulación con los prácticos.

También se estimulará la producción grupal del conocimiento con nuevos corpus , teniendo como punto de partida los resultados de las investigaciones del equipo docente, tesis de grado y posgrado dirigidas por el equipo de la cátedra.

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

Cada espacio de Trabajo Práctico tiene una duración de dos horas, dicho espacio continuará profundizando los análisis iniciados en la instancia teórico-práctica.

Debido a que todos los prácticos están estructurados con material audiovisual y/o gráfico , se utilizarán las técnicas de: debate, foros, estudios de casos y actividades relevamiento y rastreo de noticias virtuales donde se prevé aplicación de encuestas, realización de entrevistas en profundidad, grupos focales de acuerdo a los acontecimientos, problemáticas o casos en agenda , que hayan sido seleccionados.

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

#### ◇ **Formación práctica en el marco de actividades extensionistas:**

- No posee

## **6. ORGANIZACIÓN DEL CURSADO**

### **De la Formación Teórica**

Las Clases teórico-prácticas serán dictadas con una frecuencia semanal y dos horas de duración. Los alumnos Promocionales deberán tener un 80% de asistencia y para estudiantes regulares no es obligatoria la asistencia a las clases teórico-prácticas.

Las clases teórico-prácticas estarán a cargo de los/as Profesor Titular y Adjunto.

### **De la Formación Práctica**

Los prácticos para todos los estudiantes tienen una frecuencia semanal y habrá 4 (cuatro) prácticos evaluativos , de los cuales los alumnos tendrán dos instancias de recuperación.

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

### Estudiante promocional

Deberá asistir al 80% de los prácticos y aprobar el 80 % de los trabajos prácticos evaluativos con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete). Los alumnos tendrán 4 prácticos evaluables y tendrán dos instancias de recuperación.

Las evaluaciones parciales son 2 (dos) y tendrá derecho a una instancia recuperatoria (de acuerdo a los Arts. 15 , 36 y 37)

De los cuatro trabajos prácticos evaluables **(TP N° 4 Evaluable) debe ser entregado de forma obligatoria porque es un práctico de proceso y adquisición de competencias específicas** donde **los estudiantes** deberán desarrollar estrategias creativas de producción y difusión de mensajes para la promoción de la salud, prevención de enfermedades o de sensibilización respecto a alguna temática. Los estudiantes que manifiesten interés, podrán articular este práctico N° 4 , con actividades de difusión a través de galerías virtuales o bases de datos creados para tal fin por la cátedra . El trabajo deberá ser entregado en tiempo y forma. En el Aula Virtual estarán especificadas las pautas de trabajo y fecha de entrega.

El alumno promocional tiene que presentar un **Trabajo Final Obligatorio (Art. 17)** , puede ser grupal o individual , que consistirá en un análisis de noticias ( pudiendo optar sobre una temática sugerida por la cátedra o de elección del alumno) . La presentación del trabajo será en formato de informe y encontrarán en el Aula Virtual las grillas y pautas para la confección del trabajo de promoción.

Para profundizar la formación de los alumnos promocionales se dictará un seminario interno – de carácter obligatorio- con la temática: **“Herramientas para el análisis de discursos mediáticos – periodísticos”**.

**Duración:** tres encuentros, primer encuentro en horario de práctico, y los dos encuentros siguientes horario y modalidad a convenir con los alumnos.

**Contenido:** Figuras retóricas, lugares de anclajes de la subjetividad, valoraciones y la distinción entre narración y comentario (comentario como información en la noticia).

### Estudiante regular

Deberá asistir al 80% de las clases prácticas (Art. 13 ) y 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) (Art. 12) . Los alumnos tendrán 4 prácticos evaluables y tendrán dos instancias de recuperación (Art. 36 y 37).

Las evaluaciones parciales son 2 (dos) y tendrá derecho a una instancia recuperatoria (Art. 36 y 37). La instancia de reprogramación será para estudiantes con acreditación como trabajador / cuidador o de licencia.

De los cuatro trabajos prácticos evaluables **(TP N° 4 Evaluable) debe ser entregado de forma**

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

**obligatoria porque es un práctico de proceso y adquisición de competencias específicas** donde **los estudiantes** deberán desarrollar estrategias creativas de producción y difusión de mensajes para la promoción de la salud, prevención de enfermedades o de sensibilización respecto a alguna temática. El trabajo deberá ser entregado en tiempo y forma. En el Aula Virtual estarán especificadas las pautas de trabajo y fecha de entrega.

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

- La presencia en los TP. será controlada en un registro por algún miembro de la cátedra.
- Les alumnos cuentan con consignas de Trabajos Prácticos y guías específicas para cada uno de los T.P. que se publican por el aula virtual.
- Al comienzo de cada práctico los alumnos deberán leer en grupo la guía correspondiente y que será trabajada luego de la proyección/observación del material audiovisual/gráfico.
- 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%
- Les alumnos tendrán 4 prácticos evaluables y tendrán dos instancias de recuperación.
- En cada TP se trabajará en torno a las guías de análisis; en grupos de hasta 7 personas.
- El Trabajo Práctico N° 4 Evaluable es obligatorio para los estudiantes, pudiendo recuperarlo en caso de ser necesario.
- La aprobación del TP consistirá en:
  - a) contestar o trabajar las consignas propuestas con la bibliografía y vocabulario adecuado.
  - b) entregar el trabajo en los plazos y forma convenida.

### **Estudiante libre - Especificar las condiciones requeridas**

Les alumnos en esta condición deberán realizar un Trabajo Práctico Obligatorio que incluya el análisis de noticias de la prensa gráfica –versión on-line o impresa - sobre algún tema indicado por la cátedra. La guía de análisis e indicaciones se enviará escribiendo a los siguientes correos [ana.cilimbini@unc.edu.ar](mailto:ana.cilimbini@unc.edu.ar) ó [enrique.virido@unc.edu.ar](mailto:enrique.virido@unc.edu.ar) y deberá ser entregado ocho días hábiles antes del examen.

Para producir el análisis deberá usar la siguiente bibliografía :

- AA.VV (2014): *Guía sobre el tratamiento mediático responsable de la Salud Mental*. Bs. As: Eudeba (p. 1-23)

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

- PETIT, CILIMBINI, VIRDÓ YURMAN Y REMONDINO: *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Brujas, Córdoba, 20014. ( Pgs. 29 -58) .
- ZECCHETTO, Victorino: *Comunicación y Actitud Crítica*. Ed. Paulinas, Bs.As., 1986. (pgs. 118-126)

### Sistema de Tutorías y Mecanismos de Seguimiento para Estudiantes Libres

Los alumnos libres seleccionarán noticias para realizar su Trabajo Monográfico teórico y práctico dispondrán de una la guía (grilla) en el Aula Virtual y de toda la información necesaria. Para las consultas estará la profesora Ana Luisa Cilimbini que atenderá los días Miércoles (10 a 12), en el espacio asignado u Observatorio de Jóvenes, Medios y TICs de la Facultad de Psicología, 2º Piso, módulo Anexo II. También puede contactar a los profesores a través del aula virtual o a las siguientes casillas : [ana.cilimbini@unc.edu.ar](mailto:ana.cilimbini@unc.edu.ar) ó [enrique.virdo@unc.edu.ar](mailto:enrique.virdo@unc.edu.ar)

## 7. RÉGIMEN DE CURSADO

### 7.1. Estudiante promocional

Serán considerados **PROMOCIONALES** los alumnos que cumplan con las siguientes condiciones mínimas:

- Aprobar dos (2) exámenes parciales - en las fechas previstas por la cátedra- 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 prácticas y teórico-prácticas
- Aprobar el 80 % de los trabajos prácticos evaluativos (total: 4) con calificaciones iguales o mayores a 6 (seis) y un promedio mínimo de 7 (siete). Se pueden recuperar dos trabajos prácticos evaluables.
- Trabajo Final Obligatorio aprobado con 7 (siete) 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
- Presentación obligatoria del Trabajo Práctico N° 4 evaluable y recuperable.
- Coloquio de defensa de trabajo de promoción.



## ANEXO

### 7. 2. Estudiante regular

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

- Tener dos (2) exámenes parciales aprobados con 4 (cuatro) o más.
- Asistir al 80% de las clases prácticas
- Aprobar el 80 % de los trabajos prácticos evaluativos (total: 4) , puede recuperar dos trabajos prácticos evaluables.
- Tendrán derecho a un recuperatorio de examen parcial.
- Presentación obligatoria del Trabajo Práctico N° 4 evaluable y recuperable.
- Examen Final de una instancia : examen escrito individual

### 7. 3. Estudiante libre:

Los estudiantes **LIBRES** serán evaluados con el último programa dictado y debe cumplir los siguientes requisitos :

- 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 Práctico Obligatorio que incluya el análisis de noticias de la prensa gráfica –versión on-line o impresa - sobre algún tema de interés del alumno. El plazo de entrega es hasta ocho días hábiles antes de la fecha de examen prevista del Final y la respuesta sobre la aprobación del trabajo es en lapso de 72 hs. Las indicaciones para el Trabajo Práctico Obligatorio se debe escribir a estos correos [ana.cilimbini@unc.edu.ar](mailto:ana.cilimbini@unc.edu.ar) ó [enrique.virdo@unc.edu.ar](mailto:enrique.virdo@unc.edu.ar)
- En la instancia de evaluación oral, los alumnos deberán defender el **Trabajo Práctico Obligatorio** presentado y responder preguntas sobre los contenidos del programa.

## 8. MODALIDAD Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 8. 1. Tipo de evaluación

### 8. 2. Instrumentos de evaluación

Se evaluará que los alumnos sean capaces de reconocer y describir las teorías, modelos, paradigmas y categorías fundamentales de análisis propuestas en el programa.

Se valorará que el estudiantado pueda establecer relaciones entre las categorías fundamentales de análisis, y aplicarlas al análisis de la información obtenida en el rastreo de

## ANEXO

noticias o trabajo en terreno. La Evaluación es sumativa de parciales, prácticos y trabajos monográficos

Los parciales de regulares y promocionales son distintos, los exámenes de los promocionales tienen un nivel mayor de dificultad en la confección de las preguntas.

### 8.2.1 Estudiante promocional

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar (primer parcial) o de opciones múltiples (segundo parcial).
- Exámenes Finales: coloquio (promocionales)
- Prácticos aprobados
- Trabajo Final Obligatorio (guiado por los profesores )

### 8.2.2 Estudiante regular

- Exámenes Parciales escritos individuales de respuesta a desarrollar (primer parcial) y de opciones múltiples (segundo parcial).
- Prácticos con guía de pregunta
- Práctico de proceso (con asesoramiento y supervisión)
- Exámenes Final de una instancia : examen escrito de opción múltiple

### 8.2.3 Estudiante libre

- Examen escrito individual con modalidad de múltiple opción o de respuesta a desarrollar (según disponga la cátedra)
- Examen examen oral individual.
- Defensa del **Trabajo Práctico Obligatorio** de análisis teórico y práctico y responder preguntas sobre los contenidos del programa.

## 9. Criterios de evaluación:

En los parciales , finales y trabajos prácticos de desarrollo se evalúa:

- Comprensión conceptual y apropiación de vocabulario específico.
- Discernimiento de las distintas concepciones teóricas de la comunicación.
- Identificación de los aportes de la psicología al campo de la comunicación.
- Aplicación de contenidos teóricos a una situación práctica.
- Pertinencia en la interpretación de los modelos teórico-metodológicos.



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

-Se valora que el alumno pueda establecer relaciones entre las categorías fundamentales de análisis y aplicarlas para el análisis de la información empírica recolectada en el trabajo de campo y/o a casos presentados en las clases teórico-prácticas y prácticas .

- En el caso de estudiantes promocionales, se propone la profundización de la articulación teórica, entre el campo comunicacional y la psicología. Esta profundización se evalúa en el trabajo de promoción y coloquio.

-Las evaluaciones parciales y exámenes finales de múltiple opción – tanto libres como regulares- el 4 (cuatro) corresponde al 60% de respuestas correctas.

### 9. **BIBLIOGRAFIA** (Obligatoria y de consulta)

- 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.
- BLEICHMAR, S (2007) : “ El sostén subjetivo de una Ética” en *Dolor país ... y después...* Buenos Aires: del Zorzal .
- 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*

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

- violencias en los medios y producción de subjetividades*. Editorial Brujas, Córdoba., 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
  - DEWS, Peter : " Adorno , el postestructuralismo y la crítica de la identidad" en *Ideología un mapa en cuestión* (Žižek comp.) Fondo Cultura Económica , Bs. As. , 2005 .
  - 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 .
  - MATTELART , A. y VITALIS, André : *De Orwell al cibercontrol* . Ed. Gedisa , Barcelona , 2015 .
  - Mc QUAIL, E: "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Ed. Paidos, Bs. As. 1985.
  - MUÑOZ, Blanca: *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcanova, España, 1989
  - ORBACH, Susie : " Cuerpos reales ... y no tan reales" en *La Tiranía del Culto al Cuerpo* . Editorial Paidós , Madrid , 2010 . (pgs. 115- 161)
  - PETIT, CILIMBINI, VIRDO, 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. Paidos, 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

EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

### 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.
- CHARAUDEAU, P y MAINGUENEAU, D: *Diccionario de análisis del discurso*. Ed. Amorrortu, Bs.As., 2005.
- 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.
- 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, 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. Paidos. 1993.
- REARDON, K: *La persuasión en la comunicación*. Paidos. Barcelona, 1983.
- RICOEUR, P: - "La metáfora Viva".  
----- - "Freud, una interpretación de la cultura".



Universidad  
Nacional  
de Córdoba

Año de la Defensa de la Vida,  
la Libertad y la Propiedad



EX-2023-51116-UNC-ME#FP

## ANEXO

- 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
- SCHMUCLER , H (1999) : “ Triunfo y derrota de la comunicación” en Revista Zigurat . Disponible en: [evistazigurat.com.ar/triunfo-y-derrota-de-la-comunicacion/](http://evistazigurat.com.ar/triunfo-y-derrota-de-la-comunicacion/)
- 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.



Universidad Nacional de Córdoba  
2024

**Hoja Adicional de Firmas  
Informe Gráfico**

**Número:**

**Referencia:** Anexo PROGRAMA 2023 Psicología de las masas y medios de com

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 20 pagina/s.