



GUÍA DOCENTE  
**SOCIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA DE LA  
COMUNICACIÓN**

Coordinación: SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS

Año académico 2023-24

## Información general de la asignatura

|  |   |              |                 |                  |
|--|---|--------------|-----------------|------------------|
| <b>Denominación</b>  | SOCIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN  |              |                 |                  |
| <b>Código</b>  | 101962  |              |                 |                  |
| <b>Semestre de impartición</b>   | 2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA  |              |                 |                  |
| <b>Carácter</b>  | <b>Grado/Máster</b>   | <b>Curso</b> | <b>Carácter</b> | <b>Modalidad</b> |
|  | Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisuales  | 2            | TRONCAL/BÁSICA  | Presencial       |
| <b>Número de créditos de la asignatura (ECTS)</b>  | 6   |              |                 |                  |
| <b>Tipo de actividad, créditos y grupos</b>  | <b>Tipo de actividad</b>  | PRAULA       | TEORIA          |                  |
|  | <b>Número de créditos</b>   | 3            | 3               |                  |
|  | <b>Número de grupos</b>   | 2            | 2               |                  |
| <b>Coordinación</b>  | SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS  |              |                 |                  |
| <b>Departamento/s</b>  | FILOLOGÍA Y COMUNICACIÓN  |              |                 |                  |
| <b>Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante</b> | - Clases Presenciales (HP): 30 sesiones de 2h = 30 horas<br>- Trabajo Autónomo (TA): 90 horas |              |                 |                  |
| <b>Información importante sobre tratamiento de datos</b>   | Consulte <a href="#">este enlace</a> para obtener más información.                            |              |                 |                  |
| <b>Idioma/es de impartición</b>  | Catalán/ Inglés (en dos grupos)   |              |                 |                  |
| <b>Distribución de créditos</b>  | 6 créditos grupo en catalán<br>6 créditos grupo en inglés                                     |              |                 |                  |

| Profesor/a (es/as)                   | Dirección electrónica\profesor/a (es/as) | Créditos impartidos por el profesorado | Horario de tutoría/lugar |
|--------------------------------------|--|--|--------------------------|
| ERTA MAJÓ, ARNAU                     | arnau.erta@udl.cat                       | 7,2                                    |                          |
| SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS | teresa.seres@udl.cat                     | 6                                      |                          |

## Objetivos académicos de la asignatura

Identificar los conceptos básicos y los paradigmas del análisis sociológico y su aplicación al análisis de la comunicación

Identificar las principales teorías y metodologías referidas al campo de la psicología de la comunicación

Desarrollar una mirada crítica hacia el contexto mediático, social e ideológico

Apreciar la importancia del debate teórico y las metodologías de investigación científica en sociología, así como su aplicación al análisis de la comunicación

Desarrollar un conocimiento adecuado sobre la función social de los medios de comunicación

## Competencias

Competencias:

Generales:

CG3. Aplicar los conocimientos teóricos en la actividad práctica

CG7. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva

CG8. Valorar el respeto a la diversidad y pluralidad de ideas

Específicas

CE4. Describir las principales teorías en el ámbito de los medios de comunicación social y sus elaboraciones conceptuales

CE7. Identificar y aplicar los fundamentos éticos y la deontología profesional en el ejercicio de las actividades relacionadas con los medios de comunicación

CE8. Aplicar el método científico de forma adecuada a la investigación en el ámbito de la comunicación, así como exponer los resultados del proceso de investigación

## Contenidos fundamentales de la asignatura

### 1. La mirada sociológica

1.1. ¿Que es la sociología?

1.2. Sociología de la comunicación (de masas)

1.3. Conceptos clave en sociología de la comunicación

1.4. La investigación en sociología de la comunicación: método cualitativo y cuantitativo

### 2. Sociología funcionalista de la comunicación

2.1. Introducción

2.2. Efectos y funciones

2.3. Efectos a corto plazo

## 2.4. Efectos a largo plazo

### 3. Teoría social crítica

#### 3.1. Introducción a la teoría social crítica y características

3.2. Corrientes principales y autor(e)s: l'Escola de Frankfurt, la economía política de la comunicación, teoría cultural, teoría del cultivo

#### 3.3. Conceptos y estudios

#### 3.4. Otras perspectivas

### 4. Estudios culturales. Cultura posmoderna

#### 4.1. Las perspectivas de los Estudios Culturales

#### 4.2. La posmodernidad y la cultura posmoderna

### 5. Psicología de la percepción y psicología social (de la comunicación)

#### 5.1. Psicología de la percepción

##### 5.1.1. Introducción

##### 5.1.2. Conceptos

#### 5.2. Psicología social

##### 5.2.1. Introducción

##### 5.2.2. Psicología en las relaciones interpersonales

##### 5.2.3. Psicología y cognición social

## Ejes metodológicos de la asignatura

### Metodología que combina horas presenciales -en el aula- y trabajo autónomo:

#### A) Horas presenciales en el aula (HP)

- Clases magistrales: Exposición de los contenidos de la asignatura de manera oral por parte de la profesora.
- Debate dirigido: Promover la expresión y la comprensión oral en una conversación colectiva en la cual el tema puede ser preparado, pero no el desarrollo de las intervenciones.
- Actividad en colaboración: Actividad de aprendizaje que se tiene que hacer mediante la colaboración de los miembros de un grupo.
- Trabajo escrito: Actividad consistente en la presentación de un documento escrito.
- Estudio de casos: Método utilizado para estudiar un individuo, una institución, un problema, etc. de manera contextual y detallada.
- Tutorías: guía, asesoramiento y resolución de dudas en grupos reducidos o individualmente.

#### C) Trabajo autónomo (TA)

- Prácticas, ejercicios, lecturas o estudio de otros materiales, cuestionarios, etc.
- Discusiones en línea mediante foros.

## Plan de desarrollo de la asignatura

Cronograma orientativo para ambos grupos:

|        |               |
|--------|---------------|
| TEMA 1 | Semanas 1-3   |
| TEMA 2 | Semanas 4-6   |
| TEMA 3 | Semanas 7-9   |
| TEMA 4 | Semanas 10-12 |
| TEMA 5 | Semanas 13-15 |

## Sistema de evaluación

|   |                       |
|---|-----------------------|
| <b>1. Pruebas escritas/exámenes [25%]:</b>                            |                       |
| Exámenes parciales (con contenidos del temario y lecturas propuestas) | 5 exámenes x 5% = 25% |
| <b>2. Trabajos [65%]:</b>   |                       |
| a) Actividades de síntesis (en grupo)                                 | 4 actividades = 25%   |
| b) Actividad de seguimiento (individuales y en grupo)                 | 25%                   |
| c) Exposición grupal de una lectura propuesta                         | 15%                   |
| <b>3. Asistencia e intervención en clase [10%]</b>                    | 10%                   |
| <b>TOTAL</b>  | 100 %                 |

\*La nota final para aprobar la asignatura es 5/10. En esta asignatura las pruebas de evaluación no podrán ser recuperadas puesto que ninguna de ellas individualmente es igual o superior al 30% de la nota final.

\*Si la nota final de la asignatura fuese 4,9; 6,9 u 8,9, el profesorado de la asignatura valorará redondear la nota al alza (5, 7 y 9 respectivamente) dependiendo del rendimiento de la/del estudiante en dicha asignatura.

\*La evaluación es continua. Los/las estudiantes que combinen sus estudios con un trabajo a tiempo completo o un trabajo a tiempo parcial con horario coincidente con las clases tienen derecho a pedir evaluación alternativa en un plazo de 5 días desde el comienzo del semestre. Para más información, podéis enviar un correo electrónico a [academic@lletres.udl.cat](mailto:academic@lletres.udl.cat) o dirigiros a la Secretaría de la Facultat de Lletres.

\*El plagio està prohibido. En caso de plagio, se aplicará lo establecido en la 'Normativa de l'avaluació i la qualificació de la docència en els graus i màsters a la UdL'.

## Bibliografía y recursos de información

Bailey, Stephen (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (3rd ed.). Oxon: Routledge.

Boyd-Barrett, Oliver, & Braham, Peter (2013). *Media, knowledge and power*. Routledge.

Briggs, Asa, Burke, Peter. (2002). *De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación*. [A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet]. (M. A. Galmarini, Trad.). Madrid: Taurus.

Bruce, Steve, & Yearley, Steven (2006). *The SAGE dictionary of sociology*. SAGE Publications.

Bryant, Clifton D., Peck, Dennis L. (Eds.). (2007). *21st Century Sociology: A Reference Handbook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Bryant, Jennings, & Oliver, Mary Beth (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed.). Routledge

Buceta, Luis. (1992). *Fundamentos psicosociales de la información*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Eadie, William F. (Ed.). (2009). *21st Century Communication: A Reference Handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Espinar, Eva; Frau, Carlos; González, María José; Martínez, Rodolfo (2006). *Introducción a la sociología de la educación*. Universidad de Alicante

Fiske, John (1990). *Introduction to communication studies* (2nd ed.). London: Routledge.

Gibson, James J. (2014). *The ecological approach to visual perception: classic edition*. Psychology Press.

Goldstein, Bruce E. (Ed.). (2005). *Blackwell Handbook of Sensation and Perception*. Blackwell Publishing.

Grondin, Simon (2016). *Psychology of perception*. Sage.

Gubern, Romà (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Taurus Editorial.

Gubern, Romà (2000). *El eros electrónico*. Taurus Editorial.

Howes, David, & Classen, Constance (2013). *Ways of sensing: Understanding the senses in society*. Routledge.

Klein, Naomi (2010): *No logo. El poder de las marcas*. Paidós.

Littlejohn, StephenW. & Foss, K.A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. London: Sage.

Lundby, Knut (Ed.). (2014). *Mediatization of Communication*. De Gruyter.

- Mc Quail, Denis. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Méndez Rubio, Antonio (2008). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Universitat de València.
- Moragas, Miguel de (1986). *Sociología de la comunicación de masas*. IV Volumes. Editorial Gustavo Gili.
- Mucchielli, Alex (1998). *Psicología de la comunicación*. Paidós.
- Muñoz, Kristine (2011). *Com m'han pogut convèncer?: les dimensions socials i culturals de la persuasió* (Vol. 4). Editorial UOC.
- Myers, David G. & Twenge, Jean M. (2018). *Exploring Social Psychology* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Poe, Marshall T. (2011). *A history of communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Roiz, Miguel. (2005). *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. LaberintoLA
- Schramm, Wilbur & Roberts, Donald F. (eds.). (1971). *The process and effects of mass communication*. Urbana: University of Illinois Press
- Serrano, Sebastià (1993). *Comunicació, societat i llenguatge*. Empúries
- Serrano, Sebastià (1999). *Comprendre la comunicació: el llibre de la comunicació, el sexe i la poesia*. Proa.
- Serrano, Sebastià (2003). *El regal de la comunicació*. Ara Llibres.
- Serrano, Sebastià (2004). *L'instint de la seducció*. Ara Llibres
- Turner, Bryan S. (Ed.). (2006). *The Cambridge dictionary of sociology*. Cambridge University Press.
- Turow, Joseph (2014). *Media today: Mass communication in a converging world* (5th ed.). Routledge.
- Wolf, Mauro. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.