

TITULACIÓN: GRADO EN PERIODISMO

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN**

Curso: PRIMERO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Formación Básica

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

Profesora: Dra. ANNA ZAPTSI

Dirección electrónica: anna.zaptsi@eusa.es

2. DESCRIPTORES

El objeto de esta asignatura es dotar al alumnado de una sólida base de conocimientos que le proporcione una adecuada comprensión y una aproximación en profundidad sobre los complejos factores psicosociales implicados en el proceso comunicativo. Apoyando este conocimiento en un trabajo eminentemente práctico, a través del cual se transfieran los contenidos teóricos necesarios para estructurar su perfil de especialistas en comunicación. Para ello se pondrá especial énfasis en la adquisición de procedimientos y técnicas psicosociales de análisis de la comunicación interpersonal y social.

La idea general es que esta asignatura debe nutrir a los/las alumnos/as de forma que puedan comprender los procesos comunicativos como un todo, en el que sepan identificar sus partes para poder actuar en ellas con capacidad de influencia/persuasión.

Todo ello se llevará a cabo mediante el planteamiento de unos contenidos que se exponen a continuación, y ofreciéndole el protagonismo a una metodología participativa, aplicada y atractiva al alumnado.

3. SITUACIÓN

Conocimientos y destrezas previos:

Dado que dicha asignatura se desarrolla en el primer curso de sus estudios, se entenderá que aún se encuentran familiarizándose con el mundo universitario y su funcionamiento. De esta forma, se les pedirá que comiencen a poner en marcha las destrezas propias y conocimientos asociados al hecho de estar cursando una carrera universitaria en Periodismo, así como una buena disposición y una actitud curiosa para poder trabajar y aprender esta nueva materia.

Recomendaciones y consejos de interés:

Es aconsejable que todos/as los/as estudiantes dispongan de ordenador portátil y conexión a Internet en su lugar de estudio. Se recomienda al alumnado desarrollar su creatividad en los trabajos prácticos, así como su motivación y destrezas para trabajar en equipo.

Es aconsejable que todos/as los/as estudiantes dispongan de ordenador portátil y conexión a Internet en su lugar de estudio. Se recomienda al alumnado desarrollar su creatividad en los trabajos prácticos, así como su motivación y destrezas para trabajar en equipo.

Adaptaciones para estudiantes con necesidades especiales:

Esta asignatura se adaptará a las necesidades específicas que muestre cualquier alumno/a que no pueda seguir el formato habitual de clase y/o de estudio. Cuando surja la situación mencionada se estudiará el caso y se procederá a su adaptación para el buen seguimiento de la asignatura.

4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

El objetivo de esta asignatura es ofrecer al alumnado bases conceptuales y aplicadas suficientes sobre la Psicología Social y sobre los mecanismos que intervienen en los procesos cognitivos, que tanta relación tienen con los procesos de la comunicación.

Competencias genéricas:

Se recogen todas las competencias generales de la memoria de verificación para el módulo

G01. Saber aplicar los conocimientos básicos de cada módulo o asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.

G02. Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G04. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G05. Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos.

G07. Fomentar y garantizar una conciencia igualitaria sobre las personas y los pueblos, y el respeto por los derechos humanos internacionales, así como el conocimiento de las grandes corrientes culturales o civilizadoras en relación con los valores fundamentales individuales y colectivos.

Competencias específicas:

E03. Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y comunicación.

E04. Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y de su interrelación con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como con los métodos y técnicas de estas disciplinas.

E09. Capacidad de reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

E13. Capacidad y habilidad para sistematizar, comparar y relacionar fenómenos contemporáneos de la comunicación.

E14. Capacidad de análisis e interpretación de resultados e informes de investigación en comunicación.

E17. Conciencia crítica en el análisis del ordenamiento jurídico y desarrollo de la dialéctica argumentativa en comunicación.

E18. Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.

E19. Capacidad y habilidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas aplicadas a la comunicación.

E25. Capacidad y habilidad para desenvolverse en la sociedad en general y en la sociedad de mercado en particular, a partir de un conocimiento teórico de ambos desde la base de la perspectiva histórica y los textos discursivos y audiovisuales.

E26. Capacidad y habilidad para interrelacionar factores históricos, filosóficos y mediáticos, así como sus conexiones con otras áreas de conocimiento.

E28. Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.

E39. Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria.

E43. Capacidad y habilidad para el manejo de fuentes jurídicas (legales, jurisprudenciales y doctrinales) relacionadas con la comunicación.

E44. Capacidad para utilizar los principios y valores constitucionales como herramienta de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.

5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

BLOQUES DE CONTENIDOS

BLOQUE I. Delimitación conceptual y metodológica de la Psicología Social de la Comunicación: Socialización; identidad social; percepción social; cognición social y aprendizaje social.

BLOQUE II. La comunicación eficaz: ¿Por qué falla la comunicación?; Características de la comunicación eficaz; La comunicación verbal y no verbal; Estereotipos, prejuicios y discriminación y su influencia en la comunicación interpersonal y mediada; Rumores y su proliferación a través de medios impresos y electrónicos; El humor como estrategia comunicativa y creadora de opinión.

BLOQUE III. La comunicación como influencia social: Actitudes y cambios de actitud; Persuasión.

BLOQUE IV. Niveles sociales en el análisis de la comunicación: Perspectiva psicosocial de los medios de comunicación: la prensa en papel y electrónica, los medios audiovisuales; Efectos psicosociales de los medios de comunicación.

BLOQUE V. Niveles grupales en el análisis de la comunicación: Trabajo en equipo y Conflicto y negociación.

6. TEMARIO DESARROLLADO

Tema 1: EL CAMPO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL (Bloque I)

- Delimitación de la Psicología Social
- Naturaleza de los procesos psicosociales
- El análisis psicosocial y ecológico del comportamiento
- Breve recorrido por las perspectivas teóricas y conceptuales en el desarrollo histórico de la Psicología Social

Tarea Obligatoria 1. Realización de una línea del tiempo con los/as principales autores/as del campo de la Psicología Social.

Tema 2: PERCEPCIÓN, COGNICIÓN SOCIAL E IDENTIDAD SOCIAL (Bloque I)

- Introducción a la Percepción Social
- Percepción basada en esquemas vs. basada en datos
- Modelos explicativos de la formación de impresiones
- Atribución causal
- Errores de atribución
- La identidad social. Caracterización y elementos clave

Tarea Obligatoria 2. Aplicación de los contenidos al periodismo: Explorando nuestra identidad social.

Tema 3: ACTITUDES Y PREJUICIOS (Bloque II)

- Introducción a las actitudes: definición y funciones
- Componentes de las actitudes
- Estereotipos, prejuicios y discriminación
- Tipos de prejuicio: racismo, sexismo, LGBTfobia, etc.
- Cómo hacer frente al prejuicio: La importancia del periodismo

Tarea Obligatoria 3. Aplicación de los contenidos al periodismo: Identificación de estereotipos en contenidos audiovisuales.

Tema 4: COMUNICACIÓN EFICAZ (Bloque II)

- La comunicación humana
- Tipos de comunicación
- La comunicación verbal y no verbal
- La empatía
- La asertividad

Actividad grupal. Aplicación de los contenidos al periodismo: La entrevista como herramienta clave.

Tema 5: LA COMUNICACIÓN COMO INFLUENCIA SOCIAL (Bloque III)

- Funciones y características de la persuasión
- La fuente en la persuasión
- El canal en la persuasión
- La persona receptora en la persuasión

Tarea Obligatoria 4A. Aplicación de los contenidos al periodismo: Identificando la comunicación persuasiva.

Tema 6: EFECTOS PSICOSOCIALES DE LOS MEDIOS (Bloque IV-V)

- Los medios de comunicación como agentes de socialización
- Teorías explicativas de la influencia de los medios en el público
- Funciones y efectos (psicosociales) de los medios
- Rumores y Fake news
- Conflictos

Tarea Obligatoria 4B. Aplicación de los contenidos al periodismo: Cómo nos influyen los medios.

7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales (Modalidad A):

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas.
2. Sesiones presenciales de debate y reflexión crítica u otras actividades participativas.

Actividades formativas no presenciales (Modalidad B):

1. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo programadas (artículos científicos, artículos periodísticos y audiovisuales).
2. Lectura de documentos y/o visión de videos.

8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

Modalidad A (Evaluación Continua):

1- **50%** 2 exámenes parciales o si hay suspenso Examen individual¹. **Tipo test** de 3 opciones de respuesta, donde *solo una opción será correcta*. **30 preguntas**.

2- **40%** Trabajos teórico-prácticos obligatorios, de carácter individual y/o grupal.

3- **10%** Asistencia (>75%) y participación en clase (Sesiones de Debate y Reflexión Crítica, Dinámicas de Grupo).

Modalidad B (Evaluación Final):

1- **70%** Examen individual. **Tipo test** de 3 opciones de respuesta, donde *solo una opción será correcta*. **30 preguntas**.

2- **30%** Trabajos grupales teórico-prácticos obligatorios, de carácter individual.

¹ La posibilidad de su sustitución por una **prueba oral** solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.

Sólo se guardarán las partes aprobadas (examen, trabajos y/o asistencia) para la **segunda** convocatoria. Para la **tercera** convocatoria, no se guardará ninguna nota parcial y la evaluación seguirá los criterios de la evaluación final.

Las revisiones de los exámenes se realizarán en alguno de los días señalados en ORDENACIÓN DEL CURSO ACADÉMICO, y se harán de manera online.

9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Específica

- Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M., & Sommers, S. (2016). *Social psychology* (9th ed.). Pearson.
- Donsbach, W. (2004). Psychology of News Decisions: Factors behind Journalists' Professional Behavior. *Journalism*, 5 (2), 131-157. <https://doi.org/10.1177/146488490452002>
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2018). *Social Psychology* (8th ed.). Pearson.
- Moral, F., e Igartua, J.J. (2005). *Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos*. Aljibe.
- Nos-Aldás, E., y Pinazo-Calatayud, D. (2010). *La incógnita de la persuasión en la comunicación de las ONGD: hacia un modelo de publicidad culturalmente eficaz*.
- Pecino, R. M., y Sánchez, M. M. (Coords.) (2012). *Introducción a la Psicología Social*. Pirámide.
- Stangor, C. (2016). The study of stereotyping, prejudice, and discrimination within social psychology: A quick history of theory and research. In T. D. Nelson (Ed.), *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination* (p. 3–27). Psychology Press.

General

- Álvarez Gálvez, J. (2012). *Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Documento de trabajo*, 2.
- Garrido, R., & Zapsi, A. (2021). Archetypes, Me Too, Time's Up and the representation of diverse women on TV. *Comunicar*, 29(68), 21-33.
- Goethals, G. (2007). A century of social psychology: individuals, ideas, and investigations. In M. A. Hogg, & J. Cooper *The SAGE handbook of social psychology: Concise student edition* (pp. 3-23). SAGE Publications Ltd, <https://dx.doi.org/10.4135/9781848608221.n1>
- Giles, D. C. (2010). *Psychology of the Media*. Palgrave Macmillan.
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2009). *Essentials of Social Psychology*. Pearson Education.
- Moya, M. (2000). Persuasión y cambio de actitudes. En J. Francisco Morales Domínguez, Carmen Huici Casal (Coords.) *Psicología Social* (pp. 153-170).
- Poncela, A. M. F. (2020). Infodemia: rumores, fake news, mitos. *Sintaxis*, 35-55.
- Sabucedo Cameselle, J. M. y Morales Domínguez, J. F. (Coord.) (2015). *Psicología Social*. Médica Panamericana.

Otras fuentes de interés (direcciones web, etc)

- Agenda 2030. <https://www.mdsocialesa2030.gob.es/agenda2030/index.htm>
- Estrategia para la Igualdad de Género 2020-2025 https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/gender-equality-strategy_es
- Guía de Igualdad- RTVE <https://www.rtve.es/contenidos/instituto/Gu%C3%ADa%20Igualdad%20castellano.pdf>
- Revista Latina de Comunicación Social <https://www.revistalatinacs.org/#modal-one>
- The Journal of Social Psychology <https://www.tandfonline.com/journals/vsoc20>