

**Departamento de Ciencias Sociales**  
**Programa LIBRE**

<b>Carrera:</b>	Licenciatura en Comunicación Social (Ciclo Superior y CCC)
<b>Año:</b>	2022
<b>Curso:</b>	Gestión de Medios de Comunicación
<b>Carga Horaria Semanal:</b>	4 horas áulicas y 1 extra-áulica
<b>Hora de Consulta extra clase:</b>	martes 17hs a 18 hs.
<b>Créditos:</b>	10 (diez)
<b>Núcleo al que pertenece:</b>	Electivo (Ciclo Superior y CCC)
<b>Tipo de Asignatura:</b>	teórico-práctica

**Presentación y Objetivos:** El seminario se propone que los alumnos logren comprender las funciones, usos, efectos e impactos de los medios de comunicación en los distintos contextos y niveles de la sociedad.

**Objetivos:**

El seminario se propone que los alumnos logren comprender las funciones, usos, efectos e impactos de los medios de comunicación en los distintos contextos y niveles de la sociedad.

Los objetivos son:

- Que los alumnos realicen abordajes sobre los principales elementos de la economía de los medios de comunicación.
- Que los alumnos comprendan los aspectos centrales de la gestión de organizaciones, emprendimientos o productos de medios de comunicación, en el ámbito privado y público, grandes y pymes, con y sin fin de lucro.
- Que los alumnos incorporen mecanismos de la administración de las relaciones, recursos y la gestión de los medios de comunicación comunitaria y pymes.
- Que los alumnos conozcan los mecanismos y estrategias de gestión y sustentabilidad de sus proyectos.
- Que los alumnos reconozcan los mecanismos de planificación y ejecución de estrategias de información.
- Que los alumnos desarrollen estrategias de planificación frente a las crisis.
- Que los alumnos construyan una actitud reflexiva y crítica para abordar las problemáticas actuales de los medios de comunicación como agentes del derecho a la información y su incidencia política.

**Contenidos Mínimos:** Plan de estudios 2015: Resolución CS 444/15 y la Resolución CS 534/13

Los medios de comunicación como organización. Estructura y gestión. Medios públicos, medios privados con fines de lucro y medios privados sin fines de lucro. La administración de recursos. Las formas de trabajo y su regulación. Lógicas empresariales y lógicas militantes. La gestión de medios y organizaciones de la comunicación.

**Contenidos Temáticos o Unidades:**

**UNIDAD 1: HACIA UNA DEFINICIÓN DEL OBJETO Y SU GESTIÓN**

- Aproximación a una definición de medios de comunicación.
- La incidencia política en el espacio público de los medios masivos de comunicación.
- Distintos medios, distintas miradas, distintas propuestas.

- Los medios y el camino a la digitalización.

#### UNIDAD 2: GESTIÓN Y SUSTENTABILIDAD

- Comunicación y empresa. La estructura organizativa.
- El trabajo periodístico. Las relaciones en el trabajo.
- La administración de los recursos.
- La teoría y la práctica de la economía y gestión de los medios de comunicación.

#### UNIDAD 3: GESTIÓN Y TIPOS DE MEDIOS, TRABAJOS Y REGULACIONES

- Tipos de medios y soportes
- Rutinas productivas
- La gestión, la información como valor
- Medios tradicionales y nuevos medios.

#### UNIDAD 4: CASOS, ESTRATEGIAS Y ACCIÓN

- Estrategias de acción.
- Estudios de casos. Palabras y políticas.
- Medios y organizaciones. Agentes corporativos y medios comunitarios.
- Gestión empresarial y militancia comunicacional

#### **Bibliografía obligatoria:**

##### UNIDAD 1:

AAVV Selección Textos sobre medios de comunicación: Becerra, M. (La inmaculada concepción de los medios); Marino, S. (Agentes corporativos de Información). Digital

Albornoz, L.: "La prensa diaria: una industria cultural" y "La prensa diaria en Internet" en Periodismo digital, los grandes diarios en la red, Buenos Aires, La Crujía, 2006 código 2012

Bustamante, E: "La televisión económica", Gedisa, Barcelona, 1999, cap 2

Picard, R. Diciembre de 2014. Las industrias informativas: ¿tienen futuro? Palabra Clave 17 (4), 1069-1096. DOI: 10.5294/pacla.2014.17.4.4

Pedrero-Esteban, L. M., & Herrera-Damas, S. (2017). La notificación push como estrategia informativa de la radio en el entorno digital. Profesional de la información, 26(6), 1100-1107.

Juan Carlos Miguel de Bustos (2016) "Los grupos mundiales de comunicación y de entretenimiento, en el camino hacia la digitalización". Les Enjeux de l'information et de la Communications, Nº 17/2.

##### UNIDAD 2:

Marino, S. y Villamayor, C: Gestión de los medios de comunicación. Unidad 1, capítulo 1.

Arrese, A.: Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios. Comunicación y sociedad. Volumen XVII Nº2 Diciembre de 2004. Consultado en <http://www.unav.es/cys/xvii2/proteger/arrese.html> el 9 de febrero de 2005.

Caro González, F. J.: "Introducción a la empresa" (cap. 1) y "La empresa como sistema" (cap. 2) en Gestión de Empresas Informativa, Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla, 2007

-----: "Administración de empresas informativas" (cap. 3) en Gestión de Empresas Informativa, Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla, 2007

-----: "Planificación Estratégica de la Empresa Informativa" (cap. 5) en Gestión de Empresas Informativa, Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla, 2007

-----: "El Entorno de la Empresa Informativa" (cap. 4) en Gestión de Empresas Informativa, Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla, 2007

Binder, I., Fisher, P y Godinez Galay, F: "Como sea. Sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina", CRP, Buenos Aires, 2017, cap 1

#### UNIDAD 3:

Marino, S. y Villamayor, C: Gestión de los medios de comunicación. Unidad 1, capítulos 2 y 3.

De Mateo, R.: "Empresa de comunicación y plan empresarial" (cap 1) y "E entorno específico: la industria de la comunicación" (cap 3) en "Gestión de empresas de comunicación", Comunicación Social, Sevilla, 2009

De Charras, D. Trabajo creativo, industrias culturales y capitalismo informacional: observaciones sobre una tríada compleja.

Marino, S y Espada, A (2017), "Repensar los modelos de desarrollo de los medios en la transición convergente" en La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios, EdiUnju, Jujuy, pp 175 a 200, disponible en file:///C:/Users/Santiago/Downloads/2017\_la\_comunicacion\_digital.pdf

#### UNIDAD 4:

Retegui, L., Aregue, F. y Borello, M. (2014) "Cuando la inmediatez se adueña de las redacciones. La apropiación de nuevas tecnologías en el periodismo online de La Nación y Popular". En Becerra, M. y Beltrán, R. (coords.) Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación / 1a ed. / Buenos Aires : Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia". <https://martinbecerra.files.wordpress.com/2014/12/medios-y-tic-en-la-argentina-ubacyt-becerra-beltran-2014.pdf>

Beixiga, F., Beltrán, R., Martínez Elebi, C. y Vasconcelos, M. (2014) "La liebre y las dos tortugas: Clarín, Página/12 y Ámbito Financiero". En Becerra, M. y Beltrán, R. (coords.) Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación. Buenos Aires: Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia". <https://martinbecerra.files.wordpress.com/2014/12/medios-y-tic-en-la-argentina-ubacyt-becerra-beltran-2014.pdf>

Retegui, L. y Amdam, F. (2017) "De fierro somos. Estrategias, usos y paradojas en torno a las tics en radios sin fines de lucro: los casos de fm La Tribu y fm Boedo". En Becerra, M. y Beltrán, R. (coords.) Sin fines de lucro, con tecnologías y organización. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia". <http://tallerdedatos.com.ar/wp-content/uploads/2017/12/Sin-fines-de-lucro-con-tecnolog%C3%ADAs-y-organizaci%C3%B3n.pdf>

Durand, M. y Fernández, P. (2017) "Barricada tv: alternativo, contrainformacional y con frecuencia". En Becerra, M. y Beltrán, R. (coords.) Sin fines de lucro, con tecnologías y organización. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia". <http://tallerdedatos.com.ar/wp-content/uploads/2017/12/Sin-fines-de-lucro-con-tecnolog%C3%ADAs-y-organizaci%C3%B3n.pdf>

Borello, M. y Quintas, G. (2014) "Canal 7 y Radio Nacional: las TIC entre paréntesis". En Becerra, M. y Beltrán, R. (coords.) Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación. Buenos Aires: Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los

medios de comunicación en el escenario de la convergencia".  
<https://martinbecerra.files.wordpress.com/2014/12/medios-y-tic-en-la-argentina-ubacyt-becerra-beltran-2014.pdf>

Disponible en <https://drive.google.com/drive/folders/0B6ysLjQyRIEYjlkVS10amU3ZDQ>

### **Bibliografía complementaria del Curso:**

AAVV: Atrapa sueños: Capítulo1 Para Poder Crecer. Una perspectiva sobre la sostenibilidad, Tener una plataforma para poder volar (la sostenibilidad de nuestro Proyecto Político Comunicativo). Capítulo 2 Las cinco estaciones. Elementos para entender la sostenibilidad de la radio popular y comunitaria (Por Amparo Cadavid Bringe). Primera estación: construyendo la subjetividad (mi vida hace parte de un proyecto radiofónico que sirve para cambiar el mundo), Segunda estación: comprendiendo la sostenibilidad integralmente (la sostenibilidad no es un equilibrista en la cuerda floja), Tercera estación: la organización es la base del éxito (afuera es como es adentro), Cuarta estación: las audiencias (nuestra razón de ser, nuestro sueño, nuestro futuro). Quinta estación: redes y alianzas (factores de unión centrales en la sostenibilidad dentro de un mundo globalizado)

Ares, A y Bughin, J (2005) Managing media companies: harnessing creative value. John Wiley & Sons.

Franquet, R. La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre” en Bustamante, Enrique (coordinador). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Editorial Gedisa. Barcelona, 2003

Doyle, Gillian (2002) Understanding media economics. (Sage Publications)

Galarza, T.: “Construyendo radio y pueblo” en Chasqui número 45, 1993

Geers y Van Oyen: La radio popular frente al nuevo siglo, en ALER, 2001

Gutiérrez, H.: “La radio popular: Entre lo global y lo local” en Chasqui número 59, 1997 La marca social, Cara y señal 9

### **Bibliografía de consulta:**

Lamas, E. y Villamayor, C. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Fiedrich Ebert Stiftung / AMARC.: Modulo 3. Nuestro presente: En el camino de la comunicación y la participación 3.1. Los objetivos político-culturales de la radio comunitaria y ciudadana (pág. 58 a 65) Modulo 4. Radios Comunitarias y Ciudadanas Transformadoras Y Sin Fines De Lucro (pág. 159 a 184)

Lamas, E. y Villamayor, C.: “El desafío de gestionar las radios comunitarias y ciudadanas”, en Gestión de la radio comunitaria y ciudadana, Módulo 3 (Entre las urgencias y las prioridades, -pág 1 a 6- Gestionar: ¿cómo organizar la marcha en medio de una tormenta? Pág. 11 a 21); Módulo 3. (Diagnosticar y planificar para poder gestionar, -pág. 23 a 28), FFE y AMARC, Buenos Aires , Modulo 2: 1. “El diagnóstico: una herramienta para la gestión (pág 32 a 43) 3.4. El proyecto de la radio en clave de comunicación y de participación (pág. 69 Y 70) y Modulo 3 “Organizar las respuestas”, La planificación y el diseño de la gestión (pág 77 a 83) y 3.1 “La estructura en áreas o departamentos. (pág. 99 a 119)

López Vigil, J. I.: Buenas ondas en la sociedad civil, en Chasqui número 53, 1996

López Vigil, J. I: El trabajo colectivo en radios ciudadanas, comunitarias y públicas en Hacer Diciendo (pág. 19 a 27) [www.vivalaradio.com.ar](http://www.vivalaradio.com.ar)

Mata, M. C.: Los equipos de trabajo y producción radiofónica como organización colectiva para la transformación en Hacer Diciendo, (pág. 5 a 8), [www.vivalaradio.com.ar](http://www.vivalaradio.com.ar) ,

Mata, M.C.: “Dónde están y a dónde van las radios populares” en Chasqui número 45, 1993

Picard, Robert (2002) The economics and financing of media companies. (Fordham University Press)

Rébora, E.: “El crecimiento de la radio” en Industrias Culturales, mercado y políticas públicas en Argentina, Ediciones Ciccus, Buenos Aires, 2002.

Roncagliolo, R.: "La comunicación alternativa en el umbral del tercer milenio", Contratexto, Universidad de Lima, 1993

Tordini, X: "Algunos elementos para armar planes de comunicación", disponible en [www.vivalaradio.com.ar](http://www.vivalaradio.com.ar)

Villamayor, Claudia: La Comunicación como perspectiva, 2003

Llanda, I: No hay quien repare el cierre de un medio, El país, 2010

Murelaga Ibarra, Jon: Instrumentos y rutinas de trabajo del periodista radiofónico. Revista Latina de Comunicación Social 57, 2004)

Campanillas, Carrasco, Díez, Maeztu, Mata, Parra, Prenafeta y Ramos: Guía legal para bloggers y podcasters, [www.derechoenred.com.ar](http://www.derechoenred.com.ar), capítulos 1 y 5, 2005

Roitberg, G.: La empresa de los blogs, en La Nación, setiembre 2005

VVAA: Agencias de noticias, un eslabón insustituible

### **Evaluación:**

La evaluación constará de un examen libre, escrito y oral sobre todo el programa.

La evaluación se ajusta al Régimen de Estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según Resolución (CS): 201/18).