

<b>Carrera:</b>	Licenciatura en Comunicación Social
<b>Año:</b>	2022
<b>Curso:</b>	Gestión de Medios de Comunicación Social
<b>Titular:</b>	Dr. Santiago Marino
<b>Docentes:</b>	Dr Santiago Marino- Mg Agustín Espada
<b>Carga horaria semanal:</b>	4hs
<b>Carga horaria total:</b>	62hs
<b>Objetivos:</b>	

- Que los alumnos y alumnas logren comprender las funciones, usos, efectos e impactos de los medios de comunicación en los distintos contextos y niveles de la sociedad.
- Que los alumnos y alumnas realicen abordajes sobre los principales elementos de la economía de los medios de comunicación.
- Que los alumnos y alumnas 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 y alumnas incorporen mecanismos de la administración de las relaciones, recursos y la gestión de los medios de comunicación comunitaria y pymes.
- Que los alumnos y alumnas conozcan los mecanismos y estrategias de gestión y sustentabilidad de sus proyectos.
- Que los alumnos y alumnas desarrollen estrategias de planificación frente a las crisis.

#### **Contenidos mínimos:**

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 comunicación.

## **Unidades:**

### UNIDAD 1: HACIA UNA DEFINICION DEL OBJETO Y SU GESTION

- 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: GESTION 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: GESTION 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 ACCION

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

- Binder, I., Fisher, P y Godinez Galay, F: “Como sea. Sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina”, CRP, Buenos Aires, 2017, cap 1
- Picard, R. Diciembre de 2014. Las industrias informativas: ¿tienen futuro? Palabra Clave 17 (4), 1069-1096. DOI: 10.5294/pacla.2014.17.4.4
- De Miguel De Bustos Juan Carlos, "Los grupos mundiales de comunicación y de entretenimiento, en el camino hacia la digitalización", Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°17/2, 2016, p.127 à 144, consulté le mardi 1 novembre 2016, [en ligne] URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016-dossier/08-de-Bustos/>

## **UNIDAD 2:**

- Arrese, A.: Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios. Comunicación y sociedad. Volumen XVII N°2 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

## **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 Miguel De Bustos Juan Carlos, "Los grupos mundiales de comunicación y de entretenimiento, en el camino hacia la digitalización", Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°17/2, 2016, p.127 à 144, consulté le mardi 1 novembre 2016, [en ligne] URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016-dossier/08-de-Bustos/>
- 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

#### 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>

## Bibliografía electiva:

- 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*
- 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: ¿como 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

#### **Modalidad de dictado:**

El desarrollo de la materia incluirá clases teóricas por parte del docente, presentación de textos por parte de los alumnos, desarrollo de trabajos prácticos de carácter individual y colectivo y trabajos de campo.

#### **Evaluación:**

El seminario se aprobará mediante una calificación satisfactoria en las instancias de evaluación parciales monografías y/o trabajos prácticos; a saber:

- Una evaluación parcial, teórica, a mitad de la cursada.
- Un Trabajo Especial (monografía o papper) que puede presentar un informe sobre un medio (diagnóstico, descripción y planificación sobre su funcionamiento y gestión) o la presentación de un proyecto de medio de comunicación que partirá del el material y las actividades propuestos. Cada instancia compondrá el 50 % de la nota final, debiendo superar los 4 (cuatro) puntos en cada una.