

1-Denominación completa de la asignatura: Gestión de medios de comunicación social

2. Justificación de la propuesta: El problema planteado es el del proceso de gestión de las organizaciones que llevan adelante medios de comunicación social, entendido como el conjunto articulado de toma de decisiones en diferentes dimensiones (económica, política, social, cultural).

Entre los ejes de articulación de los contenidos se destaca el recorrido por los medios de comunicación como organización: estructura y gestión. Se distinguen los medios por soportes y por estructuras de propiedad (públicos y privados) y por fines (con y sin ánimo de lucro). Se indagará también en la administración de los recursos, las formas de trabajo y su regulación.

La propuesta del seminarios se asienta en la necesidad de presentar y comprender, en el marco de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, los principales aportes sobre los modelos de gestión de las organizaciones de medios de comunicación en el marco de la convergencia que protagonizan.

El seminario cubre una vacancia relevante del Plan de Estudios vigente en la carrera, al enfocar en la gestión de las organizaciones que producen y/o distribuyen bienes y contenidos simbólicos, tanto como servicios. Opera como antecedente la materia "Políticas y Planificación de la Comunicación", junto con "Introducción a la informática, la telemática y taller de procesamiento de datos" y a "Economía". Y se relaciona con las orientaciones de Políticas de Comunicación, Comunicación Comunitaria y Publicidad.

**3- Modalidad:** Seminario

**4- Carga horaria semanal:** 4hs

**5- Carga horaria total:** 64hs

**6- Metodología de enseñanza:** Clases teórico-prácticas

**7. Cuatrimestre de dictado:** 2do de 2023

**8. Objetivos generales:**

- 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 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.

**Objetivos específicos**

- Que los alumnos y alumnas realicen abordajes sobre los principales elementos de la economía de los medios de comunicación.
- 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.

## 9. Contenidos desglosados por 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

## 10. Bibliografía general y específica dentro de cada unidad

### 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 [file:///C:/Users/Santiago/Downloads/2017\\_la\\_comunicacion\\_digital.pdf](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>

#### 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: ¿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

11. Régimen de evaluación y promoción: se deberán seguir los requisitos establecidos en el Reglamento Académico, con referencia a la asistencia, la regularidad, tipos de promoción y evaluación (parciales, monografías, trabajos prácticos, exámenes o coloquios finales).

**12. Modalidad de aprobación:** Promocionable

**13. Docente a cargo:** Dr Santiago Marino DNI 27101207

Estará a cargo de las exposiciones teóricas, presentación de textos e intercambio con los y las estudiantes.

**Equipo docente:** Dr Agustín Espada DNI 35803357

Estará a cargo del desarrollo de trabajos prácticos, respuestas de consultas y acompañamiento del trabajo de campo de los y las estudiantes.