RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Retegui, Lorena

Gestión de medios de comunicación

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Retegui, L. (2024). Gestión de medios de comunicación. (Programa). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/5149

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad
Nacional
de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Departamento de Ciencias Sociales

Programa Regular – Cursos Presenciales

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social
Año: 2024
Curso: Gestión de medios de comunicación
Profesor/a: Lorena Retegui
Carga horaria semanal*:* 5 horas
Créditos: 10 créditos
Núcleo al que pertenece: Electivo
Tipo de Asignatura: Teórico-práctica

Presentación y Objetivos:

El seminario se propone que las y los alumnos logren comprender las funciones, usos e impactos de los medios de comunicación y su incidencia política en el espacio público. A su vez, puedan aplicar conocimientos teóricos en proyectos o planes de gestión y administración de recursos de los medios de comunicación, sea en el ámbito público, privado-comercial o sin fines de lucro. Para ello se facilitará bibliografía actualizada, desde una perspectiva que tenga en cuenta, tanto las especificidades de dichas organizaciones, como la posición que ocupan en su contexto económico e industrial: nociones de estrategias de gestión, conceptos actuales sobre la información como valor, tipo de medios y soportes, vínculo con la organización productiva y económica de las grandes plataformas digitales.

El análisis de la dinámica de los medios de comunicación se ha de completar, a partir de la presentación de casos de estudio actuales, tanto a nivel local como internacional, que hayan generado algún cambio en su gestión: por ejemplo, el lanzamiento de un nuevo producto, cambios en sus modelos de negocio,

cambios en el sistema de distribución del producto, cambios en las herramientas tecnológicas que aplican, tanto para la organización productiva como en las rutinas de trabajo de sus periodistas.

A lo largo de las distintas unidades temáticas, nos acercaremos a una definición sobre medios de comunicación en el escenario actual; sondearemos los límites y desafíos para la sustentabilidad de las empresas y organizaciones; brindaremos nociones básicas sobre relaciones de trabajo y regulaciones y su impacto en las dinámicas y gestión de los medios, describiremos y reflexionaremos sobre las estrategias y dificultades que se presentan, a partir del uso cada vez más ubicuo de herramientas de inteligencia artificial generativa.

Objetivos específicos:

*Que los y las alumnas realicen abordajes sobre los principales elementos de la economía de los medios de comunicación.

*Que los y las 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 fines de lucro.

*Que los y las alumnas identifiquen y apliquen procesos de diagnóstico de los mecanismos, recursos y estrategias de gestión y sustentabilidad de sus proyectos.

*Que los y las alumnas 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.

*Que los y las alumnas puedan incorporar herramientas para el análisis y comprensión de la gestión de los medios de comunicación, impregnados por un contexto de fuertes cambios tecnológicos y sociales.

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.

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.

-La información como derecho.

UNIDAD 2: Gestión y sostenibilidad

-Comunicación y empresa. La estructura organizativa.

-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. Relaciones de trabajo y regulaciones

-Tipos de medios y soportes.

-Gestión empresarial y militancia comunicacional

-Principales conceptos sobre procesos de trabajos y rutinas productivas

-Nociones básicas sobre relaciones de trabajo. Empresa, Estado y regulaciones

UNIDAD 4: Casos, proyectos y estrategias

-Los desafíos para la planificación en el contexto digital. La gestión de los medios en el contexto de la Inteligencia Artificial.

-El vínculo medios y grandes plataformas. La gestión de los contenidos, una relación conflictiva e irregular.

-Gestión de proyectos, formulaciones de estrategias para las organizaciones

-Estudios de casos.

Bibliografía Obligatoria:

UNIDAD 1:

Becerra, M. (2015). De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina, Paidos, Buenos Aires. Cap. 3, p. 83-102. Y cap. 6 p. 157-162; 172-179.

Bosetti, O. y **Espada**, A. (eds) (2020). *La radio (1920-2020). La obstinada vigencia de un medio invisible*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, p. 161-183.

Califano, B. (2015). "Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político", en Revista Mexicana de Opinión Pública, N° 19. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-49112015000200007&script=sci_arttext

Rossi, D.; **De Charras**, D. y **Lozano**, L. (2013). Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación, en Mastrini, G., de Charras, D. y Bizberge, A. (Eds.), *Las Políticas de Comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*, Buenos Aires, La Crujía, 2013.

UNIDAD N° 2:

Arrese, A. (2004). Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios. *Comunicación y Sociedad*. Volumen XVII Nº2. Disponible en: https://dadun.unav.edu/handle/10171/8117?locale=es

Becerra, M. (2024)**.** "Señales de ajuste", en Acción. Disponible en: https://accion.coop/opinion/senales-de-ajuste-2/

De Mateo, R., **Berges, L. y Sabater Casals, M.** (2009). "Empresa de comunicación y plan empresarial" (cap 1, p 14-27) y "El entorno específico: la industria de la comunicación" (cap 3, p. 51-85) en *Gestión de empresas de comunicación*, Comunicación Social, Sevilla.

Pedrero-Esteban, L. M., y **Herrera-Damas, S**. (2017). La notificación push como estrategia informativa de la radio en el entorno digital. Profesional de la información, 26(6), p.1100-1107. Disponible en: https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.09

Fossarolli, D., **Jaimes**, D., **Carballo, P., Utrera, E**. (2023). "La sostenibilidad de los proyectos de comunicación popular", en *Cada radio es un mundo. Guía para armar el proyecto político comunicativo de una radio comunitaria*, CABA, Foro Argentino de Radios Comunitarias, p 69-86. Disponible en: https://www.farco.org.ar/wp-content/uploads/2023/10/CadaRadioEsUnMundo_final_w_compressed.pdf

UNIDAD N° 3:

Espada, A. E. (2022). A organização produtiva do rádio na convergência digital.: Análise e classificação de casos de um estudo argentino. *Radiofonias – Revista De Estudos Em Mídia Sonora* , *13*(3), 6-42. Recuperado de https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5552

Monje, D. y **Rivero, E**. (2018). La televisión cooperativa y comunitaria en la Argentina frente al imperativo de la convergencia digital. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(1), p. 46-76. Disponible en: https://doi.org/10.25267/commons.2018.v7.i1.02.

Nafría, I. (2023). *Clarín, actualizado. El relato de la transformación digital del diario Clarín*. Cap. 2 "Así trabaja la redacción Clarín", p. 79-121. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Observacom (2019). Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en internet ¿qué hacer? Edita: Unesco, p. 21-28. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371431

Retegui, L. (en prensa). Condiciones y representaciones del trabajo en medios digitales de diferentes regiones geográficas de Argentina. Del desencanto del presente a las incertidumbres del futuro, en *Estudios del Trabajo*, N° 67.

UNIDAD N° 4:

Liuzzi, A. (2024). Periodismo IA. Guía para la integración de inteligencia artificial en procesos periodísticos y medios desarrollada por el programa Redacciones 5G de Telecom Argentina. Cap 3 y 4. Disponible en: https://institucional.telecom.com.ar/prensa/redacciones/periodismo-ia

Nafría, I. (2023). *Clarín, actualizado. El relato de la transformación digital del diario Clarín*. Capítulo 1 "La estrategia de Clarín" (p. 43-63). Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Rivero, E. (2023). La plataformización de la industria audiovisual del Estado y sus controversias, *Austral Comunicación*, *12*(2), 1-22. https://doi.org/10.26422/aucom.2023.1202.riv

Vinelli, N. (2021). Hitos y desafíos de la TV alternativa, popular y comunitaria *Revista Argentina De Comunicación*, *9*(12), 70-88. Disponible en: https://www.fadeccos.ar/revista/index.php/rac/article/view/92

Bibliografía de consulta:

Boczkowski, P. (2022). Abundancia. La experiencia de vivir en mundo pleno de información. UNSAM Edita, Buenos Aires. Cap 4, "Noticias", p. 175-221.

Carrillo, C. (2024). Los cambios en Télam y el rol de las agencias de noticias en el mundo, en *El Destape*.
Disponible en: https://www.eldestapeweb.com/economia/telam/los-cambios-en-telam-y-el-rol-de-las-agencias-de-noticias-en-el-mundo-20247140556

De Mateo, R. y Berges, L. (2011). "Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial", en Campos Freire, F. (ed) *El nuevo escenario mediático,* p. 109-134. Comunicación Social, Sevilla.

De Mateo, R., Berges, L. y Sabater Casals, M. (2009). "Las fuentes de financiación" (cap 7, p. 220-228), en *Gestión de empresas de comunicación*, Comunicación Social, Sevilla.

Fossarolli, D., **Jaimes**, D., **Carballo, P., Utrera, E**. (2023). Cada radio es un mundo. Guía para armar el proyecto político comunicativo de una radio comunitaria, CABA, Foro Argentino de Radios Comunitarias. Cap. del 2 al 6.

Marino, S. y Espada, A. (2023). Desafíos y propuestas para la viabilidad de la actividad periodística en América Latina, en Observacom, p 9-33. Disponible en: https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2023/05/Desafios-y-propuestas-para-la-viabilidad-de-la-actividad-periodistica-en-America-Latina.pdf

Nafría, I. (2023). *Clarín, actualizado. El relato de la transformación digital del diario Clarín*. Capítulo 2. "Así trabaja la redacción Clarín" (p. 154-163). Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Retegui, L. y **Focas, B**. (2024). La producción de la noticia en la era de los algoritmos: rutinas, métricas y audiencias en los tres medios digitales con mayor tráfico de Argentina, en *Signo y Pensamiento*, Vol. 43, p. 2027-2731. Disponible en: https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp43.pnea

Modalidad de dictado:

Curso semi-presencial.

El curso tendrá una modalidad de seminario – taller, combinando la exposición teórica a cargo de la docente, con la discusión en el aula (2 horas en total).

Incluye la modalidad asincrónica (3 horas semanales), en la cual se activará, a través del campus, clases escritas de la docente y la bibliografía que incluye cada unidad (3 horas semanales).
Actividades extra-áulicas obligatorias: Durante el desarrollo del curso se realizará un trabajo práctico, además de diferentes mecanismos de control de lectura.

Evaluación:

Lo que corresponde al Régimen de Estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según Resolución (C.S.) Nº 201/18.

Para finalizar el curso, los y las alumnas deberán aprobar un parcial presencial a mitad de cursada y un trabajo final, que puede ser una monografía, un proyecto o un emprendimiento que incluya estrategias de gestión, ya sea para el ámbito público, privado comercial o sin fines de lucro.

Firma y Aclaración

Lorena Retegui