

Asignatura: Gestión de la Comunicación

Carrera: Gestión Ambiental

Ciclo lectivo: 2015

Docente: Prof. Lic. Rafael I. Ruffo

Carga horaria: 4 horas semanales

Fundamentación

Durante las últimas décadas, la globalización produjo cambios significativos en la estructura del sistema capitalista mundial que provocó, además, importantes transformaciones en los sistemas de comunicación de las organizaciones. La comunicación comenzó a ser reconocida, en efecto, como un factor clave para conseguir los objetivos estratégicos de cualquier organización.

En un entorno de permanente competencia, los flujos comunicacionales (internos y externos) se convirtieron rápidamente en factores determinantes. Metafóricamente hablando, la comunicación constituye el sistema nervioso de la organización que permite controlar su actividad interna y sus relaciones con el entorno.

En este contexto, la comunicación ambiental representa uno de los grandes desafíos que se le presenta a la organización orientada a la problemática del medioambiente y de los potenciales impactos nocivos que se deriven de su actividad.

Objetivos

- Introducir a los alumnos en la problemática de la comunicación y de los medios masivos de comunicación.
- Adquirir conocimientos y técnicas para gestionar la comunicación en organizaciones.
- Aportar herramientas teórico-metodológicas para gestionar la comunicación ambiental.
- Desarrollar una mirada reflexiva y crítica sobre las diferentes temáticas vistas en el programa de la asignatura.

Unidades didácticas

Unidad 1: Comunicación, medios masivos y opinión pública

De la relativización del poder de los medios a los *powerfull media*. Efectos cognitivos de largo plazo. Teorías de la socialización y de la dependencia estructural de los medios. Tendencias modernas de investigación: *newsmaking*, *agenda setting*, *agenda building*, *framing*, tematización. Sociedad de la información y el conocimiento. Las tecnologías de la información y la comunicación (Tics) como productoras de nuevas relaciones entre lo público y lo privado. La comunicación política.

Bibliografía obligatoria

- Castells, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.

- Charron, Jean (1998). Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting. En G. Gauthier, A. Gosselin, y J. Mouchon (comps.), Comunicación y política. Barcelona: Gedisa.
- Sádaba, Teresa (2007). Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía. Págs. 55-106.
- Sampietro Blanco, Víctor y Resina de la Fuente, Jorge (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. Ayer, 80.
- Saperas, Eric (1987). Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Barcelona: Ariel. 2ª y 3ª parte, pág. 90-141
- Wolf, Mauro (1987). La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós. Capítulo 3.
- Wolf, Mauro (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós. Partes Primera y Segunda.
- Wolton, Dominique (1995). La comunicación política; construcción de un modelo. En J. M. Ferry et al., El nuevo espacio público. Barcelona: Gedisa.

Unidad 2: Comunicación institucional

Conceptos principales. Imagen, identidad y cultura organizacional. La dirección estratégica. Gestión de la comunicación institucional (interna y externa). Públicos internos y externos. El uso de soportes tecnológicos. El gabinete de prensa. Prevención de crisis y comunicación en crisis. La responsabilidad social empresaria (RSE).

Bibliografía obligatoria

- Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda (1999). Comunicaciones Públicas. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Bartoli, Anni (1992). Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación organizada. Buenos Aires. Paidós.
- Borrini, Alberto (1992). Cómo competir y ganar en el mercado de la opinión pública. Buenos Aires: Ed. Atlántida.
- _____ (1997). La Empresa Transparente. Buenos Aires: Ed. Atlántida.
- Costa, Joan (2001). Imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires, La Crujía.
- Klein, Naomi (2001). No logo: El poder de las marcas. Buenos Aires: Paidós.
- Ramírez Txema (1995). "La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas periodísticas al servicio del poder". Telos, Madrid, 40, dic-feb., p.: 47-57.
- Solari, Fernando (2007). Lazos comunicantes. Estrategia y acciones para lograr la RSE. Buenos Aires: GRANICA.

Unidad 3: Comunicación ambiental

La globalización y el medio ambiente. La comunicación de la información relativa a las principales problemáticas ambientales. El "periodismo ambiental". Comunicar el cambio climático. Normas voluntarias y obligatorias. Casos paradigmáticos.

Bibliografía obligatoria

- Gil Calvo, Enrique (2003). El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Madrid: Alianza.
- Gallegos, Luis Alberto (2013). "El cambio climático en los medios" en Fernández Reyes, Rogelio (dir). Medios de comunicación y cambio climático. Madrid: Fenix Editora, 2013. Pp 171-176
- Gavirati, Pablo. "Mediatizar el ambiente; ambientalizar los medios. Tensiones en torno al discurso periodístico sobre el cambio climático" en Fernández Reyes, Rogelio (dir). Medios de comunicación y cambio climático. Madrid: Fenix Editora, 2013. Pp 217-232
- Gotopo, Giovanni. "El periodismo ambiental en el trabajo de los periodistas de los diarios impresos. Retos ante el cambio climático" en Fernández Reyes, Rogelio (dir). Medios de comunicación y cambio climático. Madrid: Fenix Editora, 2013. Pp 189-216.
- Sorhuet, Hernán (2013). "Periodismo ambiental, una de las claves para afrontar el cambio climático" en Fernández Reyes, Rogelio (dir). Medios de comunicación y cambio climático. Madrid: Fenix Editora, 2013. Pp 135-146

Modalidades del proceso de orientación de aprendizaje

Las clases consistirán en la exposición del profesor de los temas de las unidades, con la participación de los alumnos a partir de las lecturas sugeridas para cada clase. Para algunos temas se darán consignas de trabajo grupal, por pares o individual (a realizar en el aula o como trabajo previo para una clase) para identificar en la práctica los problemas tratados. Se expondrán videos como acompañamiento de algunos temas.

Modalidad de cursado

Las clases son teórico-prácticas de cuatro horas de duración, con un corte a mitad de la jornada. La exposición de los temas se hará junto con la reflexión y la práctica. La asistencia a las clases teórico-prácticas debe representar un mínimo del 75% del total.

Régimen de Evaluación

Los alumnos serán calificados a través de dos instancias de evaluación escrita individual. El alumno tendrá derecho a rendir un examen recuperatorio de una sola de las dos evaluaciones.

Para aprobar la materia bajo el régimen de promoción se debe obtener una calificación de 7 (siete) o más puntos en cada una de las instancias de evaluación, de acuerdo con la normativa vigente en la universidad. Aquellos alumnos que no promocionen la materia y aprueben cada una de las instancias de evaluación con una nota igual o superior a 4 (cuatro) accederán a la instancia de examen final que será oral y se centrará en los temas desarrollados durante las clases teórico-prácticas.