

Asignatura: Gestión de la Comunicación
Carrera: Licenciatura en Gestión Ambiental
Docente: (Coord) Lic. Rafael Ruffo; Dra. Marina Acosta
Ciclo lectivo: 2016
Carga horaria semanal: 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 para las organizaciones orientadas a la problemática del medioambiente dados los potenciales impactos nocivos que puedan derivarse 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 institucional.
- 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, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Charron, J. (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, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía. Págs. 55-106.
- Sampedro Blanco, V. y Resina de la Fuente, J. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. Ayer, 80. [en línea] <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/Ayer80SampedroyResina.pdf>

- Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel. 2ª y 3ª parte, pág. 90-141
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Capítulo 3.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós. Partes Primera y Segunda.
- Wolton, D. (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. La responsabilidad social empresaria (RSE).

Bibliografía obligatoria

- Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda (1999). *Comunicaciones Públicas*. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Comisión de la Comunidades Europeas (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.
- Costa, J. (2001). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires, La Crujía.
- Klein, N. (2001). *No logo: El poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós.
- Ramírez T. (1995). La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas periodísticas al servicio del poder. *Telos*, 40, 47-57. [en línea] https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_040/opi_perspectivas3.html
- Solano, D. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué se debe hacer. *Cuadernos de Difusión*, 10, 18-19. [en línea] <http://www.jefas.esan.edu.pe/index.php/jefas/article/view/177/168>

Unidad 3: Comunicación en crisis

El miedo es el mensaje. Comunicación de riesgo. Comunicación estratégica para prevenir y manejar las crisis. Origen y consecuencias de una crisis. Planes de acción. La gestión de la crisis en las redes sociales. Casos paradigmáticos.

Bibliografía obligatoria

- Enrique, A. (2013). La gestión de la crisis en las redes sociales. *Orbis*, (8) 24, 116-131. [en línea]: <http://www.redalyc.org/pdf/709/70926716008.pdf>
- Newman, B y Mejía, M. (2009). *Organizaciones en la mira. Comunicación estratégica para prevenir y manejar las crisis*. México: FCE.
- Túñez López, M. (Comp.) (2007). *Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*. La Coruña: Netbiblio. [en línea]: <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/11904/2/9788497450607.pdf>

Unidad 4: 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

-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

Cronograma de actividades

Fecha	Clase	Bibliografía
16/08	1.	Presentación del curso. Wolf, M. Los efectos sociales de los media.
23/08	2.	Wolf, M. La investigación de la comunicación de masas. Saperas, E. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Charron, J. Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting.
30/08	3.	Sádaba, T. Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios. Castells, M. Comunicación y poder. Sampedro Blanco, V. Opinión pública y democracia deliberativa. obertura y capítulo 1-2-3-4-5.
06/09	4.	Sampedro Blanco, V. y Resina de la Fuente, J. Opinión pública y democracia deliberativa. Wolton, D. La comunicación política; construcción de un modelo.
13/09	5.	Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda. Comunicaciones Públicas. Costa, J. Imagen corporativa en el siglo XXI.
20/09	6.	Klein, N. No logo: El poder de las marcas. Comisión de las Comunidades Europeas. Libro Verde.

27/09	7.	PRIMER PARCIAL
04/10	8.	Newman, B y Mejía, M. Organizaciones en la mira. Comunicación estratégica para prevenir y manejar las crisis. Túñez López, M. Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis.
11/10	9.	Enrique, A. La gestión de la crisis en las redes sociales. Gallegos, Luis Alberto. El cambio climático en los medios.
18/10	10.	Gavirati, P. Mediatizar el ambiente; ambientalizar los medios. Tensiones en torno al discurso periodístico sobre el cambio climático. Gotopo, G. El periodismo ambiental en el trabajo de los periodistas de los diarios impresos. Retos ante el cambio climático.
25/10	11.	Sorhuet, H. Periodismo ambiental, una de las claves para afrontar el cambio climático. Casos paradigmáticos.
01/11	12.	SEGUNDO PARCIAL
08/11	13.	RECUPERATORIO
15/11	14.	PRESENTACIÓN DE TRABAJOS PRÁCTICOS
22/11	15.	Entrega de notas. Cierre de curso.

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

Evaluación

Los alumnos serán calificados a través de dos instancias de evaluación escrita individual y de la presentación de un trabajo práctico grupal. El alumno tendrá derecho a rendir un examen recuperatorio. El régimen de aprobación es de promoción sin examen final obligatorio. Se exige un 75% de asistencia a las clases teórico-prácticas..

Régimen de promoción:

El mismo se ajusta a lo establecido en el artículo 38° de la Resolución (CS) N°43/14 que se cita a continuación.

ARTÍCULO 38°: La Coordinación de cada Carrera determinará el régimen de aprobación de las materias del Plan de Estudios vigente. Las materias podrán aprobarse mediante: régimen de promoción directa, exámenes finales regulares y exámenes libres.

- a) Mediante régimen de promoción directa (sin examen final): los/las estudiantes deberán aprobar las materias con siete (7) o más puntos de promedio entre todas las instancias evaluativas, sean éstas parciales o sus recuperatorios, debiendo tener una nota igual o mayor a seis (6) puntos en cada una de éstas.
Todas las instancias evaluativas deben tener al menos una posibilidad de examen recuperatorio para quienes hayan obtenido entre 0 (cero) y 6 (seis) puntos y para quienes hayan estado ausentes justificadamente en la evaluación parcial.
- b) Mediante exámenes finales regulares: en las materias en las que no se aplique el régimen de promoción sin examen final y en las que se aplique, para aquellos/as estudiantes que hayan obtenido una calificación de al menos de 4 (cuatro) y no se encuentren en las condiciones de promoción que se detalla en el inc. a) del presente artículo, los/las estudiantes deberán rendir un examen final que se aprobará con una nota no inferior a 4 (cuatro) puntos.
- c) Mediante exámenes Libres: los/las estudiantes podrán aprobar materias mediante exámenes finales en carácter de libres. Dichos exámenes comprenderán 2 (dos) instancias, en primer lugar, una prueba escrita cuya aprobación habilitará a una prueba oral, en segundo lugar. Los/las estudiantes no podrán aprobar mediante exámenes libres más del 25 % (veinticinco por ciento) del total de las materias incluidas en el plan de estudios.
- d) En los casos comprendidos en los incisos a) y b) del presente artículo, los/las estudiantes deben poseer una asistencia no inferior al 75% en las clases presenciales.
- e) Los/as estudiantes ausentes sin justificación a un examen parcial serán considerados/as desaprobados/as. Aquellos/as que justificaran debidamente la ausencia podrán rendir el examen en la oportunidad que determine el/la docente, no existiendo posibilidad de recuperatorio si resultaren desaprobados.
El/la docente a cargo del curso decidirá sobre la justificación de la inasistencia presentada, en acuerdo con las autoridades de la Unidad Académica a la que pertenezca la materia.