

Programa Regular

- **Denominación de la Asignatura:** Gestión de la Comunicación
- **Carreras a la cual pertenece:** Licenciatura en Gestión Ambiental
- **Ciclo lectivo:** 2018
- **Docentes:**
Coordinador:
Prof. Lic. Rafael Ruffo
Docentes:
Dra. Marina Acosta
- **Carga horaria semanal:** 4 horas

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.

Contenidos temáticos o unidades:

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.

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).

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.

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:

Unidad 1:

Bibliografía obligatoria:

- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. Revista Telos, 24: 13-24. <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137>
- 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. 57-106.
- Sampedro Blanco, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo. Cap. 4.
- Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel. Segunda parte.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Págs. 15-89.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós. Cap. 3.

Unidad 2:

Bibliografía obligatoria:

- Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda (1999). *Comunicaciones Públicas*. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial. Caps. 1 y 2.
- Araneo, P. (Comp.) (2001). "De la empresa a la institución". En El poder de la comunicación Institucional II. Buenos Aires: Comunicación Empresaria. Cap. 1.
- Klein, N. (2001). *No logo: El poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós. Cap. 1 (El nuevo mundo de las marcas). Disponible en: <http://www.ultimorecurso.org.ar/drupi/files/Klein,%20Naomi%20-%20No%20Logo,%20El%20Poder%20De%20Las%20Marcas%20-%20Español.pdf>
- Robbins, S. (2009). "La cultura organizacional". En Comportamiento Organizacional. México: Editorial Pearson Educación. Págs. 3-11.
- Weil, P. (1992). *La comunicación Global. Comunicación institucional y de gestión*. Barcelona: Paidós. Págs. 25-36.

Unidad 3:

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>
- Tironi, E. y Cavallo, A. (2011). Gestión de crisis. En *Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales*. Santiago: Aguilar Chilena de Ediciones. Págs. 273-294.
- Túñez López, M. (Comp.) (2007). Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis. La Coruña: Netbiblio. Caps. 2 y 3.

Unidad 4:

Bibliografía obligatoria:

- Gallegos, L. (2013). “El cambio climático en los medios” en Fernández Reyes, Rogelio (dir). Medios de comunicación y cambio climático. Madrid: Fenix Editora, 2013. Págs. 171-176. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36895/Pages%20from%20ActasJornadasMediosdeComunicacion-12.pdf;sequence=1>
- Gavirati, P. (2013). “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. Pp 217-232. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36902/Pages%20from%20ActasJornadasMediosdeComunicacion-15.pdf?sequence=1>
- Gotopo, G. (2013). “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. Págs. 189-216. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36900/Pages%20from%20ActasJornadasMediosdeComunicacion-14.pdf?sequence=1>
- Sorhuet, H. (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. Págs. 135-146. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36885/Pages%20from%20ActasJornadasMediosdeComunicacion-9.pdf?sequence=1>

Propuesta Pedagógico-Didáctica:

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.

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. Se exige un 75% de asistencia a las clases teórico-prácticas.

Régimen de aprobación:

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. Los alumnos que cuenten con 6 (seis) puntos en alguna de las instancias de evaluación tendrán la posibilidad de promocionar mediante promedio 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.

Cronograma de actividades

Fecha	Clase	Bibliografía
20/08	1.	Presentación del curso. Wolf, M. La investigación de la comunicación de masas.
27/08	2.	Wolf, M. Los efectos sociales de los media. Saperas, E. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas.
03/09	3.	Charron, J. Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting. Sádaba, T. Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios.
10/09	4.	Sampedro, V. Opinión pública y democracia deliberativa.
17/09	5.	Castells, M. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red.
24/09	6.	PRIMER PARCIAL
01/10	7.	Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda. Comunicaciones Públicas.
08/10	8.	Klein, N. No logo. Weil, P. La comunicación Global.
15/10	9.	Araneo, P. De la empresa a la institución. Robbins, S. La cultura organizacional.
22/10	10.	Túñez López, M. Comunicación preventiva. Tironi, E. Gestión de crisis.
29/10	11.	Enrique, A. La gestión de la crisis en las redes sociales
05/11	12.	Gallegos, L. El cambio climático en los medios. Gavirati, P. Mediatizar el ambiente; ambientalizar los medios. Gotopo, G. El periodismo ambiental. Sorhuet, H. Periodismo ambiental.
12/11	13.	SEGUNDO PARCIAL
19/11	14.	Presentación de TP
26/11	15	RECUPERATORIO

03/12	16.	Entrega de notas. Cierre de curso
-------	-----	-----------------------------------