

Universidad Nacional de Chimborazo

Carrera de Comunicación

Cátedra de Administración de Empresas de Comunicación Social

Profesor: Dr.C. Carlos Larrea Naranjo

Síntesis: Historia y fundamentos de la Administración en empresas de comunicación social

1. Origen y evolución de la Administración

La Administración surge como disciplina formal a inicios del siglo XX, aunque prácticas administrativas han existido desde las civilizaciones antiguas (Egipto, China, Roma). Su desarrollo está vinculado a la Revolución Industrial, cuando la necesidad de organizar el trabajo, mejorar la eficiencia y controlar grandes organizaciones se vuelve indispensable.

Eventos trascendentales en la evolución administrativa:

- 1900-1920: Escuela clásica (Taylor y Fayol) con énfasis en la eficiencia, división del trabajo y estructura jerárquica.
- 1920-1940: Escuela de las relaciones humanas (Mayo) que incorpora factores psicológicos y sociales.
- 1950-1970: Enfoques cuantitativos y teoría de sistemas.
- 1980 en adelante: Administración estratégica, calidad total, enfoque en innovación, tecnología y liderazgo flexible.

2. Principales teóricos y sus aportes

Frederick Taylor: Administración científica: racionalización del trabajo y productividad.

Henri Fayol: Funciones administrativas: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Elton Mayo: Importancia del factor humano y la motivación en el entorno laboral.

Peter Drucker: Administración por objetivos. Introduce la figura del gerente como líder.

Mintzberg: Roles gerenciales. La organización como estructura dinámica.

3. Administración de medios de comunicación social

Es la aplicación de los principios administrativos al entorno específico de las empresas de medios: prensa, radio, televisión, agencias de noticias y medios digitales. Implica adaptar los procesos clásicos (planificación, organización, dirección y control) a un sector con características únicas: alta rotación de contenido, impacto social, ética comunicacional, libertad de expresión y sostenibilidad editorial.

4. Similitudes y diferencias clave

Aspecto	Administración general	Administración de medios
Objetivo principal	Eficiencia, productividad, rentabilidad	Equilibrio rentabilidad y responsabilidad social
Enfoque del producto	Bienes o servicios tangibles	Contenido informativo intangible
Contexto de operación	Empresarial general	Ecosistema mediático, ético y regulado
Audiencia o cliente	Cliente o usuario	Audiencia pública
Factores clave de gestión	Costos, calidad, procesos	Credibilidad, línea editorial, innovación digital
Gestión del talento humano	Competencias técnicas	Creatividad y trabajo interdisciplinario
Toma de decisiones	Técnica y económica	Editorial, social, política y económica
Conclusión		

La administración en medios de comunicación no es una simple copia de los modelos empresariales clásicos. Aunque comparten principios organizacionales, requiere enfoques adaptados a la lógica cultural, ética y social de los medios. Su reto no es solo sobrevivir en el mercado, sino construir ciudadanía y fortalecer democracias, sin dejar de lado la eficiencia organizacional.