



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

DIVISIÓN DE
CIENCIAS
SOCIALES Y
HUMANIDADES



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa



División de Ciencias
de la Comunicación
y Diseño

Ciudad de México a 13 de marzo de 2024

DICTAMEN

QUE PRESENTA LA COMISIÓN INTERDIVISIONAL ENCARGADA DE DICTAMINAR, EN TÉRMINOS DE LOS ARTÍCULOS 38 Y 39 DEL REGLAMENTO DE ESTUDIOS SUPERIORES, EL PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO DE LA ESPECIALIZACIÓN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.

ANTECEDENTES

- I. A efecto de dar cumplimiento al Acuerdo 535.5 del Colegio Académico, el 6 de febrero de 2024 y 13 de febrero de 2024, las personas titulares de las presidencias de los Consejos Divisionales de Ciencias de la Comunicación y Diseño de la Unidad Cuajimalpa y Ciencias Sociales y Humanidades de la Unidad Xochimilco respectivamente, integraron una Comisión interdivisional con el mandato de dictaminar, en términos de los artículos 38 y 39 del Reglamento de Estudios Superiores, el Plan y los programas de estudio de la Especialización en medios públicos: creatividad e innovación.
- II. La Comisión quedó integrada por representantes titulares del personal académico en los Consejos Divisionales y por órganos personales de las Divisiones de Ciencias de la Comunicación y Diseño, Unidad Cuajimalpa y la División de Ciencias Sociales y Humanidades, Unidad Xochimilco, de la siguiente manera:

Personas Integrantes

- Dr. Carlos Roberto Jaimez González, Jefe de Departamento de Tecnologías de Información, Unidad Cuajimalpa.
- Dr. Diego Carlos Méndez Granados, Representante titular del personal académico del Departamento de Ciencias de Comunicación, Unidad Cuajimalpa.
- Mtro. Teseo Rafael López Vargas, Jefe del Departamento de Educación y Comunicación, Unidad Xochimilco.
- Dr. Carlos Muñoz Villareal, Representante titular del personal académico del Departamento de Producción Económica, Unidad Xochimilco.

Personas Asesoras

- Dr. Raúl Roydeen García Aguilar, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Unidad Cuajimalpa.
- Dra. Caridad García Hernández, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Unidad Cuajimalpa.
- Dr. Jerónimo Luis Repoll, Departamento de Educación y Comunicación, Unidad Xochimilco.
- Mtro. Gabriel Sosa Plata, Departamento de Educación y Comunicación, Unidad Xochimilco.

- III. La Comisión se instaló el 15 de febrero de 2024 e inició sus trabajos revisando su mandato reglamentario que consistió en dictaminar, en términos de los artículos 38 y 39 del Reglamento de Estudios Superiores, el Plan y los programas de estudio. En la misma reunión, el grupo proponente realizó una presentación y resumen ejecutivo del Plan y los programas de estudio de la Especialización medios públicos: creatividad e innovación, así como la justificación de la misma.

Asimismo, resolvió, realizar un análisis de la documentación presentada por el grupo proponente y remitir las dudas u observaciones relacionadas con los documentos de los Planes y programas de estudio.

- IV. La Comisión se reunió el 1º de marzo de 2024 para discutir sobre las observaciones realizadas a los documentos, las cuales fueron enviadas al grupo proponente para su consideración e inclusión el 28 de febrero de 2024. La Comisión resolvió partir del hecho de que esta propuesta está en la segunda etapa, es decir, su pertinencia ya fue aprobada, por lo que ahora está en la fase de revisión de los contenidos del Plan y programas de estudio. Para esta reunión también se convocó a la Coordinación de Desarrollo Educativo de la Unidad Xochimilco.

- V. El 11 de marzo la Comisión se reunió con el grupo proponente para ratificar las observaciones a los documentos correspondientes. Las valoraciones fundamentales fueron:

- a) Se constató que tanto el objetivo general como los objetivos específicos, el perfil de ingreso y el perfil de egreso están debidamente identificados.
- b) Se observó que hay coherencia entre los distintos Programas de Estudio.
- c) Se advirtió que los laboratorios requieren un sentido más práctico, menos teórico, incluyendo aspectos tales como *“la gestión y administración de recursos”*.
- d) Se propuso imprimirle diversidad y actualidad a la bibliografía.

- e) Tener presente el aspecto de los recursos económicos y humanos en las modalidades de operación.
- f) Se identificó que habría que puntualizar la manera de ejecutar las modalidades de operación, ya que el Plan de Estudios involucra a dos Unidades Universitarias.
- g) Se aclaró que, en la seriación de las UEA, no se incluyó el primer trimestre por no tener pertinencia.
- h) Se reordenó la numeración de los apartados y se precisaron los requisitos para obtener el Diploma de Especialización.
- i) Se estableció la distribución de los créditos.
- j) Se incorporó el principio de igualdad y no discriminación en el diseño y operación de los programas de estudio, así como el manejo de un lenguaje incluyente y no sexista.
- k) Se advirtió la necesidad de revisar los aspectos formales, ya que algunos errores de escritura todavía estaban presentes.

VI. Una vez expuestos los resultados del trabajo del Grupo proponente. La Comisión valoró que integraron los comentarios y observaciones elaboradas, las cuales quedaron reflejadas en los nuevos contenidos y los párrafos específicos señalados dentro de los documentos, así mismo, se dio respuesta a las observaciones y sugerencias emitidas por la Coordinación de Desarrollo Educativo de la Unidad Xochimilco, la Abogacía General y la Dirección de Sistemas Escolares.

VII. La Comisión contó con los siguientes documentos:

- Reglamento de Estudios Superiores (RES).
- Plan y programas de estudio de la Especialización en medios públicos: creatividad e innovación, así como la justificación de la misma.
- Comentarios realizados por la Oficina de Desarrollo Educativo, Unidad Xochimilco, del 28 de febrero de 2024.
- El oficio SG.4673.2023, con fecha 12 de diciembre de 2023, de la Dirección de Sistemas Escolares y el Oficio DLU.578,2023, con fecha 18 de diciembre de 2023, de la Abogacía General.

VIII. La Comisión se reunió los días 15 de febrero, 1º de marzo, 11 de marzo y 13 de marzo de 2024, fecha en la que concluyó sus trabajos con la firma del presente dictamen.

CONSIDERACIONES

1. La Especialización en Medios públicos: creatividad e innovación, es una iniciativa innovadora, ya que actualmente, no existe una especialización con estas características a nivel nacional de universidades públicas y privadas. Su eje está centrado en el conocimiento político, jurídico y cultural de los medios públicos y en el desarrollo de contenidos creativos e innovadores en este tipo de medios de comunicación, por lo que tiene relevancia social; está fundamentada académicamente, contribuye a la profesionalización del servicio público, además se garantiza la participación de la UAM en el debate sobre la comunicación pública.
2. El objetivo general del Plan de estudios es formar personas especialistas capaces de colaborar, gestionar, dirigir y realizar proyectos de producción de contenidos innovadores, creativos, originales y lúdicos en medios públicos, considerando diferentes entornos sociales, jurídicos, geográficos y modalidades tecnológicas de acuerdo con principios de independencia editorial, pluralidad ideológica, participación ciudadana y diversidad cultural.
3. Los objetivos específicos del Plan de estudios son formar especialistas capaces de:
 - Analizar los medios públicos en los ámbitos nacionales e internacionales con la finalidad de aportar nuevas explicaciones, perspectivas y soluciones en relación con la responsabilidad social que tienen con las audiencias.
 - Evaluar perspectivas conceptuales y metodológicas para la comprensión de los procesos, fundamentos e implicaciones de la innovación y la creación de contenidos en diversos escenarios comunicativos.
 - Diseñar estrategias de comunicación y proyectos creativos que ayuden a transformar la comunicación pública, mediante la innovación formal y conceptual, así como aquella relativa a la convergencia tecnológica.
 - Utilizar herramientas de carácter contextual, jurídico, creativo y de diversidad cultural que permitan a las personas profesionales desempeñarse bajo criterios de calidad y responsabilidad.
4. La estructura curricular del Plan de estudios propone una dinámica de trabajo integradora, que estimule el debate y propicie la relación de aprendizajes conceptuales con aquellas habilidades y actitudes que deben caracterizar a la persona profesional de los medios públicos. En el centro del trabajo integrador está la gestión y producción de contenidos innovadores y creativos de tal forma que los medios públicos se constituyan en referentes de cambios culturales sobre la base de una comunicación participativa y democrática que



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

DIVISIÓN DE
CIENCIAS
SOCIALES Y
HUMANIDADES



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa



División de Ciencias
de la Comunicación
y Diseño

atienda las necesidades de información, análisis y entretenimiento de las audiencias.

5. Los ejes curriculares transversales y problematizadores de los contenidos del Plan de estudios que se proponen son:
 - Marco jurídico, derechos humanos y de comunicación: se desarrolla en seminarios teóricos que garantizan la reflexión sobre las múltiples problemáticas, realidades y contextos de los medios públicos, y, mediante la discusión y el análisis crítico, trata de promover la transformación de los medios públicos como instancias innovadoras en cuanto a su oferta de contenidos; se trata de comprender que las dinámicas de trabajo, gestión y las formas de sinergia que los distingue como organización, se conciben en función de su papel en la promoción y fortalecimiento de derechos.
 - Debates sobre las problemáticas y contextos de los medios públicos: se desarrolla en los seminarios temáticos, se trata de problematizar las condiciones para el desarrollo y gestión de estos medios, y se propone como un espacio para fomentar, enriquecer y aportar al debate en los ámbitos nacionales, latinoamericanos e internacionales.
 - Experimentación, innovación y creatividad en la producción de contenidos: se concibe como un espacio para problematizar las condiciones para la creación de contenidos en medios públicos cuyos contextos tecnológicos, jurídicos, políticos, sociales, culturales y laborales son diferentes. Además, permitirá el desarrollo de los proyectos de investigación y producción resultado del trabajo de integración de los conocimientos.
6. El Plan de estudios comprende las nueve UEA de los tres ejes curriculares, así como la Idónea comunicación de resultados, necesaria para obtener el Diploma. Las UEA agrupan nueve unidades de enseñanza-aprendizaje (UEA) en laboratorios, seminarios teóricos y seminarios de debate. Se cursan tres UEA por trimestre y durante el año que dura la especialización se realiza un trabajo de investigación e incidencia que beneficia a los medios públicos. Cada UEA comprende un conjunto de conocimientos y actividades de carácter teórico, metodológico, técnico, de investigación y creación que se integran en el desarrollo de los laboratorios que son concebidos como espacios de colaboración para el desarrollo de los proyectos que sintetizan el proceso de formación propuesto en los objetivos.
7. El Plan de estudios establece que la impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de las UEA se lleve a cabo bajo las modalidades escolarizada,



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

DIVISIÓN DE
CIENCIAS
SOCIALES Y
HUMANIDADES



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa



División de Ciencias
de la Comunicación
y Diseño

presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo a las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles en las Unidades académicas. Además, se promoverá el trabajo en los medios públicos con los que la Universidad tiene convenios de colaboración. El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

8. El requisito para obtener el Diploma de la Especialización consiste en presentar una Idónea comunicación de resultados, en la modalidad de un Proyecto de producción de contenidos. El Proyecto se estructurará a partir de la redacción de la justificación elaborada con la guía docente en las UEA de Laboratorios, como síntesis de los resultados del trabajo realizado en cada una de las UEA de los seminarios. El perfil de egreso prevé que las personas egresadas serán capaces de participar en el diseño de proyectos, estrategias y contenidos que atiendan las necesidades de innovación y creatividad de los medios públicos bajo criterios de calidad y responsabilidad social. Serán capaces de analizar e intervenir en el funcionamiento de los medios públicos de comunicación para su transformación organizacional. Podrán participar en el sector público, privado, social y de organismos de la sociedad civil para desempeñar tareas de organización, diseño, gestión e implementación de políticas, estrategias y acciones de comunicación dirigidas al bien público.
9. La Comisión considera que el Plan y los programas de estudio de la Especialización en medios públicos: creatividad e innovación, cumplen con los requisitos reglamentarios para ser sometidos a la aprobación de los órganos colegiados académicos.

Con base en los antecedentes y las consideraciones esta Comisión emite el siguiente:

D I C T A M E N

ÚNICO.

Se recomienda a los Consejos Divisionales de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño de la Unidad Cuajimalpa y a la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Unidad Xochimilco, aprobar el Plan y los Programas de Estudio de la Especialización en Medios Públicos: Creatividad e Innovación.



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

DIVISIÓN DE
CIENCIAS
SOCIALES Y
HUMANIDADES



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa



División de Ciencias
de la Comunicación
y Diseño

VOTOS

| Integrantes | Sentido de los votos |
|------------------------------------|----------------------|
| Dr. Carlos Roberto Jaimez González | A favor |
| Dr. Diego Carlos Méndez Granados | A favor |
| Mtro. Teseo Rafael López Vargas | A favor |
| Dr. Carlos Muñoz Villareal | A favor |

Mtra. Silvia Gabriela García Martínez
Coordinadora de la Comisión

Dra. María del Pilar Berrios Navarro
Coordinadora de la Comisión



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Unidad Cuajimalpa

División de Ciencias de la Comunicación y Diseño

Unidad Xochimilco

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Especialización en Medios públicos: creatividad e innovación.

Diploma: Especialización en Medios públicos: creatividad e innovación.

PLAN DE ESTUDIOS

I. OBJETIVO GENERAL

Formar especialistas capaces de colaborar, gestionar, dirigir y realizar proyectos de producción de contenidos innovadores, creativos, originales y lúdicos en medios públicos, considerando diferentes entornos sociales, jurídicos, geográficos y modalidades tecnológicas de acuerdo con principios de independencia editorial, pluralidad ideológica, participación ciudadana y diversidad cultural.

II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Formar especialistas capaces de:

- Analizar los medios públicos en los ámbitos nacionales e internacionales con la finalidad de aportar nuevas explicaciones, perspectivas y soluciones en relación con la responsabilidad social que tienen con las audiencias.
- Evaluar perspectivas conceptuales y metodológicas para la comprensión de los procesos, fundamentos e implicaciones de la innovación y la creación de contenidos en diversos escenarios comunicativos.
- Diseñar estrategias de comunicación y proyectos creativos que ayuden a transformar la comunicación pública, mediante la innovación formal y conceptual, así como aquella relativa a la convergencia tecnológica.
- Utilizar herramientas de carácter contextual, jurídico, creativo y de diversidad cultural que permitan a los profesionales desempeñarse bajo criterios de calidad y responsabilidad.

III. PERFIL DE INGRESO

Las personas aspirantes deberán:

- a) Demostrar experiencia o interés profesional en la generación o gestión de contenidos de mensajes a través de los medios de comunicación.
- b) Expresar interés por conocer las causas contextuales, jurídicas y culturales que definen el papel de los medios públicos en sociedades democráticas.
- c) Proponer nuevos esquemas y rutinas profesionales en beneficio de la creación de contenidos de calidad para audiencias diversas.
- d) Tener experiencia o interés en el diseño, desarrollo o gestión de proyectos de producción mediática.
- e) Poseer habilidades de pensamiento crítico, estratégico y creativo.

IV. PERFIL DE EGRESO

Las personas que egresen de la especialización estarán facultadas para participar en el diseño de proyectos, estrategias y contenidos que atiendan las necesidades de innovación y creatividad de los medios públicos bajo criterios de calidad y responsabilidad social. Serán capaces de analizar e intervenir en el funcionamiento de los medios públicos de comunicación para su transformación organizacional. Podrán participar en el sector público, privado, social y de organismos de la sociedad civil para desempeñar tareas de organización, diseño, gestión e implementación de políticas, estrategias y acciones de comunicación dirigidas al bien público. En particular, quien egresa es capaz de:

- a) Contribuir al fortalecimiento de la función social de los medios públicos de comunicación y a la formación de audiencias informadas, críticas y participativas como beneficiarias de derecho.
- b) Abordar teóricamente problemáticas relacionadas con las transfiguraciones en las que se desarrollan profesionales de la comunicación en cuanto racionalidades, heurisis y fruición.
- c) Valorar la relevancia social que tienen la diversidad cultural y política; la convergencia digital mediática; la flexibilidad y el cambio en el desempeño profesional creativo e innovador.
- d) Desarrollar la reflexión intelectual y las prácticas de comunicación en el ámbito de la docencia y la investigación académica
- e) Favorecer las perspectivas de promoción profesional ejerciendo una profesión en marcos más amplios y heterogéneos dentro del ecosistema público mediático bajo criterios de calidad y responsabilidad social.

V. ANTECEDENTES ACADÉMICOS NECESARIOS

Requisitos de ingreso

- a) Contar con título de licenciatura con un promedio mínimo de 8.0 o su equivalente.
- b) Presentar *Currículum Vitae* actualizado.
- c) Entregar carta de exposición de motivos.

- d) Presentar un portafolio de trabajo con el que se muestre el desarrollado actividades de diseño, producción o gestión de contenidos mediáticos.
- e) Aprobar el examen de selección.
- f) Aprobar la entrevista de nuevo ingreso.

VI. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

El Plan de Estudios se compone de nueve Unidades de Enseñanza Aprendizaje (UEA) las cuales se organizan en tres ejes curriculares: 1) Marco jurídico, derechos humanos y de la comunicación, 2) Debates sobre las problemáticas y contextos de los medios públicos, y 3) Experimentación, innovación y creatividad en la producción de contenidos.

1. Marco jurídico, derechos humanos y de la comunicación. Se desarrolla en los seminarios teóricos y, mediante la discusión y el análisis crítico, trata de promover la transformación de los medios públicos como instancias innovadoras en cuanto a su oferta de contenidos. Profundiza en la comprensión de las dinámicas de trabajo, gestión y formas de sinergia que los distingue como organización para favorecer la promoción y el ejercicio de derechos.
2. Debates sobre las problemáticas y contextos de los medios públicos. Se desarrolla en los seminarios temáticos con la finalidad de problematizar las condiciones para el desarrollo y gestión de estos medios en contextos dinámicos, coyunturales y contemporáneos. Es el espacio para fomentar, enriquecer y aportar al debate en los ámbitos nacionales, regionales e internacionales.
3. Experimentación, innovación y creatividad en la producción de contenidos. Se concibe como el espacio de creación de contenidos pertinentes y atractivos para las diversas audiencias, considerando las particularidades contextuales tecnológicas, jurídicas, políticas, sociales, culturales y laborales de los medios públicos. En este eje se desarrollan los proyectos de innovación y creatividad de contenidos como resultado del trabajo de integración de los conocimientos.

El Plan de Estudios comprende las nueve UEA de los tres ejes curriculares, así como la Idónea Comunicación de Resultados necesaria para el obtener el Diploma.

Cada UEA comprende un conjunto de conocimientos y actividades de carácter teórico, metodológico, técnico, de investigación y creación que se integran en el desarrollo de los laboratorios que son concebidos como espacios de colaboración para el desarrollo de los proyectos que sintetizan el proceso de formación propuesto en los objetivos.

- a) Trimestres: tres (I, II, III).
- b) Créditos: 80.
- c) Unidades de enseñanza aprendizaje teórico, metodológico, técnico, de investigación y creación.

| CLAVE NOMBRE | OBL/OPT | HORAS | | CRÉDITOS | TRIMESTRE | SERIACIÓN |
|---|---------|--------|----------|-----------|-----------|-----------|
| | | TEORÍA | PRÁCTICA | | | |
| 9206001 Seminario Teórico I | OBL. | 3 | 0 | 6 | I | |
| 9206002 Seminario de Temas Contemporáneos I | OBL. | 1 | 4 | 6 | I | |
| 9206003 Laboratorio de Creatividad e Innovación I | OBL. | 2 | 6 | 10 | I | |
| 9206004 Seminario Teórico II | OBL. | 3 | 0 | 6 | II | Ninguna |
| 9206005 Seminario de Temas Contemporáneos II | OBL. | 1 | 4 | 6 | II | Ninguna |
| 9206006 Laboratorio de Creatividad e Innovación II | OBL. | 2 | 6 | 10 | II | Ninguna |
| 9206007 Seminario Teórico III | OBL. | 3 | 0 | 6 | III | Ninguna |
| 9206008 Seminario de Temas Contemporáneos III | OBL. | 1 | 4 | 6 | III | Ninguna |
| 9206009 Laboratorio de realización de proyectos | OBL. | 2 | 8 | 12 | III | Ninguna |
| Idónea Comunicación de Resultados y Examen de Conocimientos | | | | 12 | | |
| TOTAL DE CRÉDITOS | | | | 80 | | |

VII. NUMERO MÍNIMO, NORMAL Y MÁXIMO DE CRÉDITOS QUE DEBERÁN CURSARSE POR TRIMESTRE

El número de créditos a cursar por trimestre es el siguiente

| Trimestre | Mínimo | Normal | Máximo |
|-----------|--------|--------|--------|
| I | 0 | 22 | 22 |
| II | 0 | 22 | 28 |
| III | 0 | 24 | 30 |

VIII. NÚMERO DE OPORTUNIDADES PARA ACREDITAR UNA MISMA UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El número de oportunidades para acreditar una misma unidad de enseñanza-aprendizaje es de dos (2).

IX. DURACIÓN PREVISTA DE LA ESPECIALIZACIÓN

La duración normal prevista para la obtención del Diploma de Especialización en Medios Públicos: creatividad e innovación es de tres trimestres. La duración máxima prevista es de seis trimestres.

X. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS

| | |
|---|-----------|
| Unidades de Enseñanza-Aprendizaje | 68 |
| Idónea Comunicación de Resultados y Examen de Conocimientos | 12 |
| TOTAL DE CRÉDITOS | 80 |

XI. PRESENTACIÓN DE LA IDÓNEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS

Es requisito para obtener el Diploma de la Especialización, presentar una Idónea Comunicación de Resultados, en la modalidad de un proyecto de producción de contenidos. El proyecto se estructurará a partir de su justificación y será elaborado con la guía docente en las UEA de Laboratorios lo que permitirá integrar y sintetizar los resultados del trabajo realizado en los seminarios. En el aspecto formal, el documento debe contemplar:

- a) Un diagnóstico que problematice el tema y lo ubique en un contexto pertinente, sea social, tecnológico o profesional.
- b) Un desarrollo conceptual que proporcione marcos generales de explicación del problema y ponga en debate nuevo conocimiento.
- c) El diseño de estrategias para la generación de contenidos creativos e innovadores que contribuyan a la renovación temática y estética de los medios públicos.
- d) Un producto modelo que permita conocer los alcances de la propuesta y facilite su evaluación

Una vez que las personas asesoras de la Idónea Comunicación de Resultados consideren que el trabajo está concluido de manera satisfactoria, lo comunicarán a la Coordinación de Estudios para que, en su caso, se autorice su presentación a evaluación.

XII. REQUISITOS PARA OBTENER EL DIPLOMA DE ESPECIALIZACIÓN

- a) Haber cubierto los 80 créditos correspondientes a las UEA.
- b) Haber presentado y aprobado la Idónea Comunicación de Resultados y el Examen de Conocimientos.

XIII. MODALIDADES DE OPERACIÓN DE LA ESPECIALIZACIÓN

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje concibe a los laboratorios y seminarios como los espacios ideales para facilitar la articulación de contenidos, la identificación y la resolución de problemas mediante el diseño de proyectos que incidan en la transformación de la realidad. El proceso educativo se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las necesidades del trabajo y los recursos disponibles en las unidades académicas.

Además, se promoverá el trabajo en los medios públicos con los que la Universidad tiene convenios de colaboración lo que permitirá el trabajo colegiado y la vinculación con la realidad.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Funciones de la Coordinación de Estudios de la Especialización

- a) Todas las funciones contempladas en el Reglamento Orgánico para las personas titulares de la Coordinación de Estudios.
- b) Presidir y convocar las reuniones del Comité académico al menos una vez por trimestre.
- c) Presidir y convocar las reuniones de la planta académica, al menos tres veces por año.
- d) Promover las actividades necesarias para el buen funcionamiento del programa educativo.
- e) Nombrar, previo acuerdo con el Comité académico, a las personas asesoras y jurados que orientarán y evaluarán la Idónea Comunicación de Resultados.
- f) Coadyuvar en todas las actividades orientadas a la creación de vínculos y convenios en beneficio de la colaboración institucional.
- g) Todas las funciones contempladas en los Lineamientos para la Operación de los Posgrados de las Divisiones Académicas de las que depende la Especialización. Se procurará que la coordinación de estudios sea rotativa entre el personal académico de las dos Unidades responsables de la operación del programa educativo.

Del Comité académico

El Comité académico estará integrado por la persona titular de la Coordinación de Estudios y por al menos cuatro integrantes de la Planta Académica que atienda al plan de estudios. Para garantizar la continuidad de las actividades, el periodo mínimo para fungir como miembro del comité es de dos años. Para cumplir con sus funciones, el Comité académico se podrá asesorar de especialistas en el campo de los medios públicos.

Funciones del Comité Académico

- a) Diseñar la planeación anual y las modalidades de trabajo que garantice la flexibilidad curricular del programa de acuerdo con los recursos de la Universidad y las características de cada generación.
- b) Definir las formas de organización del trabajo, los criterios de seguimiento de los proyectos y los procesos de evaluación considerando las modalidades de conducción de los programas educativos.

- c) Establecer las modalidades para realizar las tareas académicas de su competencia: seminarios de actualización para el personal académico que participa en el programa, seminarios de actualización del plan y los programas de estudio y coordinación con las áreas académicas de los departamentos en los que se encuentre adscrito el personal académico.
- d) Definir los criterios y procedimientos de selección de quienes aspiran ingresar a la especialización.
- e) Llevar a cabo de manera colectiva el proceso de revisión de las solicitudes y admisión de las personas aspirantes a ingresar a la especialización.
- f) Decidir en última instancia sobre la selección de las personas que ingresan a la especialización.
- g) Aprobar en definitiva los proyectos de la Idónea Comunicación de Resultados presentada por el alumnado.
- h) Decidir sobre las formas de gestión, operación y evaluación del programa académico conforme a legislación universitaria.
- i) Promover el trabajo colaborativo entre las Unidades académicas y con instituciones u organizaciones vinculados al trabajo de los medios públicos.

De los Requisitos para Pertenecer a la Planta Académica de la Especialización

- a) Ser personal académico de tiempo indeterminado de la Universidad.
- b) Contar con experiencia en el campo de estudios de la especialización.
- c) Contar con estudios de posgrado conforme se establece en las Políticas Operacionales sobre cumplimiento, evaluación y fomento de Planes y Programas de estudio de posgrado.

Funciones de las personas asesoras de la Idónea Comunicación de Resultados

- a) Participar en las reuniones convocadas por la persona a cargo de la Coordinación de Estudios de la Especialización.
- b) Brindar asesoría al alumnado durante la duración del programa.
- c) Orientar al alumnado en los distintos aspectos teórico-metodológicos, creativos-innovadores y los relacionados con las fuentes de información disponibles pertinentes para su formación académica y desarrollo de su trabajo.
- d) Participar en la presentación de los avances de la Idónea Comunicación de Resultados al final de cada trimestre.
- e) Evaluar los avances de investigación presentados trimestralmente por el alumnado.
- f) Fungir como Jurado en el examen de presentación de la Idónea Comunicación de Resultados para la obtención del Diploma.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidad |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO | 1/4 |
| UNIDAD XOCHIMILCO | CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE 9206001 | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | CRED. 6 |
| | SEMINARIO TEÓRICO I | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 3.0 | | |
| H. PRÁC. 0.0 | SERIACIÓN | TRIM. I |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Analizar la especificidad social, política y cultural de los medios públicos en México en diversos contextos geográficos, políticos y jurídicos.

Objetivos parciales:

Que al término del seminario el alumnado sea capaz de:

1. Identificar las transformaciones que adquiere la noción de lo público en distintos sistemas políticos y sociales.
2. Comprender las relaciones entre Estado, medios y ciudadanía en el contexto del ecosistema mediático mexicano.
3. Conocer las funciones y roles de los medios públicos en las sociedades democráticas.
4. Examinar las relaciones entre ciudadanía, medios y derechos humanos en los procesos democráticos.
5. Analizar la estructura y operación de distintos modelos de medios públicos en su dinámica local, regional y mundial.

Contenido sintético:

1. La construcción histórica de la noción de lo público en las democracias.
2. Principios generales y funciones de los medios públicos.
3. Diversos modelos de medios públicos: órganos de gobierno, estructura organizacional, participación social, evaluación de desempeño, sostenibilidad económica, organismos de transparencia y rendición de cuentas.
4. Desarrollo histórico de los medios públicos en México y en el mundo.

| | | |
|---|----------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 2/4 |
| CLAVE 9206001 | SEMINARIO TEÓRICO I | |

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la lectura de textos con el fin de propiciar discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual. Es deseable que quienes impartan los seminarios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los contenidos del seminario entre el alumnado.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este seminario, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apearse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada laboratorio son definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

1. Exposiciones individuales o grupales
2. Ensayos
3. Ejercicios
4. Reportes lectura
5. Participación fundamentada

La evaluación puede realizarse por el profesor o la profesora, por el propio alumno como un ejercicio de autoevaluación, o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

| | | |
|---|----------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 3/4 |
| CLAVE 9206001 | SEMINARIO TEÓRICO I | |

Bibliografía necesaria o recomendable:

Becerra, M. y Waisbord, S. (2015) "Principios y 'buenas prácticas' para los medios públicos en América Latina" en Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. Volumen 3. UNESCO. Montevideo.

Castellanos Cerda, Vicente (2019) "Principios pragmáticos de construcción y mantenimiento de la credibilidad en un medio de servicio público. Caso UAM Radio 94.1", en Hernández Carballido, Elvira y Aidée Arellano. Periodismo, medios y credibilidad: recorrido obligado por la República Mexicana. Elementum / AMIC. México.

----- (2013). "Interculturalidad y radio de servicio público, hacia un modelo de comunicación", en Cornejo Portugal, Inés y Luis Alfonso Guadarrama. Culturas en comunicación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de información. Tintable. México.

----- y Adriana Solórzano (Coordinadores) (2014) Radio Ciudadana. Estudio y testimonio de un modelo ciudadano de comunicación radiofónica. UAM Cuajimalpa, México.

Cornejo Portugal, Inés (2010). La radio cultural indigenista en México: dilemas actuales. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Volumen 52. Número 209. UNAM. México.

Dorcé Ramos, André (2014). Telecommunications and Broadcasting Reform in Mexico in 2013: Key Elements of the Process. Critical Studies in Media Communication, Volumen 31. Issue 5. United Kingdom.

Fuchs, Christian, y Klaus Unterberger (2021). Manifiesto de los medios de comunicación de servicio público y de Internet de servicio público. University of Westminster Press.

Gómez, R., Miller, T., & Dorcé, A. (2014). Converging from the south. In Dávila & Rivero (eds.). Contemporary Latina/o media: Production, Circulation, Politics. NYU Press. New York.

----- (2016). De la democracia desencantada al desencanto democrático. INE. México.

Ortega Ramírez, Patricia. (2022). "Los desafíos de la televisión pública en la era digital. El caso de México", en Rocha, Simone y López, Fabio (coordinadores.): La televisión en América Latina. Cultura política, Comunicación pública e innovación. Colombia: Universidad de los Andes y Universidad Nacional de Colombia.

----- (2021). "Medios públicos y su función en la democracia de calidad", en Andión, M., Andión, E. y Lizarazo, D.: Horizontes digitales. Rupturas e interrogaciones en la reconfiguración digital. México: Gedisa y Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

----- (2021). "Medios públicos federales y la "cuarta transformación". ¿Avances o retrocesos de lo público en los medios de comunicación", en Juárez, J.: Ensayos sobre comunicación gubernamental en la cuarta transformación: ¿Cambio o continuidad? UNAM. México.

----- (2020). "Medios públicos no sin sociedad", en Gómez, Rodrigo (coordinador): A seis años de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Análisis y propuestas, México: UAM-Cuajimalpa y Tintable.

----- (2009). De cómo llegamos hasta aquí. Antecedentes de la Ley Televisa, en La Ley Televisa y la Lucha por el poder en México. Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coordinadores). Universidad Autónoma Metropolitana y Fundación Friedrich Ebert. Mexico.

Rabotnikof, Nora (2005). En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea, Instituto de Investigaciones Filosóficas - UNAM, México

| | | |
|---|----------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 4/4 |
| CLAVE 9206001 | SEMINARIO TEÓRICO I | |

Textos de referencia y bases de datos:

Registro Público de Concesiones. Instituto Federal de Telecomunicaciones.

<https://rpc.ift.org.mx/vrpc/>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf>

Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes

[https://www.gob.mx/sipinna/documentos/ley-general-de-los-derechos-de-ninas-ninos-y-adolescentes-reformada-20-junio-2018#:~:text=Tiene%20por%20objeto%2C%20entre%20otros,\(DOF\)%2026%20mayo%202022.](https://www.gob.mx/sipinna/documentos/ley-general-de-los-derechos-de-ninas-ninos-y-adolescentes-reformada-20-junio-2018#:~:text=Tiene%20por%20objeto%2C%20entre%20otros,(DOF)%2026%20mayo%202022.)

Ley General para la Igualdad entre Hombres y Mujeres

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIMH.pdf>

Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>

Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPD.pdf>

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPED.pdf>



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidades |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA UNIDAD XOCHIMILCO | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | 1/2 |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | CRED. 6 |
| 9206002 | SEMINARIO DE TEMAS CONTEMPORÁNEOS I | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 1.0 | | TRIM. I |
| H. PRÁC. 4.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Problematizar temas, situaciones y condiciones de los medios públicos en México y en el mundo con la finalidad de evaluar la actualidad y las posibilidades de cumplimiento de su función social.

Objetivos parciales:

Que al término del seminario el alumnado sea capaz de:

1. Distinguir las principales agendas económicas, políticas y sociales que influyen en el desarrollo de los medios públicos y en su papel como promotores de derechos y de construcción de la ciudadanía.
2. Explicar las transformaciones tecnológicas y socioculturales que determinan el desarrollo de los medios públicos.

Contenido sintético:

Se discutirán problemáticas contextuales y coyunturales de carácter cultural, jurídico, económico y político que incidan en buenas prácticas de gestión y en la producción de contenidos de calidad de los medios públicos. Se deberán considerar los aportes de la perspectiva de género para favorecer la igualdad y el desarrollo incluyente.

| | | |
|---|--|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | 2/2 |
| CLAVE 9206002 | SEMINARIO DE TEMAS CONTEMPORÁNEOS I | |

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la lectura de textos con el fin de propiciar discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual. Es deseable que quienes impartan los seminarios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los contenidos del seminario entre el alumnado.

Se espera que, como parte del curso, el alumnado participe en el seguimiento de las problemáticas planteadas a través de lecturas, discusión, participación en foros, conferencias o actividades directamente relacionadas con el desarrollo de su trabajo de investigación.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este seminario, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada seminario serán definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Exposiciones individuales o grupales que requieren la participación fundamentada
- b) Ensayos
- c) Réplicas
- d) Ejercicios
- e) Reportes de lectura

La evaluación se realizará por el profesor o la profesora, por el alumnado como un ejercicio de autoevaluación o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

Bibliografía necesaria o recomendable:

Se definirá de acuerdo a los temas propuestos y a las necesidades de información y debate de los participantes del seminario.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidades |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO | 1/3 |
| UNIDAD XOCHIMILCO | CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | CRED. 10 |
| 9206003 | LABORATORIO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN I | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 2.0 | | TRIM. I |
| H. PRÁC. 6.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Crear contenidos atractivos y pertinentes para audiencias de radio y televisión considerando las lógicas, estrategias y recursos comunicativos de la producción audiovisual y digital con la finalidad de innovar las estéticas sonoras, visuales y narrativas de los mensajes que se elaboran en los medios públicos.

Objetivos parciales:

Que al término del laboratorio el alumnado sea capaz de:

- Experimentar con las gramáticas y lenguajes de los medios para generar contenidos pertinentes y atractivos para las audiencias.
- Valorar las posibilidades que ofrecen diversos recursos digitales en la elaboración de contenidos.

Contenido sintético:

1. Análisis de casos destacados de producción de contenidos atendiendo a las lógicas y gramáticas de producción, contextos culturales y necesidades de información de las audiencias.
2. Producción de ofertas de comunicación.
 - 2.1. Métodos, estrategias y recursos para la creación de contenidos innovadores y atractivos.
 - 2.2. Estéticas y gramáticas sonoras, visuales y narrativas de los medios públicos en el contexto de múltiples plataformas digitales.

CLAVE **9206003****LABORATORIO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN I**

3. Recursos para la creación de contenidos.

1.1. Aplicaciones de manipulación de imagen, sonido, texto e inteligencia artificial.

1.2. Archivos y bibliotecas audiovisuales.

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la realización de proyectos, ejercicios y prácticas de producción para la creación de contenidos con el fin de propiciar formas innovadoras de comunicación. La discusión y reflexión colectiva, como complemento fundamental del trabajo individual, resulta un componente indispensable para el proceso creativo y de producción. Es deseable que quienes impartan los laboratorios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los aprendizajes.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este laboratorio se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada laboratorio son definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Participación fundamentada en clase.
- b) Ejercicios que promuevan la creatividad y la innovación.
- c) Producción de contenidos creativos y convergentes.

La evaluación puede realizarse por el profesor o la profesora, por el propio alumno como un ejercicio de autoevaluación, o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

| | | |
|---|--|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 3/3 |
| CLAVE 9206003 | LABORATORIO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN I | |

Bibliografía necesaria o recomendable:

Blázquez Rosales, I. (2021), Participación ciudadana en la creación de contenidos como herramienta de fidelización y consenso. AdComunica, 289-294.

Cornejo Portugal, I, (Coordinadora) (2017), Juventud rural y migración mayahablante. Acechar, observar e indagar sobre una temática emergente, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Dorcé, André (2012), Una experiencia desde México. Revista TELOS, octubre-diciembre, Fundación Telefónica, Madrid.

Doueih, M. (2010), La gran conversión digital, F.C.E. Buenos Aires.

Francés, M. (2003). La producción de documentales en la era digital. Modalidades, historia y multidifusión, Cátedra, Madrid.

Labate, Cecilia, et al (2021), Estrategias de innovación en la producción de contenidos en los medios públicos y sus plataformas de internet, Anuario de Investigación USAL - Nro VIII (2021). Argentina.

Manovich, Lev. (2005), El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital, Paidós, Barcelona.

Martín-Barbero, Jesús y Sarah Corona Berkin (2017). Ver con los otros. Comunicación intercultural. F.C.E., México.

Pérez y Pérez, Rafael (2015), Creatividad computacional. Grupo Editorial Patria. México.

Quintero, Marlon (2015), Innovación en la creación de contenidos para medios: herramientas y estrategias para generar contenidos exitosos, Boca Ratón, J. Ross Publishing. España.

Rincón, Omar y Carolina Forero (2008), De visualidades sonoras mediáticas: ¡Nunca habíamos sido tan sonoros como cuando somos digitales! Signo y Pensamiento, vol. XXVII, núm. 52, enero-junio, pp. 206-216, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.

S/A (2018), Repensar las políticas culturales. Creatividad para el desarrollo, UNESCO. Francia.

Vivar Zurita, Hipólito y Vinader Segura, Raquel (2011), El impulso de la industria de los contenidos digitales CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 16, pp. 115-124, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidad |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO | 1/4 |
| UNIDAD XOCHIMILCO | CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE 9206004 | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE SEMINARIO TEÓRICO II | CRED. 6 |
| | | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 3.0 | | TRIM. II |
| H. PRÁC. 0.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Evaluar los conceptos fundamentales y principios normativos paradigmáticos del servicio público de radiodifusión y telecomunicaciones en relación con el fortalecimiento de la democracia y de los derechos humanos.

Objetivos parciales:

Que al término del seminario el alumnado sea capaz de:

1. Conocer los tratados internacionales sobre derechos humanos y comunicación.
2. Identificar los principios jurídicos que sustentan a la comunicación como un derecho humano.
3. Comprender la relación entre leyes, políticas públicas y estrategias de comunicación de las instituciones de medios públicos.
4. Reflexionar sobre la necesidad de los principios éticos y su incorporación en las prácticas profesionales de las instituciones mediáticas de carácter público.
5. Reconocer a las audiencias como sujeto de derecho y su importancia en la construcción de ciudadanía.

Contenido sintético:

1. Derechos humanos y comunicación
2. Principios normativos de los medios públicos: Constitución, Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como ordenamientos administrativos.
3. Políticas públicas en comunicación.

| | | |
|---|-----------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | 2/4 |
| CLAVE 9206004 | SEMINARIO TEÓRICO II | |

4. Ética y derecho.
 - 4.1 Ética y deontología.
 - 4.2 Códigos de ética: casos nacionales y latinoamericanos.
5. Comunicación y ciudadanía.
 - 5.1 Tensiones culturales contemporáneas.
 - 5.2 Desafíos tecnológicos y ciudadanía.
6. Responsabilidad social de los medios de comunicación en la construcción de ciudadanía.
 - 6.1 Las audiencias como sujetos de derechos.
7. La figura de la defensoría de las audiencias.

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la lectura de textos con el fin de propiciar discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual. Es deseable que quienes impartan los seminarios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los contenidos del seminario entre el alumnado.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este seminario, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada seminario son definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Exposiciones individuales o grupales
- b) Ensayos
- c) Reportes de lectura
- d) Participación fundamentada

La evaluación puede realizarse por el profesor o la profesora, por el propio alumno como un ejercicio de autoevaluación, o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

| | | |
|---|-----------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 3/4 |
| CLAVE 9206004 | SEMINARIO TEÓRICO II | |

Bibliografía necesaria o recomendable:

Abbagnano, Nicola (1998), Diccionario de filosofía, México, F.C.E, México.

Alva de la Selva, Alma Rosa (2006). Políticas de telecomunicaciones y sociedad de la información en México. Tesis de doctorado. FCPyS de la UNAM. México.

Bobbio, Norberto (1987), Estado, gobierno y sociedad, F.C.E., México.

Caldera, A.S. (2006), Marcos constitucionales y el servicio público de radiotelevisión en América Latina: un tema relevante, UNESCO, Colección Vox Civis, San José.

Dorcé, André. (2012). "Televidentes e internautas de la televisión pública en México. Una aproximación desde la convergencia intermedial" en Derecho a Comunicar No. 5, Mayo-Agosto 2012.

Ferry, Jean-Marc, y Dominique Wolton (1992), El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona.

García Canclini, Néstor (2011), ¿Qué queremos decir con diversidad y calidad en los medios? Derecho a Comunicar no. 2

Habermas, Jürgen (1981), Historia y crítica de la opinión pública, Gustavo Gilli, Barcelona.

Muñoz, María Antonia (2006) Laclau y Rancière: algunas coordenadas para la lectura de lo político, Andamios, vol. 2, núm. 4, México.

Ortega, Patricia y Jerónimo Repoll (coordinadores) (2016). Nuevas reglas, ¿viejos problemas? UAM Xochimilco. México.

Ortega, Patricia (2015). "Concentración, Medios Públicos y Políticas de Comunicación", en Alcance Revista Cubana de Información y Comunicación, Volumen 4. Número 8. Cuba.

----- (2011). "Por qué es necesaria la televisión pública. Su presente y futuro", en Toussaint, Florence. Desafíos de la televisión pública. UNAM. México.

----- (2010). "Comunicación y calidad, una relación mediada por el mercado", en Andión, M. Mc Phail, E. y Ortega, P. Comunicación y educación: Enfoques desde la Alternatividad. Porrúa y UAM-X. México.

----- (2008). "Calidad e instrumentos deontológico en la televisión pública" en Bienvenido León (coordinador). Transformar la televisión, otra TV es posible. Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones. España.

----- (2006). La otra televisión: porque no tenemos televisión pública. UAM Xochimilco y Editorial "e". México.

Rabotnikof, Nora (1997). El espacio público y la democracia moderna. IFE. México.

Rancière, Jacques (2007), El odio a la democracia, Amorrortu Editores, Buenos Aires.

----- (2010), El desacuerdo. Política y filosofía, Nueva Visión, Buenos Aires.

| | | |
|---|-----------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 4/4 |
| CLAVE 9206004 | SEMINARIO TEÓRICO II | |

Ruby, Christian (2011), Rancière y lo político, Prometeo Libros, Buenos Aires.

Sosa Plata, Gabriel (2023) El papel de las defensorías del público en el entorno digital. UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean. Montevideo.

Solís Leree, Beatriz (2020). ¿Cómo funciona una defensoría? Cátedra Unesco de Alfabetización mediática e informacional. Universidad de Guadalajara. Mexico.

----- (2009). Los Derechos de las Audiencias, en El Cotidiano. Número 158. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México.

----- (2013). Derechos por construir: los derechos de los ciudadanos en la reforma constitucional de 2013 en telecomunicaciones, radiodifusión y competencia, en El Cotidiano. Número 181, septiembre-octubre, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México.

Revista Diálogos de la Comunicación 94. Diciembre 2020. Los Derechos de las Audiencias. Felafacs. AMS.

White, Robert (2007). *Comunicar comunidad. Aportes para una ética de la comunicación pública*. La Crujía. Argentina.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidades |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA UNIDAD XOCHIMILCO | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | 1/2 |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE 9206005 | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE SEMINARIO DE TEMAS CONTEMPORÁNEOS II | CRED. 6 |
| | | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 1.0 | | TRIM. II |
| H. PRÁC. 4.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Problematizar temas, situaciones y condiciones de los medios públicos en México y en el mundo con la finalidad de evaluar la actualidad y las posibilidades de cumplimiento de su función social.

Objetivos parciales:

Que al término del seminario el alumnado sea capaz de:

1. Distinguir las principales agendas económicas, políticas y sociales que influyen en el desarrollo de los medios públicos y en su papel como promotores de derechos y de construcción de la ciudadanía.
2. Explicar las transformaciones tecnológicas y socioculturales que determinan el desarrollo de los medios públicos.

Contenido sintético:

Se discutirán problemáticas contextuales y coyunturales de carácter cultural, jurídico, económico y político que incidan en buenas prácticas de gestión y en la producción de contenidos de calidad de los medios públicos. Se deberán considerar los aportes de la perspectiva de género para favorecer la igualdad y el desarrollo incluyente.

| | | |
|---|---|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | 2/2 |
| CLAVE 9206005 | SEMINARIO DE TEMAS CONTEMPORÁNEOS II | |

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la lectura de textos con el fin de propiciar discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual. Es deseable que quienes impartan los seminarios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los contenidos del seminario entre el alumnado.

Se espera que, como parte del curso, el alumnado participe en el seguimiento de las problemáticas planteadas a través de lecturas, discusión, participación en foros, conferencias o actividades directamente relacionadas con el desarrollo de su trabajo de investigación.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este seminario, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada seminario serán definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Exposiciones individuales o grupales que requieren la participación fundamentada
- b) Ensayos
- c) Réplicas
- d) Ejercicios
- e) Reportes o controles de lectura

La evaluación se realizará por el profesor o la profesora, por el alumnado como un ejercicio de autoevaluación o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

Bibliografía necesaria o recomendable:

Se definirá de acuerdo a los temas propuestos y a las necesidades de información y debate de los participantes del seminario.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidades |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO | 1/3 |
| UNIDAD XOCHIMILCO | CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | CRED. 10 |
| 9206006 | LABORATORIO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN II | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 2.0 | | TRIM. II |
| H. PRÁC. 6.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Diseñar contenidos convergentes para medios públicos de tal forma que ayuden a la reconfiguración de las estéticas y gramáticas de los lenguajes y permitan a las audiencias disfrutar, aprender y conformar criterio.

Objetivos parciales:

Que al término del laboratorio el alumnado sea capaz de:

- Analizar los procesos de creación de contenidos como una actividad cognitiva divergente que tiene implicaciones culturales en la construcción de mensajes informativos y de entretenimiento.
- Elaborar la maqueta y un posible producto modelo que sea evaluable en términos de creatividad e innovación.

Contenido sintético:

1. Procesos de cognición de la creatividad en la invención, en el arte y en la ciencia.
 - 1.1. Pensamiento divergente, disyuntivas y toma de decisiones.
 - 1.2. Relaciones entre heurisis y fruición.
 - 1.3. Contenidos para el cambio social y el reconocimiento intercultural.
 - 1.4. Análisis de experiencias paradigmáticas.
2. Curaduría de contenidos, gestión de información y de conocimiento en ámbitos de diversidad cultural y múltiples plataformas.

| | | |
|---|---|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 2/3 |
| CLAVE 9206006 | LABORATORIO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN II | |

3. Diseño de contenidos creativos e innovadores.
 - 3.1. Diagnóstico de la problemática e identificación de necesidades.
 - 3.2. Administración de recursos para la producción: presupuesto, necesidades técnicas y personal especializado.
 - 3.3. Delimitación, contexto pertinente y justificación.
 - 3.4. Análisis e identificación de las audiencias.
 - 3.5. Maquetación y elaboración de un producto modelo.

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la realización de proyectos, ejercicios y prácticas de producción para la creación de contenidos con el fin de propiciar formas innovadoras de comunicación. La discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual resulta un componente indispensable para el proceso creativo y de producción. Es deseable que quienes impartan los laboratorios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los aprendizajes.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este laboratorio, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada laboratorio son definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Participación fundamentada en clase.
- b) Ejercicios que promuevan la creatividad y la innovación.
- c) Diseño y producción de contenidos creativos y convergentes.

La evaluación puede realizarse por el profesor o la profesora, por el propio alumno como un ejercicio de autoevaluación, o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

CLAVE **9206006**

LABORATORIO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN II

Bibliografía necesaria o recomendable:

Ardévol, Elisenda (2013), Cultura digital y prácticas creativas. Tientos etnográficos en torno a la Cultura Libre, Universitat Oberta de Catalunya, Cataluña.

Baca, G., (2010), Evaluación de proyectos, McGraw-Hill Interamericana, México.

Barrios, A., (2014), Transformar la realidad social desde la cultura: planeación de proyectos culturales para el desarrollo, Conaculta, México.

Bhabha, Homi (2002). El lugar de la cultura. Argentina, Ediciones Manantial.

----- (2003). "El entre medio de la cultura", en S. Hall y P. du Gay (eds.). Cuestiones de identidad cultural. Amorrortu. Buenos Aires.

Cerezuela D. y Mascarell F., (2004), Diseño y evaluación de proyectos culturales, Ariel, Madrid.

Cohen, E. y Franco, R., (2006), Evaluación de proyectos sociales, Siglo XXI, México.

Fauconnier, G. y Mark Turner (2002), The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities, Basic Books, New York.

Golombek, Diego (2023), La ciencia de las buenas ideas. Manual de evidencias para la creatividad, la innovación y el pensamiento disruptivo, Siglo XXI, México.

ILPES, (1995), Guía para la presentación de proyectos, Siglo XXI, México.

Lawrence Lessig (2004), Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity, Penguin Press HC, USA.

Morley, D. (2009). Medios, modernidad y tecnología: hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura, Gedisa, Barcelona.

Massoni S., (2013), Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural, Homo Sapiens, Rosario.

Nirenberg O., Brawerman, J. y Ruiz, V., (2006), Programación y evaluación de proyectos sociales: aportes para la racionalidad y la transparencia, Paidós, Buenos Aires.

Rivoir, Ana Laura y María Julia Morales (Coordinadores) (2019), Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina, CLACSO, Montevideo.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidad |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA UNIDAD XOCHIMILCO | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | 1/3 |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE 9200607 | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE SEMINARIO TEÓRICO III | CRED. 6 |
| | | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 3.0 | | TRIM. III |
| H. PRÁC. 0.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Analizar y diseñar estrategias y formas de conocer a las audiencias y sus posibles perfiles culturales, necesidades de formación ciudadana y uso de las redes digitales con la finalidad de evaluar la pertinencia y utilidad social que tiene un medio público al producir contenidos innovadores y creativos.

Objetivos parciales:

Que al término del seminario el alumnado sea capaz de:

- Utilizar herramientas cuantitativas y cualitativas que permitan a los medios públicos tener un mejor conocimiento y vinculación con sus audiencias.
- Conocer algunos sistemas e indicadores de calidad en función del grado de satisfacción de las audiencias.

Contenido sintético:

1. Incidencia de los medios públicos en el desarrollo de una comunicación plural y diversa.
2. Formas de interacción con las audiencias y conocimiento de los públicos para la toma de decisiones en los medios públicos.
3. Literacidad mediática para el cambio social: recepción crítica televisiva, radiofónica y discriminación de contenidos en redes digitales.
4. Estudios de caso.
5. Diseño de estrategias, metodologías o indicadores de calidad para identificar, caracterizar y comprender las dinámicas sociales, políticas, culturales y tecnológicas de las audiencias de los medios públicos.

| | | |
|---|------------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 2/3 |
| CLAVE 9200607 | SEMINARIO TEÓRICO III | |

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la lectura de textos con el fin de propiciar discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual. Es deseable que quienes impartan los seminarios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los contenidos del seminario entre el alumnado.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este seminario, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada seminario son definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Exposiciones individuales o grupales
- b) Ensayos
- c) Reportes de lectura
- d) Diseño de estrategias y metodologías para el conocimiento y comprensión de las audiencias.
- e) Trabajos relacionados con la ICR
- f) Participación fundamentada

La evaluación puede realizarse por el profesor o la profesora, por el propio alumno como un ejercicio de autoevaluación, o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

| | | |
|---|------------------------------|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD INNOVACIÓN | | 3/3 |
| CLAVE 9200607 | SEMINARIO TEÓRICO III | |

Bibliografía necesaria o recomendable:

Bucci, Eugênio, Marco Chiaretti y Ana Maria Fiorini (2012). Indicadores de calidad de las emisoras públicas: evaluación contemporánea. UNESCO. Montevideo.

Dorcel, André (2012). "Televidentes e internautas de la televisión pública en México. Una aproximación desde la convergencia intermedial" en Derecho a Comunicar No. 5, Mayo-Agosto 2012.

Global Forum for Media Development (2007), Media Matters: Perspectives on Advancing Governance and Development from the Global Forum for Media Development.

Parks, Will, Denise Gray-Felder, Jim Hunt y Ailish Byrne (2005), Who measures social change? An introduction to participatory monitoring and evaluation of communications for social change. Consorcio de Comunicación para el cambio social.

Richeri, Giuseppe y María Cristina Lasagni, (2006), Televisión y calidad: el debate internacional, La Crujia, Buenos Aires.

Revista Diálogos de la Comunicación 94, diciembre 2020. Los Derechos de las Audiencias. Felafacs. AMDA. México.

S/A (2010). Indicadores de desarrollo mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social, UNESCO, Brasilia.

S/A. Los derechos de las audiencias en entornos digitales: mapa regulatorio, propuestas e iniciativas en América Latina y Europa (2023). Defensoría del Público. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Solís Leree, Beatriz. (2009). Los derechos de las audiencias, en El Cotidiano. Número 158. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México.

----- (2013). Derechos por construir: los derechos de los ciudadanos en la reforma constitucional de 2013 en telecomunicaciones, radiodifusión y competencia, en El Cotidiano. Número 181, septiembre-octubre, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

----- (2020). ¿Cómo funciona una defensoría? Cátedra Unesco de Alfabetización mediática e informacional. Universidad de Guadalajara. Mexico.

Sosa Plata, Gabriel (2023). El papel de las defensorías del público en el entorno digital. UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean. Montevideo.

UNESCO (2005). Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas. San José, UNESCO.

UNESCO (2013). Alfabetização midiática e informacional: currículo de formação para professores (1st ed). Brasília: UNESCO, UFTM.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidades |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA UNIDAD XOCHIMILCO | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | 1/2 |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE 9200608 | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE SEMINARIO DE TEMAS CONTEMPORÁNEOS III | CRED. 6 |
| | | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 1.0 | | |
| H. PRÁC. 4.0 | SERIACIÓN | TRIM. III |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Problematizar temas, situaciones y condiciones de los medios públicos en México y en el mundo con la finalidad de evaluar la actualidad y las posibilidades de cumplimiento de su función social.

Objetivos parciales:

Que al término del seminario el alumnado sea capaz de:

1. Distinguir las principales agendas económicas, políticas y sociales que influyen en el desarrollo de los medios públicos y en su papel como promotores de derechos y de construcción de la ciudadanía.
2. Explicar las transformaciones tecnológicas y socioculturales que determinan el desarrollo de los medios públicos.

Contenido sintético:

Se discutirán problemáticas contextuales y coyunturales de carácter cultural, jurídico, económico y político que incidan en buenas prácticas de gestión y en la producción de contenidos de calidad de los medios públicos. Se deberán considerar los aportes de la perspectiva de género para favorecer la igualdad y el desarrollo incluyente.

| | | |
|---|--|-----|
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | 2/2 |
| CLAVE 9200608 | SEMINARIO DE TEMAS CONTEMPORÁNEOS III | |

Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:

La UEA se desarrolla a partir de la lectura de textos con el fin de propiciar discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual. Es deseable que quienes impartan los seminarios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los contenidos del seminario entre el alumnado.

Se espera que, como parte del curso, el alumnado participe en el seguimiento de las problemáticas planteadas a través de lecturas, discusión, participación en foros, conferencias o actividades directamente relacionadas con el desarrollo de su trabajo de investigación.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este seminario, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada seminario serán definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Exposiciones individuales o grupales que requieren la participación fundamentada
- b) Ensayos
- c) Réplicas
- d) Ejercicios
- e) Reportes o controles de lectura

La evaluación se realizará por el profesor o la profesora, por el alumnado como un ejercicio de autoevaluación o mediante alguna combinación entre estas posibilidades.

Bibliografía necesaria o recomendable:

Se definirá de acuerdo a los temas propuestos y a las necesidades de información y debate de los participantes del seminario.



Casa abierta al tiempo

| |
|--|
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA |
| Unidad Cuajimalpa |
| División de Ciencias de la Comunicación y Diseño |
| Unidad Xochimilco |
| División de Ciencias Sociales y Humanidades |

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | |
|---|--|------------------|
| UNIDAD CUAJIMALPA | DIVISIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO | 1/3 |
| UNIDAD XOCHIMILCO | CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | |
| NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | CRED. 12 |
| 9206009 | LABORATORIO DE REALIZACIÓN DE PROYECTOS | TIPO OBL. |
| H. TEOR. 2.0 | | TRIM. III |
| H. PRÁC. 8.0 | SERIACIÓN | |

OBJETIVO (S):

Objetivo general:

Desarrollar proyectos de comunicación multiplataformas para la generación de contenidos creativos e innovadores que atiendan los compromisos sociales de los medios públicos y sean significativos para las audiencias.

Objetivos parciales:

Que al término del laboratorio el alumnado sea capaz de:

1. Elaborar la Idónea Comunicación de Resultados que defenderá en réplica respectiva.
2. Proponer un producto modelo que sea evaluable y esté justificado en el documento escrito de la Idónea Comunicación de Resultados.

Contenido sintético:

1. Diseño y elaboración del proyecto.
 - 1.1. Desarrollo conceptual y principales aportaciones.
 - 1.2. Estrategias de generación de contenidos creativos.
 - 1.2.1. Innovación temática y estética.
 - 1.2.2. Planeación de contenidos y estrategias en medios multiplataforma.
- 1.3 Producto modelo.
 - 1.3.1. Indicadores de calidad para su evaluación de acuerdo con las necesidades de las audiencias.

CLAVE **9206009****LABORATORIO DE REALIZACIÓN DE PROYECTOS****Modalidades de conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje:**

La UEA se desarrolla a partir de la realización de proyectos para la creación de contenidos con el fin de propiciar formas innovadoras de comunicación. La discusión y reflexión colectiva como complemento fundamental del trabajo individual resulta un componente indispensable para el proceso creativo y de producción. Es deseable que quienes impartan los laboratorios propicien la organización del trabajo colectivo con dinámicas y actividades que fomenten una mejor apropiación de los aprendizajes.

La impartición del proceso de enseñanza-aprendizaje de este laboratorio, se llevará a cabo bajo las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

Se espera que durante el tercer trimestre el alumnado concluya la investigación y la producción del producto modelo para ser aprobados por los asesores de la ICR.

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá apegarse a los principios y valores de inclusión, equidad, accesibilidad y no discriminación.

Modalidades de evaluación:

Las modalidades específicas de evaluación de cada laboratorio son definidas por el profesor o la profesora a cargo y podrán seleccionarse de entre las siguientes:

- a) Conclusión de la Idónea Comunicación de Resultados.
- b) Presentación de un producto modelo evaluable.

En el aspecto formal la Idónea Comunicación de Resultados debe contemplar:

- Un diagnóstico que problematice el tema y lo ubique en un contexto pertinente, sea social, tecnológico o profesional.
- Un desarrollo conceptual que proporcione marcos generales de explicación del problema y ponga en debate nuevo conocimiento.
- El diseño de estrategias para la generación de contenidos creativos e innovadores que favorezca la renovación temática y estética de los medios públicos.
- Un producto modelo que permita conocer los alcances de la propuesta y facilite la evaluación.

Bibliografía necesaria o recomendable:

La bibliografía deberá ser pertinente, así como sustentar conceptual y prácticamente, cada uno de los proyectos que orienten la Idónea Comunicación de Resultados.