UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo
Unidad Cuajimalpa

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo
Unidad Xochimilco

23 de mayo de 2023

DICTAMEN QUE PRESENTA LA COMISIÓN INTER-UNIDADES ENCARGADA DE ANALIZAR Y ARMONIZAR LA PROPUESTA DE CREACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE ESPECIALIZACIÓN MEDIOS PÚBLICOS: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

ANTECEDENTES

I. De conformidad con el artículo 36, fracción III, del Reglamento de Estudios Superiores, los consejos académicos de las unidades Cuajimalpa y Xochimilco, en las sesiones CUA-201-23 y 1.23, respectivamente, celebradas el 13 de febrero de 2023, integraron una Comisión inter-unidades con el mandato de analizar y armonizar la propuesta de creación del plan de estudios de Especialización Medios públicos: creatividad e innovación.

II. Los consejos académicos de las unidades de Cuajimalpa y Xochimilco designaron para esta Comisión a las siguientes personas:

Integrantes:

a) Órganos personales:

Dra. Gloria Angélica Martínez de la Peña, Directora de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, Unidad Cuajimalpa.

Mtra. María Dolly Espínola Frausto, Directora de la División de Ciencias Sociales y Humanidades, Unidad Xochimilco.

b) Representantes del personal académico:

Dra. Alejandra García Franco, Departamento de Procesos y Tecnología, Unidad Cuajimalpa.

Dra. Dulce Asela Martínez Noriega, Departamento de Relaciones Sociales, Unidad Xochimilco.

c) Representantes del alumnado:

Brenda Aguirre Nápoles, Departamento de Estudios Institucionales, Unidad Cuajimalpa.

Daniel Castillo Galindo, Departamento de Política y Cultura, Unidad Xochimilco.

Personas asesoras técnicas:

Dra. Margarita Espinosa Meneses (Jefa del Departamento de Ciencias de la Comunicación en la Unidad Cuajimalpa), Dra. Victoria Isabela Corduneanu (Universidad Autónoma de la Ciudad de México), Dra. Alma Rosa Alva de la Selva (Universidad Nacional Autónoma de México), Mtra. Jacaranda Correa (Canal 22), Lic. Teseo Rafael López Vargas (Jefe de Departamento de Educación y Comunicación en la Unidad Xochimilco), Mtro. Gabriel Sosa Plata (Departamento de Educación y Comunicación en la Unidad Xochimilco).

III. La Comisión contó con los siguientes insumos:

- Dictamen de la Comisión encargada de dictaminar la propuesta de creación y justificación del plan de estudios de la Especialización Medios públicos: creatividad e innovación, presentada por personal académico adscrito a los departamentos de Ciencias de la Comunicación, Unidad Cuajimalpa y de Educación y Comunicación, Unidad Xochimilco.

- Documento de justificación de la Especialización Medios públicos: creatividad e innovación.

IV. El 3 de marzo de 2023, el grupo proponente hizo una presentación del documento de Justificación de la Especialización Medios públicos: creatividad e innovación. En esa reunión, la Comisión planteó observaciones y precisiones al documento.

V. El 23 de mayo de 2023, el grupo proponente explicó a la Comisión cómo atendieron las observaciones formuladas al documento de Justificación y una vez que la Comisión analizó los cambios realizados, consideró viable la propuesta de creación del plan de estudios de Especialización Medios públicos: creatividad e innovación.

VI. La Comisión se reunió el 24 de febrero, 3 de marzo y 23 de mayo de 2023. En esta última fecha concluyó su trabajo con la firma del presente dictamen.

CONSIDERACIONES

1. La Especialización Medios públicos: creatividad e innovación es un proyecto educativo que pretende colaborar en la transformación de medios de comunicación que han ayudado a la construcción de sociedades justas, igualitarias, democráticas y plurales. Actualmente se requiere de personas que conozcan las funciones y responsabilidades de los distintos medios públicos, que entiendan su marco jurídico, los alcances y limitaciones de los métodos de autorregulación, sus formas de gobierno y de gestión y que impulsen la participación social y el diálogo de estos

medios con la sociedad. A la par, se necesitan personas que contribuyan a la producción y circulación de contenidos innovadores, creativos y de utilidad social.

2. La relevancia social y académica de la propuesta radica en contribuir a la formación de personas profesionales de la comunicación, el periodismo y, en general, de las ciencias sociales y las humanidades, para que las audiencias se beneficien con contenidos a favor de la promoción de los derechos humanos, los valores de la democracia y el reconocimiento de la diversidad cultural, considerando que no hay en México universidades que brinden una formación especializada orientada al desarrollo social, cultural, político y económico de los medios públicos y que, a la vez, se proponga impulsar el talento creativo, experimental y estético de las personas profesionales.

3. El objetivo general que se propone es formar personas profesionistas 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.

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

5. Los ejes curriculares transversales y problematizadores de los contenidos del plan de estudio que se proponen son:

   - Experimentación, innovación y creatividad en la producción de contenidos: se despliega en tres laboratorios con la idea de que se conviertan en el centro del trabajo creativo mediante prácticas pedagógicas de experimentación.

   - 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, así como su posible solución al ofrecer contenidos pertinentes para las audiencias.

   - Debates sobre las problemáticas y contextos de los medios públicos: permite fomentar en el alumnado una actitud de permanente cuestionamiento sobre los

hechos, fenómenos y transformaciones que definen la actualidad de estos medios y sus posibilidades en el cumplimiento de su función social.

6. Las modalidades de enseñanza-aprendizaje 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 de la especialización se realiza un trabajo de investigación y diseño de innovación que incida en los medios públicos. Se propone que la Especialización se ofrezca en la modalidad escolarizada o presencial, extraescolar, remota o mixta. Algunas de las razones son el perfil de los profesionales en activo que se interesen por esta oferta; se amplía la cobertura geográfica y con ello la demanda previsible; permite que la viabilidad de la enseñanza, la investigación y la vinculación no se vea limitada por motivos geográficos; el proceso de enseñanza cuenta con más herramientas tecnológicas de información y comunicación que garantizan los aprendizajes esperados y el desarrollo de nuevas competencias digitales; favorece los acuerdos de vinculación para que, entre universidad y medios públicos, se desarrollen proyectos de contenidos de calidad para las audiencias de las diferentes regiones del país.

7. El número de alumnado a atender: se esperan generaciones estables de 20 personas anualmente, en la lógica que los ingresos de los dos primeros años podrían ser menores, pero en ningún caso menos de 10.

8. El perfil de ingreso convoca a personas con:

   - experiencia o interés profesional en la generación o gestión de contenidos de mensajes a través de los medios de comunicación;

   - cualquier título de licenciatura y disposición por conocer las causas culturales, jurídicas y contextuales que definen el papel de los medios públicos en sociedades democráticas;

   - capacidades para proponer nuevos esquemas y rutinas profesionales en beneficio de la creación de contenidos de calidad para audiencias diversas;

   - facultades para diseñar y elaborar proyectos que enriquezcan las ofertas de comunicación de los medios públicos;

   - aptitud para desarrollar habilidades de pensamiento crítico, estratégico y creativo.

9. El perfil de egreso caracteriza a una persona capaz de:

   - encarar las necesidades de innovación y creatividad de un medio público;

- evaluar las transfiguraciones en las que desarrollan su actividad profesional en cuanto racionalidades, heurisis y fruición;

- contar con un pensamiento contemporáneo a favor de la diversidad cultural y política, la convergencia digital-mediática y la flexibilidad en el desempeño profesional;

- desarrollar una epistemología crítica como punto de partida del pensamiento estratégico y creativo;

- diseñar proyectos, contenidos y estrategias de comunicación creativas, innovadoras y de utilidad social;

- analizar el funcionamiento de diversos sistemas de comunicación en cuanto alcances, actores, medios y contextos;

- intervenir en los procesos de transformación del espacio organizacional de los medios públicos;

- formar audiencias informadas, críticas y participativas como beneficiarias de derechos.

10. En la oferta de planes de estudio similares, no existe una especialización cuyo eje esté 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. Las coincidencias de planes de estudio se encontraron al desagregar el nombre en función de las siguientes temáticas: creatividad e innovación en ámbitos profesionales de la comunicación; lo público en relación con la política o el periodismo; la producción audiovisual de contenidos en radio, televisión, cine y medios digitales.

11. La justificación señala que la Especialización Medios públicos: creatividad e innovación, tiene como fortaleza la sinergia de dos unidades en cuanto recursos intelectuales y materiales. Personal académico de los departamentos de Educación y Comunicación en Xochimilco y de Ciencias de la Comunicación en Cuajimalpa han participado desde hace varios lustros en la definición, transformación, reconocimiento, producción de contenidos y gestión administrativa, jurídica y cultural de los medios públicos en México.

12. Al analizar la pertinencia social, académica e institucional de la propuesta, la Comisión realizó algunas observaciones al grupo proponente, mismas que fueron atendidas.

13. La Comisión al concluir su análisis, determinó que la propuesta ha sido armonizada y es viable en términos del artículo 30 del Reglamento de Estudios Superiores.

Con base en los antecedes y consideraciones anteriores se emite el siguiente:

DICTAMEN

ÚNICO Se recomienda a los consejos académicos de las unidades Cuajimalpa y Xochimilco aprobar la propuesta inicial de creación del plan de estudios de la Especialización Medios públicos: creatividad e innovación, y remitirla al Colegio Académico en los términos de la fracción IV del artículo 36 del Reglamento de Estudios Superiores.

VOTOS

Integrantes	**Sentido de los votos**		
Dra. Gloria Angélica Martínez de la Peña	A favor		
Mtra. María Dolly Espínola Frausto	A favor		
Dra. Alejandra García Franco	A favor		
Dra. Dulce Asela Martínez Noriega	A favor		
Brenda Aguirre Nápoles	A favor		
Daniel Castillo Galindo	Ausente		
Total de los votos	**A favor** **5**	**En contra** **0**	**Abstenciones** 0

Personas Coordinadoras

Dra. María Angélica Buendía Espinosa
Secretaria del Consejo Académico de la Unidad Xochimilco

Dr. Gerardo Francisco Kloss Fernández del Castillo
Secretario del Consejo Académico de la Unidad Cuajimalpa