Especialización en Medios Públicos:
Creatividad e Innovación

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias Sociales y Humanidades
Especialización en Medios Públicos: Creatividad e Innovación

24/7
HD

Sobre los recursos para desarrollar el plan de estudios.

La especialización tiene como su principal fortaleza la sinergia de dos unidades en cuanto recursos intelectuales y materiales. El personal académico de nuestros departamentos ha participado en la definición, transformación, reconocimiento, producción de contenidos y gestión administrativa, jurídica y cultural de los medios públicos en México.

Es importante destacar que la propuesta parte de la experiencia obtenida en el Diplomado de Innovación y creatividad en contenidos para medios públicos, proyecto emanado de UAM Radio 94.1 FM e impartido por la Unidad Cuajimalpa. En el actual contexto institucional, el trabajo realizado se inscribe en la necesidad de fortalecer el papel realizado por UAM Radio 94.1 y los convenios de colaboración que la UAM firmó en el año 2022 con Radio Educación y el Canal 22.

Finalmente, la Especialización en Medios públicos: creatividad e innovación es un programa que inaugura un trabajo académico de largo plazo entre la Unidad Cuajimalpa y la Unidad Xochimilco en los temas de la comunicación pública.

Especialización Medios públicos: Creatividad e Innovación

Unidad Cuajimalpa
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Unidad Xochimilco
División de Ciencias Sociales y Humanidades

Duración	**Un año (tres trimestres lectivos)**		
Modalidad	**Mixta**		
Trayectoria escolar			
Eje curricular	***Experimentación, innovación y creatividad en la producción de contenidos***	***Marco jurídico, derechos humanos y de la comunicación***	***Debates sobre las problemáticas y contextos de los medios públicos***
	UEA	**UEA**	**UEA**
Primer trimestre	**Laboratorio de creatividad e innovación I** *10 Créditos*	**Seminario teórico I** *6 Créditos*	**Seminarios de temas contemporáneos I** *6 Créditos*
Segundo trimestre	**Laboratorio de creatividad e innovación II** *10 Créditos*	**Seminario teórico II** *6 Créditos*	**Seminarios de temas contemporáneos II** *6 Créditos*
Tercer trimestre	**Laboratorio de realización de proyectos** *12 Créditos*	**Seminario teórico III** *6 Créditos*	**Seminarios de temas contemporáneos III** *6 Créditos*
Presentación de ICR	**12 Créditos**		
Total de créditos	**80**		

Resumen ejecutivo

La creación de la Especialización en Medios públicos: Creatividad e Innovación fue aprobada por el Colegio Académico en su sesión 535 del 19 de octubre del 2023, la primera fase del proceso es el resultado del trabajo de una comisión académica interdivisional en la que también participaron la defensoría de las audiencias de la institución y la subdirección de UAM Radio 94.1.

La propuesta educativa tiene como propósito general ser un espacio académico en el que se diseñan, elaboran y analizan contenidos creativos y de calidad destinados a las múltiples audiencias en el marco del quehacer y función de los medios públicos como promotores de la diversidad cultural, el desarrollo de los derechos humanos y el reconocimiento de la pluralidad ideológica-política, rasgos que deben distinguir a las sociedades justas e igualitarias.

Se trata de contribuir al fortalecimiento del campo de la enseñanza y la investigación de las ciencias de la comunicación al conjuntar las fortalezas académicas de las divisiones y departamentos que son modelo nacional e internacional en el estudio de los procesos y fenómenos comunicativos. Así, se consolida la colaboración teórica, metodológica y de vinculación social en este campo al interior de nuestra universidad.

El profesorado de la UAM ha tenido una incidencia histórica en la discusión, transformación y fortalecimiento de los medios públicos en México aportando marcos conceptuales y líneas de acción que han derivado en cambios importantes en aspectos jurídicos, organizacionales y profesionales lo que contribuye a la producción de contenidos que propician la reflexión crítica, la autonomía de pensamiento y el entretenimiento de calidad para las audiencias.

En el contexto actual, resulta importante fortalecer el espacio público como el lugar de interacciones sociales responsables y tolerantes, y los contenidos de medios públicos en sus diversos formatos digital o tradicional para generar propuestas que informan, analizan y ayudan a la comprensión del entorno de las audiencias.

Esta especialización promueve el desarrollo y actualización profesional en tres aspectos centrales sobre: 1) procesos de creatividad e innovación; 2) el ejercicio de los derechos humanos y de la comunicación; 3) el análisis de los contextos, las problemáticas y los debates que afectan el desempeño de los medios públicos en México y en América Latina.

Sobre la reelevancia social y académica

En México, la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión de 2013 y la ley reglamentaria de 2014 reconocieron jurídicamente la existencia de medios públicos y establecieron una serie de atribuciones para su ejercicio. La academia tuvo un papel histórico en la elaboración de propuestas de ley que condujeron a la reforma constitucional.

Resulta importante el compromiso que la UAM asumió en esa coyuntura y que ha mantenido con la elaboración de proyectos y propuestas que buscan fortalecer a los medios públicos.
Por otro lado, la radiodifusión pública enfrenta los desafíos que impone el desarrollo tecnológico en los mercados audiovisuales cada vez más globalizados. El contexto, dominado por intereses económicos y monopólicos, requiere de contenidos de calidad y se incrementa la necesidad de formar especialistas capaces de atender las nuevas condiciones para su transformación y fortalecimiento en el entorno digital y transmedia.

Perfil de egreso

Quienes egresan serán capacez 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. 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, serán capaces de:

- 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.
- Abordar teóricamente problemáticas relacionadas con las transfiguraciones en las que se desarrollan profesionales de la comunicación en cuanto racionalidades, heurisis y fruición.
- 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.
- Desarrollar la reflexión intelectual y las prácticas de comunicación en el ámbito de la docencia y la investigación académica.
- Favorecer sus perspectivas de promoción profesional ejerciendo su profesión en marcos más amplios y heterogéneos dentro del ecosistema público mediático bajo criterios de calidad y responsabilidad social.

Perfil de ingreso

Las personas aspirantes deberán:

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

Se requiere de personas que conozcan las funciones y responsabilidades de los distintos medios públicos, 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. Especialistas que, contribuyan a la producción y circulación de contenidos innovadores, creativos y de utilidad social; que puedan resolver, en la narrativa de contenidos originales y atractivos, los principios esenciales que orientan el quehacer de los medios públicos.
Con cincuenta años de experiencia, corresponde a la UAM generar espacios educativos con la finalidad de ampliar la reflexión sobre los nuevos sentidos que adquiere el concepto de lo público en relación con los medios de comunicación y capacitar a los profesionales de la comunicación para la producción de contenidos.

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 los profesionales. Es necesario conjugar el conocimiento y especificidad de estos medios con la producción creativa e innovadora a favor de la promoción de los derechos humanos, los valores de la democracia y el reconocimiento de la diversidad cultural.

Sobre la pertinencia teórico-práctica

La producción de contenidos mediáticos experimenta una sustantiva mutación en diversos órdenes. Desde las estructuras discursivas y de sentido, hasta las formas de apropiación y disfrute de audiencias heterogéneas. Los modelos mediales, posmediales y transmediales de la era digital se multiplican progresivamente, la producción de contenidos se adapta y transforma las condiciones y esquemas de consumo y uso de las tecnologías de la comunicación. Las mayores posibilidades de interacción, réplica y edición con que cuentan las audiencias; la multiplicación de fuentes, medios y sistemas de exhibición que alcanzan los contenidos; y especialmente, la diversificación de las comunicaciones desde medios como la radio o la televisión hasta el podcast, las plataformas, y las redes sociales, concitan una demanda de contenidos en nuevos formatos y con alta flexibilidad.

Sobre la estructura del plan de estudios

El diseño curricular del programa educativo contempla las perspectivas de género e inclusión, así como las modalidades escolarizada, presencial, extraescolar, a distancia, remota o mixta de acuerdo con las condiciones y necesidades del trabajo y los recursos disponibles.

Plan de estudios

El plan de estudios se organiza en tres ejes curriculares y nueve Unidades de Enseñanza Aprendizaje (UEA) que se cursan en tres trimestres.

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.

Objetivos específicos

- 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.

Coordinación de la Especialización en Medios Públicos: Creatividad e Innovación

555814-6500 ext. 3507

mediospublicos@correo.uam.mx

https://mediospublicos.cua.uam.mx/

https://www.facebook.com/mediospublicos

https://x.com/emediospublicos

https://www.instagram.com/especializacionmediospublicos/