



Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad
ISSN: 2007-3607
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
México
suv.paakat@redudg.udg.mx

Año 5, número 9, septiembre 2015-febrero 2016

Profesionalización y capacitación de periodistas y comunicadores en un contexto de cambios tecnológicos

Rosalía Orozco Murillo¹

Sistema de universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara, México.

[Recibido: 12/06/2015. Aceptado para su publicación: 14/08/2015]

Resumen

En este artículo se describe de manera general cómo la Universidad de Guadalajara, a través del Sistema de Universidad Virtual, ha logrado consolidar un modelo educativo cuyo principal objetivo ha sido profesionalizar y capacitar a periodistas y comunicadores en un contexto de cambios tecnológicos. En la primera parte del texto se presenta un marco teórico general sobre la concepción de Internet como plataforma comunicativa y su influencia en la transformación del periodismo y el perfil profesional del comunicador. Luego se describen algunas características y estrategias del modelo educativo que se ha implementado en el Centro de Formación en Periodismo Digital (CFPD). Al final del documento se presenta un informe sobre los principales resultados que ese centro ha tenido en materia de capacitación y profesionalización de periodistas y comunicadores en temas relacionados con el uso y la implementación de aplicaciones y herramientas tecnológicas para el periodismo digital.

Palabras clave

Periodismo digital, Universidad Virtual, plataformas tecnológicas, profesionalización de periodistas, educación.

Professionalization and training of journalists in a context of technological changes

Abstract

This article describes how the University of Guadalajara, through the Virtual University System, has managed to consolidate an educational model whose main objective has been to professionalize and train journalists and communicators in a context of technological change. The first part talks about the Internet as a communication platform and its influence on the transformation of journalism and the

professional profile of the communicator. After that, it is described the educational model that has been implemented at the Center for Digital Journalism Training (CFPD). At the end of the document it is presented a report on the main results of the center in training journalists on issues related to the use and implementation of applications and technologies for digital journalism.

Key words

Digital journalism, Virtual University, technology platforms, professionalization of journalists, education.

Introducción

En un contexto en el que la evolución constante de las tecnologías de la información y la comunicación caracterizan los modos de producción y distribución de datos y conocimientos, es fundamental que las instituciones de educación superior respondan a las necesidades de formación y profesionalización que demandan los diferentes sectores de la sociedad.

En el caso particular de las ciencias de la comunicación, la Universidad de Guadalajara ha realizado una labor académica muy destacada a nivel nacional e internacional, pues desde hace 29 años impulsó la creación del Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), instancia donde se han formado recursos humanos altamente calificados para la investigación y la generación de conocimientos sobre fenómenos comunicacionales. Además, en el año 2008 fundó el Centro de Formación en Periodismo Digital (CFPD), una entidad académica que en menos de siete años ha logrado convertirse en uno de los programas de capacitación y profesionalización de periodistas y comunicadores más importantes de México y América Latina.

Capacitar y actualizar a periodistas y comunicadores tiene una trascendencia muy relevante a nivel social porque son estos profesionales quienes tienen la responsabilidad de mantener informados a los distintos sectores de la sociedad, de ahí la importancia que tiene que las instituciones educativas ofrezcan opciones para la actualización y profesionalización de los periodistas. Generalmente los cambios tecnológicos en el campo laboral de la comunicación avanzan más rápido que los proyectos educativos, por tal razón, la tarea de formar, capacitar y profesionalizar a los trabajadores de los medios suele ser compleja y a veces titánica, pues las universidades no siempre cuentan con los recursos humanos y económicos necesarios para llevar a cabo proyectos educativos innovadores que incluyan aprendizajes sobre el uso e implementación de herramientas tecnológicas en sus programas educativos.

En ese sentido, resulta trascendente el trabajo realizado durante los últimos años en la Universidad de Guadalajara, una institución que a través del Sistema de Universidad Virtual y CFPD, ha respondido a las necesidades de formación y capacitación de un mercado laboral cambiante que requiere actualizar las habilidades y capacidades de sus trabajadores en temas relacionados con el uso de las nuevas tecnologías y el desarrollo del periodismo digital.

El propósito principal de este texto es analizar la influencia que ha tenido Internet como plataforma comunicativa en la transformación del periodismo y el perfil profesional del comunicador, así como documentar e informar sobre la experiencia de la Universidad de Guadalajara a través del Centro de Formación en Periodismo Digital, en la capacitación y profesionalización de periodistas en un contexto de cambios tecnológicos.

A continuación se presenta un marco teórico general a partir del cual se concibe a Internet como una plataforma comunicativa que ha transformado los procesos productivos del periodismo. Después se habla sobre el modelo educativo del Sistema de Universidad Virtual y al final se presenta el informe general sobre los resultados de capacitación y profesionalización del Centro de Formación en Periodismo Digital.

Internet y los cambios tecnológicos en el periodismo

Vivimos en una era histórica de la humanidad en la que Internet se ha convertido en una de las plataformas tecnológicas más importantes para procesar y comunicar todo tipo de información y contenidos a las masas.

El teórico Manuel Castells (2012) define a Internet como un medio de comunicación masiva y asegura que a diferencia de otros medios de comunicación como la prensa escrita, la radio y la televisión, Internet es un medio que permite la interactividad y la multidireccionalidad en los procesos comunicativos.

La influencia global de Internet como plataforma comunicativa ha impulsado el desarrollo de nuevos sitios web con fines informativos o periodísticos; ha propiciado el abaratamiento de los costos para producir y difundir información a través de la red; ha traído la convergencia de distintos tipos de medios; y ha transformado el perfil profesional de los comunicadores.

Para poder competir y sobrevivir en el nuevo ecosistema info-comunicacional de Internet, los dueños de medios tradicionales como periódicos, revistas impresas, estaciones de radio y canales de televisión, así como los líderes de nuevos proyectos digitales en línea, han tenido que adaptarse o sucumbir ante los cambios tecnológicos que impone la nueva era de la comunicación en línea.

Uno de los fenómenos que han obligado a los medios de comunicación a redefinir su papel en el entorno actual es la convergencia, definida por Salaverría y García Avilés (2008), como un proceso de múltiples cambios tecnológicos que ha propiciado la integración de herramientas; la unificación de espacios e infraestructuras físicas; la hibridación de formatos periodísticos; y la multiplicación de tareas profesionales para los periodistas.

Salaverría y García Avilés no creen que Internet conlleve necesariamente el desarrollo de procesos de convergencia, sin embargo afirman que la ausencia de esa red sí imposibilita el surgimiento de nuevos medios en línea. Queda claro que sin Internet no hay periodismo en línea, pero qué particularidades tiene el modelo de comunicación periodística en la era de Internet, el teórico Mark Deuze lo explica de manera concisa y precisa en el siguiente párrafo:

El periodismo en línea puede diferenciarse funcionalmente de otros tipos de periodismo por el uso de su componente tecnológico como factor determinante en términos de definición (operativa). El periodista online debe decidir qué formatos de medios pueden explicar mejor qué historias (multimedialidad), debe dejar espacio para que el público tenga posibilidades de responder, interactuar o incluso adaptar determinadas historias (interactividad) y debe tener en cuenta formas de conectar la historia con otras historias, archivos, fuentes, etcétera a través de hipervínculos (hipertextualidad), (citado en Jarque y Almiron, 2008, pp. 232 y 233).

Uno de los retos más importantes que enfrentan los líderes de proyectos informativos en línea es actualizar el perfil profesional de sus periodistas, para que produzcan contenidos adecuados para Internet. Esta tarea se complica aún más debido a

que generalmente los avances tecnológicos en el campo laboral avanzan con mayor rapidez que las propuestas educativas que desarrollan las universidades. Sin embargo, desde hace varios años, algunas universidades y centros pedagógicos han comenzado a ofrecer formación y capacitación especializada en periodismo digital, tratando de responder a las necesidades del mercado laboral.

De acuerdo con el periodista James Breiner, en su estudio "Listado actualizado de maestrías y posgrados en periodismo digital", que realizó en el año 2012, a finales de ese año ya existían quince maestrías, másteres y magísteres sobre periodismo digital y multimedia. Catorce de esos programas se ofrecían en español en universidades de América Latina y de Estados Unidos; mientras que uno de ellos se ofertaba en portugués, en Brasil. En su texto, Breiner menciona también seis diplomados o especializaciones, así como dos centros de capacitación y actualización profesional que ofrecen cursos y talleres relacionados con la enseñanza en el uso de nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas para el periodismo. Además, destaca dos proyectos académicos de la Universidad de Guadalajara: la Maestría en Periodismo Digital y CFPD, ambos adscritos al Sistema de Universidad Virtual (SUV) de esa institución.

El posgrado abrió su primera convocatoria en el año 2012 y su principal objetivo es profesionalizar y actualizar la formación de los periodistas en el campo del periodismo digital. Durante su paso por el posgrado, los alumnos aprenden a planear, producir y gestionar productos informativos que se difundirán en línea, además deben desarrollar un proyecto para generar o intervenir un portal de periodismo digital. A la fecha el posgrado tiene dos generaciones de egresados, quienes han desarrollado más de 20 nuevos sitios de periodismo digital.

El Centro de Formación en Periodismo Digital fue fundado en el año 2008 y su objetivo primordial ha sido capacitar y profesionalizar a periodistas y comunicadores en temas relacionados con el uso de nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas para el desarrollo del periodismo digital. Por su innovadora y actualizada oferta educativa y porque no existe otro centro de capacitación similar en México, en siete años el CFPD se ha convertido en uno de los proyectos de formación y profesionalización más importantes del país y de América Latina.

Debido al trabajo destacado que se ha realizado en el CFPD y a la relevancia social de actualizar y profesionalizar a quienes tienen como función primordial informar a la sociedad, es pertinente describir de forma general algunos aspectos del modelo educativo del Sistema de Universidad Virtual, al cual está adscrito el CFPD .

Una modalidad educativa flexible y a distancia

En el Sistema de Universidad Virtual todos los programas educativos se diseñan con base en el modelo por competencias, el cual enfatiza la integración del saber (conocimientos), con el saber hacer (desarrollo de habilidades y capacidades), en situaciones o contextos reales de la práctica profesional. Prácticamente toda la oferta educativa del SUV y del CFPD es a distancia, aunque algunos cursos de educación continua pueden ofertarse en la modalidad presencial.

Los programas educativos en la modalidad a distancia o en línea suelen caracterizarse por la flexibilidad que ofrecen a los alumnos de los programas educativos y a los participantes de cursos de actualización, pues permiten realizar tareas y actividades de aprendizaje en horarios menos rígidos que los programas presenciales y sin la necesidad de

invertir tiempo y dinero en traslados al lugar de estudio. Por tal razón, la modalidad a distancia es idónea para atender a personas con necesidades de profesionalización que requieren estudiar sin abandonar el trabajo.

La oferta educativa del CFPD está conformada por 26 cursos de capacitación y actualización profesional, una licenciatura y un posgrado en periodismo digital. La función sustantiva del centro de periodismo es capacitar y actualizar a periodistas y comunicadores en el uso de nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas para gestionar y producir información periodística. En el caso del pregrado y la maestría, el objetivo primordial es profesionalizar y formar expertos en periodismo digital.

Algo muy importante es que en el caso del periodismo y la comunicación el ámbito laboral se convierte en la fuente principal de la formación, ya que a través de la práctica real en la que están inmersos los alumnos aplican lo aprendido durante los cursos, de esa manera el aprendizaje es mucho más significativo. En el caso de los cursos de capacitación o actualización resulta idóneo aprender en ambientes virtuales, pues éstos favorecen la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el uso de nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas asociadas a Internet.

Es de resaltar que en el caso de los programas de pregrado y posgrado en periodismo digital los alumnos gestionan el conocimiento a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación; y debido a que su formación está basada en la gestión e intervención de proyectos periodísticos en plataformas digitales, el modelo educativo incentiva el liderazgo y el trabajo colaborativo como partes esenciales de la formación.

La gestión académica y administrativa de los distintos proyectos educativos que se desarrollan y operan en el CFPD, se realiza con base en las estrategias generales del *Plan de Desarrollo del Sistema de Universidad Virtual*, el cual se actualizó en el año 2014. A continuación se mencionan algunas de esas estrategias:

- Utilizar las herramientas tecnológicas más innovadoras y mantener actualizadas las plataformas virtuales que se utilizan para operar los cursos y programas educativos.
- Propiciar la colaboración en los procesos de aprendizaje a través de los proyectos educativos presenciales y en línea.
- Incentivar el trabajo en red y la construcción colectiva del conocimiento.
- Diversificar y ampliar la participación académica de expertos asesores y de consultores internacionales.
- Buscar la cooperación y la vinculación con actores y organismos locales, nacionales e internacionales.
- Establecer vínculos con organizaciones e individuos de distintos sectores educativos.
- Evaluar de forma permanente los servicios y procesos educativos.
- Atender a comunidades vulnerables y garantizar su acceso a los servicios educativos del SUV.
- Ofrecer capacitación y formación de calidad y con alto nivel de especialización.

Con base en esas estrategias, en el CFPD se emprenden acciones concretas que permiten lograr los objetivos generales y específicos de cada proyecto educativo que se desarrolla para capacitar y profesionalizar a periodistas y comunicadores. Aquí es importante destacar que ningún proyecto podría llevarse a cabo sin el apoyo institucional y el respaldo de todo el personal del SUV y de la Universidad de Guadalajara (UDG), pues es gracias a la infraestructura física, académica, tecnológica y administrativa del sistema que podemos gestionar y procesar las distintas acciones que demanda cada proyecto.

A continuación se describen algunas acciones que se han implementado en el centro de periodismo para emprender proyectos educativos de educación continua para capacitar y actualizar a periodistas y comunicadores. En la mayoría de los casos se mencionan ejemplos concretos, con el fin de ilustrar qué resultados se lograron con cada acción:

Trabajo colaborativo con instancias de la Red Universitaria. Con el fin de capacitar a comunicadores que laboran en la Universidad de Guadalajara y a periodistas que trabajan en distintos medios de la Zona Metropolitana, se ha trabajado de forma coordinada con instancias académicas y administrativas de la administración central de la casa de estudios, tales como Cultura UDG y la Coordinación General de Comunicación Social, área con la que también se ha colaborado para la organización del Encuentro Internacional de Periodistas, que se lleva a cabo cada año en el marco de la Feria Internacional del Libro (FIL). Con el Centro Universitario de los Lagos y el Centro Universitario de los Altos se han organizado talleres presenciales y en línea dirigidos a periodistas que viven en el interior del estado de Jalisco.

Colaboración con instituciones internacionales. Desde el año 2010 se ha establecido una alianza estratégica con el Consulado General de Estados Unidos en Guadalajara y con la Embajada de ese país en México para organizar ocho ediciones del curso "Cobertura segura: guías para el ejercicio periodístico de alto riesgo". En cinco años se ha capacitado a 144 periodistas y blogueros de México y América Latina sólo en ese tema, algunos de ellos provenían de lugares como Tamaulipas, Ciudad Juárez y Veracruz, zonas geográficas donde varios comunicadores han sido amenazados y perseguidos por ejercer su labor.

Convenios y patrocinios con organizaciones globales. Desde el año 2009 se firmó un convenio de colaboración con el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) y la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas, ambas con sede en Washington. Además se ha colaborado con organizaciones mundiales públicas y privadas, tales como la UNESCO, AT&T y la Fundación Freedom House para patrocinar cursos de capacitación para periodistas de México y América Latina. En algunas ocasiones el patrocinio también consistió en la asesoría y el diseño de cursos especializados por parte de expertos que colaboran y trabajan en esas organizaciones. Algunos de los cursos patrocinados son: "Taller para entrenadores en seguridad digital y móvil" (ICFJ, 2014); "Herramientas digitales para el periodismo de interés público" (ICFJ y AT&T, 2013); "Seguridad digital y móvil para blogueros y periodistas" (Freedom House, 2013).

Alianzas con organismos locales y regionales. Para organizar el MediatónGDL, un maratón que convocó a periodistas y desarrolladores web con el fin de desarrollar una aplicación periodística para dispositivos móviles, en el año 2014 se generó una alianza con el Consulado General de Estados Unidos en Guadalajara, para que patrocinara el evento. Además se pidió la colaboración del Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías (CUCEI), para que fuera el lugar sede y coorganizador del maratón. Por último, se acordó trabajar de forma conjunta con periodistas y expertos en periodismo de datos, quienes ofrecieron asesoría y capacitación a los participantes del MediatónGDL.

Convenios con medios y organizaciones de periodistas. En el año 2012 se firmó un convenio con Grupo Milenio para capacitar durante ese año y el siguiente a 150 periodistas que trabajaban en distintos medios de la organización al interior país. También se han establecido acuerdos con organizaciones de periodistas de distintas partes de México, para ofrecer capacitación y actualización a sus miembros y agremiados, algunas de las organizaciones con las que se ha trabajado son: el Colegio de Periodistas y Comunicadores de Chiapas, Red de Periodistas de a Pie (DF), Consejo Estatal de Comunicadores de Jalisco y Red de Periodistas de Juárez.

Como puede verse, la vinculación que se lleva a cabo en el CFPD tiene distintos niveles de impacto, pues algunas veces se colabora con actores del ámbito local para organizar eventos internacionales, y en otras ocasiones se pide el apoyo de organizaciones internacionales y globales, para llevar a cabo actividades locales. Esta estrategia ha ayudado a establecer acuerdos de trabajo conjunto por proyecto y por curso.

Cabe destacar que algunas veces la cooperación entre los organismos nacionales e internacionales, así como entre los grupos e individuos antes citados se ha institucionalizado a través de la firma de convenios que pasan por las instancias legales de las partes involucradas, aunque en mayor proporción el trabajo colaborativo con otras organizaciones se ha concretado mediante acuerdos visados por los directores o representantes de las instancias participantes en los distintos proyectos y actividades académicas, esto ha permitido agilizar la puesta en marcha de los proyectos y responder de forma rápida a las necesidades de capacitación que plantean las organizaciones que así lo requieren.

Contratación de expertos con reconocimiento internacional. Desde que se fundó el CFPD ha sido una constante contratar a expertos locales que tienen reconocimiento nacional e internacional en el campo de la comunicación y el periodismo. También se ha buscado a profesionales extranjeros reconocidos por su trayectoria en los medios informativos de habla hispana. A todos ellos se les contrata para que diseñen y asesoren cursos y talleres especializados.

Los asesores extranjeros dirigen sus cursos desde los países donde viven, por ejemplo, Esther Vargas Camacho dirige el curso "Gestión de comunidades y redes sociales para periodistas" desde Perú; Sandra Crucianlli asesora el curso "Herramientas en línea para la investigación periodística" desde su natal Argentina; Jorge Luis Sierra ha dirigido y diseñado los cursos "Seguridad Digital para periodistas" y "Cobertura segura: guías para el ejercicio periodístico de alto riesgo" desde Estados Unidos; y por último, Ana María Miralles y Omar Villota, quienes viven en Colombia, también han dirigido cursos desde sus lugares de residencia.

Prácticamente todos los asesores del CFPD desempeñan funciones profesionales en sus áreas de especialización y colaboran con otras organizaciones educativas internacionales, lo que ha permitido conformar una red de expertos que se actualizan de forma permanente porque están inmersos en el campo laboral. A esta red sumamos la experiencia del grupo de investigadores y académicos con los que cuenta la Universidad de Guadalajara en el campo de la comunicación, quienes imparten cursos y asesoran tesis y proyectos de los estudiantes del posgrado; además participan en actividades académicas que organiza el CFPD y otras instancias de la red universitaria.

Evaluación permanente de los servicios y procesos educativos. Sin excepción, todos los cursos del CFPD, de la licenciatura y del posgrado en periodismo digital son evaluados por parte de los alumnos. Los aspectos que se evalúan son la pertinencia y actualidad de los contenidos del curso, la plataforma tecnológica y el desempeño del asesor. Los resultados de la evaluación que hacen los alumnos se envían al asesor, quien también envía sus comentarios una vez finalizado el curso. Toda la información recibida se sistematiza con el fin de tomar decisiones sobre la actualización o rediseño del curso y sobre la pertinencia de volver a contratar al asesor.

Diseño de cursos con base en necesidades profesionales. Los cursos que se ofertan en el CFPD responden básicamente a las necesidades que se detectan por medio de tres vías:

- 1) Las sugerencias que hacen los expertos locales e internacionales que trabajan en el campo profesional y que asesoran cursos en el CFPD , en la licenciatura y en la Maestría en Periodismo Digital;
- 2) Las propuestas que hacen los integrantes del Consejo Consultivo del CFPD, entre quienes figuran periodistas en activo y académicos;
- 3) La retroalimentación y los comentarios que recibimos por parte de los periodistas y comunicadores que toman alguno de los cursos y talleres en la modalidad en línea.

Aquí cabe destacar que para asegurar que los programas educativos de la licenciatura y la maestría en periodismo digital respondieran a las necesidades del mercado laboral se realizó un Estudio de Pertinencia y Factibilidad sobre las tendencias del periodismo en México, a través del cual se entrevistó a 50 directivos de medios y periodistas, con el fin de detectar las necesidades de profesionalización y formación en ese campo profesional. Además, en el diseño del plan de estudios de los dos programas educativos participaron periodistas y académicos expertos en el campo disciplinar.

Es pertinente mencionar que el diseño y rediseño de un curso en línea es supervisado por la Coordinación de Diseño Educativo del SUV, en el proceso participan tres figuras: el experto disciplinar, quien domina el campo, especialidad o materia particular sobre la cual trata el curso; el asesor pedagógico, quien conoce y cuida que en el diseño se aplique el modelo educativo del SUV; y el revisor, quien supervisa que haya congruencia y claridad en los contenidos, instrucciones y actividades del curso. Las dos primeras figuras trabajan de forma colaborativa durante todo el proceso de diseño, mismo que dura cerca de tres meses. Además, de manera indirecta, participa personal de la Coordinación de Recursos Informativos, donde se digitaliza y busca el material bibliográfico sugerido por el experto. Si se requiere también se producen recursos de aprendizaje para cada curso en la Coordinación de Desarrollo Tecnológico del SUV.

Actualización de sistemas y plataformas tecnológicas. Para el SUV mantener actualizados los sistemas, espacios y ambientes de aprendizaje virtuales es una estrategia prioritaria, por tal razón en el CFPD se cuenta con un webmaster, quien administra, gestiona y actualiza las siguientes plataformas y sitios web:

- Plataforma Moodle del posgrado
- Plataforma Moodle del CFPD
- Sitio web del CFPD www.centroperiodismodigital.org
- Cuentas de redes sociales del CFPD y el posgrado: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube; SoundCloud y SlideShare

El webmaster también es responsable de generar contenidos actuales para la página web, así como de darles el tratamiento específico para difundirlos en las cuentas de redes sociales, espacios donde se da seguimiento a las inquietudes de las comunidades virtuales que siguen cada una de las cuentas de redes. Gracias al trabajo que se ha realizado en este rubro, el número de seguidores y suscriptores en las redes se ha multiplicado en los últimos cuatro años, lo que ha permitido utilizar esas plataformas como espacios idóneos para la promoción y la difusión de las convocatorias de los cursos, y de las actividades y proyectos académicos que se llevan a cabo en el CFPD, el SUV y la UDG.

En la tabla 1 que aparece a continuación puede observarse de forma comparativa el crecimiento que ha tenido cada una de las cuentas de redes sociales del Centro de Formación en Periodismo Digital en un periodo de cuatro años².

Tabla 1. CFPD: Crecimiento en cuentas de redes sociales			
Abril de 2011			
Facebook CFPD.UDGVIRTUAL	795 amigos		346 me gusta
Twitter @CFPD_udg	2988 tweets	315 contactos	2782 seguidores
YouTube CFPD UDG	10 videos producidos	5937 reproducciones	54 suscriptores
Soundcloud CFPD UDG	14 audios producidos	46 reproducciones	30 descargas
SlideShare cfpdudg	11 contenidos producidos	6836 vistas	17 seguidores
31 de mayo de 2015			
Facebook CFPD.UDGVIRTUAL	1562 amigos		2606 me gusta
Twitter @CFPD_udg	12579 tweets	387 contactos	10189 seguidores
YouTube CFPD UDG	49 videos producidos	26558 reproducciones	177 suscriptores
Soundcloud CFPD UDG	16 audios producidos	1700 reproducciones	257 descargas
SlideShare cfpdudg	41 contenidos producidos	212297 vistas	286 seguidores
CFPD. Reporte histórico de redes sociales. Fecha de actualización: 31 de mayo de 2015			

Los datos de la tabla muestran que en todas las cuentas de redes sociales hubo un amplio crecimiento en el número de seguidores y suscriptores, lo que indica que cada vez son más grandes las comunidades de usuarios interesados en los contenidos que se difunden en la página web y que se socializan a través de las redes, muchos de los seguidores están también al pendiente de las convocatorias de cursos que se comparten en las redes del CFPD. Destaca de manera específica el alcance que se ha logrado en las cuentas de Twitter, donde ya se rebasó a los diez mil seguidores. También es trascendente el número de reproducciones que se reportan en el canal de YouTube, donde se comparten contenidos exclusivos y únicos sobre algún tema relacionado con el periodismo digital.

Proyectos educativos locales que impactan a nivel internacional

En este apartado se presenta la información general sobre el impacto nacional e internacional que tenido el Centro de Formación en Periodismo Digital en materia de capacitación y actualización profesional de periodistas y comunicadores en un contexto de cambios tecnológicos. Es importante mencionar que sólo se presentan datos sobre los cursos de educación continua que ofrece el CFPD y no se reporta ningún dato sobre la Maestría en Periodismo Digital o sobre la licenciatura.

Toda la información que aparece a continuación se ha trabajado de forma exclusiva para este artículo. Algunos datos han sido reportados de forma aislada en los informes anuales que el Rector del Sistema de Universidad Virtual, Mtro. Manuel Moreno Castañeda ha presentado ante el Consejo del suv.

De acuerdo con la Base de Datos General del CFPD, de septiembre del 2008 a mayo del 2015 se han ofertado 84 talleres y cursos, a través de los cuales se ha capacitado a 2008 personas, quienes, entre otras habilidades y competencias profesionales han aprendido a crear páginas web, producir contenidos con herramientas y recursos multimedia, a gestionar redes sociales con fines periodísticos y a aplicar criterios de seguridad en sus coberturas periodísticas y en el trabajo cotidiano que realizan. Los resultados históricos demuestran que existe una mayor participación de mujeres en los cursos.

En la tabla 2 que aparece a continuación, se describe el total de cursos y participantes que se ha tenido en total por año y por género.

Tabla 2. Total de cursos y participantes por año y por género				
Año	Cursos impartidos	Total de participantes	Mujeres	Hombres
2008	1	25	13	12
2009	5	121	66	55
2010	6	89	32	57
2011	9	184	90	94
2012	14	360	195	165
2013	18	512	229	283
2014	21	489	271	218
mayo 2015	10	228	123	105
Total	84	2008	1019	989
CFPD. Base de Datos General 2008-2015. Fecha de actualización 31 mayo de 2015				

El primer curso que se ofertó en el CFPD fue "El desafío y las oportunidades del periodismo digital", se impartió durante los meses de septiembre y octubre del año 2008 y fue asesorado por el periodista James Breiner, quien encabezó la fundación del centro de periodismo en la Universidad de Guadalajara. Un dato que ilustra con claridad la necesidad que existía desde ese entonces por parte de la comunidad de periodistas por aprender y conocer los temas del periodismo digital fue que en total se registraron 186 postulaciones para el curso, de ellos se aceptó a 53 personas y al final 25 de ellas participaron en la capacitación. En el año 2008 fue el único curso que se ofreció en el CFPD.

El año en que se ha capacitado a más personas es el 2013, con un total de 512. Aunque en el 2014 el CFPD ofertó 21 cursos, el mayor número hasta la fecha, se capacitó a 489 periodistas, menos que el año precedente. Por razones obvias, el año con menor número de participantes en los cursos es 2008.

En la tabla 2 puede observarse que a partir del año 2011 creció al doble el número de personas capacitadas, el dato es relevante porque en ese año se implementaron los siguientes cambios: se rediseñó la página web y se comenzó a dar un mayor impulso a la

gestión de las redes sociales, además se trabajó en el diseño de nuevos cursos con el fin de ampliar la oferta educativa, todo ello bajo la dirección de quien esto escribe.

Aunque este dato no se incluye en las tablas, es importante mencionar que la demanda de cada curso es variable, algunos tienen una demanda alta por lo que se ofertan varias veces en un mismo año, mientras que otros sólo se imparten una vez al año.

En la tabla 3 se describen los cursos ofertados y el total de participantes por curso. Puede observarse que el curso con mayor demanda desde el año 2009 ha sido "Cómo escribir para la web", el cual se ha impartido en trece ocasiones, por lo que se ha capacitado a un total de 367 periodistas y comunicadores de México y el extranjero en ese tema en particular. El segundo curso con más demanda hasta ahora es "Gestión de comunidades y redes sociales para periodistas", que se comenzó a ofertar en el año 2011 y desde entonces a la fecha se ha ofertado nueve veces, en total se ha capacitado a 237 comunicadores. El tercer programa con más cantidad de personas capacitadas ha sido el "Taller de seguridad digital para periodistas", con 220 participantes en total.

En el nombre de cada curso se enuncia de manera directa la temática que trata o aborda. La mayoría de los cursos tienen como objetivo primordial capacitar a los participantes en el uso de nuevas aplicaciones y herramientas tecnológicas, en la gestión de procesos en plataformas en línea, y en la implementación de nuevas habilidades para el desarrollo de contenidos que se difundirán en múltiples formatos y plataformas. En ese sentido, los talleres y cursos que oferta el CFPD tienen siempre un componente de innovación y actualización en el campo del periodismo y la comunicación digital. Ver la tabla 3, donde se incluyen los nombres de los 26 cursos y talleres que se han impartido en siete años.

Tabla 3. Cursos ofertados por año y total de participantes por curso										
Nombre del curso	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total cursos 2008-2015	Total participantes 2008-2015
Cómo escribir para la web	0	1	1	1	3	4	2	1	13	367
Gestión de comunidades y redes sociales para periodistas	0	0	0	1	2	2	4	0	9	237
Cobertura segura: guías para el ejercicio periodístico en situaciones de riesgo	0	0	3	1	2	2	0	0	8	144
Herramientas multimedia para el periodismo en línea I (presencial)	0	0	0	2	3	1	1	0	7	147
Taller de seguridad digital para periodistas	0	0	0	0	1	2	2	1	6	220
Nuevos modelos de financiamiento en el periodismo	0	0	1	1	1	1	1	0	5	82

Gestión de la comunicación en oficinas de prensa	0	0	0	0	0	1	2	2	5	103
Herramientas en línea para la investigación periodística	0	0	0	1	0	2	1	0	4	181
Herramientas digitales para el periodismo de servicio público	0	1	1	0	1	0	0	0	3	62
Periodismo y creatividad	0	0	0	0	0	1	1	1	3	63
Edición de video avanzado	0	0	0	0	0	1	1	1	3	38
Cobertura electoral de calidad	0	0	0	0	1	0	0	1	2	43
Creación y administración de sitios web	0	0	0	0	0	0	2	0	2	43
Periodismo Emprendedor: cómo fundar y crear su propio medio digital	0	1	0	0	0	0	0	0	1	28
Actualización en el uso de herramientas digitales	0	1	0	0	0	0	0	0	1	17
Herramientas digitales para la cobertura periodística del medio ambiente	0	1	0	0	0	0	0	0	1	16
El desafío y las oportunidades del periodismo digital	1	0	0	1	0	0	0	0	2	45
Herramientas digitales para periodistas de comunidades indígenas	0	0	0	1	0	0	0	0	1	14
Taller para entrenadores en seguridad digital y móvil	0	0	0	0	0	0	1	0	1	11
Herramientas digitales para el periodismo de interés público	0	0	0	0	0	1	0	0	1	28
Producción de noticias para radio	0	0	0	0	0	0	1	0	1	22
Periodismo de datos	0	0	0	0	0	0	1	0	1	22
Radio web y podcast en línea	0	0	0	0	0	0	1	0	1	15
Estrategias de comunicación pública en situaciones de crisis	0	0	0	0	0	0	0	1	1	23
Marketing de contenidos	0	0	0	0	0	0	0	1	1	22
Periodismo deportivo para plataformas digitales	0	0	0	0	0	0	0	1	1	15
	1	5	6	9	14	18	21	10	84	2008
CFPD. Base de datos general 2008-2015. Fecha de actualización 31 mayo de 2015										

En la tabla también puede observarse en qué año comenzó a ofertarse cada curso, el número de veces que se ha impartido y la cantidad total de personas capacitadas. Algunos cursos se han ofertado sólo en una o dos ocasiones porque su demanda obedece a situaciones coyunturales, es el caso del curso "Cobertura electoral de calidad", el cual se ha ofertado previo a periodos electorales en México. Hay otros cursos que se han impartido una vez a solicitud de alguna organización de medios. También hay casos en que se ha

cambiado el nombre al curso, por ejemplo: "Periodismo emprendedor: cómo fundar y crear su propio medio digital", fue actualizado en contenidos y se le denominó "Nuevos modelos de financiamiento en el periodismo".

Cabe mencionar que en promedio se acepta al 85 por ciento de quienes se postulan a un curso, sólo cuando la demanda sobrepasa la capacidad de cupo estimada, se acepta a menos participantes de ese porcentaje y se planea de forma inmediata la apertura de otra edición del curso para atender a los interesados. Generalmente el 50 por ciento de quienes son aceptados al curso completan sus trámites de pago para tomar la capacitación.

Aunque se acepta a la mayoría de los postulantes, existe un proceso de selección en el que se revisa que el aspirante sí realice actividades relacionadas con el periodismo y la comunicación, no se toma en cuenta su nivel o grado de estudios, su género, ni su lugar de residencia. En algunos cursos se acepta también a estudiantes de los últimos semestres de las carreras afines.

En promedio, cada curso se promueve durante dos meses, tiempo en el que está abierta la convocatoria para que los interesados puedan inscribirse a través del sitio web del CFPD (www.centroperiodismodigital.org). Todos los cursos se promocionan en las redes sociales de Twitter y Facebook. El cupo promedio de participantes por curso es de 23 personas.

Los datos sobre la procedencia de los participantes se comenzaron a sistematizar a partir del 2010. Antes de ese año no se cuenta con registros precisos sobre el lugar donde vivía cada una de las personas que fueron aceptadas en los cursos. La información sobre el lugar de procedencia se obtiene directamente de los datos que proporcionan los propios participantes al momento de inscribirse.

En la siguiente tabla, que presenta el total de participantes en México y el extranjero, se observa que a partir de 2010 y hasta mayo de 2015 fueron capacitadas 1862 personas, de ellas mil 572 (84.43 por ciento) reportaron vivir en México, mientras que 290 individuos (15.57 por ciento) dijeron radicar en el extranjero. En la misma gráfica se observa que el año 2012 ha sido el que ha registrado una mayor participación de extranjeros en los talleres y cursos que oferta el CFPD.

Tabla 4. Total de participantes en México y el extranjero			
Año	Participantes del extranjero	Participantes de México	Total
2010	17	72	89
2011	61	123	184
2012	68	292	360
2013	62	450	512
2014	52	437	489
2015	30	198	228
	290	1572	1862
CFPD. Base de datos general 2008-2015. 31 mayo de 2015			

De acuerdo con los registros que se cuentan en el CFPD, el país con mayor número de participantes en los cursos y talleres es Colombia, pues de enero 2010 al 31 de mayo de 2015 se han registrado en total 51 personas. Le siguen Costa Rica con 39 personas

capacitadas y Venezuela con 38. Existen tres países en los que históricamente sólo ha habido un participante: Alemania, China y Suiza. Todos los cursos se ofertan en español, por lo que se deduce que los alumnos de esos países pueden ser originarios de un país de habla hispana y que se encuentran radicando en el extranjero. Ver tabla 5.

Tabla 5. Número de participantes en el extranjero por año							
País	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (mayo)	Total de participantes
Alemania		1					1
Argentina	1		3	4	1	1	10
Bolivia	1		2	2	3		8
Brasil		1	2	2	1		6
Chile		2	1	3	3		9
China		1					1
Colombia	5	8	11	12	5	10	51
Costa rica	2	12	10	4	5	6	39
Ecuador		7	4	3	12	1	27
El Salvador		1	3	3			7
España		1		1	1		3
Estados Unidos	2	3	5	4	3		17
Guatemala		1	1	1	4	3	10
Honduras		2	1				3
Nicaragua				3		3	6
Panamá		1	5	2	1		9
Paraguay	1				2		3
Perú	2	9	8	7	6		32
Puerto Rico			2	1			3
Suiza			1				1
Uruguay	1		2		1	2	6
Venezuela	2	11	7	10	4	4	38
Total	17	61	68	62	52	30	290
CFPD. Base de datos general 2008-2015. Fecha de actualización 31 mayo de 2015							

Respecto a la participación de mexicanos, Jalisco es el estado con mayor número de personas que han tomado los cursos durante el periodo referido, con 470 participantes. Este resultado es hasta cierto punto natural y lógico, puesto que Guadalajara, capital de ese estado, es la ciudad donde se localizan las instalaciones del Sistema de Universidad Virtual y del CFPD. El Distrito Federal o la ciudad de México, es la segunda región con mayor participación en los talleres, con 370 personas capacitadas. En el tercer sitio se encuentra Tamaulipas, con 85 participantes.

Tabla 6. Número de participantes por estado y por año en México							
Estado	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (mayo)	Total participantes
Aguascalientes		1	6	1	6	1	15
Baja California	2	7	9	20	17	5	60
Campeche			1		1		2
Chiapas	3	2	21	7	7		40
Chihuahua	3	2	26	6	2	1	40
Coahuila	3	1	9	17	7		37
Colima			4	3	6	1	14
Distrito Federal	15	25	95	130	84	21	370
Durango			4	11	2		17
Guanajuato			5	9	6	2	22
Guerrero			1	2	3	24	30
Hidalgo		3	5	9	6	1	24
Jalisco	16	44	34	127	187	62	470
Michoacán	3	1		1	5	1	11
Morelos			3	3	7	3	16
Nayarit			4	1	10		15
Nuevo León	3		18	11	14	2	48
Oaxaca	1	3	2	7	3	9	25
Puebla	3	4	13	21	7	5	53
Querétaro			1	1		4	6
Quintana roo	1			2	2		5
San Luis Potosí	1		1	1			3
Sinaloa	6	2		6	3	1	18
Sonora	3	1	4	5	5	5	23
Tabasco		1		2	1	2	6
Tamaulipas	8	5	12	31	28	1	85
Tlaxcala		2	6	2	2		12
Veracruz			4	9	7	45	65
Yucatán		1		1	1	1	4
Zacatecas	1	18	4	4	8	1	36
Total	72	123	292	450	437	198	1572

CFPD. Base de datos general 2008-2015. Fecha de actualización 31 mayo de 2015

De acuerdo con la información sobre el lugar de procedencia de los participantes que han tomado cursos en México, prácticamente se ha logrado llegar a todo el territorio nacional, pues ha habido participación de personas que viven en 29 de los 31 estados del país, además del Distrito Federal. Ver-tabla 6.

Conclusiones

Es un hecho que en el siglo XXI los periodistas y comunicadores necesitan dominar las habilidades y herramientas que les permitan producir contenidos para plataformas en línea, por tal razón muchos periodistas con experiencia se han visto "obligados" a actualizar sus conocimientos en temas relacionados con el uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Aunque los avances tecnológicos en el campo laboral avanzan con mayor rapidez que las propuestas educativas que desarrollan las universidades, la Universidad de Guadalajara ha respondido de manera novedosa a las necesidades de actualización profesional del mercado laboral de los medios de comunicación informativos, al ofrecer un posgrado, una licenciatura y un centro de educación continua especializados en periodismo digital.

Desde el año 2008 y hasta el 31 de mayo del 2015, el Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido 84 cursos y talleres de actualización profesional, a través de los cuales se ha capacitado a 2008 periodistas y comunicadores de México y América Latina, principalmente.

Aunque los resultados son satisfactorios, el CFPD y el SUV tienen el enorme reto de mantener actualizada su oferta educativa, sobre todo por tratarse de programas especializados que buscan profesionalizar y actualizar las habilidades y conocimientos de los trabajadores de un campo laboral específico. En ese sentido, en el CFPD se ofrecen cada año al menos tres cursos nuevos. Para el 2016 ya se comenzaron a diseñar dos nuevos programas, uno sobre periodismo móvil y otro sobre periodismo cultural. Además se está preparando un diplomado especializado en gestión de la comunicación en oficinas de prensa.

Innovar en la oferta educativa permite actualizar los conocimientos de los periodistas en general, pero también es una forma de ofrecer opciones nuevas de capacitación a quienes ya se han formado en el centro de periodismo, pues saben que cada año tienen una nueva opción para aprender algo nuevo o actualizarse en algún tema especializado de la comunicación periodística.

Si bien el CFPD cuenta con una red sólida de expertos y académicos especializados en el campo de la comunicación digital, es un reto constante encontrar asesores que estén activos en el campo profesional, que estén actualizados y que estén dispuestos a participar en el asesoramiento de un nuevo curso en línea, por lo que siempre estamos abiertos a recibir y evaluar nuevos perfiles profesionales que deseen colaborar con la Universidad de Guadalajara.

Ante las transformaciones inherentes al mundo de la educación en línea y frente al acelerado surgimiento de nuevas opciones educativas en la modalidad a distancia, sin duda la meta más importante que tenemos quienes trabajamos y colaboramos en el Centro de Formación en Periodismo Digital y el Sistema de Universidad Virtual, es mantener y asegurar la calidad de los servicios educativos que ofrecemos, pues sólo de esa manera lograremos mantener al CFPD como uno de los centros educativos especializados en periodismo digital más reconocidos e innovadores del mundo de habla hispana.

Referencias

- Breiner, J. (2012). "Listado actualizado de maestrías y posgrados en periodismo digital". Disponible en línea, recuperado el 27 de junio de 2015 en el sitio web: <https://ijnet.org/es/blog/listado-actualizado-de-maestrias-y-posgrados-en-periodismo-digital>
- Castells. (2012). *Comunicación y Poder*. México: Siglo XXI Editores.
- Jarque-Muñoz y Almiron-Roig (2008). "Periodismo para Internet o periodismo, y punto". En *Palabra Clave. Revista de Comunicación*, vol. II, núm. 2. Diciembre de 2008. Colombia: Universidad de la Sabana. Disponible en línea en formato PDF. Recuperado el 17 de enero de 2015 en el sitio web: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1426/1562>
- Salaverría, R y García Avilés, J. A. (2008). "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo". *Revista Trípodos*, núm. 23. Barcelona. Disponible en línea en formato PDF. Recuperado el 10 de enero de 2015 en el sitio web: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>
- Universidad de Guadalajara. (2014). *Plan de Desarrollo del Sistema de Universidad Virtual. 2014-2030*. Disponible en línea en formato PDF. Recuperado el 9 de julio de 2015 en el sitio web: http://www.udgvirtual.udg.mx/sites/default/files/Plan_de_Desarrollo_UDGVirtual.pdf

¹ Rosalía Orozco Murillo. Fue periodista durante siete años en México. Es Maestra en Comunicación por la Universidad de Guadalajara. Coordina el Centro de Formación en Periodismo Digital y la Maestría en Periodismo Digital, en el Sistema de Universidad Virtual. Investiga temas relacionados con la relación medios-poder y las transformaciones del periodismo en contextos de cambios tecnológicos. Su publicación más reciente es "Convergencia periodística en México. Un estudio sobre nuevos contextos y actividades profesionales", en el libro *Retos y oportunidades del periodismo digital* (2014). Es miembro de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), capítulo Jalisco.

² Toda la información que aparece en esta tabla y en las subsecuentes ha sido trabajada de forma exclusiva para este artículo. Algunos datos fueron reportados de forma aislada en los informes anuales de 2012, 2013 y 2014 que ha presentado ante el Consejo del SUV, el Rector del Sistema de Universidad Virtual, Mtro. Manuel Moreno Castañeda.