

Competencias profesionales en la infocomunicación del siglo XXI

Professional competences in the infocommunication of the XXI century

Beatriz Rosales Vicente

Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
bekarosales87@gmail.com

Zenaida Costales Pérez

Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
costaleszenaida@gmail.com

Resumo

Con la convergencia como punto de partida para examinar el cambio de paradigma y su impacto en los entornos laborales, el artículo analiza los diálogos transdisciplinarios en las ciencias de la comunicación y la información, develando la necesidad de reestructurar las competencias que determinan un desempeño idóneo en los entornos laborales infocomunicativos del siglo XXI. En consecuencia, propone la construcción de un perfil profesional articulado a partir de competencias transversales que sostengan nuevas relaciones tipológicas, capaces de evidenciar una concepción sistémica del conocimiento y la transdisciplinariedad de los procesos que tienen lugar en los actuales contextos laborales.

Palavras-chave: convergencia, transdisciplinariedad, competencias transversales.

Abstract

With media convergence as a starting point for analyzing the paradigm change and its impact in the work environments, the article analyzes the transdisciplinary dialogue in the science of communication and information, to reveal the need to restructure the competencies which determine an ideal performance in the communicative work environments of the XXI century. Consequently, the article proposes the construction of a professional profile articulated as from transversal competences, capable of demonstrate a systemic conception of knowledge and transdisciplinary of the processes that take place in the current work contexts.

Keywords: convergence, transdisciplinarity, transversal competences.

1. Introducción

Durante los 90' e inicios del siglo XXI aparecen los primeros conglomerados y grupos mediáticos tal y como los conocemos hoy, con la cada vez mayor aproximación de los dispositivos de consumo y la fusión de servicios y entretenimiento, precisamente porque una de las características principales de tipo externo de la convergencia es precisamente cómo posibilita el nacimiento y fortalecimiento de multinacionales mediáticas que encuentran un mercado global.

Sin embargo, no es hasta la instauración de Internet como nueva plataforma mediática y la crisis de los medios tradicionales, que se puede hablar propiamente de la convergencia como tendencia predominante de los medios de prensa. Utilicemos de ejemplo el ciberperiodismo: En prensa escrita, radio o televisión, la actualización era diaria u otros períodos similares. Una información actualizada suponía la desaparición de la anterior, debido a la imposibilidad de archivar en un mismo soporte grandes volúmenes de información que contextualizaran el acontecimiento relatado. El ciberperiodismo sí ofrece esta posibilidad, tejiendo una línea continua de actualizaciones a partir del hipertexto en pequeñas células (nodos), unidas por enlaces que luego el usuario escoge en una ruta no siempre predeterminada por el emisor. Este ritmo continuo de actualizaciones y la posibilidad de archivar todas las informaciones en un único soporte dota al periodismo digital de una profundidad documental que puede ser consultada en cualquier momento (Caminos, 2007:323).

Tal ejemplo, desde el punto de vista de la empresa mediática, muestra los albores de una transformación que hoy está convirtiendo a las bases de datos en plataformas con un alto poder comunicativo, además de fuentes de información periodística a un nivel nunca antes visto, más allá de la consulta especializada; y a los medios de prensa a su vez en bases de datos, en dependencia de la actuación profesional y de los modelos de negocio o estrategias empresariales en cada caso, debido a las características actuales de remediación, hibridación y porosidad de las distintas plataformas infocomunicativas (Fagerjord, 2009), que refieren cómo distintos canales van reproduciendo o adquiriendo características que en períodos precedentes eran únicamente atribuibles a unos u otros.

Pareciera entonces que la convergencia mediática abarca sólo a lo digital, cuando por el contrario señala la aproximación y fusión coordinada de distintas plataformas (tradicionales, digitales, o diferentes en cuanto a formato y lenguajes); tampoco apunta a la desaparición de los medios tradicionales o a la total pérdida de su influencia comunicativa, sino a la conformación de grupos mediáticos integrados por prensa escrita, revistas, televisoras, estaciones de radio, periódicos impresos y su versión digital, foros interactivos, y una larga lista de plataformas, objetivos editoriales y combinaciones posibles; y aunque pareciera que la convergencia así explicada se refiere sólo al ámbito periodístico, su impacto ha trascendido más allá de las fronteras disciplinares para imbricar en una vorágine ascendente al campo más amplio de la información, que siempre compartió similitudes pero cuyas relaciones nunca antes fueron tan evidentes ni tan difusos los límites entre sí.

Así sucede porque los cambios tecnológicos implican transformaciones, en mayor o menor medida, en toda práctica social -más aún si su impacto provoca un cambio de paradigma social-, y ello no fue la excepción en una práctica que daba los primeros pasos hacia la convergencia, impactando en múltiples escenarios relacionados con las culturas de producción, las formas de organización, las rutinas de trabajo, los circuitos de distribución, las políticas de reglamentación y control, y las lógicas de consumo de los bienes y servicios informacionales (Becerra, 2003).

Las autoras quieren enfatizar por tanto en la noción de que la convergencia no es un proceso o práctica circunscrita y limitada a un ámbito profesional o a un campo de estudio, sino que es una tendencia que concreta las transformaciones de la sociedad de la información.

...tal como ocurre con el concepto mismo de Sociedad de la Información, es útil utilizar el concepto cinematográfico de montaje para analizar la convergencia, porque ésta deviene, en su triple faceta social, económica y política, como un montaje de sucesivas transformaciones, [...] existe ciertamente una superposición y una articulación entre viejos y nuevos usos info-comunicacionales que no están necesariamente definidos de modo intencional en la fase de concepción del producto o servicio (Becerra 2003: p.3).

2.Cambio de paradigma y desafíos profesionales.

La convergencia representa -y concreta en el entorno laboral infocomunicativo- un cambio de paradigma porque altera la relación entre las tecnologías, las industrias, y los públicos, e implica una transformación tanto en el modo de producción como en el acceso y consumo (Fernández, 2013: p.21). Ante ese panorama, es amplio y complejo el debate acerca de las competencias profesionales necesarias, pero no se han esclarecido cuáles son esas competencias -a pesar de sus evidencias en la práctica de los grupos de medios y en las estrategias comunicativas y modelos de negocios que se manifiestan a nivel global-, debido a la velocidad de los cambios y a los cada vez más cortos ciclos de vida de las soluciones profesionales ante los ritmos de actualización de los problemas asociados a la profesión.

El acuerdo común está en el cambio sobre los perfiles profesionales: “desaparecen perfiles, convergen otros y se crean nuevos roles, lo que se traduce en la actualización y evolución continúa de las competencias profesionales en función de las crecientes necesidades productivas” (Rodríguez y García, 2013: p.58), o dicho por Campos (2010), “la crisis que en los últimos años ha afectado a la economía en general, con sus efectos recesivos sobre las empresas de comunicación, provoca cambios importantes en las estructuras de propiedad, organizaciones productivas, colectivos y perfiles profesionales” (p.14).

De acuerdo con García (2013), el acceso multidispositivo desde cualquier lugar y en cualquier momento es una realidad y nos da la capacidad de generar, reproducir y etiquetar contenido y de distribuirlo globalmente con el acceso ubicuo y permanente a la red (p.53), lo cual tiene un impacto decisivo en la generación de nuevas formas de comunicar y contar historias, tales como el periodismo de datos, que se realiza mediante un conjunto cada vez más integrador de conocimientos y técnicas multidisciplinares, desde la intencionalidad periodística hasta el uso de aplicaciones y herramientas computacionales antes dominadas casi exclusivamente por la informática o el diseño gráfico.

“A las habilidades tradicionales para la investigación [periodística] se suma la necesidad de buscar y recuperar información en la web, así como en repositorios y bases de datos” (Rodríguez y García, 2013: p.60), a lo que añadiríamos además, la destreza necesaria para

organizar, gestionar y volver accesible –en tanto valor que agregamos a la empresa- toda la información resultante de la interactividad con las audiencias, de las rutas hipertextuales y de los productos finales elaborados por el medio a través de dos o más plataformas. Debido a que opera sobre un concepto de información, y se sirve de muchos tipos de información y archivos para su proceso productivo, la actividad mediática termina convirtiéndose en una base de datos construida por y para actores, difícilmente ya distinguibles entre sí fuera de su rol social legitimado, porque interactúan por primera vez sobre idénticos soportes tecnológicos y tienen acceso a grandes volúmenes de información disponible en la internet gracias al salto a la web de bases de datos físicas y de los procesos de gobernabilidad, institucionalidad, entre otros ejemplos. El escenario no es idílico, porque a pesar de las potencialidades demostradas a lo largo de muchas experiencias exitosas, el periodismo de datos por ejemplo, no ha logrado explotar sus fortalezas, sobre todo en América Latina.

Precisamente una de las crecientes necesidades productivas está ligada a la gestión de la información, que no es o no puede ser más ajena a la práctica comunicativa, sino que empieza a formar parte del proceso productivo de la empresa mediática y puede constituir en sí misma un exponente de valor para los grupos mediáticos; además de ser un aspecto vital dentro de la gestión empresarial en general.

Sobre la gestión de la información, uno de los retos más visibles está dado por la infoexplosión, un término que aparece desde la década de los 60' del siglo pasado, pero que conviene en esta centuria más que nunca debido al crecimiento exponencial y en aumento progresivo de la información no estructurada, descentralizada y elaborada por usuarios finales. El panorama de infoexplosión actual, así como la crisis estructural por el impacto de los cambios tecnológicos, culturales y sociales que se está produciendo en los sistemas de comunicación, obliga irremediabilmente a una reevaluación de los sistemas de gestión de la información, sobre todo si tenemos en cuenta que la comunicación es una actividad industrializada cuyas producciones son de naturaleza híbrida porque sus elementos constitutivos son la información, la opinión pública, el conocimiento, la cultura, la comunicación persuasiva, el entretenimiento, la relación, la interacción y la mediación social (Sonnac, 2009).

En ese sentido, coincidimos con García (2013) cuando afirma que “las organizaciones tienen nuevas necesidades ligadas a la información y a las condiciones económicas de negocio que

precisan una profunda reflexión sobre el rol que juega en las organizaciones y una transformación en las estrategias de gestión de la misma” (p.54), sobre todo en esa empresa singular que fue siempre la empresa de la comunicación, y que ahora se comporta como una empresa infocomunicativa.

2.1 Diálogos transdisciplinares.

“El diálogo –como conversación, expresión, comportamiento y negociación –puede ser concebido de múltiples maneras. Conlleva un lado epistémico y uno basado en la experiencia. Involucra simultáneamente teorías e identidades heterogéneas. Como quiera que involucra lenguajes científicos fragmentados, también requiere de una visión compartida” (Alhadeff-Jones, 2008, p.94). Teniendo en cuenta precisamente las experiencias emanadas de los contextos laborales y la descripción científica de tales experiencias, puede afirmarse que existen puntos de contacto entre la gestión de la información, la gestión empresarial y la convergencia mediática que van más allá de las asistencias recíprocas en una relación intersistémica y de la configuración de equipos multidisciplinarios, revelando en su lugar la necesidad de un conocimiento unificado, capaz de evidenciar mediante la ejecución de funciones laborales la propia complejidad del entorno en que se desarrollan. Es válido aclarar que las superposiciones de saberes y necesidades productivas bajo la tendencia convergente de la infocomunicación, no está dada sólo entre la gestión de la información, empresarial y la conformación de grupos mediáticos, sino que tales aspectos han sido abordados como ejemplos y no como únicos exponentes del diálogo de saberes que exigen los nuevos entornos laborales y sus requisitos de empleabilidad.

Esos puntos de contacto, sin embargo, quedan muchas veces invisibilizados, o fragmentados en exceso debido a límites disciplinares, y una muestra de ello puede apreciarse en el paralelismo o equivalencia existente entre las exigencias y/o retos que cada uno de estos campos identifica en el nuevo entorno de la infocomunicación (Tabla no. 1):

Tabla 1 – Puntos de contacto entre la convergencia mediática, la gestión empresarial y la gestión de la información.

Convergencia mediática	Gestión empresarial	Gestión de la información
Circulación de información al interior y a través de las plataformas de un grupo mediático (dimensión tecnológica)	Reingeniería innovadora de los ciclos de vida de la información en tanto materia prima y producto.	Garantizar los flujos oportunos de información hacia cada uno de los agentes involucrados.
Estructuras de dirección y sus funciones en un grupo mediático (dimensión empresarial)	Arquitectura empresarial	Gestión de la información para contribuir a la toma de decisiones.
	Determinación del modelo de negocios como síntesis de la lógica de negocio de una empresa específica	
Interactividad y participación de los usuarios como norma de consumo (dimensión comunicativa)	Identificación dinámica y competitiva de uno o varios segmentos de mercado, con énfasis en la personalización.	Iniciativas de Open Government como ejemplo de políticas inclusivas en la gestión de información.
Competencias profesionales idóneas para el desempeño de las funciones laborales en un grupo mediático (dimensión profesional)	Recursos humanos y su rol dentro del modelo de negocios	Competencias asociadas a extender la gestión de la información semi-estructurada y no estructurada.
	Gestión por competencias en las empresas.	

Fuente: Elaboración propia.

Estamos hablando de procesos equivalentes y/o derivados unos de otros que suceden simultáneamente en entornos laborales infocomunicativos con límites cada vez más difusos y superpuestos entre sí. En la dimensión comunicativa de la tabla anterior, por ejemplo, el paralelismo está dado en la común preocupación por el usuario, una figura que adquiere un rol clave como productor de información de todo tipo, y como potencial gestor de sus intereses infocomunicativos.

Por ello, en las prácticas empresariales el enfoque uni-disciplinar es poco o nada efectivo, de ahí que los especialistas dividan en áreas lo que en realidad se comporta como un todo en constante descomposición y recomposición con otros conjuntos de conocimientos.

Las denominaciones de periodistas, comunicadores o gestores de información, entre otros, ciertamente expresan una identidad profesional y funciones laborales específicas, pero las especificidades separadas según los propios límites disciplinares no dan respuesta a los requerimientos actuales, ritmo de cambios e hibridación de funciones que se evidencian muchas veces en la sobrecarga de perfiles profesionales y precarización del empleo, o en la pérdida de competitividad de las empresas. No se trata de un escenario privativo del siglo XXI, pero sí de un escenario agudizado ahora al extremo, aunque ya desde finales siglo XX. Morin (1992, citado por Motta) señalaba los peligros de la hiperespecialización cuando afirmaba que “por doquier es el reino de los expertos, es decir, de técnicos especialistas que tratan problemas recortados y que olvidan los grandes problemas, ya que los grandes problemas son transversales, son transnacionales, son múltiples, son multidimensionales, son transdisciplinarios” (p.5).

En atrevida síntesis, resaltan las competencias profesionales y las transformaciones del perfil como articulación imprescindible ante los requerimientos que emergen desde los entornos laborales infocomunicacionales del siglo XXI, así como su carácter complejo en torno a las ciencias y sus mutuas relaciones. Todo ello correspondiéndose con la visión que interpreta la necesidad del diálogo e intercambio científico como una consecuencia derivada de la propia evolución de la sociedad y el conocimiento, tal y como afirma Alhadeff-Jones (2008), cuando explica que “tales cambios sociales y profesionales afectan tanto a los científicos como a sus prácticas, por lo que es relevante preguntarse la forma en que los científicos aprenden a enfrentar su cambiante ambiente laboral y las nuevas demandas para la producción de conocimiento” (p.99), incidiendo por tanto en la práctica y en las investigaciones de los campos profesionales involucrados.

Para Nicolescu (2005), los aportes de la multidisciplinariedad también describen sus fronteras, pues consiste en la propiedad de incorporar a una práctica u objeto de investigación, perspectivas provenientes de varias disciplinas o ciencias, enriqueciendo y renovando la práctica u objeto de investigación de la disciplina desde la cual se origina, y operando únicamente en beneficio de ésta. Por su parte, la interdisciplinariedad tiene la capacidad de generar nuevas disciplinas, pues “tiene que ver con la transferencia de métodos de una disciplina a otra (...) como la multidisciplinariedad, interdisciplinariedad sobrepasa a las disciplinas pero su meta se mantiene dentro de los marcos de la investigación disciplinaria,

(Nicolescu, 2005: p.6), mientras que la transdisciplinariedad “tiene que ver con lo que está entre las disciplinas, a través de las diferentes disciplinas y mas allá de todas las disciplinas. Su meta es la comprensión del mundo actual, donde uno de sus imperativos es la unidad del conocimiento” (Nicolescu, 2005: p.7).

¿Pero por qué resulta más completa o necesaria la transdisciplinariedad, por encima de las formas anteriores? Y luego, si es así de completa o necesaria ¿por qué son más los debates y menos las experiencias transdisciplinares?

La primera interrogante tiene que ver con las condicionantes que rigen a los entornos laborales y requisitos de empleabilidad a nivel global: el reordenamiento socioeconómico internacional caracterizado por la desregularización de la economía, apertura y creación de nuevos mercados, liberalización de la producción, deslocalización, y migración de la fuerza de trabajoⁱ; transformaciones organizacionales y culturales relacionadas con la producción y el trabajoⁱⁱ; y las exigencias formativas en el perfil de trabajo del profesional, las cuales plantean nuevos requisitos de empleo y condicionantes para el trabajador, que debe reconvertir constantemente sus competencias en un aprendizaje continuo (Tejeda y Sánchez, 2012), a los cuales no es ajena ni escapa la infocomunicación.

A la segunda interrogante pudiéramos responder:

...nuestro aparato conceptual clásico [...] resulta corto, insuficiente e inadecuado para simbolizar o modelar realidades que se nos han ido imponiendo, sobre todo a lo largo del siglo XX, ya sea en el mundo subatómico de la física, como en el de las ciencias de la vida y en las ciencias humanas. Para representarlas adecuadamente necesitamos conceptos muy distintos a los actuales y mucho más interrelacionados (inter y transdisciplinares), capaces de darnos explicaciones globales y unificadas (Martínez, 2012: p.4).

El hecho de que la transdisciplinariedad que emerge de la realidad necesite de un pensamiento transdisciplinar que la represente y modele, parece un dilema que se muerde la cola a sí mismo, pero no es más que la expresión de una realidad compleja no unidimensional, que opera en distintas dimensiones a la vez.

Otro obstáculo es que “la problemática de la transdisciplinariedad (...) está implícita en los diseños curriculares y está directamente relacionada con la crisis y emergencia de nuevos paradigmas; con la complejización del mundo de las ideas y con la fragmentación de la vida social” (Motta 2012, p.3), lo cual nos lleva a un análisis orientado hacia la formación transdisciplinar del profesional competente, sobre todo teniendo en cuenta que los nuevos profesionales deben crear sobre la marcha saberes y técnicas, necesariamente híbridos de diversas y hasta de contrapuestas lógicas disciplinares.

3. El profesional competente.

El cambio de paradigma en la infocomunicación, así como en la sociedad en general, ha provocado una brecha entre los requisitos de empleo y la formación profesional, ejerciendo condicionantes imperiosas tanto para organizaciones empleadoras como para los centros de formación académica. El entorno laboral infocomunicativo es un ejemplo de esta situación, con el agravante de que, bajo la tendencia convergente de los entornos laborales, así como de las formas de interactuar con la información, no existen teorías generales que expliquen los nuevos fenómenos a los que se enfrenta el profesional.

Debido al carácter contextual de la competencia, la anterior descomposición en tareas ha evolucionado hacia la más integral noción de funciones (Mertens, 2000) y se torna obsoleto el concepto de resolución de problemas como expresión de desempeño idóneo de las competencias profesionales. Tampoco pueden implantarse sistemas de gestión de competencias en el ámbito organizacional de los medios, porque la tendencia convergente y su expresión concreta en los entornos laborales infocomunicativos transforman las competencias necesarias para su desarrollo antes de que estas lleguen a la normación o certificación científica.

Si a eso añadimos que los planes de estudio aún están articulados, fundamentalmente, a partir de sistemas de habilidades, o de competencias cuyas relaciones tipológicas no representan la complejidad de los procesos actuales, el panorama se torna aún más exigente.

Aunque lo usual en los planes de estudio es la utilización de dos tipologías de competencias – básicas o transversales y las específicas–, el contexto profesional obliga a la utilización de tres

tipologías: las básicas, las específicas y las transversales. Existe ya una diferenciación intencionada entre las competencias transversales y básicas, lo que no quiere decir que las transversales cesen de equipararse a las básicas, sino que las primeras adquieren nuevas significaciones dentro del diseño de programas académicos, lo cual demuestra una evolución de las transversales dentro de los estudios sobre competencias.

La relevancia que tienen actualmente las competencias transversales en la educación se originan a partir de la importancia que se ha dado a las habilidades genéricas de pensamiento, el auge creciente que ha tenido la metacognición y la reflexión generada sobre las capacidades útiles para toda la vida. Estas tendencias han originado un gran interés por establecer listados de competencias relevantes para el desarrollo cognitivo, social y académico de los estudiantes, competencias que sean transversales a las disciplinas y transferibles a distintos contextos y problemas de una profesión (Sánchez, 2013).

Son entonces las transversales una confluencia interdisciplinar que permite la reinversión de los aprendizajes a partir de capacidades genéricas –y ya se va apreciando una tendencia a ubicar lo genérico como parte de lo transversal– que desbordan los marcos disciplinares para insertarse en varias situaciones y entornos laborales, pues “al no estar ligadas a ninguna disciplina [...], pueden ser transferidas y su flexibilidad las convierte en instrumentos valiosos para llevar a cabo acciones positivas en situaciones temporales cambiantes, donde las competencias puramente relacionadas con las materias duran poco tiempo (Sánchez, 2013).

Ahora bien, los conceptos de transferibilidad, emanados de lo genérico o básico, no ofrece solución a la multidimensionalidad de los nuevos entornos infocomunicativos, ni garantiza un desempeño idóneo ante espacios regidos por un cambio de rol radical del profesional ante el fenómeno convergente de la infocomunicación y emergencia de nuevos actores. Cuando ni siquiera existe un consenso entre cómo denominar a ese entorno laboral, o cuáles son los procesos que lo integran, los conceptos de transversal y transferible son innovadores pero aún insuficientes.

Mediante la adecuación a ese contexto específico, las autoras sí se manifiestan de acuerdo con que las competencias transversales pueden ser la clave para enfrentar desde la formación los problemas de empleabilidad, caducidad del conocimiento y obsolescencia de las competencias, siempre y cuando partan de una concepción transdisciplinar y compleja.

En tanto confluencia interdisciplinar, las competencias transversales concretan la transferencia de metodologías, habilidades y herramientas desde unas disciplinas hacia otras, dentro de los marcos tradicionales, o pueden dar lugar a nuevas disciplinas, pero, como señala Morin (1992, citado por Motta, 2012) “la complejidad contenida en la diversidad, articulación, interdependencia y fugacidad de circunstancias y problemas de la sociedad mundial excede los prismas disciplinares” (p.5). Entonces, si justamente una dificultad a superar es la fragmentación disciplinar ante las exigencias productivas, y si una característica definitoria del entorno laboral infocomunicativo son las funciones laborales integradas, las transversales no pueden ser únicamente una confluencia interdisciplinar, so pena de alimentar delimitaciones insostenibles a corto y mediano. Precisamente, la empresa infocomunicativa del siglo XXI se concreta en entornos laborales superpuestos, donde tienen lugar funciones laborales integradoras de tareas que anteriormente correspondían a distintos puestos de trabajo en distintos entornos laborales. Tal y como en la comunicación convergente se dan fenómenos de hibridación, remediación y porosidad de los medios (Fagerjord, 2009), en un nivel más amplio esos mismos fenómenos están creando un único pero multidimensional entorno laboral.

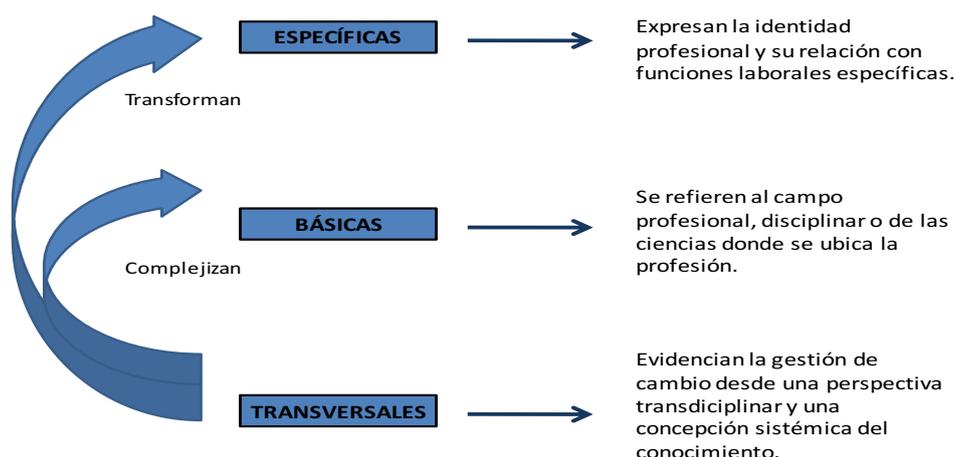
Por lo tanto, el entorno laboral infocomunicativo y sus nuevos requisitos de empleo e idoneidadⁱⁱⁱ precisan la identificación, normación y certificación de competencias básicas (comunes e indispensables a varios entornos laborales o campos profesionales); competencias específicas (relativas a un único rol profesional); y transversales (capaces de transferir las tipologías anteriores con carácter flexible e innovador para permitir el desempeño idóneo en la variedad, heterogeneidad y multidimensionalidad de los escenarios dentro del entorno laboral infocomunicativo). Estas transversales se relacionan con las tipologías de la siguiente manera: complementan y complejizan a las básicas, y transforman constantemente a las específicas mediante la innovación, gestión de cambio, flexibilidad y autonomía de los aprendizajes, procesos desencadenantes de un aprendizaje continuo como vía para gestionar el cambio en vez de simplemente adaptarnos a él.

Aunque la adaptación al cambio es requisito dentro de cualquier desempeño o aspecto de la vida en sociedad, la proyección evolutiva del actual entorno laboral infocomunicativo demuestra que no será suficiente. “Un proceso de formación limitado a enfrentar tareas actuales, lograría, en el mejor de los casos, un sistema de habilidades ya obsoleto al llegar a

su culminación” (Barreto, Ruiz y Blanco, 2008). Igualmente, el aprendizaje basado en problemas (ABP) no soluciona sino que aumenta la posibilidad de caducidad del conocimiento. En el caso específico de la comunicación, además, habría que replantearse cuáles son esos problemas de la profesión, y tener en cuenta que varían constantemente debido a su inmersión en el cambio de paradigma social que ha significado la sociedad de la información y/o el conocimiento. La movilización de recursos con los que un profesional logra un desempeño idóneo debe ir encaminada entonces no sólo a resolver un problema, sino a saber gestionarlo y anticipar el cambio, con lo cual se erige la gestión de cambio como requisito para un desempeño idóneo y se puede efectivamente lograr que las competencias se conviertan en ventajas competitivas.

Por eso es imprescindible formar y gestionar competencias transversales desde una perspectiva transdisciplinar, que expresen las identidades profesionales dentro de las ciencias y prácticas de la comunicación y la información, al tiempo que manifiesten una concepción sistémica del conocimiento a partir de su relación con las competencias genéricas, o básicas, y específicas, como se muestra en Gráfico No.1:

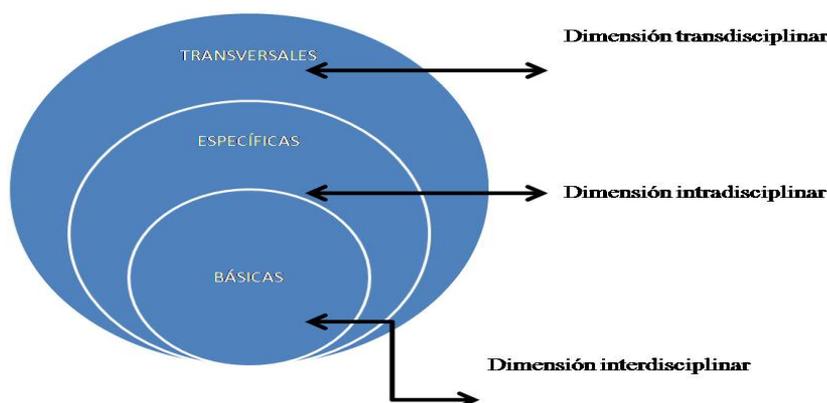
Gráfico No.1 – Relaciones tipológicas de las competencias.



Fuente: (Tomado de Rosales 2013: p.5).

Las competencias transversales serían entonces aquellas que faciliten la transversalización de los aprendizajes y expresen la capacidad de transferibilidad de lo básico y lo específico –o de algunos componentes de esas tipologías– relativos a una profesión, hacia distintos escenarios mediante el diálogo intra, inter y transdisciplinar, lo cual puede expresarse en el Gráfico No.2:

Gráfico No.2 – Dimensiones por tipología de competencias.



Fuente: (Tomado de Rosales 2013: p.9).

4. Conclusiones: apuntes para un diseño curricular

Desde la información y la comunicación emerge un nuevo entorno laboral, de carácter multidimensional, donde convergen roles y se transforman los perfiles profesionales, propiciando el desempeño en funciones laborales que desbordan los límites disciplinares debido al cambio de paradigma en las ciencias de la infocomunicación y en la sociedad en general.

Dado que los cambios son más rápidos que los ritmos de actualización de la formación profesional, urge articular un sistema de competencias cuyas relaciones tipológicas den respuesta a las actuales y prospectivas exigencias productivas del entorno laboral infocomunicativo, al tiempo que permitan la reinversión de los aprendizajes y la formación continua durante toda la vida profesional.

Las competencias profesionales son conceptos en permanente construcción, según la propia evolución de los entornos en que deben concretarse a partir del desempeño. En el caso de las

transversales, la transformación analizada se logra mediante la incorporación de la gestión de cambio y la adaptación del concepto de transferibilidad, donde emerge una nueva definición operacional capaz de diferenciar entre básicas y transversales, y que dota a ambas de una resignificación ante cuestiones de empleabilidad y formación académica.

Es entonces necesario identificar aquellas competencias básicas, específicas y transversales, capaces éstas últimas de transformar las tipologías anteriores con carácter flexible e innovador para permitir el desempeño idóneo en la variedad, heterogeneidad y multidimensionalidad de los escenarios dentro del entorno laboral infocomunicativo. Estas transversales complementan y complejizan a las básicas, y transforman constantemente a las específicas mediante la innovación, gestión de cambio, flexibilidad y autonomía de los aprendizajes, al tiempo que manifiestan una concepción sistémica del conocimiento.

A partir de una perspectiva intra, inter y transdisciplinar de las competencias que componen el perfil profesional, podría articularse la formación profesional con la gestión por competencias en los entornos laborales infocomunicativos en pos de un aprendizaje continuo, y el vínculo resultante incorporaría dinámicamente los requisitos de empleabilidad a la formación, y viceversa. En ambas instancias, las competencias transversales y sus relaciones tipológicas –expresadas en los gráficos 1 y 2- concretarían la transferibilidad intradisciplinar (favorecen el desempeño idóneo en distintos escenarios de una profesión o entorno laboral concreto, como por ejemplo, en la heterogeneidad multiplataforma y multidimensional de los grupos mediáticos, a tenor con las exigencias productivas, pues el profesional debe ser capaz de desempeñarse con éxito tanto en un grupo mediático como en otro a pesar de que los medios que conforman a cada uno no tiene por qué ser necesariamente iguales); la interdisciplinariedad entre los distintos campos profesionales de la información y la comunicación (respondiendo a un reto fundamental como son las funciones integradas y la remediación laboral de la infocomunicación bajo el actual cambio de paradigma); y la perspectiva transdisciplinar (dado que los cambios atraviesan los límites formales, y no es más una opción sino un diálogo imprescindible el que se establece, por mencionar los más evidentes, con las matemáticas^{iv}, el diseño gráfico, arquitecturas de información, maquetación web, publicidad mediante narrativas transmedia, entre otras a las que la infocomunicación también tiene mucho que aportar).

Con tales competencias, el diseño curricular de las carreras de la comunicación y la información pueden tener una estructura de módulos y créditos que permitan al estudiante reflexionar sobre su propio aprendizaje y determinar sus rutas personalógicas de aprendizaje, a tenor con las exigencias productivas de los entornos laborales. Asimismo, las carreras de Periodismo, Comunicación Social y Ciencias de la Información pueden compartir un currículo optativo que haga énfasis en la formación de las competencias transversales, y que incorpore de forma dinámica –o colabore con- otros conjuntos de conocimientos provenientes de diversas ciencias, mediante una gradación que dependa del desarrollo de las prácticas laborales e investigativas.

El currículo optativo permitiría dar respuesta a las expectativas de desarrollo profesional a nivel individual, y se conforma a partir de la elección de los estudiantes sobre una oferta de asignaturas que propone cada centro de estudios, instancia sobre la cual recae entonces la responsabilidad de hacer cada vez más diversa y funcional la conformación de este currículo. Sobre todo, ofrece la posibilidad de superar la parcelación de conocimiento que supone la centralización en las habilidades específicas.

Un diseño curricular articulado con competencias básicas y específicas que respondan a la identidad profesional y profundidad disciplinar de las ciencias de la comunicación y la información, combinadas con un nuevo concepto de transversales, puede concretarse en mayor medida mediante la enseñanza por proyectos, donde sean estos ejercicios de carácter complejo -estructurados a partir de los aprendizajes vivencial, reflexivo y colaborativo- que proponen una actuación profesional en pluralidad de escenarios a través de funciones profesionales que permitan gestionar los cambios; parten entonces estos proyectos de los problemas asociados a la profesión, pero no están encaminados a resolverlos, sino a situar al estudiante en un ambiente socio-profesional donde tal problema ha sido superado, exigiéndole un desempeño flexible y la movilización global de recursos para propiciar -más que responder- a las transformaciones infocomunicativas.

Referencias

- ALHADEFF-JONES, M. (2008). Promoting scientific dialogue as a lifelong learning process. En: Darbellay, F., Cockell, M., Billote, J. y Waldvogel, F. (Eds.) (2008). A vision of transdisciplinarity (pp. 94-102). Florida: EPFL Press.
- ARSENAULT, A. y Castells, M. (2008) Las estructuras y dinámicas de las redes globales de negocios multimedia. Revista Internacional de Comunicación, No. 2, pp. 707-748.
- BARRETO A. G.; Ruiz S. J. y Blanco S. R. (2008). Necesidad y utilidad de la categoría competencia en Ciencias Pedagógicas. Revista Iberoamericana de Educación, 45, 1. Recuperado de: <http://www.rieoei.org/deloslectores/2064Barreto.pdf>
- BECERRA, M. (2003) De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer08-05-becerra.pdf>
- CABRERA G. M. (2009). La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital. Revista Ícono 14, No. 15, pp. 164-177. Recuperado de: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/287/164>
- CAMINOS M. J.; Marín M. F. y Armentia V. J. (2007). Elementos definitorios del periodismo digital. Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 13, pp. 317-336. Recuperado desde: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110317A/12129>
- CAMPOS Freire, F. (2010) Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas. Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, No.16, pp. 16-30.
- FAGERJORD, A. (2009). After Convergence: YouTube and Remix Culture. Preprint version of International Handbook of Internet Research. Recuperado de: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/27250/FagerjordAfterConvergencePreprint.pdf?sequence=1>
- FERNÁNDEZ, P. (2013). Las industrias culturales en clave de audiencias. Revista Derecho a Comunicar, No.8, pp. 14-28. Recuperado desde: http://derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num8/04_dac_8.pdf
- GARCÍA A. J., Salaverría A. R. y Masip M. P. (2008). Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. Ponencia presentada en Congreso Internacional Fundacional AE-IC 30 de enero al 1ro de febrero, Santiago de Compostela, España. Recuperado de: <http://www.aeic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/134.pdf>
- GARCÍA Cantero, J. (2013). Infoexplosión. Nuevas estrategias de gestión de la información. Revista Telos 95, Cuadernos de Comunicación e Innovación, junio-septiembre, pp.51-56. Recuperado de: https://telos.fundaciontelefonica.com/docs/2013/11/11/11400001_4_4_0.pdf

- MARTÍNEZ Miguélez, M. (2012). Conceptualización de la transdisciplinariedad. *Revista Polis*, 16. Recuperado de <http://polis.revues.org/4623>; DOI: 10.4000/polis.4623.
- MERTENS, L. (2000). *La gestión por competencia laboral en la empresa y la formación profesional*. Madrid: OIT.
- MOTTA, R. (2012). Complejidad, educación y transdisciplinariedad. *Revista Polis*, 3. Recuperado de <http://polis.revues.org/7701>, DOI: 10.4000/polis.7701
- NICOLESCU, B. (2005) Towards transdisciplinary education. *Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 1, 1, pp 5-16.
- OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2007). *Informe sobre formación profesional. Glosario de términos escogidos*. Ginebra: OIT
- RODRÍGUEZ, A. y García, L. (2013). Cartografiando el periodismo de datos. Big Data y periodismo en el continente americano. Cinco casos de estudio. *Revista Telos*, 95, Cuadernos de Comunicación e Innovación, junio-septiembre, pp. 57-66. Recuperado de: https://telos.fundaciontelefonica.com/docs/2013/11/11/1140001_4_4_0.pdf
- ROSALES, B. (2013). Nuevos retos de los perfiles y competencias profesionales en la carrera de Periodismo. Ponencia en Memorias del Primer Encuentro de Ciencias Sociales Aplicadas, Universidad de Holguín.
- SÁNCHEZ G. A. (2013). Competencias transversales: una mirada actual. *Colearn Journal*. Recuperado de <http://www.open.edu/openlearnworks/mod/page/view.php?id=35771>
- SONNAC, N. (2009). *L'économie de la presse: vers un nouveau modèle d'affaires*. Les Cahiers du Journalisme. Recuperado de: http://www.surlejournisme.com/wp-content/uploads/2009/01/eco_journalisme_texte_sonnac.pdf
- TEJEDA, R. y Sánchez del Toro, P. (2012). *Formación basada en competencias profesionales en contextos universitarios*. Manta, Ecuador: Editorial Mar Abierto.

ⁱ “La internalización de la economía se traduce en presiones hacia la competitividad que generan profundas reestructuraciones sectoriales y constantes movimientos de surgimiento y declinación entre sectores y actividades económicas” (Tejeda y Sánchez 2012: p.15).

ⁱⁱ “La sociedad del conocimiento, a diferencia de la sociedad industrial en la cual la creación de la riqueza descansa en el capital y el trabajo, crea el valor por la aplicación del conocimiento al trabajo, expresado en términos de producción e innovación” (Tejeda y Sánchez 2012: p.16).

ⁱⁱⁱ Idoneidad: calificador del desempeño del sujeto competente, al expresar el nivel esperado de éste en correspondencia con los requerimientos y normas establecidas por el contexto socio-profesional.

^{iv} La convergencia no es un concepto nuevo: ya había sido objeto de análisis teóricos en ámbitos tan dispares como la Teología y las Matemáticas (Gordon 2003, citado por García, Salaverría y Masip 2008:p.2), y de ahí los sociólogos del siglo XX empiezan a aplicarla a los fenómenos sociales, sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial.