

Identificación de competencias profesionales en la carrera de Periodismo *Identification of the professional competences in the career of Journalism*

Beatriz Rosales Vicente

Raúl Garcés Corra

Universidad de La Habana (UH), Cuba

Eva Jiset Rosales Vicente

Universidad de Holguín (UHO), Cuba

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo presentar el perfil de competencias identificado de acuerdo a los requisitos de desempeño actuales y prospectivas en el entorno laboral del Periodismo. La investigación se realizó, fundamentalmente, a través de métodos como el estudio comparado de regularidades, rasgos evolutivos y tendencias de desarrollo, el mapa de procesos y el análisis de procesos, útiles para el diagnóstico y valoración de las funciones de trabajo del entorno laboral periodístico, como punto de partida esencial para la formación de profesionales capaces de demostrar su idoneidad en el desempeño. Asimismo, la identificación de las competencias se realizó a través del análisis funcional, el cual permite analizar de manera deductiva y flexible un ámbito laboral, mediante la determinación de un propósito principal y el sucesivo desglose de funciones, con la participación de expertos. El perfil de competencias resultante estructura de manera sinérgica las competencias básicas, específicas y transversales necesarias para un desempeño profesional idóneo del periodista en los diversos contextos de su entorno laboral, con mayores posibilidades de enfrentar el elevado ritmo de caducidad del conocimiento y obsolescencia de las competencias que afectan al ámbito infocomunicativo

Palabras clave: perfil profesional; competencias; análisis funcional.

Abstract

The objective of this article is to present the competency profile identified according to the current and prospective performance requirements in the work environment of journalism. The research was carried out, fundamentally, through methods such as the comparative study of regularities, evolutionary features and development trends, the process map and the analysis of processes, useful for the diagnosis and assessment of the work functions of the journalistic work environment, as an essential starting point for the training of professionals capable of demonstrating their suitability in the work performance. Likewise, the identification of the competences was made through the functional analysis, which allows to analyze in a deductive and flexible way a work environment, through the determination of a main purpose and the subsequent breakdown of functions, with the participation of experts. The resulting competency profile structures in a synergistic way the basic, specific and transversal competences necessary for an ideal professional performance of the journalist in the different contexts of his work environment, with greater possibilities of facing the high rate of expiration of knowledge and obsolescence of the competences that affect the infocommunicative field.

Keywords: *competency profile; functional analysis.*

1. INTRODUCCIÓN

Crisis y cambio de los paradigmas son insoslayables en el análisis de los modos de producción y la evolución de la sociedad humana. Para Castells (1997), vivimos desde el último cuarto del siglo XX en una sociedad informacional, global y conectada en redes, propiciada por la revolución de las tecnologías informacionales –a partir de las cuales se origina el nuevo paradigma tecnológico-, cuya esencia es la aplicación del conocimiento y la información en un *continuum* dado entre la innovación y sus usos (pp. 42-58). En ese escenario, el trabajo y sus estructuras ocupacionales y perfiles profesionales han sufrido cambios significativos y nuevas expresiones con respecto a la Sociedad Industrial y postindustrial, evidenciándose en nuevas relaciones entre demanda laboral, competitividad y productividad, donde la generación de conocimiento es esencial para el funcionamiento de las organizaciones (Castells, 1997; López, 2014).

24

La revolución tecnológica, su relación e interdependencia con la economía y el tipo de sociedad, las transformaciones del mundo laboral, y la interdependencia sistémica y global de los procesos socio-económicos, constituye -o es analizado por- una Teoría del Informacionalismo de nivel general, donde la teoría normativa de la convergencia mediática se referiría a la expresión de ese informacionalismo en un campo o área específico, en este caso, la infocomunicación y el Periodismo.

Por ello, la presente investigación asume a la convergencia mediática en diálogo con fenómenos convergentes de tipo tecnológico, económico, social, cultural y global, del mundo de los negocios, entre otros ámbitos, que se evidencian desde una perspectiva macro de la comunicación en procesos de remediación, y específicamente como una integración sistémica de procesos de carácter gradual y dinámico que atraviesan y determinan las dimensiones empresarial, profesional, comunicativa y de consumo en el ecosistema mediático, propiciando la diversificación de ambientes mediáticos, la reconfiguración de funciones socio-profesionales, el desarrollo de modelos comunicativos multidireccionales y el rol proactivo de las audiencias prosumidoras.

Esta definición operacional, ubicada dentro de las tipologías de definiciones profesionales, resalta el rol decisivo de los procesos de remediación¹, que tienen que ver no sólo con la capacidad de hibridación y adaptación entre nuevos y viejos

¹ Podríamos referirnos entonces a diversos tipos de remediación: la remediación profesional, remediación tecnológica, remediación mediática y extramediática, la remediación discursiva o comunicativa, y la remediación socio-cultural, cuyos subprocesos pueden ocurrir o no de manera asincrónica, y siempre en dependencia del contexto u objeto de investigación.

medios, sino con la capacidad integradora de funciones de los dispositivos/pantallas, y con la remediación que ocurre como tendencia predominante entre los tradicionalmente designados como emisores y receptores, ahora impelidos a una interacción donde se entremezclan sus roles y funciones socio-profesionales. Es el caso de los prosumidores, es decir, aquellos capaces de producir sus propios contenidos y/o personalizar sus consumos a través de la difusión, interpretación y creación de contenidos asociados (Lastra, 2016), como distintas gradaciones de su interacción con las propuestas de los medios de comunicación e industrias culturales.

También ocurre una remediación de los campos profesionales –no quiere decir que haya una pérdida, sino una reconfiguración de las identidades profesionales–, que podemos ejemplificar con la imbricación entre medios de prensa y bases de datos, mayores y más complejas exigencias para la gestión empresarial de organizaciones comunicativas, o con la aparente dicotomía de términos que describen nuevas funciones, roles o contextos de desempeño como son el marketing periodístico, y la gamificación de contenidos de no ficción expresada, por ejemplo, en los *docugames* y otros géneros periodísticos transmedia (Paíno y Rodríguez, 2016).

La definición no circunscribe el fenómeno convergente a los grupos mediáticos como empresa periodística, sino entendiéndolos como uno de los ambientes mediáticos o contextos laborales de la convergencia, junto a nuevos tipos de empresas periodísticas: medios de prensa de distribución sólo virtual (*pure players*), especializados en un único canal distributivo o nicho de mercado, o los medios dedicados a la *mComunicación* o comunicación móvil (Drulã, 2015).

En ese contexto convergente de la infocomunicación, es complejo el debate acerca del desempeño profesional idóneo, debido a los cada vez más cortos ciclos de vida de las soluciones profesionales y de actualización de los problemas asociados a la profesión.

“La investigación, la elaboración y la difusión de las noticias son las etapas que debe completar todo periodista en su ejercicio profesional habitual. Pero la interactividad del periodismo actual ha permitido romper con las fórmulas informativas tradicionales; han motivado un cambio en las rutinas productivas; han hecho imprescindible una redefinición del puesto de trabajo del periodista y su competencia, conocimientos, actitudes y aptitudes, y han exigido de la organización empresarial comunicativa una adaptación rápida a las nuevas circunstancias. Estos cambios que vive la empresa de comunicación hacen que la demanda laboral sea distinta”. (Pérez y Rodríguez, 2015, p.121)

Diversos acercamientos al tema han develado el cambio en los perfiles profesionales y en las funciones de trabajo en los grupos mediáticos, pero divergen en cuanto a la identificación y/o denominación de las competencias necesarias para desarrollar tales perfiles profesionales; tales estudios refieren rasgos y niveles de la convergencia mediática, que varían según el contexto, el tipo de investigación y los objetivos investigativos, pero que apuntan todos a las competencias profesionales como factor determinante dentro de la convergencia como entorno laboral (Salaverría, 2003; Scolari, Micó, Navarro y Pardo, 2008; Scolari, 2011; Rocha y Narberhaus, 2012; Barrios y Zambrano, 2015).

Sin embargo, en el campo profesional del Periodismo no se han realizado estudios que asuman una concepción compleja de las competencias profesionales como subconjunto teórico-metodológico, ni se han aplicado los métodos de identificación, normación, certificación y evaluación de competencias profesionales en contextos laborales o formativos del Periodismo.

Esta problemática dificulta la implementación de sistemas más avanzados de gestión empresarial de los medios de prensa, y el diseño de planes de estudio en la formación inicial, capaces de afrontar con mayor efectividad la caducidad del conocimiento, y no permite tampoco enfrentarse a la situación existente de sobrecarga de funciones en los medios de prensa, con la consiguiente precarización del empleo.

26

Es, por tanto, no sólo pertinente sino imprescindible estudiar a la convergencia mediática en tanto entorno laboral, estratificando u ordenando sus contextos, procesos y dimensiones, para resolver los retos de aprovechamiento de la fuerza de trabajo y/o sobrecarga de los perfiles profesionales, en pos de un profesional competente en los grupos mediáticos y en los cada vez más variados espacios de actuación profesional.

2. METODOLOGÍA

La investigación se realizó mediante un diseño no experimental de tipo transeccional correlacional, con una articulación cualitativa flexible, dadas las condiciones dinámicas y de constante transformación del objeto y campo de estudio. Dentro de la perspectiva metodológica de la Teoría Fundamentada, se recurrió a la tipología de diseño emergente con codificación abierta, el cual permite establecer categorías y explicar las relaciones entre ellas para generar teorías de nivel sustantivo a partir de las siguientes premisas de investigación:

- La convergencia mediática provoca cambios disruptivos de roles y perfiles profesionales. En tanto configuración de nuevas relaciones laborales, la convergencia mediática puede caracterizarse a partir de procesos y subprocesos que faciliten la descripción analítica del entorno laboral.
- Ante la convergencia mediática como entorno laboral del periodista, las competencias y su manifestación en el desempeño alcanzan el carácter de idoneidad demostrada si son capaces de promover la gestión de cambio, en correspondencia con un entorno en constante evolución que establece nuevas condicionantes para la empleabilidad del profesional competente.

De acuerdo a los objetivos del presente estudio, se recurrió a una muestra teórica para unificar los términos y descripciones que describen los procesos y rasgos de los contextos de desempeño. El muestreo teórico –perteneciente a la Teoría Fundamentada- fue de gran importancia para alcanzar los objetivos propuestos, dado que, en artículos, reportes de investigación, ponencias, entre otros, pueden encontrarse diversos análisis sobre la práctica periodística en la convergencia mediática, descripciones sobre estructuras, funciones profesionales y flujos de trabajo. Las tendencias de desarrollo, rasgos evolutivos y regularidades identificadas mediante la comparación constante (o estudio comparado) permitieron a su vez aplicar los métodos empíricos de la investigación.

La muestra teórica, hasta el punto de saturación teórica, quedó compuesta por artículos, tesis, ponencias científicas y materiales audiovisuales, entre otras unidades de análisis que describen la práctica periodística convergente. Para la selección de la muestra se prefirieron investigaciones realizadas mediante estudios comparados sobre diversas temáticas relativas a la convergencia, o estudios de caso con posibilidades de generalización amplias dedicados a la descripción de rutinas productivas, modelos de negocios, flujos de información, nuevas características de las audiencias, roles y perfiles profesionales, entre otros; también se seleccionaron investigaciones de nivel teórico-conceptual acerca de la complejidad de la convergencia, con capacidad analítica para determinar rasgos evolutivos y fundamentar tendencias de desarrollo del fenómeno mediante la sistematización.

La selección de la muestra teórica se realizó teniendo en cuenta el período de los últimos 10 años, aunque se privilegiaron las de los últimos cinco años. En cuanto a la procedencia o tipo de publicación, se privilegiaron asimismo las ponencias y artículos –sin desatender la diversidad de fuentes-, dado que sus ritmos de publicación son más ágiles que los de libros e investigaciones académicas de postgrado, evitándose entonces, en mayor medida, la discontinuidad entre práctica profesional, nivel de sistematización teórica y estado del arte.

En la siguiente tabla se puede apreciar el tipo de documentos que conformaron la muestra teórica, divididos entre artículos de investigación, libros, tesis, ponencias, documentos normativos y materiales audiovisuales:

TABLA 1
Distribución de la muestra teórica

Tipo	Cantidad
Artículos	117
Libros [*]	18
Tesis	17
Ponencias científicas	15
Materiales audiovisuales	17
Sitios web ^{**}	28
Otros ^{***}	5
TOTAL	218 ^{****}

* Dentro de Libros se contaron los conjuntos de ponencias publicados en formato de libro.

** Se refiere a publicaciones de prensa y entradas de blogs especializados.

*** Se refiere a informes, seminarios y documentos normativos de medios de prensa.

**** Debido a que en la muestra teórica se encuentran libros contentivos de las actas o memorias de eventos científicos, y tales publicaciones se contaron como una unidad, parece menor la cantidad de ponencias que la de artículos analizados. Contando sin embargo cada ponencia dentro de esas publicaciones, el número de éstas aumenta significativamente, y el total de la muestra asciende a 432 documentos.

Fuente: Elaboración propia.

28

A partir del estudio comparado de la muestra teórica, la estrategia de investigación se concretó a partir de los siguientes métodos empíricos: el mapa de procesos, el análisis de procesos y el análisis funcional.

El mapa de procesos, que permite definir, describir, analizar y mejorar los procesos para perfeccionar los resultados, constituyen una de las maneras más eficaces de ganar una comprensión de los procesos existentes en una organización (Hernández, Medina y Nogueira, 2009), o de un entorno laboral concebido a partir de la conjugación de regularidades, rasgos evolutivos y tendencias de desarrollo. Se utilizó el procedimiento descrito por Bou y Sauquet (2004), quienes establecen los siguientes pasos: definición del proceso clave, identificación de actividades, distinción entre actividades, construcción del diagrama y despliegue del proceso en subprocesos.

La construcción del mapa de procesos evita el margen creciente de error en la modelación proyectiva del entorno laboral, al tiempo que representa gráfica y conceptualmente los procesos fundamentales que tienen lugar en el entorno laboral convergente, donde tienen lugar procesos y subprocesos que, ordenados, pueden conllevar al análisis articulado de procesos y funciones para la identificación

de las competencias profesionales. Teniendo en cuenta las regularidades, rasgos evolutivos y tendencias de desarrollo del entorno laboral periodístico, el mapa de procesos elaborado durante la investigación permitió apreciar cómo ocurre una diversificación de procesos claves, y éstos además pueden ubicarse en cualquiera de las tipologías de procesos, dado que en cualquiera de ellos (o todos) pueden tener lugar actividades que constituyan expresión de tendencias o actividades diferenciales, que tienen su expresión en estrategias competitivas del entorno laboral convergente, dando lugar a un ecosistema de valor complejo y multidimensional.

Por su parte, el análisis de procesos es útil para identificar las cargas de trabajo del personal y la eficiencia general de los flujos de trabajo en la organización, aspectos éstos en los cuales se enfocó la presente investigación mediante el desglose y análisis de funciones. Con este método, en evidente relación secuencial con el mapa de procesos (ambos forman parte de las herramientas de la Administración de Procesos y se evidencian a través de gráficos y diagramas), se elaboraron fichas de procesos claves, que permitieron visualizar objetivos, límites y alcance de los procesos clave, facilitando la evaluación de sus indicadores y el análisis de los recursos involucrados -entre los cuales se prestó especial atención a los recursos humanos-, y aportando una descripción más exacta de los procesos, donde el grado de exhaustividad analítica y desagregación de actividades depende de las necesidades de cada empresa o, en este caso, del presente estudio.

Para conformar las fichas de procesos, se seleccionaron los procesos claves directos, y de los procesos claves indirectos, aquellos que el periodista dirige exclusivamente, o interviene de modo protagónico, como son el proceso Editorial, Gestión del Conocimiento, y los subprocesos de Información Mediática, Modelo de Negocios, y Diseño Organizacional, de forma tal que permitan el análisis de las funciones y actividades que debe desempeñar el periodista en el entorno laboral estudiado.

Por último, se aplicó el método del análisis funcional, que consiste en un enfoque de trabajo deductivo para acercarse de forma precisa a las competencias laborales, que se identifican en función de la realidad del trabajo, y que puede abarcar desde el puesto de trabajo hasta el concepto más amplio de ámbito de trabajo (Tejeda y Sánchez, 2012). Fue útil para determinar las competencias en empresas, sectores de servicios, o entornos laborales mediante la desagregación o desglose de funciones. Consta de varias etapas de realización: definición del propósito principal de la organización, desglose de funciones, análisis de las funciones detectadas, y delimitación de funciones básicas; cada etapa se realiza a través de la conformación de talleres de expertos, y se materializó mediante la construcción de un árbol o mapa

funcional, que constituye la representación gráfica de los resultados del método. El sucesivo desglose de funciones se desarrolló a través de talleres de expertos, convocados en este caso en el marco del diseño de un nuevo plan de estudios para la carrera de Periodismo de la Facultad de Comunicación, Universidad de la Habana.

Este método no terminó con la identificación de competencias a través de la paulatina desagregación de funciones, sino que condujo a la validación por parte de expertos nacionales e internacionales. Para la conformación de esta muestra de expertos se recurrió en primer lugar a procedimientos basados en la autovaloración del experto, y específicamente se utilizó el coeficiente K como forma de evaluar la capacidad del experto para emitir juicios y valoraciones válidas con respecto al tema de investigación. A fin de incrementar la calidad de la muestra de expertos, el coeficiente K se aplicó a una selección de especialistas que poseen una reconocida experiencia profesional avalada, conocimiento profundo acerca del tema objeto de investigación, así como resultados satisfactorios en su trabajo profesional, logrando un criterio sistemático para la selección y evaluación de la competencia del experto. Procedentes de Cuba, España, México, Ecuador, Uruguay, Colombia y Reino Unido, fueron seleccionados 26 expertos, disminuyendo la posibilidad de error y potenciando su capacidad de generalización con respecto a los resultados finales obtenidos.

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La descripción del entorno laboral a través de los métodos de mapa y análisis de procesos, tuvo en cuenta que muchas de las actividades descritas pueden constituir, por su complejidad, subprocesos, y que en dependencia del contexto pueden estos últimos conformar procesos. En cualquier caso, se trata de una estimación genérica a partir de la integración de tendencias identificadas en el entorno laboral, cuyo objetivo es permitir la identificación, selección, descripción y representación de los procesos, desagregados en subprocesos y actividades fundamentales.

Para la identificación de los procesos claves, el análisis partió del criterio de que todos los procesos de una empresa deben aportar valor, satisfaciendo requerimientos de la empresa, pero que son los procesos clave los que aportan valor agregado satisfaciendo los requerimientos del cliente (Alonso, 2014, p.63). Sin embargo, las singularidades de la empresa comunicativa, el impacto del cambio de paradigma y la adopción de estrategias competitivas al interior de procesos que sin embargo no se ajustan –según esa clasificación– a los procesos clave, obliga a una redefinición de procesos según el valor que aportan.

TABLA 2
Identificación de procesos y subprocesos

Tipo de proceso	#	Proceso	#	Subproceso
Gestión	1	Editorial	1.1	Definición del tratamiento mediático
			1.2	Definición del modelo comunicativo
	2	Dirección de empresa	2.1	Definición del modelo de negocios
			2.2	Diseño organizacional
			2.3	Gestión de recursos económicos y financieros
			2.4	Toma de decisiones*
Principales	3	Producción	3.1	Gestión del ciclo de producción
			3.2	Gestión de flujos de trabajo
	4	Distribución	4.1	Gestión del ciclo de vida del producto infocomunicativo
			4.2	Gestión de audiencias
	5	Gestión de información**	5.1	Información administrativa
			5.2	Información mediática
Apoyo	6	Recursos Humanos	6.1	Contratación
			6.2	Formación
	7	Gestión del conocimiento***	7.1	Creación del conocimiento
			7.2	Gestión proyectiva del cambio
	8	Gestión de la calidad	8.1	Mejora empresarial continua
			8.2	Análisis del proceso comunicativo
Red de Negocios	9	Marketing	9.1	Gestión de marca periodística
			9.2	Análisis de mercado
	10	Gestión de alianzas estratégicas	10.1	Gestión comercial
			10.2	Gestión de financiamiento

* La toma de decisiones es un subproceso que puede ser analizado como un proceso de alta complejidad, y está muy relacionado con la capacidad a nivel empresarial de gestionar el cambio.

** En el entorno laboral convergente, la gestión de materiales de archivo y la creación de estructuras informacionales adquiere una dimensión comunicativa que satisface requerimientos de las audiencias y clientes (inversionistas, aliados), lo cual complejiza su operacionalización como proceso y subproceso. Actúa como un proceso principal, aunque sigue desempeñando funciones de proceso de apoyo para la toma de decisiones, por sólo citar un ejemplo, y posee una indisoluble relación con los procesos de producción y distribución de contenidos.

*** La gestión de conocimiento puede constituir o no un proceso principal, en dependencia del contexto laboral, pero su impacto lo constituye siempre en un proceso clave, ya sea directo o indirecto.

Fuente: Elaboración propia.

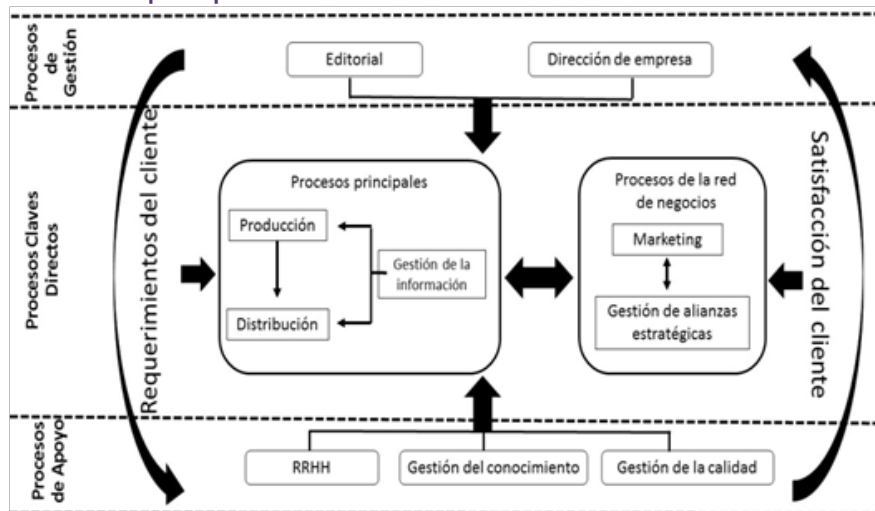
Así se obtiene que en la empresa comunicativa existen procesos que aportan valor porque responden a requerimientos de la empresa, y procesos claves que actúan en dos dimensiones: claves directos, percibidos por el cliente, y que aportan valor agregado en relación a los requerimientos directos del cliente; y claves indirectos que aportan valor agregado a la empresa porque se implementan a través de

estrategias competitivas (se insertan o responden al cambio de paradigma convergente) y/o responden a requerimientos indirectos del cliente. En la empresa infocomunicativa –donde se manifiestan o influyen los cambios acarreados por la Sociedad de la Información-, los procesos claves indirectos tienen como objetivo lograr la sostenibilidad del modelo de negocios y actúan como macroprocesos de apoyo a los procesos claves directos.

En dependencia del contexto laboral, varía la selección de estos procesos claves, y en el caso de la estimación genérica realizada en el presente estudio, se basó en la mayor complejidad de los procesos, dado que deben expresar en síntesis integradora los rasgos evolutivos y tendencias de desarrollo del entorno laboral.

La realización del mapa de procesos permitió identificar, seleccionar y agrupar los procesos y actividades del entorno laboral convergente del periodista, así como visualizar gráficamente los tipos de procesos claves y sus interrelaciones. Precisamente las tipologías directo e indirecto de procesos clave permiten la reconversión de procesos de la red de negocios o de apoyo, en procesos principales, de acuerdo a la heterogeneidad de los modelos de negocios y estructuración de las cadenas de valor que constituyen estrategias competitivas o nuevos medios en el actual entorno mediático.

Gráfico 1. Mapa de procesos



Fuente: Elaboración propia.

La identificación y descripción de procesos, su desglose en subprocesos y actividades, así como el análisis de procesos y su visualización gráfica (a través de fichas de procesos y diagramas de flujo), permitió la conformación de talleres de expertos, a través de los cuales se desarrollaron las distintas fases del análisis funcional. A continuación, se exponen algunos de los aspectos fundamentales del análisis funcional desarrollado en talleres de expertos.

Propósito clave:

- Gestionar la práctica periodística a través de modelos de negocios gratuitos, de pago de contenidos o mixtos, de acuerdo a un posicionamiento editorial dirigido a la sociedad o segmentos de mercado específicos, cumpliendo con los requerimientos de calidad por parte de las audiencias y/o clientes, y demostrando credibilidad y responsabilidad social.

Funciones claves:

- Planeación estratégica e implementación de procesos infocomunicativos en organizaciones mediáticas y extramediáticas.
- Producción y distribución de contenidos infocomunicativos en el sistema global, nacional y local de medios de prensa, así como organizaciones extramediáticas.
- Investigación aplicada en comunicación y análisis del entorno infocomunicativo.
- Gestión del valor de marca periodística y la red de negocios del entorno socio-comunicativo.

Funciones principales:

- Diseño empresarial de plataformas mediáticas y/o infocomunicativas.
- Diseño e implementación de líneas editoriales en correspondencia con el entorno infocomunicativo.
- Producción de contenidos infocomunicativos en diversidad de géneros, formatos, técnicas y modalidades periodísticas.
- Gestión de información/datos a partir del posicionamiento editorial para la producción/distribución de contenidos infocomunicativos.
- Distribución de contenidos infocomunicativos a través de sinergias multiplataforma, *pure players*, de la comunicación móvil o tradicionales.
- Diseño de estructuras infocomunicativas para la gestión integrada de contenidos periodísticos.
- Diseño de estrategias competitivas para la sostenibilidad y gestión de cambio en el entorno infocomunicativo
- Conformación y liderazgo de equipos transdisciplinarios.
- Gestión de alianzas estratégicas mediáticas y extramediáticas.

TABLA 3

Perfil profesional del periodista

Tipología	Competencias
Básicas	<p>Demuestra amplio dominio del idioma materno, expresado en la escritura y expresión oral, revelando sus potencialidades comunicativas en situaciones socio-profesionales</p> <p>Aplica con fluidez el idioma inglés en el uso de recursos y herramientas infocomunicativas, así como en la interacción socio-profesional resultante de los contextos laborales</p> <p>Deconstruye y evalúa información mediante el pensamiento complejo, evidenciando la capacidad crítica de análisis y toma de decisiones ante el entorno mediático y social</p> <p>Despliega los referentes teórico-metodológicos y referenciales de la comunicación, propiciando la investigación y análisis de procesos infocomunicativos y el entorno mediático</p> <p>Establece relaciones empáticas y de inteligencia emocional en su entorno socio-profesional, consolidando la comprensión asertiva de problemáticas y la introducción de soluciones creativas</p> <p>Demuestra niveles avanzados de interacción con dispositivos de comunicación, paquetes de ofimática, navegación y búsqueda, evidenciando, de manera proactiva, su capacidad de gestión en el ámbito socio-tecnológico</p>
Específicas	<p>Realiza la investigación periodística y contrastación de fuentes, asegurando el rigor y pluralismo informativo como norma ética y de producción en la actividad mediática</p> <p>Produce contenidos infocomunicativos a través de los géneros, formatos, técnicas y modalidades periodísticas, otorgándoles valor agregado ante las audiencias y/o clientes</p> <p>Distribuye contenidos infocomunicativos en organizaciones mediáticas y extramediáticas, gestionando ciclos de vida y tráfico de los contenidos, de manera sinérgica y dinámica</p> <p>Edita contenidos infocomunicativos en plataformas impresas, audiovisuales, online y bases de datos, de organizaciones mediáticas y extramediáticas, diversificando las formas expresivas ante audiencias y/o clientes</p>
Transversales	<p>Supervisa la gestión empresarial de plataformas mediáticas y/o infocomunicativas, garantizando la sostenibilidad empresarial mediante modelos de negocios y diseños organizacionales rentables</p> <p>Gestiona bases de datos mediante la edición, empaquetamiento y visualización de datos para la producción/distribución de contenidos infocomunicativos de carácter diferencial, orientados a nichos de audiencias</p> <p>Gestiona proyectos infocomunicativos de alcance social y/o mediático, promoviendo la innovación, autonomía y emprendedurismo periodístico</p> <p>Orienta el diseño infocomunicativo de aplicaciones y sistemas de gestión de contenidos, evaluando sus funciones, usos y consumo por parte de audiencias y clientes</p>

Fuente: Elaboración propia.

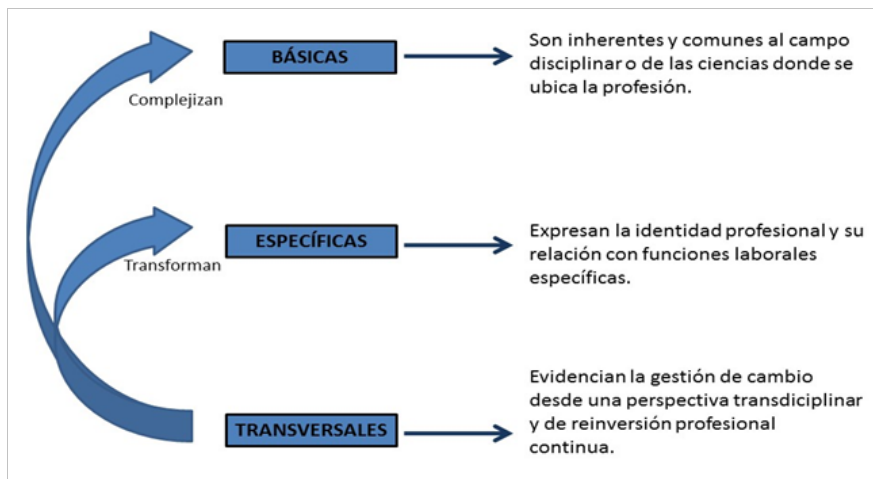
A partir de ese análisis funcional y el progresivo desglose del propósito principal hasta las subfunciones asociadas a competencias específicas del periodista, la investigación pudo articular la siguiente propuesta de perfil profesional del periodista ante la convergencia mediática. El procesamiento de los datos provenientes de la validación por criterio de expertos se realizó mediante la metodología de la preferencia, otorgando valores de 5 a 1 a las clasificaciones de Muy Adecuado, Adecuado, Ni Adecuado ni Inadecuado, Poco Adecuado, e Inadecuado, respectivamente, mediante las cuales los expertos calificaron el grado de pertinencia de cada una de las competencias identificadas. El proceso tuvo en cuenta, además de los calificadores numéricos, sus opiniones y sugerencias finales. Como resultado de esta validación, los expertos otorgaron valores promedio entre 4 y 4.9 a las competencias básicas, específicas y transversales, lo cual permite validar el perfil profesional propuesto para el desempeño idóneo del periodista ante los cambios actuales:

4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados –tanto empíricos como teóricos- demuestran que el entorno laboral del periodista, y sus nuevos requisitos de empleo e idoneidad demostrada, precisan la identificación de competencias básicas (comunes e indispensables al campo disciplinar); competencias específicas (relativas a un entorno laboral específico y portadoras de la identidad profesional); y transversales (expresan la gestión de cambio a partir de la configuración de nuevos saberes -resultantes de las nuevas funciones y roles que tienen lugar en el contexto infocomunicativo-, con carácter flexible e innovador para permitir el desempeño idóneo ante la convergencia mediática y las nuevas condicionantes que impone la Sociedad de la Información al entorno laboral del periodista).

Tales competencias transversales se relacionan con las tipologías de la siguiente manera: complejizan a las básicas, y transforman continuamente a las específicas mediante la innovación, flexibilidad y autonomía de los aprendizajes/desempeños capaces de reinvertirse como vía para gestionar el cambio en vez de simplemente adaptarse a él, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 2. Interacciones tipológicas



Fuente: Rosales y Costales, 2016.

36

La perspectiva transdisciplinar de las transversales se concreta en la integración de saberes, funciones y roles profesionales derivados de otras disciplinas, pero que alcanzan una dimensión propia y específica en el Periodismo. A su vez, las competencias transversales facilitan la transversalización de los aprendizajes y expresan 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. Esta capacidad, expresada en las competencias transversales así como en su relación sinérgica estructural con las restantes –y más tradicionales– tipologías básicas y específicas, es lo que concreta la gestión de cambio como elemento fundamental e imprescindible dentro del perfil profesional propuesto. 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 a partir de su relación con las básicas y específicas.

En la elaboración de las competencias identificadas se contempla no sólo el saber (conocimientos), y saber hacer (habilidades), sino que forman parte de ellas el saber ser (actitudes) y el saber estar (comportamientos). En estas últimas dimensiones, las competencias profesionales expuestas anteriormente, incorporan destrezas relativas a la toma de decisiones, el desarrollo socio-cognitivo, el manejo de la creatividad y la innovación, el pensamiento complejo, la empatía y la solución de conflictos, trabajo en equipo, entre otras llamadas *habilidades para la vida* (Gabelas, Marta-

Lazo y González, 2015). Se trata de macro- habilidades que rebasan los límites empresariales de un entorno laboral dado, para convertir al individuo profesional en un sujeto social responsable, capaz de participar consciente y activamente en los procesos socio-culturales que le rodean. Son por tanto imprescindibles para promover y hacer efectiva una formación para toda la vida y el aprendizaje colaborativo que demandan no sólo los entornos laborales y formativos, sino la sociedad en toda su expresión.

Por supuesto, la identificación del perfil profesional, o la estructuración y relación sinérgica de las competencias profesionales que lo integran, no son por sí mismos los que pueden lograr tales objetivos, sino que se trata de dimensiones (saber, saber hacer, saber estar y saber ser) que deben guiar las subsiguientes etapas o procesos de normación, evaluación y certificación de las competencias, que harán del perfil competencial una herramienta útil en el diseño de planes de estudio en la carrera de Periodismo.

5. CONCLUSIONES

Dada la complejidad y ritmos de cambio que enfrenta el mundo del trabajo en general, y la infocomunicación contemporánea en particular, es imperativo lograr la integración y correspondencia entre los entornos laborales y la formación profesional. En el caso del Periodismo, el entorno laboral demuestra la necesidad de que las competencias profesionales estén asociadas a la formación continua y a la gestión de cambio como requisitos indispensables para un desempeño profesional idóneo.

El impacto de la convergencia mediática, unido a la singularidad de la empresa comunicativa, obliga a una redefinición de procesos que actúan en el entorno laboral del periodista. A la percepción tradicional de los procesos claves en la empresa comunicativa, se suman como procesos claves directos la gestión de la información y el marketing periodístico; mientras que a los procesos claves indirectos se añaden los referidos al diseño organizacional, creación del conocimiento, manejo de la creatividad e innovación, la contratación/ formación profesional, y la gestión de alianzas estratégicas.

El entorno laboral infocomunicativo precisa entonces la identificación de competencias básicas (comunes e indispensables al campo profesional); competencias específicas (relativas a un entorno laboral específico); y transversales (expresan la gestión de cambio y transversalidad de los saberes).

El perfil profesional resultante estructura de manera orgánica las tipologías básicas, específicas y transversales. Dentro de él, las transversales promueven la reinversión de aprendizajes y la configuración de nuevos saberes a través de su relación transdisciplinar con los diferentes sistemas de conocimientos que las integran. El perfil profesional así configurado no sólo permite el desempeño profesional idóneo del periodista en los diversos contextos de su entorno laboral -dado que tiene en cuenta su configuración actual y prospectiva-, sino que posee mayores posibilidades de enfrentar la caducidad del conocimiento y obsolescencia de las competencias. En este sentido, la formación inicial de futuros profesionales debe discernir cuáles competencias integrarán los currículos de pregrado, y cuáles estructurarán los programas de formación posgraduada, en dependencia del tipo de diseño curricular que se considere pertinente; de la misma manera que los distintos contextos de desempeño del entorno laboral convergente deben discernir cuáles competencias o conjunto de ellas integrarán sus requisitos de empleabilidad, en dependencia de sus respectivos modelos de negocios. Para ello, serán determinantes los procesos de normación, evaluación y certificación de competencias bajo una perspectiva transdisciplinar e innovadora, que tenga en cuenta los cambios y exigencias prospectivas de la sociedad.

6. AGRADECIMIENTOS

Esta investigación no hubiera sido posible sin la colaboración de los siguientes expertos: Rosa Miriam Elizalde (Cuba), Ramón Salaverría (España), Octavio Islas (México), Maribel Acosta (Cuba), Zenaida Costales (Cuba), Javier Díaz-Noci (España), Josep Lluís Micó (España), Gabriel Kaplún (Uruguay), Miguel E. Gómez Masjuán (Cuba), Ramón Fernández Cala (Cuba), Xosé López García (España), José Luis Orihuela (España), Ana Teresa Badía (Cuba), Juan Fernando Muñoz Uribe (Colombia), Pere Masip (España), Hilda Saladrigas (Cuba), Iraida Calzadilla (Cuba), Roger Ricardo (Cuba), Yanela Soler Mas (Cuba), Sara García Santamaría (Reino Unido), Dagmar Herrera (Cuba), Juan Carlos Sánchez Illán (España), Karina Marrón (Cuba), y Livia Reyes (Cuba).

La simple enumeración no basta para reconocer la valía de sus criterios y la atención prestada a la validación de los resultados alcanzados. Sirva, al menos, para dar fe del agradecimiento a su ayuda inestimable. Un reconocimiento especial merecen, además, Raúl Garcés Corra (Cuba) y Rafael Tejeda (Ecuador), guías principales de este estudio.

A todos ellos, gracias.

BILIOGRAFÍA

- Alonso, C. (2014). Orientaciones para implementar una gestión basada en procesos. *Revista Ingeniería Industrial*, 35(2), 159-171.
- Barrios, A. y Zambrano, W. (2015) Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Anagramas*, 13(26), 221-241. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5191807.pdf>
- Bou, E. & Sauquet, A. (2004). Reflecting on quality practices through knowledge management theory: uncovering grey zones and new possibilities of process manuals, flowcharts and procedures. *Knowledge Management Research & Practice*, 2(1), 35-47. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/233711953_Reflecting_on_quality_practices_through_knowledge_management_theory_uncovering_grey_zones_and_new_possibilities_of_process_manuals_flowcharts_and_procedures
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Drulă, G. (2015). Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva rumana. *Revista Comunicar*, 12(44), 131-140. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-14>
- Gabelas, J. A., Marta-Lazo, C., y González-Aldea, P. (2015). El factor relacional en la convergencia mediática: una propuesta emergente. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, (53), 20-34. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i53.2509>
- Hernández, A., Medina, A. y Nogueira, D. (2009). Criterios para la elaboración de mapas de procesos. *Revista Industrial*, 30(2), 1-7. Recuperado de <http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4786628.pdf>
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Revista Icono 14*, 14(1), 71-94. Recuperado de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/902>
- López Alba, G. (2014). El cambio de era en los medios de comunicación. *Revista Zoom Político*, (24), 1-19. Recuperado de http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/laboratorio_documentos_archivos/00a4923cc78c020879cb6cd59f05d345.pdf
- Motta, R. (2012). Complejidad, educación y transdisciplinariedad. *Revista Polis*, (3). doi: 10.4000/polis.7701.
- Oficina Internacional del Trabajo (2007). *Informe sobre formación profesional. Glosario de términos escogidos*. Ginebra, Suiza: OIT.
- Paíno, A., y Rodríguez, M. (2016). Renovarse o morir. Los 'docugames', una nueva estrategia transmedia que reinventa las formas de transmitir la realidad. *Revista Ícono 14*, 14(1), 150-180. doi:10.7195/ri14.v14i1.908.
- Pérez Serrano, M.; y Rodríguez Pallares, M. (2015). Redes sociales y grupos de comunicación. Un horizonte empresarial y una oportunidad laboral. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 19(37), 111-150. Recuperado de <http://www.researchgate.net/>

publication/285618313 Redes sociales y grupos de comunicacion Un horizonte empresarial y una oportunidad laboral

- Rocha, I., y Narberhaus, M. (Octubre de 2012). Metodología docente para la formación de periodistas en el contexto de la convergencia de medios. *III Congreso Internacional Comunicación 3.0*. Ponencia en Salamanca, España. Recuperado de <http://comunicacion3punto0.wordpress.com/>
- Rosales, B. y Costales, Z. (2016). Competencias profesionales en la infocomunicación del siglo XXI. *Revista Prisma.com*, 31.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (81), 32-39. Recuperado de: <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1471/1500>
- Scolari, C. A., Micó, J. L., Navarro, H., y Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Revista Zer*, 13(25), 37-60. Recuperado de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf>
- Scolari, C. A. (2011) *Convergencia, medios y educación*. España: Ed. AECID.
- Tejeda, R. y Sánchez, P. (2012). *Formación basada en competencias profesionales en contextos universitarios*. Manta, Ecuador: Mar Abierto.