Nuevos yacimientos de empleo y formación

POR **JORGE PÉREZ MARTÍNEZ**

El progreso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y en concreto su aplicación al desarrollo de Internet, están transformando rápidamente el sistema de producción y, consecuentemente, los perfiles profesionales demandados. Recordemos que entendemos por perfil profesional el conjunto de conocimientos, habilidades, competencias y aptitudes que hacen a un profesional competitivo en un determinado mercado de trabajo. En este artículo reflexionaremos sobre el mercado de trabajo de los 'comunicadores digitales' que surgen de la evolución de Internet y que encuentran su campo de actuación en las nuevas formas de comunicación interpersonal, los nuevos medios de comunicación social y entretenimiento y en la comunicación de empresas e instituciones con sus clientes y proveedores. Uno de los principales yacimientos de nuevos empleos en la economía del conocimiento europea, según vaticinan todos los informes.

Nuevos yacimientos de empleo en la comunicación digital

Estos yacimientos de empleo surgen de los diferentes impactos que produce el desarrollo de Internet:
– Empleos generados por el impacto directo de la monetización de la cadena de valor de Internet (Contenidos-Servicios en línea-Tecnologías habilitadoras-Conectividad-Interfaz de usuario).
– Empleos generados por los impactos habilitadores que tiene Internet al permitir nuevos modelos de negocio en los sectores de actividad tradicionales.
– Empleos generados por los impactos sistémicos de Internet que se extienden al conjunto del sistema productivo y que pueden dar origen a nuevas titulaciones académicas y profesiones reguladas.

En mi opinión, los impactos directos más relevantes relacionados con la comunicación digital provienen en gran medida de la explosión de las actividades sociales *on line* relacionadas con la Web 2.0, las redes sociales y, más recientemente, la web en tiempo real (RTW), que crean inmensas oportunidades para aquellas empresas que sean capaces de crear aplicaciones y servicios -y sus correspondientes modelos de negocio- que permitan monetizar este fenómeno.

Como no podía ser de otra manera, ha aparecido una pléyade de nombres en inglés, como

Fundación Telefónica
Telefónica

SEO Specialist, Community Manager, Search Marketing Analyst, Content Manager, etc., para denominar estos nuevos perfiles profesionales cuya definición es compleja y confusa.

Si observamos las demandas de trabajo que se publican sobre estos perfiles, vemos que se valoran competencias técnicas (conocimientos de herramientas Web 2.0, analítica web, etc.), experiencia en *marketing* y comunicación *on line*, pero sobre todo se destacan algunas habilidades de desarrollo personal: ser autodidacta, enfocado a resultados, creativo y -cómo no- ser un internauta muy activo.

Estos profesionales no son fáciles de encontrar, ya que apenas existen programas universitarios para proporcionarles las competencias híbridas -conocimientos sobre herramientas técnicas, comunicación *on line, marketing on line*, etc.- y las competencias específicas requeridas se están definiendo en las empresas en el propio proceso de desarrollo de los servicios.

Los empleos en la comunicación digital, generados por los impactos habilitadores se encuentran fundamentalmente en la adaptación o reconversión de actividades de la comunicación social y el entretenimiento en el nuevo medio. En términos cuantitativos son el yacimiento más voluminoso, ya que dentro del ecosistema de Internet la distribución de contenidos (paso de los soportes físicos a la distribución *on line*), la publicidad interactiva y los medios de comunicación social son algunos de los segmentos donde se observan crecimientos más importantes.

Si observamos las demandas de trabajo que se publican sobre estos perfiles, vemos que los conocimientos técnicos pierden peso a favor de los conocimientos y habilidades del sector o área de actividad concretos en el que se desarrolla el puesto de trabajo.

Finalmente, nos quedaría por analizar los empleos en la comunicación digital que surgen a raíz de los impactos sistémicos de Internet o, mejor, como consecuencia de la emergencia de la economía de conocimiento que transforma en conocimiento útil la inmensa cantidad de información pública accesible a través de Internet, así como la información externa (clientes y proveedores) e interna generada por las organizaciones. La transformación de esta información en conocimiento y su gestión eficiente en la producción de bienes y servicios se ha convertido en un elemento central para competir en unos mercados cada vez más abiertos y globales.

No cabe duda de las enormes oportunidades de desarrollo profesional que tendrán en el futuro los expertos en comunicación digital en el ámbito de la gestión del conocimiento en las organizaciones.

Relación entre formación y empleo en la comunicación digital

Obviamente, para los nuevos perfiles profesionales que aparecen como consecuencia de los impactos directos de la evolución de Internet no existe un corpus de competencias académicas institucionalizado que pueda impartirse en los centros educativos. Por tanto:
– El desempeño del puesto de trabajo es la principal fuente de capacitación. Se valoran extraordinariamente la experiencia laboral en puestos relacionados y la ‘autoformación’

Fundación Telefónica
Telefónica

derivada de la participación activa como internauta.
– Importancia de las competencias no académicas (habilidades laborales, sociales y de desarrollo personal).
– No existen a priori titulaciones académicas preferidas, pero las de carácter técnico tienen ventaja, ya que los conocimientos sobre tecnologías Web 2.0 y herramientas para el desarrollo y operación de aplicaciones y servicios son inicialmente la principal barrera a superar.
– Como mercado de trabajo, funciona en alguna medida siguiendo la teoría neoclásica. Es un mercado muy desregulado con tendencia hacia el equilibrio entre la oferta de trabajo y su precio (salario) que garantiza el pleno empleo. En este ámbito laboral aparecen con facilidad modalidades de ejercicio profesional y contractual más flexibles.
– La oferta de formación más extendida la proporcionan consultoras y empresas especializadas, que reclutan el profesorado de expertos del mundo empresarial para impartir cursos cortos de especialización en los perfiles que se demandan en cada momento.

Para la capacitación académica de los nuevos perfiles profesionales que surgen como consecuencia de los impactos habilitadores de la evolución de Internet se está desarrollado una amplia oferta de másteres y cursos de especialización que ofrecen a los recién titulados y profesionales los conocimientos y las técnicas necesarias para adaptar su trabajo a las nuevas formas de comunicación y distribución de contenidos digitales. Sus características más relevantes son:
– Suelen ser ofrecidos por universidades y centros de educación superior, que configuran sus equipos docentes combinando profesorado universitario y expertos de la industria.
– En los programas combinan conocimientos de las herramientas web y Web 2.0, conocimientos de *marketing* y gestión empresarial aplicados a la comunicación digital en conjunto o a una especialidad concreta. Existen grandes diferencias de calidad entre las diferentes ofertas.
– Aunque suelen estar abiertos a diferentes titulaciones y competencias profesionales, en la práctica son seguidos por alumnos con titulaciones y experiencia profesional habituales en el sector involucrado.
– Escasez de oferta para la capacitación académica en los niveles no universitarios.
– El funcionamiento del mercado de trabajo en el que se insertan estos profesionales ‘reconvertidos’ se explica mejor desde la teoría de los mercados transicionales.

Más importante es el papel de la enseñanza superior en la respuesta a los impactos sistémicos de la evolución de Internet, pues se trata de adaptar las enseñanzas de grado -y en general el sistema educativo en su conjunto- a la nueva economía del conocimiento actualmente en gestación. Es decir, proporcionar titulados que contribuyan a al establecimiento de un círculo virtuoso entre la creación y búsqueda del conocimiento útil y su incorporación a los recursos productivos; por tanto, un sistema educativo que además de impartir los contenidos docentes de su especialidad, fomente:
– La utilización productiva de Internet y la participación en redes de conocimiento.
– Las competencias relacionales necesarias para trabajar en equipos de trabajo de gran diversidad cultural y lingüística.
– La movilidad, valoración del esfuerzo y el aprendizaje continuo.
– Una visión holística del entorno en el que desarrollarán su actividad como profesionales.

Aunque esto es válido para todas las titulaciones, aún lo es más si cabe para las profesiones

Fundación Telefónica

relacionadas con la comunicación digital, ya que esta actividad -la comunicación- es un elemento central en la creación, transmisión y gestión del conocimiento en las organizaciones.

Es bien conocido que en España estamos en estos momentos adaptando nuestra enseñanza superior al Espacio Europeo de Educación -más conocido como Declaración de Bolonia-, una magnífica oportunidad para diseñar planes de estudio y metodologías docentes que impulsen las capacidades descritas anteriormente.

Personalmente tengo la sensación de que 'Bolonia' es una oportunidad perdida, y no por desconocimiento de lo que habría que hacer, sino por los condicionantes estructurales del sistema de educación español, que impiden el cambio. Ojalá me equivoque en mi vaticinio.

BY NC ND