

La formación del comunicador digital (Una reflexión sobre aspectos esenciales)*

Juan Pedro Gómez
Universidad Católica de Murcia

Índice

1 Delimitación significativa del comunicador digital	2
2 Instrucción y conocimiento del comunicador digital	4
3 Cultura enciclopédica y especialización	5
4 Cultura humanística y trascendencia	7
5 Creatividad y curiosidad	8
6 Dominio de la lengua natural, audiovisual y documental	10
7 A modo de conclusión	11
8 Referencias bibliográficas	12

Resumen

En un momento histórico en el que se demandan nuevos paradigmas para el ámbito tecnológico de la información, el comunicador digital adquiere un papel fundamental y comprometido, con una carga de responsabilidad añadida.

La educación y formación del comunicador digital es una tarea compleja que hay que asumir de inmediato, entendiéndose como

referencias esenciales los bloques que delimitan las áreas del conocimiento, de la creatividad, del adiestramiento y de la indagación. Desde una perspectiva holística, el periodismo digital no puede ser ajeno a la visión enriquecedora de un nuevo humanismo entendido como eje transversal.

Abstract

We are witnessing a historic moment in which new paradigms are being demanded in the technological field of information, and where the digital communicator plays an important and engaged role with a great deal of responsibility.

The education and training of the digital communicator is a complex task that we have to assume straightaway, taking as main references the blocks that demarcate knowledge areas, creativity, training and research. From a holistic view, digital journalism cannot be unaware of the enriching perspective of a new humanism understood as a transverse axis.

*Texto Publicado en *Sphera Pública*, Rev. de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad Católica de Murcia, 2004, pp. 149-167.

1 Delimitación significativa del comunicador digital

Parece obvio que, en la nueva cultura digital, la labor del periodista no puede reducirse a una mera gestión informativa. La información no es hoy un patrimonio exclusivo de profesionales concretos, sino que responde a unos fundamentos complejos, configurados por cruces de funciones tan heterogéneas como individualizadas.

La institución social ha cambiado en los últimos años, evidencia a todas luces rentable y deseable, por lo que nuevos paradigmas sustituyen a los antiguos con una mayor o menor rudeza. No cabe duda de que la irrupción de las nuevas tecnologías ha facilitado una revolución avasalladora que poda y recuadra el devenir en un continuo y desbordante presente. En esta nueva situación de las sociedades avanzadas, los mediadores sociales son los distintos especialistas en comunicación, que se sitúan allí donde el público no tiene posibilidad de estar y donde incluso no quisiera estar. La ubicuidad u omnipresencia de todos y cada uno de los miembros sociales en la palestra universal de la comunicación se lleva a cabo gracias a la tarea de unos expertos que disponen la información de la manera más provechosa, la organizan y se la ofrecen en soportes cada vez más avanzados al posible receptor.

Frente al *feedback* semiótico, propio de la comunicación tradicional, el comunicador digital se encuentra menos condicionado por la retroalimentación producida por las reacciones profesionales, especializadas, políticas, religiosas y económicas (Recio, 2002); ahora, en el nueva situación, se da un desplazamiento de interés del mensaje en sí mismo hacia el receptor que habrá de reci-

birlo, entenderlo, interpretarlo y valorarlo. Y lo que es más importante, ese desplazamiento contempla un aspecto nuevo basado en la reconstrucción que el usuario hace del texto a través de las múltiples facetas de la lectura hipertextual. La trama que ofrece el hipertexto unifica materiales muy diversos con temas dispares o temas recurrentes, pero, en todo caso, tejiendo una textura que va más allá de la intencionalidad primigenia del emisor. A partir de una burbuja inicial, se genera una red de burbujas o lexías temáticas que se expande de forma ilimitada a través de nexos o enlaces que activan el hipertexto, dándole sentido a bloques temáticos dispuestos en sistemas caóticos imprevisibles, pero productores de un orden continuamente renovado. La dinámica “ad infinitum” del *dymaxion* hipertextual (Gómez, 1999) es otra cuestión que requiere también un estudio muy pormenorizado y exhaustivo.

Pero, hoy por hoy, la “adaptabilidad del medio al usuario”, la “interactividad” y la “hipertextualidad” son los retos más definidos del comunicador del futuro. Los periódicos y revistas digitales invitan a una manipulación bien distinta a la tradicional. El usuario no se siente pasivo ante lo que le dicen o transmiten, sino que elige las materias, las jerarquiza, las relaciona y diseña una edición sumamente particularizada. Por tanto, el periodista que dispone y organiza sus mensajes tiene también que fabricar un cuadro de posibles lecturas, teniendo en cuenta el mapa individual de los lectores; un mapa que se superpone al ya muy arraigado de grupos socioculturales.

Por otra parte, la bidireccionalidad comunicativa, la rapidez en la emisión y en la respuesta, así como la puerta franca a cualquier tipo de irrupción, hace que el periodismo *on-*

line se disponga en una tabla rasa, sin muros, sin pisos, sin despachos, sin conserjes y sin filtros que impidan una opinión. Es obvia la carga de sensatez y de responsabilidad que se le exige al nuevo periodista (Aguado y Zamora.: 2002) comprometido con un público que, más que nunca, es “su público” y que, de forma inconsciente, puede atomizarse y tender a una deriva desestructurante. Asimismo, un contacto tan directo impide, al margen de los consabidos soportes y recursos tecnológicos, la aplicación de los esquemas tradicionales propios de la profesión.

Tal vez sea la inestabilidad del entorno tecnológico y la provisionalidad que de él dimana tan sólo factores propios e inmanentes de esta flamante manifestación comunicativa. Por ello, la conformación de patrones y el asentamiento de los mismos no podrá llevarse a cabo desde la perspectiva tradicional, pero tampoco hay nada que determine, desde los nuevos criterios, la necesidad de un orden que someta a disciplina al caos aparente. La complejidad de Internet es intensional: una “red de redes” que se multiplica y se refleja, que genera expectativas y las destruye, que promete y cumple, que aborda y desborda; una *red de Indra* con una malla interminable que, como la leyenda budista, dispone los hilos de la trama en el espacio y los de la urdimbre en el tiempo, siendo los nodos de las intersecciones los posibilitadores de toda información individual y colectiva, al reflejarse en cada uno de ellos todas las demás y todos los reflejos del universo.

Ante una situación como la descrita, se evidencia la constatación del bucle creativo y la virtualidad del enjambre comunicativo. El orden está en la complejidad del aparato y en la esencia del sistema que lo articula, si bien está claro que ese orden no puede imponerse

nunca desde fuera, ya que la domesticación del sistema negaría la existencia del propio sistema, lo anquilosaría y lo destruiría.

La reflexión teórica y la aplicación práctica pueden aportar datos y favorecer estrategias de índole multidisciplinar. Destrezas, técnicas, éticas y estéticas se deben enriquecer en favor de la “capacidad de vincular” del periodista digital (Terceiro, 1996). Ya no son factibles las informaciones, las opiniones o los entretenimientos desvinculados, por lo que se requiere una mayor y mejor formación del vinculator.

La mera transmisión del dato, la construcción, la organización, la emisión y la aco-tación de la información, no son suficientes por sí mismas. La información está lógicamente contextualizada y el periodista tendrá que vincular con otros documentos relacionados con el primero en mayor o menor grado. Para que tal vinculación sea efectiva y tenga un sentido, se hace precisa una formación enciclopédica y una formación especializada mucho más exigente.

En la pista de esta *novissima communicatio*, el comunicador digital, más allá o más acá de su aceptación teórica, se configurará conceptualmente como un “*profesional de la comunicación, especialista en una o varias áreas del conocimiento, que actualiza, organiza y transmite la información de forma constante a través de medios tecnológicos*”.

Como se verá más adelante, todas las atribuciones, las predicaciones y las mediaciones del concepto propuesto serán los ejes de referencia en torno a los cuales irán girando los factores didácticos y formativos de este renovado comunicador.

2 Instrucción y conocimiento del comunicador digital

En las primeras líneas de la presentación del libro *La prensa escrita, recurso didáctico*, (AEDE, 2003: 7), se puede leer:

“Una de las cuestiones que nos planteamos las personas que trabajamos en el mundo de la educación es de qué modo nosotros, personas del siglo pasado, pretendemos educar a jóvenes que vivirán la mayor parte de sus vidas o sus vidas enteras en el siglo XXI”.

Y es bien cierto que la sociedad de hoy se encuentra con paradojas, contradicciones y obstáculos en la formación de sus miembros mucho más intensas que en otras épocas y generaciones. La globalización y la interdependencia condicionan, sin duda alguna, el pensamiento y la educación, al exigir nuevas perspectivas desde donde percibir el panorama complejo de la realidad.

Con todo, en la situación actual parece que no es tan importante el reconocimiento pragmático de todo aquello que puede establecerse como peculiar entre el periodismo tradicional y el digital como el planteamiento prospectivo de las singularidades del nuevo comunicador y de las exigencias profesionales del mismo.

Si la formación juvenil requiere una dedicación especial con cambios de paradigmas didácticos y pedagógicos, qué duda cabe que la formación de los comunicadores de medios tecnificados demanda también una atención mayor que en épocas pasadas. Sin embargo, esta atención no se justifica con la mera incorporación de nuevas pericias instrumentales, sino que, aceptadas éstas como

algo propio de la evolución natural de la tecnología, se confirma con una acreditación cualitativa de carácter intensivo.

Desde siempre, el reloj tecnológico de la historia ha marcado su ritmo de manera progresiva; pero desde los años 60 del siglo XX esta progresión ha sido mucho más rápida, y esa rapidez, jalonada de infartos, úlceras y estrés, tan productora y tan productiva, refrendada por el yen, la libra, el euro y el dólar, ha ido modificando los perfiles profesionales existentes y creando contornos inéditos

En un estudio muy clarificador y acertado (incluido en esta obra y realizado por las profesoras Zamora y García), llevado a cabo a través de cuestionarios basados en el método Delphi sobre el perfil del comunicador digital, dos profesoras universitarias han concluido toda una serie de aspectos fundamentales que habrán de tenerse en cuenta siempre que se trate el tema en cuestión. Avalladas por el criterio de autoridad, consensuado por un conjunto de expertos, las respuestas diseñan un mapa preciso, con poco margen de error y omisión, sobre el cual se pueden plantear las diversas acciones de profundización y pensamiento.

Lo que en un primer momento se configura como índice o elemento de datación, organización y referencia, puede ser después un factor de primordial importancia. Las opiniones resultantes del estudio empírico permiten la argumentación, en todo caso validada, que conducirá a puesta en relieve de los aspectos, cualidades y actitudes del periodista digital.

Cuatro grandes bloques dan cabida a los núcleos facultativos:

1º. Erudición: cultura enciclopédica y especialización; cultura humanística; 2º. Ap-

titud e idoneidad: creatividad; 3º. Interés y actitud: curiosidad; 4º. Capacitación y adiestramiento: dominio de los códigos comunicativos del medio y de sus registros; dominio de la búsqueda, organización y selección documental; dominio de idiomas.

3 Cultura enciclopédica y especialización

El primer bloque recoge todo lo referente a la cultura general del periodista. Coinciden los expertos en la necesidad de una *sólida y amplia cultura*. Si al periodista tradicional se le suponía una buena formación, ahora esa formación deberá intensificarse más. “La formación humanista es indispensable para la aplicación de los valores que han sido paradigma en la historia de la buena comunicación. Además el comunicador en los nuevos entornos tecnológicos, debe tener curiosidad por las cosas que pasan y no perder nunca la capacidad de asombrarse ante los acontecimientos, con el fin de poder contarlos con pasión” (Ibíd. :26).

Si se habla del “periodista periodista”, del “buen periodista”, con o sin estudios universitarios de periodismo y al margen de una definición cerrada, rigurosa y científica, no es posible concebirlo al margen de una formación integral, rica en toda clase de conocimientos, articulada y flexible, capaz de entender, reconocer, contextualizar, actualizar, conjeturar, valorar y seleccionar en un mar de contenidos muchas veces navegado por informadores no profesionales, así como por receptores convertidos en emisores circunstanciales unas veces y habituales otras.

La amplitud de horizontes informativos en la Internet lleva al periodista a una amplia

ción progresiva de su competencia, ya que de no ser así se vería convertido, por una *performance* imprecisa y falta de rigor, en un informador sui géneris, en un parlanchín o *barbard* sin criterio personal ni correspondencia social.

El barboteo, la confusión y la imprecisión son invitaciones rápidas a la desintegración y a la vulgarización difusa y no contrastada de los mensajes, una especie de cementerio flotante de basura informativa.

La inmediatez y la relación personalizada también suponen exigencias intelectuales, en correspondencia con los débitos de cortesía y con los cumplimientos de expectativas. El dominio de la tecnología no lo es todo; incluso deberíamos decir que es menos de lo que podría suponerse. La fiabilidad del mensaje va a depender cada vez más de la calidad del mismo. Convertir la información en conocimiento real es un desafío importante e inexcusable.

La excelencia expresiva y significativa, formal y substancial, del mensaje es el salvoconducto forzoso del mismo. Con una eficacia verificada y una perfección apreciada, el texto y el hipertexto se ennoblecen y adquieren credibilidad, con lo que la producción y edición del mismo garantizan su supervivencia.

Hoy, más que nunca, se goza de todo tipo de medios y de accesos cómodos a la información, pero eso no quiere decir que la información vaya paralela a la formación, ya que la falta de correspondencia suele ser manifiesta en todos los niveles. A la universidad le corresponde, en teoría, la formación cultural genérica y especializada de los estudiantes, aunque esto no suele ser una realidad fácilmente constatable. La especialización por la especialización, escueta y desprovista de re-

laciones, es algo habitual que deprecia la calidad del conocimiento.

La universidad actual no se abastece tanto de vocaciones ligadas a aptitudes y actitudes calculadas y responsables cuanto a exigencias sociales, propensiones imprecisas, atracciones de moda, condicionantes económicos y espejismos de notoriedad. Y, aunque el *vanitas vanitatis* es un tópico que ya parece haberse desprendido de la mayor parte de los estudios universitarios, todavía una carrera puede ser el trampolín que favorezca la entrada en una elite social o profesional y en un campo de poder adquisitivo desahogado.

Todos los estudios requieren una atención, un rigor y una profundidad que garanticen su calidad; una calidad que poco tiene que ver con el criterio de excelencia empresarial, debido a que las estrategias van dirigidas preferentemente a la satisfacción de la demanda del cliente y a la rentabilidad de la empresa. En Educación los planteamientos tienen que ser otros muy distintos. ¿Cómo es posible que una sociedad relajada, de comodidad y bienestar generalizado pueda demandar disciplina, esfuerzo, aplicación y rigor? Evidentemente, ante una demanda de opciones, todo el mundo quiere una buena formación a una mala, un buen profesor a uno malo, una ciencia completa a una incompleta, un planteamiento escrupuloso a uno falsario; pero a la hora de la verdad, los propios demandantes acomodan sus cualidades a sus apetencias y éstas al servicio que pretenden obtener. Las tentadoras propuestas de la sociedad y las zafias invitaciones de los medios de comunicación para un regalado disfrute suponen una fuerte y desleal competencia en el proceso formativo del individuo. El periodista, tradicional o digital, no es ajeno a esta

sociedad y se forma con los criterios estandarizados de la misma, que, en muchas ocasiones, no responden a planteamientos científicos ni universitarios sino a programas de experimentación pedagógico-social que pretenden rentabilizar el nivel a través del acomodo del mismo a la demanda política o a la expectativa pragmática e instrumental del grupo profesional o de la sociedad en la que se encuentra inscrito.

De todos es sabido que los conocimientos impartidos en una carrera universitaria no son suficientes ni siquiera para iniciar un ejercicio profesional. En un momento de trivialidad generaliza, de carreras curriculares y de inercia en las aulas, se corre el peligro de una superficialidad flagrante, integradora de todas las debilidades de la denominada *mass cult* de los años 60 y de las representaciones tópicas de los imaginarios sociales generados a partir de los años 80-90.

Los objetivos revolucionarios han quedado postergados (Lipovezky, 1986) en favor de una potenciación de los factores de incertidumbre (Prigogine y Stengers, 1988), pero la irrupción de las nuevas tecnologías, coronada por el papel informativo de Internet, pone de manifiesto la necesidad de un papel tecno-comunicativo bien distinto en el que, en un futuro muy próximo, predomine una intensificación de la calidad frente a la cantidad.

La formación del comunicador digital pasa forzosamente por un estado de necesidad que demanda a la universidad o a cualquier otra institución educativa una educación extensa e intensa, una educación integral sin remilgos que haga del futuro periodista un *adfectator sapientiae*, preciso en la especialización y amplio en la generalización.

El papel del periodista digital requiere sólidos cimientos culturales que puedan retorcerse, exprimirse, concentrarse y disponerse velozmente como filtros y selectores de informaciones, al mismo tiempo que interpreten y relacionen. Como siempre, pero de manera más comprometida, “no sólo es importante saber desactivar la bomba sino que hay que desactivarla a tiempo”. La masa cultural del comunicador debe expandirse en ráfagas veloces y domesticadas para dar solución a un intercambio en el bucle continuo con los otros. La versatilidad instrumental y la ósmosis enciclopédica pueden dar sentido —sentido auténtico— al atinado juicio especializado, a la innovación atrevida y a la creación desbordante.

La universidad tiene una obligación trascendente, con un plus de responsabilidad, en la formación de estos nuevos periodistas. No se puede perder en un entramado burocrático ni en una inercia programática anquilosada y raquíta. La especialización tiene que formar parte de la totalidad, inscribirse en la misma sin eliminar ni desprestigiar el entorno que es mucho más denso y rico y que, por tanto, requiere un tiempo y una atención que a veces se le escatima. A la educación especializada no se le opone una cultura general, histórica y decorativa; muy por el contrario, deviene del fundamento y de la densidad de esta última como hija individualizada, concreta y específica.

La visión generalista y la especializada no tienen por qué ser ahora divergentes ni opuestas. El comunicador digital, formado y cultivado, deberá capacitarse para una elección continua de perspectivas en el tablero de una exigencia siempre ascendente.

De ninguna manera se puede renunciar al papel reflexivo, profundizador y crítico de

las universidades tradicionales, por más que las universidades actuales tiendan a convertirse en institutos politécnicos y escuelas tecnológicas de “pseudocapacitación” laboral. La formación de ciertos especialistas requiere una especialización relativamente breve, una temporalidad reducible a unos cuantos meses, mientras que su argamasa cultural, en muchas ocasiones reducida a atomizadas asignaturas de carácter complementario, se difumina y debilita en aras de una *secundariedad* mal entendida. La prioridad de la especialización desaloja de la cancha de juego, como accesorio y subsidiario, todo lo que “suena” o es conocido en el amplio espectro educativo de la cultura patrimonial y universal, valorando, a veces, de forma excesiva, aspectos restrictivos y limitados o, en otro ámbito, aspectos instrumentales meramente técnicos y de adiestramiento mecánico.

4 Cultura humanística y trascendencia

La brutal soledad del hombre, rodeado de millones de semejantes, le lleva a una continua reinención de sí mismo. Frente a la mundaneidad del hombre contemporáneo, que paraliza su proyección histórica, hay otra realidad trascendente que surge como alternativa metafísica.

El apremio y la urgencia de la vida cotidiana se proyecta, sin duda, en una comunicación mucho más rápida y fugaz que la tradicional. El presente efímero rehuye la reflexión y el sentido de la verdad más profunda. El hombre, esencialmente “ser de proyecto”, se ve frenado por un continuo presente que le hace vivir de forma acelerada y que le impide el proyecto, el diseño y la minuciosa realiza-

ción del esbozo que le garantice resultados aproximados a los previstos.

Un proyecto, que es ante todo una apuesta de futuro, un vector “*ad infinitum*” que se anula o recorta con cada uno de los logros del presente, significa pretensión, cálculo y anhelo motivadores de cualquier tipo de planificación previa. Por eso, sin proyecto vital, la “*diaconía de la verdad*” (Morandé, 2000) se ve mermada; por eso, en el vértigo de una homomensura absorbente y en la obcecación de un antropocentrismo desmedido, el comunicador puede llegar a perder toda dimensión de objetividad para interpretar el devenir de la historia, desembocando en la sinrazón, en la parcialidad y en la denigración personal.

El humanismo descontrolado y antropocéntrico llevado hasta las últimas consecuencias niega la realización más fructífera del humanismo trascendente. Sin embargo, la globalización con su diversidad ambiental y su tratamiento tecnológico exige una reconversión de los profesionales de la información; unos profesionales que, por vez primera, se enfrentan al trabajo unitario y global del conocimiento y de la inteligencia.

El concepto inevitable de *bestia cupidissima rerum novarum* será motor de ampliación enciclopédica, al mismo tiempo que suscitará interés por el ideal de vida, una meta hacia la que orientar todas las acciones. La actitud de servicio estará, en palabras de Romano Guardini, dignificando a emisores y receptores, al ponernos en actitud de auténtica solidaridad. De este planteamiento se desarrolla entonces la idea fundamental del ser humano como un ser de coexistencia y encuentro; una idea que tendrá que controlarse y civilizarse (Morin, 1991) para facilitar el diálogo fructífero con uno mismo y con los demás.

Una *iusta constitutio* del entramado comunicativo promueve en el mensaje mediático un resultado de coherencias entre los aspectos profesionales del comunicador y los aspectos éticos y trascendentes, con una visión de justicia, libertad y dignidad humana. Frente a la posibilidad de banalización y a la falta de credibilidad, el periodista digital deberá esforzarse por potenciar su espiritualidad, con una carga de responsabilidad y disponibilidad extra que armonice la conciencia personal con el ejercicio de las obras. La soledad del comunicador en la vastedad de la red, su independencia y autonomía exigen, por el contrario, un mayor compromiso que lo valide y autentifique en su relación con el grupo.

5 Creatividad y curiosidad

El segundo bloque se centra básicamente en la creatividad del ejercicio diario, en su complejidad y valor. Se relaciona íntimamente esta creatividad con el interés del tercer bloque, una actitud que tendrá su manifestación en la curiosidad del periodista para detectar los grandes temas, en la curiosidad para enfrentarse a la avalancha informativa y descubrir entre pequeños sucesos asuntos significativos, en la curiosidad investigadora que le llevará a no cejar en el empeño ante una pista que atraiga su atención y en la curiosidad que activará cualquier intento de mejora y reconducción del material informativo.

No cabe duda de que la creatividad es un fenómeno ontológico que poco tiene que ver con lo cognitivo. La relación que establece el hombre con su medio le lleva a modificarlo, transformarlo, distorsionarlo, interpretarlo y adaptarlo creando ámbitos de contornos precisos o difusos. Fluctuaciones y deslizami-

entos de la realidad evidencian las interacciones del caos y sus fecundas manifestaciones.

Los trabajos en la red encadenan necesariamente series de acciones cotidianas; acciones que funcionan como rutinas ligadas al dominio instrumental de la técnica, si bien el comunicador tendrá que enfrentarse con problemas cada vez más sugestivos que visualizará y conceptuará según las líneas convencionales y las generadas de forma imaginaria tras un proceso meditativo o de reflexión.

Los problemas inmediatos del comunicador digital devienen de la propia incapacidad del medio, de sus características inmanentes y de un desarrollo apenas iniciado. Enfrentarse a los problemas de sobreinformación, de adquisición de conocimiento, de credibilidad, de calidad, de relación humana y de utilización de lenguas, supone un desafío que redundará en beneficio de soluciones creativas a través de procesos de experimentación e imaginación.

A los métodos didácticos y pedagógicos, utilizados para la adquisición de conocimientos hay que añadir un nuevo interés por los métodos *sinécticos* (Gordon, 1992; Alexander, 1992) y *creáticos* (Hofstadter, 1990), aunque sin olvidar el papel *pascaliano* y *cartesiano* de la claridad, la reducción de las dificultades, la jerarquización del pensamiento y la generalización del análisis.

La predicción, la simulación, la síntesis, la analogía, la asociación fantástica, la simbolización, la metaforización y la redefinición, son estrategias que, utilizadas de forma metódica, estimulan las soluciones mejoradas e innovadoras. Las cualidades naturales del personaje creador, basadas en la disposición genética, en el entusiasmo, en la concentración, en la receptividad y en la liberación de

prejuicios, se completan y engrandecen con el interés y el esfuerzo. Una gimnasia de la creatividad dispone positivamente períodos de incubación en los que suele eclosionar la inspiración de forma inconsciente e irracional.

Salvo casos excepcionales, la mayor parte de las personas tienen que trabajar intensamente para acallar el ruido de la mente concreta y dejar que el aire renovador de la realidad interior se manifieste en flashes intuitivos. Ya sea por medio de la intuición intelectual o por el caudal de conocimientos apriorísticos, la creatividad relaciona el yo profundo con la incertidumbre exterior y encuentra así su expresión más adecuada. Pero el comunicador, sometido a la tensión constante de su trabajo, se tiene que enfrentar a la ansiedad y a la angustia de todo creador, incrementada por la velocidad a la que se ve forzado por el medio. Luchar contra la repetición acostumbrada y destrozarse los refugios de la rutina se convierte en objetivo primordial, por más que la inercia insensibilice los canales de la imaginación *poiética*.

Quizás el propio desorden hipertextual y el caos informativo se puedan pronto reducir a esquemas estructurales, siendo la predicción de tendencias, dentro de la desorganización aparente, el inicio de la regularización creativa; normalización que justificará cualquier tipo de brote innovador o revolucionario, permitiendo al mismo tiempo la decodificación de informaciones sucesivas y traslapadas.

Con una mínima predisposición, las condiciones complejas del medio digital, sometidas a fluctuaciones críticas y al mismo tiempo incitadoras ellas mismas al proceso revulsivo y ascendente de la imaginación, activarán la curiosidad del comunicador. La

curiosidad puede asimismo excitar la imaginación y ésta conducir a la creatividad. Entre las objeciones y la desconfianza que Pascal manifiesta respecto a la imaginación y la defensa que de la misma hace Einstein, está el aprovechamiento metódico de Leibniz que da sentido, a posteriori, al proceso irracional de la iluminación intelectual y creativa (Kestler, 1968: 184-85).

6 Dominio de la lengua natural, audiovisual y documental

El cuarto bloque es eminentemente semiótico y se hace eco de un abanico lingüístico constituido por la lengua natural, hablada y escrita, por las lenguas audiovisuales y su tratamiento tecnológico, y por la lengua documental. A fin de cuentas, tras la intención comunicativa todo confluye en un despliegue de actuaciones lingüísticas.

Ante la relajación normativa ambiental, la lengua natural sufre las erosiones de la infracción, de la imprecisión y de la bastardía semántica y sintáctica. Unas veces por modernidad y otras por estética gráfica, las expresiones escritas se alteran sin ton ni son, produciendo clichés visuales en los receptores, que, en muchos casos, por juventud, inmadurez o falta de conocimientos lingüísticos y culturales, hacen suyas estructuras erróneas y distorsionadoras del buen uso de la lengua. Internet está lleno de este tipo de escritos, que sin llegar al fondo del contenido, nos repelen en superficie con la sola lectura de unas líneas. Papanatismo, simplicidad y falta de rigor ensucian el patrimonio comunicativo, haciéndole perder cualidades instrumentales y mermando la credibilidad del contexto en el que actúan los códigos.

No obstante, la lengua, que está viva y que sobrevive a pesar de todos los avatares, se adapta, se contrae y expande, a la espera del buen sentido de los hablantes, que con la aceptación de todas sus características topológicas, sociales y profesionales, se ennoblecen con la coherencia otorgada por la atención, por el interés y la consecuencia de su uso.

Si se lee poco y mal, la modelización será escasa y deformada, por lo que la creación de textos estará en consonancia con el entrenamiento previo. Que *los límites de mi mundo son los límites de mi lengua* es algo que parece indiscutible, un axioma o apotegma que puso de relieve Wittgenstein y que Chomsky afina más tarde cuando confirma al lenguaje como *fidedigno espejo de la mente*. La riqueza de léxico, la precisión y el rigor en todos y cada uno de los niveles de lengua, es algo más que una ornamentación o una vestimenta engalanada, se trata de una radiografía profunda del individuo.

A los escombros informativos de Internet hay que añadir esa escoria formal constituida por hablas adulteradas y representaciones escritas con faltas ortográficas, asimilación de espacios, fusiones silábicas, geminaciones de letras, ausencias de tildes, arbitrariedad en los signos de puntuación, utilización indiscriminada de mayúsculas y otras lindezas de semejante jaez. No se trata de rasgarse las vestiduras, se trata de pedir un mínimo de consideración por el instrumento comunicativo, por la riqueza patrimonial que representa y por el respetable receptor, al que se coloca de continuo en una situación de abusivo desprecio, exigiéndole la atención, aceptación y entendimiento de un producto desaliñado y enmarañado.

El comunicador digital tiene que armo-

nizar el conocimiento sólido con la forma de exponerlo y transmitirlo. No puede, por la velocidad ni la prisa, renunciar al esfuerzo que supone la realización de una escritura cuidada, como tampoco puede desatender otras manifestaciones semióticas de carácter audiovisual que confluyen en el texto.

El carácter icónico de la pantalla y el añadido acústico condicionan el diseño de los comunicados que, de manera integrada, serán tratados informáticamente y recibidos como un todo en un entorno también informático. Pero en el nuevo escenario, los receptores no tienen por qué establecer una relación de complicidad unilineal con el periodista, y la valoración del texto íntegro o total va a depender tanto de su aceptabilidad inmediata como de su disponibilidad para ser modificado e interaccionado, de forma que los receptores, todos y cada uno de ellos, describan el texto con las posibilidades que ofrecen la escritura y la lectura hipertextual.

Movido por las necesidades de los receptores y consciente del caos informativo que aporta a la red el hipertexto, el periodista digital dispondrá la documentación de forma que en el acceso se diferencien los distintos grados de actualidad y pertinencia. Está claro que “los medios interactivos permiten al usuario hurgar, preguntar, interpelar, exigir y reclamar” (Terceiro, op. cit.), pero para que estas operaciones se lleven a cabo en un marco de normalidad comunicativa, se requiere una labor documental de esmerada eficiencia.

Junto al dominio de las técnicas documentales en general y de las aplicadas a la comunicación en particular, es necesaria una normalización documental del texto informativo (cuestión ésta que plantea la reconsideración del concepto) en el terreno difuso

de Internet. Urge configurar la estructura de la formación y organización de ideas-temas-textos y la estructura representativa del discurso a través de modelos de síntesis y de traducción. De igual manera, demanda especial atención el tratamiento estructural de los vectores (García Gutiérrez, 1990: 99), lo que permitirá un mayor grado de coherencia en la disposición, acceso y recuperación de contenidos.

7 A modo de conclusión

Satisfacción personal y realización profesional, aspiraciones naturales de muchas personas, entre ellas los periodistas tradicionales, ampliarán sus expectativas y beneficios en el periodismo digital con la incorporación de la solidaridad privada e institucional; una solidaridad fruto de la conciencia de la existencia del otro y de una empatía benefactora de las relaciones sociales, en su facetas preventivas, resolutorias, comprensivas y de servicio. El ámbito digital da cabida a la creación permanente de guiones y patrones informativos por parte del comunicador, al mismo tiempo que potencia su responsabilidad con el deseo y el intento de una más efectiva utilidad para el usuario. La interactividad y la hipertextualidad exigen un diseño particularizado en el escenario más amplio y abierto a la diversidad. La figura del “usuario replicante” estimula la retroalimentación y rompe la unidireccionalidad tradicional, lo que lo sitúa en un plano ventajoso respecto al “autor-emisor” de la información, que se verá forzado cada vez más a una alimentación intensiva de su propia credibilidad con aportaciones bien escogidas, bien sintetizadas y bien valoradas, a la vez que situadas en

un marco de posibles relaciones hipertextuales.

Sin ningún género de dudas, la competencia entre informadores tendrá que radicar en el prestigio otorgado por la calidad de la información, elegida, comentada y relacionada sobre una base de conocimientos bien cimentados, siempre con el refrendo de una concepción humanística de la vida, a veces contracultural, valiente, convencida y sobre todo ética.

8 Referencias bibliográficas

- AEDE & MECD (2003): *La prensa escrita, recurso didáctico*, Centro de Investigación y Documentación Educativa, Madrid.
- AGUADO, Juan Miguel y ZAMORA, Rocío (2002): “El debate sobre el comunicador digital” (Documento de trabajo), 1er Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad “Cultura & Política @ CiberEspacio”. <http://cibersociedad.rediris.es/congreso/g24.htm>
- ALEXANDER, Tom (1992): “Sinéctica: la invención por el método de la locura”, en Gary A. Davis y J. A. Scott (comps), *Estrategias para la Creatividad*, 68, Paidós, Buenos Aires.
- GARCÍA GUTIÉRREZ, Antonio L. (1990): *Estructura lingüística de la documentación*, Secretariado de Publicaciones, Universidad de Murcia.
- GÓMEZ, Juan Pedro (1999): “Texto, hipertexto y ordenador (Aspectos informático-lingüísticos)”, *Revista de Investigación Lingüística*, nº 2, Vol. II, Universidad de Murcia.
- GORDON, William J. J. (1992): “Sinéctica: historia, evolución y métodos”, en Gary A. Davis y J.A. Scott (comps), *Estrategias para la Creatividad*, 81, Paidós, Buenos Aires.
- HOFSTADTER, Douglas R. (1990): “Analogías con fluidos y creatividad humana”, en Jorge Wagensberg (dir.), *Sobre la imaginación científica*, 71, Tusquets, Metatemas 22, Barcelona.
- KOESTLER, Arthur (1968): *Le cheval dans la locomotive*, Calmann-Lévy, París.
- LIPOVETZKY, G. (1986): *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona.
- MORANDÉ, Pedro (2000) : “Un nuevo humanismo para la vida de la universidad” , Humanitas, 20.
- MORIN, Edgar (1991): *La Méthode IV. Les idées*, Seuil, París.
- PRIGOGINE, I. y STENGERS, I.(1988) : *Entre le temps et l'éternité*, Fayard, París.
- RECIO, Milena: *Rol del comunicador*, 26-06-2002, en http://enmedia.org/baraza3/palestra/mensaje_imp.cfm?id_mensaje=4227
- TERCEIRO, José B. (1996): *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*, Alianza, Madrid.
- ZAMORA, R. y GARCÍA, L.: *Análisis prospectivo de las opiniones de expertos en nuevas tecnologías sobre el perfil del*

comunicador digital a partir de un estudio tipo Delphi, dentro del proyecto de investigación “El Comunicador Digital: Transformaciones en las rutinas y perfiles profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos” (UCAM, 2002).