

Lenguaje, vivencias y comunicación



Javier Domínguez
Ingeniero de Telecomunicación

Cada profesión defiende su dominio adoptando una jerga de difícil comprensión para los no expertos. Nos justificamos con la excusa de que toda innovación ofrece algo distinto y que es ineludible inventar palabras para describirla. Sabemos, también, que el impacto de la novedad será mayor si la terminología que lo acompaña provoca sorpresa intelectual. Y si, además, se añade una dosis de anglicismos y de siglas, el resultado está garantizado: ¡ni los expertos son capaces de interpretar correctamente la idea expuesta!

Nada que oponer al esfuerzo de contar las cosas para los especialistas. Hay tribunas, habituales en el ámbito científico, en las que está admitido e, incluso, acreditado, el uso intensivo de neologismos como señal de modernidad. Pero, uno se pregunta si, para lograr una mayor repercusión social, no habría que transmitir también las ideas con un toque estético y un estilo sencillo y divulgador.

Los ingenieros de telecomunicación estamos en desventaja frente a otras especialidades: nuestro conocimiento se diluye en la intangibilidad de las ondas, en cables ocultos o en emisores situados en órbitas celestiales. No tenemos edificios, ni puentes, ni autopistas, ni trenes ni aeronaves de que presumir; lo más tangible de nuestro quehacer son las zanjas y las torres de antenas, asuntos sobre los que es mejor no ponerse estupendos. Además, el devenir tecnológico nos ha emparentado indisolublemente con la informática, de manera que hemos perdido nuestra identidad en ese revoltijo que son las tecnologías de la información y la comunicación, las famosas TIC.

Nuestras fortalezas se sitúan en el espacio de las sensaciones: las que provocamos cuando las personas se comunican urbi et orbi, acceden a la información de manera inmediata, disfrutan del entretenimiento televisivo... Vivencias que son puras vibraciones, sin materia, y que no pueden ser objeto de exposiciones.

Pero siempre nos quedará el lenguaje, con sus textos y discursos en los que proclamemos la importancia de las telecomunicaciones en el bienestar social. Y es aquí, siento decirlo, donde no sabemos seducir a la sociedad con un lenguaje sencillo y claro, que ayude a entender la sustancia de nuestra ingeniería. Lo que contamos está repleto de vocablos extraños, ideas complejas y, lo peor de todo, con tan elevada dosis de siglas que éstas deslucen el estilo de un artículo y dificultan la comunicación.

Me pregunto: ¿Y si organizáramos encuentros entre periodistas y telecos para un intercambio de inquietudes y experiencias?. Mejoraríamos nuestras capacidades comunicativas y divulgativas. A los periodistas, les ayudaría a entender los conceptos básicos de nuestras tecnologías y a superar la inseguridad que a veces se percibe, cuando, por ejemplo, informan sobre el espectro o las estrecheces de la anchura de banda. La "marca" teleco será, en definitiva, la gran beneficiada. ♦