

## RESPONSABILIDAD DEL COMUNICADOR PROFESIONAL EN LAS INFORMACIONES SOBRE POBLACION Y DESARROLLO\*

---

ALBERTO VILLAVERDE

### PRELIMINAR

He tenido la curiosidad de recorrer, durante los días en que redactaba esta ponencia (octubre 11 al 29), los titulares de la prensa escrita donde podría aparecer algo relacionado con este tema. El resultado es interesante:

- a) "Caldera sugiere universidades orienten docencia (hacia) desarrollo" (Listín Diario, 11 octubre).
- b) "Pide países petroleros ayuden desarrollo (de la) ciencia" (El Caribe, 19 octubre).
- c) "Ampliarán el desarrollo de la pesca en represa" (Listín, 25 octubre).
- d) "Mujeres en Desarrollo se nacionaliza" (Listín, 26 octubre).
- e) "Funcionario del IDECOOP: sostiene que los países utilizan cooperativismo como instrumento fundamental para su desarrollo" (El Sol, 27 octubre).

---

\*Ponencia presentada en el I Seminario Nacional sobre Comunicación, Población y Desarrollo (noviembre 15 de 1979), patrocinado por la UNESCO y la Universidad Autónoma de Santo Domingo.

f) "Durante asamblea de la FDD: Armenteros dice que organismo es una herramienta de importancia para el desarrollo del campo dominicano" (El Sol, 27 octubre).

g) "Industriales forman (en) Haina un comité pro desarrollo" (Noticia, 28 octubre).

h) "Constituyen un comité pro desarrollo de Haina" (Nacional, 29 octubre).

En las páginas editoriales aparece también, en alguna ocasión, este tema:

i) "Desarrollemos a Santiago" (El Sol, 17 octubre).

j) "El Estado en el desarrollo industrial" (El Sol, 18 octubre).

k) "La tarea del desarrollo" (Noticia, 28 octubre).

Si analizamos superficialmente las informaciones y opiniones que corresponden a cada uno de los titulares citados, constataremos en seguida la ambigüedad de la palabra "desarrollo".

Debo advertir que en mi curioso peregrinaje no apareció ningún titular relacionado con el tema "población", pero sospecho que, si lo hubiese encontrado, habría adolecido también de una ambigüedad semejante.

Esta ambigüedad constituye mi primer problema cuando intento enfocar concretamente la ponencia. ¿Sobre qué concepto de población y desarrollo hablamos? ¿Hablan de la misma cosa el ex presidente Caldera, el MUDE (Mujeres en Desarrollo), el IDECOOP, o el ingeniero Armenteros, presidente saliente de la Fundación Dominicana de Desarrollo, cuando pronuncian la misma palabra?

Y todavía es más significativa esta ambigüedad en la información que corresponde a uno de los titulares de Haina. El corresponsal de La Noticia escribe: "El comité tiene el propósito de sacar del marasmo a Haina, una de las comunidades pequeñas del país con mayor desarrollo industrial..."

A pesar de tales dificultades, trataré de enfocar mis consideraciones a partir de cinco aspectos que calificaré de responsabilidades<sup>1</sup> del comunicador profesional.

## PLANTEAMIENTO DEL TEMA

Voy a plantear el tema a partir de dos vertientes muy definidas. La primera

corresponde a lo que algunos teóricos de la comunicación denominan características endógenas del comunicador, es decir, características esenciales a la entidad misma de la profesión. Estas características tienen su punto de partida en dos teorías del proceso comunicativo: la teoría de la producción de significantes, y la teoría de la vehiculación de signos.

En la segunda vertiente voy a incluir tres características que denominaré exógenas, esto es, que provienen generalmente de fuera porque no siempre su implementación depende o está en manos del comunicador: una se funda en la teoría de la información; otra obedece a normas deontológicas; la tercera corresponde a diversos aspectos de política o planificación de la comunicación.

## PRIMERA PARTE

### I. CARACTERÍSTICAS ENDOGENAS DEL COMUNICADOR

#### I.1. LA PRODUCCION DE SIGNIFICANTES EN EL PROCESO COMUNICATIVO

Los objetos, los comportamientos, los valores y, en general, cualquier aspecto de la vida o cultura pueden convertirse en entidades semánticas, porque cada uno de ellos ofrece una función signifiante. Desde el momento en que existe una sociedad o grupo humano, todas sus funciones se transforman en signos de esa función.

Umberto Eco, de quien tomo estas reflexiones, usa como ejemplo la palabra "automóvil". Ese sustantivo es una entidad semántica porque está relacionado con el signifiante /automóvil/. Pero también es una entidad semántica porque aparece sistematizada en un eje de oposiciones con otras entidades semánticas, como "bicicleta", "coche", "patineta", "pie".

Automóvil indica, además, cierta posición social y adquiere un valor simbólico. Automóvil se convierte en el signifiante de una unidad semántica que equivale a "velocidad", "riqueza", "bienestar".

Apliquemos el mismo parámetro al concepto dominicano de "bola" que entre nosotros está relacionado con el signifiante "auto-stop": su eje de oposiciones hay que sistematizarlo con unidades semánticas como "transporte universitario", "autobús", "caminar". Pero también se convierte en signifiante de unidades semánticas como "pobreza", "dependencia", "clase social", "humillación", etc.

Según Eco, "la cultura por entero es un fenómeno de significación y de



comunicación; humanidad y sociedad existen sólo cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación".<sup>2</sup> Después establece que "las expresiones no designan objetos, sino que transmiten contenidos culturales".<sup>3</sup>

La hipótesis de Umberto Eco queda formulada así: "la cultura por entero debería estudiarse como un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación".<sup>4</sup> Lo cual supone que "no sólo puede estudiarse la cultura de ese modo, sino que, además, solamente estudiándola de ese modo pueden esclarecerse sus mecanismos fundamentales".

Por tanto, los objetos, los comportamientos, los valores de un pueblo funcionan como tales porque obedecen a leyes semióticas. La semiótica, a su vez, es una teoría que permite una interpretación crítica continua de los fenómenos de semiósis.<sup>5</sup>

En resumen, que "la semiótica —como teoría de los códigos y de la producción de signos— constituye también una forma de crítica social y, por tanto, una de las formas de la praxis".<sup>6</sup>

"Evidentemente, cuando los sujetos empíricos son capaces de criticar el ajuste ideológico de los sistemas de significación, se están produciendo casos de práctica social concreta. Existe producción de signos, porque existen sujetos empíricos que realizan un trabajo para producir físicamente expresiones, ponerlas en correlación con un contenido, y así sucesivamente..."<sup>7</sup>

He caído en la tentación de parafrasear y comentar prolijamente a este notable profesor e investigador italiano que es Umberto Eco, porque estoy profundamente convencido de que la primera y fundamental responsabilidad del profesional de la comunicación es algo que supera los límites ingenuos y colegiales de la enseñanza o aprendizaje de la redacción gramatical.

La producción de significantes en el proceso comunicativo, es decir, "la transformación del 'mensaje' en 'información' es una operación profesional: es la transformación en signos adecuados para el proceso que se pretende, y cuya característica peculiar consiste en hacer accesible un mensaje, emitido en un lenguaje específico, a una pluralidad de sujetos perceptores anónimos. Se trata de buscar aquellos elementos homogéneos de carácter semántico que puedan tener validez común para un receptor plural e indiferenciado".<sup>8</sup> Y todo esto requiere una serie de conocimientos lingüísticos y culturales que trascienden la simple regla gramatical o sintáctica, o la indiferente utilización de un vocablo más o menos apropiado.

Más aún, "el lenguaje verbal es el artificio semiótico más potente que el hombre conoce; pero que, a pesar de ello, existen otros artificios capaces de

abarcar porciones del espacio semántico general que la lengua hablada no siempre consigue tocar", y esos otros artificios pertenecen también al dominio académico y profesional del comunicador.<sup>9</sup>

## 1.2. LA VEHICULACION DE LOS SIGNOS EN EL PROCESO COMUNICATIVO

La segunda característica que calificamos de endógena o esencial a la entidad del profesional de la comunicación se refiere al proceso de vehiculación de los signos. En él habría que estudiar cada uno de los factores que hacen posible la interacción del Emisor/productor de significantes, con el Destinatario/perceptor del mensaje. Insistiremos en los principales.

La vehiculación de mensajes ha sido objeto de consideraciones muy superficiales por algunos estudiosos de la comunicación. Todavía aparecen libros describiendo ingenuamente una simple relación de emisor/receptor (o de estímulo/respuesta), para explicar el proceso de la comunicación.

Melvin L. De Fleur llegaba a esta conclusión, hace unos años, en uno de sus libros: "Pese a la tremenda importancia que tiene el proceso comunicativo para todo ser humano, para todo grupo y para toda sociedad, sabemos menos de él que del ciclo vital del murciélago o de la composición química de los sedimentos oceánicos. Quizás la comunicación, incluso mientras la estudiamos, es demasiado inseparable de nosotros mismos. Es tan ubicua y evasiva que se asemeja al aire. Sabemos que está allí, pero se encuentra tan a mano y es tan común que la tarea de ocuparnos de ella no parece demasiado importante. Pero esa tarea debemos emprenderla si queremos conocer mejor al homo sapiens. Para descifrar misterios como los fundamentos de la personalidad, la naturaleza de la enfermedad mental, las fuentes de los conflictos humanos y los principios del cambio social (para mencionar sólo unos pocos), un conocimiento más completo de la comunicación humana es de suprema importancia".<sup>10</sup>

Es arriesgado analizar en pocas líneas tantas implicaciones de un problema complejo y, al mismo tiempo, importante. Mi intención no puede ir más allá de una reducida enumeración, para tratar de crear una serie de preocupaciones e intereses.

Permítame citar, antes de continuar, a un autor a quien le debemos uno de los libros más lúcidos acerca de estas disciplinas, el francés Robert Escarpit. Su observación metodológica es oportuna: "Una teoría no es más que una forma de ver las cosas. Es una experiencia hecha de experiencias, y organizada en un sistema más o menos frágil, más o menos resistente a la usura del tiempo. Nunca tiene otra coherencia que la de aquel que la propone tal como él la ha vivido".<sup>11</sup>

Después de estas aclaraciones, me atrevo a enumerar ciertos aspectos inseparables del complejo problema denominado teoría de la comunicación.

#### A/ LA COMUNICACION COMO EFECTO EN EL PERCEPTOR

El primer gran error que comete quien analiza la interacción comunicativa es considerar su factor primigenio —el mensaje del emisor— como único elemento determinante para la consumación del proceso. La comunicación "es más bien resultado existencial, y no sólo un proceso"; el resultado puede darse o no, al margen de que intervengan todos los factores del proceso.<sup>12</sup>

En otras palabras, si el destinatario no entiende el mensaje de la misma manera que lo entiende la fuente emisora, entonces no se produce la comunicación. Pero la incompreensión del mensaje por el destinatario puede suceder no solamente por deficiencia en la producción de significantes, sino también por la inadecuada utilización de otros factores integrantes de la comunicación; o por excesiva confianza en teorías de naturaleza psicológica y/o sociológicas que no explican ni confirman convincentemente el acto comunicativo.

#### B/ LA COMUNICACION COMO PRODUCCION DE ASOCIACIONES

"El problema de la comunicación no consiste en realidad en transmitir significados —estoy citando una vez más a De Fleur—; el acto comunicativo no es una transferencia de significados, sino que tiene lugar a causa de la actuación de un conjunto particular de componentes de un sistema teórico, gracias al cual se produce isomorfismo entre las respuestas internas evocadas por los signos, tanto en el emisor como en el destinatario".<sup>13</sup>

El isomorfismo (expresión acuñada inicialmente por la Escuela de Copenhague) tiene múltiples aplicaciones<sup>14</sup> en Lingüística, Semiótica y Psicología; esta última ciencia lo define como "constancia de la forma",<sup>15</sup> y tiene su fundamento en las teorías de la Gestalt o Psicología de la forma.

El gestaltismo es una teoría sobre la percepción, que también constata el hecho de que un elemento cambia de significado, de acuerdo a su ubicación en un conjunto o en otro; es decir, *la misma figura (palabra, imagen, foto) no parece ser la misma cuando la encontramos en diferentes entornos*.<sup>16</sup>

Por tanto, el valor de cada elemento lo determina su participación en el conjunto, de tal manera que, cuando se integra a él, existe precisamente sólo por el papel que allí desempeña.<sup>17</sup>

Escarpit dedica varias páginas al tema, enfocándolo de una manera más



personal y convincente. Traduce el concepto de gestalt (forma) por el de "pattern", esto es, plantilla, patrón, figurín o modelo, a partir del cual la costurera reproduce indefinidamente una configuración idéntica.

"La noción de gestalt —según Escarpit— orienta hacia un neoidealismo en el que la asociación significativa/significado está preformada en el individuo —por medios hereditarios o educativos—, y apela de alguna manera al referente (al objeto) en el acto de la percepción; en cambio la noción de pattern orienta hacia un empirismo en el que la configuración identificada como diferente de otra, no es más que 'la materia del orden' a partir del cual el espíritu humano, mediante el conjunto de signos que le suministran, produce eventualmente asociaciones significativa/significado".<sup>18</sup>

En Abraham Moles y en Gillo Dorfles pueden encontrarse algunas coincidencias y divergencias interesantes.<sup>19</sup>

### C/ LA COMUNICACION O VEHICULACION EFICAZ

Otra de las proposiciones socio-sicológicas que merece nuestra atención en el proceso comunicativo, es la que incide en los factores que determinan la eficacia de la interacción emisor/destinatario.

La más antigua de estas teorías se denomina "mecanicista" porque está fundada en unos supuestos mecanismos o fuerzas heredadas de manera más o menos uniforme por todos los seres humanos.<sup>20</sup> Todas las personas reciben al nacer un conjunto semejante de mecanismos biológicos integrantes de su estructura, que las dota de motivaciones y energía, por medio de las cuales reaccionan en una forma determinada, en presencia de estímulos determinados.

Prevalece lo emocional y no lo racional en el mecanismo. La sicología de las diferencias individuales no había hecho todavía su aparición. Pero también influían sobre el mecanismo ideas acerca de la escasez de vínculos sociales que pudiesen contrarrestar la influencia todopoderosa de un mensaje cualquiera vehiculado por cualquier instrumento de comunicación.

Actualmente ningún autor relevante sustenta la teoría mecanista. Pero tenemos que plantear severamente entre las responsabilidades del comunicador profesional su actualización con relación al estudio e investigación de aquellas teorías que hoy ofrecen mayores garantías de eficacia para la consumación del proceso de comunicación.<sup>21</sup>

## 2. CARACTERÍSTICAS EXOGENAS DEL COMUNICADOR

### 2.1. RESPONSABILIDAD INFORMATIVA DEL COMUNICADOR PROFESIONAL

Hoy día están perfectamente delimitados cada uno de los campos, el de la teoría de la comunicación y el de la teoría de la información.

El primero abarca exclusivamente lo que se refiere a la transmisión o vehiculación (comunicación) de mensajes; presupone lógicamente la existencia de una convención social que permite generar funciones semióticas para expresar o producir significantes (primera parte de este trabajo).

El campo de la teoría de la información corresponde actualmente a las propiedades de los datos transmitidos.

"La materialidad de la comunicación —explica Abraham Moles<sup>22</sup>— reside en el hecho de que la información es una cantidad mensurable que caracteriza el proceso de la comunicación. Comunicar de manera cercana o lejana equivale a transportar algo: ese algo es la complejidad; y el primer resultado que aporta esta teoría es que la información difiere esencialmente de la significación.

"La significación —continúo citando a Moles— es un conjunto de convenciones previas, comunes al emisor y al destinatario, o sea, que la significación no es transportada, sino que preexiste potencialmente al mensaje. Sólo se transporta la complejidad desde el emisor hasta el destinatario, y supone precisamente lo desconocido por el destinatario, es decir, lo imprevisible.

"La medida de la información no se debe tampoco al número de signos transportados, ni a la separación eficaz de esos signos, sino a la originalidad en su agrupación, que se opone a la trivialidad de lo previsible".

Permítanme completar esta sustanciosa cita de un autor tan importante como Moles, con esta observación suya: la mayoría de las veces el único que hace el emisor es remitirnos a una fuente informativa.

La observación plantea fundamentalmente un aspecto de la responsabilidad del profesional. El problema podría plantearse desde varias vertientes: un comunicador es, técnicamente, el profesional de la producción y vehiculación de significantes; la información, es decir, lo imprevisible, lo complejo, lo original, por oposición a trivial y previsto (el mensaje, la noticia, la opinión, etc.) proviene de la fuente, del acontecimiento, del entrevistado o del columnista.

Entonces el problema contempla otra vertiente: ¿Hasta qué punto un co-



municador profesional —cuando no es un experto en ciencias económicas, demográficas, educativas, judiciales, etc.—, puede ser manipulado por la fuente informativa?

¿Hasta qué punto el comunicador requiere, además, una especialización en la disciplina de la fuente informativa que le han asignado, para no dejarse sorprender por cualquier tipo de manipulación ideológica?

¿Hasta qué punto la dirección de un órgano de difusión es responsable de posibles manipulaciones y desinformaciones de sus destinatarios cuando a un comunicador le asigna una fuente para la cual no está preparado?

¿Hasta qué punto sobre los órganos de difusión recae la responsabilidad grave de informaciones y opiniones superficiales, cuando a sus improvisados comunicadores no les exige un grado académico que les provea de técnicas de análisis en profundidad, en técnicas de investigación semiótica, etc.?

## 2.2. RESPONSABILIDAD ETICA DEL COMUNICADOR PROFESIONAL

Resulta un tanto incongruente que incluyamos la responsabilidad ética del comunicador entre las características exógenas que deben regular su actividad profesional. Podría parecer que el comportamiento ético del individuo habría que hacerlo depender coactivamente de normas, codificadas o no, impuestas desde fuera.

Reconocemos perfectamente que el fundamento profundo del comportamiento profesional debe radicar en el orden natural de los actos específicos de la profesión, es decir, en la cabal y efectiva consecución de aquellas metas o finalidades concretas de la actividad profesional.

Si la profesión es, esencialmente, comunicar e informar, la lógica más elemental nos dice que el comunicador actuará éticamente sólo en la medida en que ejercite y consiga la meta específica de su profesión. Todo ello no es algo exógeno o externo al profesional, sino lo contrario.

Sin embargo, el capítulo de la ética lo incluyo entre las responsabilidades exógenas porque son más las ocasiones en las que el comunicador se encuentra privado de suficiente libertad de conciencia y de acción para ejercer su trabajo de acuerdo con las normas morales de su profesión.

La UNESCO ha sometido insistentemente una iniciativa suya en la que pide la redacción de un código que regule el ejercicio de la profesión. Un borrador de sugerencias o documento de trabajo, distribuido entre los participantes de la

Conferencia Intergubernamental, celebrada en San José de Costa Rica en julio de 1976, concedía importancia al tema.<sup>24</sup> También el Informe Profesional sobre Problemas de la Comunicación, preparado bajo la presidencia del profesor Mc Bride.<sup>25</sup>

La Declaración de Principios relativos a los Medios de Comunicación Social, aprobada en la XX Conferencia General de la UNESCO (París, noviembre de 1978), reclama al fin, de manera un tanto ambigua, una codificación deontológica para los profesionales de la comunicación.<sup>26</sup>

¿Dónde se esconderá la razón última de tantas reticencias, temores y ambigüedades, enconadas siempre frente a la sugerencia de un código ético para los comunicadores? ¿Tendremos que deducir que existe una solapada confrontación de intereses entre el empresario de la comunicación y el comunicador profesional? Naturalmente, la ética del empresario no puede coincidir con la del comunicador. Y honestamente el comunicador no puede dejarse avasallar, en el ejercicio de sus obligaciones profesionales, por intereses puramente mercantiles, que desvirtuarían radicalmente la función de servicio público que debe reconocérsele a la comunicación, en virtud del derecho que tiene todo ser humano a recibir informaciones.

### 2.3. REPOSABILIDAD DEL COMUNICADOR PROFESIONAL EN RELACION CON LAS POLITICAS DE COMUNICACION

Querría equivocarme al afirmar que el tema "comunicación y desarrollo" es un disco rallado en nuestro continente.

No sé si hemos hablado demasiado de comunicación y desarrollo con intención de conseguir algo, en función de una reiteración que pueda resultar definitivamente convincente.

No sé si hablamos tanto de comunicación y desarrollo como una forma aparentemente eficaz de hacer algo; o para encubrir la ineficacia de lo que se hace; o para disimular la oculta pretensión de no hacer nada.

Recorriendo papeles un poco amarillentos y mohosos que conservo desde hace años, encuentro apuntes del "Seminario sobre Desarrollo y Comunicación Colectiva", celebrado por CIESPAL en septiembre de 1969.<sup>27</sup> También conservo una reproducción del Documento final del "Seminario sobre Medios de Comunicación y Desarrollo Económico, Político y Social de América Latina", celebrado en Costa Rica en noviembre de 1970 bajo el patrocinio de la Fundación Friedrich Ebert y CIESPAL.<sup>28</sup>

Quizás existan otros. Pero sin duda el más significativo y valioso de estos últimos años resulta ser el documento aprobado en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe (Costa Rica, julio 1976).

La denominada Declaración de San José<sup>29</sup> y las treinta prolijas Recomendaciones que rubricaron los representantes de los países miembros que asistieron a ese magno evento convocado por la UNESCO, incide reiteradamente en el tema del desarrollo y la comunicación. Cito rápidamente algunos puntos:

a) Uso extensivo y positivo de los medios de comunicación dentro de las políticas de desarrollo (Declaración).

b) El uso de los medios de comunicación colectiva es uno de los más efectivos instrumentos para impulsar el desarrollo (Recomendación 2).

c) El desarrollo de los sistemas de comunicación e información es uno de los requisitos esenciales para alcanzar el desarrollo económico, cultural y social integral (Recomendación 6).

d) La Conferencia, considerando asimismo la importancia de la radio y de la televisión como factor de desarrollo integral en la región y las crecientes necesidades de comunicadores calificados para esos medios (Recomendación 13).

Podemos seguir enumerando o citando las recomendaciones número 7, 16, 17, 19, 20, 24, 27, 28. Es impresionante la importancia que todo ese documento le concede a la comunicación, como factor de desarrollo.

Y la primera reflexión que se me ocurre es la siguiente: Los profesionales de la comunicación ¿están conscientes de la importancia y responsabilidad que le conceden a su trabajo los foros internacionales, cuando discuten la solución de los más agobiantes problemas de la Humanidad?

Me atrevería a preguntar algo más: ¿Conocen los profesionales de la comunicación estos documentos? Y más aún: ¿Por qué no se divulgan más todos estos documentos? ¿Habrá alguien interesado en que se desconozca la importancia y responsabilidad social del comunicador profesional?

Creo suficientes las consideraciones anteriores para haberle dedicado este capítulo de responsabilidades al comunicador profesional, y añadiría solamente la sugerencia de inventariar tantos documentos nacidos durante los últimos diez años, para actualizar su validez o para urgir su implementación.



### 3. CONCLUSIONES

Permítanme someter a la consideración de los distinguidos participantes que han tenido la paciencia de escucharme, el resumen siguiente a manera de conclusiones:

PRIMERO: La redacción periodística, que denominamos técnicamente *producción de significantes*, es, en última instancia, *transmisión de contenidos culturales*. Esto obliga al comunicador profesional a profundizar responsablemente en la cultura de su pueblo, pero, sobre todo, le permite esclarecer los mecanismos fundamentales de su cultura o nación, lo cual constituye una forma de análisis y evaluación social.

SEGUNDO: La comunicación o vehiculación de mensajes es básicamente un resultado existencial y no sólo un proceso interactivo. Tal resultado no lo explica científicamente la teoría mecanicista de la comunicación. El profesional de la comunicación debe actualizar continuamente sus conocimientos acerca de las teorías que mejor expliquen la comunicación eficaz, como una de sus primordiales responsabilidades.

TERCERO: El concepto científico de información implica medición de la complejidad, originalidad o imprevisión del mensaje. El comunicador es primordialmente un especialista en la técnica de la emisión de mensajes, los cuales, la mayoría de las veces, proceden de una fuente, de un acontecimiento, de un tema, de una opinión, que quizás no sea materia de su especialidad. En tales casos, el comunicador debe prevenir y evitar toda clase de manipulación informativa o ideológica.

CUARTO: Al comunicador profesional se le debe reconocer prioritariamente el derecho humano a *informarse* y a *informar*, de acuerdo con los postulados del nuevo orden informativo acerca del acceso, participación y equilibrio informativo. Este derecho resulta absolutamente innegable cuando sus opiniones personales difieran de aquellas que le haya proporcionado la fuente informativa que tuvo que cubrir.

QUINTO: Debe insistirse en la necesidad de formular un código deontológico que constituya un modo de autoregulación del trabajo del comunicador profesional. Para ello es indispensable un organismo colegiador que comience exigiéndole al comunicador un nivel académico para el ejercicio de la profesión, lo cual fundamentaría la base más sólida de su conciencia ética.<sup>30</sup>

SEXTO: Este I Seminario sobre la Comunicación y sus relaciones con los problemas de la Población y el Desarrollo solicita vehementemente del Estado Dominicano, signatario de la Declaración y Recomendaciones de la Conferencia

Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, la creación de un organismo técnico especializado para que estudie la factibilidad de esas recomendaciones, y sugiera al Gobierno las aplicaciones de mayor provecho para nuestro pueblo.<sup>31</sup>

#### NOTAS Y CITAS BIBLIOGRAFICAS:

(1) Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, Informe Provisional sobre Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, UNESCO, París, 1978 (CC-78/WS/39). En este Informe de la denominada Comisión Mc Bride encontramos bajo el epígrafe "Funciones de la comunicación", un enfoque del tema que nos han señalado; podría utilizarse muy bien como alternativa diversa de la nuestra, para analizar aspectos de la responsabilidad del comunicador profesional. Reproducimos un resumen:

"La comunicación parece ser a la vez una necesidad social, una exigencia económica y una necesidad política. Con arreglo a esta triple perspectiva podrían analizarse las funciones de la comunicación, en los planos individual, social e internacional. Parece posible distinguir, con fines de análisis, entre cinco funciones principales de la comunicación: a) Una función de información proplamente dicha, que se refiere al acopio, la compilación y el tratamiento de los datos; b) Una función de persuasión, de motivación y de interpretación, ligada al control social, a la organización de las actividades colectivas, a la coherencia de las actividades públicas y, sobre todo, al esfuerzo de convencimiento y de mando que presuponen unos objetivos comunes; esta función es indisoluble de la labor de desarrollo económico y social; c) Una función de educación y de transmisión del patrimonio social y cultural; d) Una función de socialización, destinada a facilitar la participación de los individuos, de los grupos y las colectividades en la vida pública y en la formulación y la adopción de las decisiones; e) Una función de esparcimiento y recreo" (página 24).

(2) ECO, Umberto, Tratado de Semiótica General, Nueva Imagen-Lumen, México, 1978, página 57 y sig.

(3) ECO, obra citada, pág. 121

(4) ECO, obra citada, pág. 58

(5) "La semiósis es el proceso por el que los individuos empíricos comunican y los sistemas de significación hacen posible los procesos de comunicación" (ECO, obra citada, pág. 478). "Puede llamarse semiósis al proceso en el que algo funciona como signo..."

(6) ECO, obra citada, pág. 472

(7) ECO, obra citada, pág. 480

(8) NUÑEZ, LADEVEZE, L. Lenguaje y Comunicación, Pirámide, Madrid, 1977, página 42

(9) ECO, pág. 298, obra citada.

(10) DE FLEUR, M.L., Teorías de la comunicación masiva, Paidós, Buenos Aires, 1976, páginas 119 y 120

(11) ESCARPIT, R., Teoría general de la información y la comunicación, Icaria, Barcelona, 1977, página 12.

(12) NUÑEZ LADVEZE, obra citada, pág. 16.

(13) DE FLEUR, obra citada, pág. 137

(14) CARRETER, F.L., Diccionario de Términos Filológicos, tercera edición, Gredos, Madrid, 1971, página 248.

(15) Diccionarios del Saber Moderno, La Comunicación y los Mass Media, Mensajero, Bilbao, 1975, página 322.

(16) Isomorfismo es pues la igualdad de estructura entre los procesos psicofísicos (recepción sensorial) y los síquicos (apercepción, comprensión). Estos procesos tienen ciertas propiedades formales en común que no constituyen cualidades concretas, sino relaciones y estructuras abstractas. Consúltese: DORSCH, F., Diccionario de Psicología, Herder, Barcelona, 1976, columna 956

(17) La Psicología Moderna de la A a la Z, Mensajero, Bilbao, 1971, página 192

(18) ESCARPIT, obra citada, pág. 118

(19) Pueden ampliarse estas ideas en: ESCARPIT, obra citada, pág. 119; MOLES, A., Teoría de la Información y Percepción Estética, Juncar, Madrid, 1976, página 96. Algunas divergencias acerca del tema, las ofrece DORFLES, G., Símbolo, Comunicación y Consumo, Lumen, Barcelona, 1972, página 63.

(20) DE FLEUR, obra citada, pág. 171

(21) Una explicación de las teorías más recientes puede encontrarse en la obra de DE FLEUR.

(22) MOLES, obra citada, pág. 336

(23) Consúltese el Informe Mc Bride, obra citada, páginas 54 y 59

(24) COM-76/CACCOM/3, Publicado en la Colección Comunicación, CICOS, Santo Domingo, 1976, página 10

(25) Informe Mc Bride, obra citada, pág. 71.

(26) ESTUDIOS SOCIALES, año XII, 1979, página 64

(27) CIESPAL, C.L.A.-69-373-x.C.I. No. 54, notas mimeografiadas.

(28) El Nacional de ¡Hora!, Suplemento Cultural, 20 diciembre 1970, páginas 3-A y sig.

(29) ESTUDIOS SOCIALES, año X, 1977, página 149 a 180



(30) Informe Mac Bride, obra citada, pág. 71

(31) Informe Mc Bride, obra citada, página 50.