



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## Las ciencias de la comunicación y las ciencias de la UNESCO <sup>(1)</sup>

**Dr. Francisco García** ©

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad

F. CC. de la Información Madrid. Universidad Complutense.

### PRINCIPIOS

Parece que nadie pone en duda la importancia de los Medios de Comunicación en la sociedad actual, no sólo desde una perspectiva cultural, artística, educativa, sino también económica, política, social y tecnológica. Los medios han anclado sus raíces en la realidad social de tal manera que ésta no puede explicarse sin su presencia. Los medios de comunicación ya son lo cotidiano, forman parte de nuestro escenario vital. No sólo representan la realidad, sino que ellos mismos son realidad.

A pesar de su juventud la Comunicación Audiovisual cada día adquiere mayor relevancia en las investigaciones, ya sean tecnológicas, sociológicas, psicológicas, propiamente comunicativas, ya sean expresivas, artísticas, etc.

Como pocas materias la Comunicación Audiovisual se convierte en punta de lanza en la innovación tecnológica: las nuevas tecnologías de la información, que están cambiando el mundo y los conceptos que tenemos sobre él. Recordemos algunas de sus manifestaciones más patentes: la comunicación por Satélite, la televisión digital, video digital, televisión por cable, Internet, multimedia, realidad virtual.

### SITUACION

No deja de sorprender que la Comunicación Social no haya podido alcanzar la más mínima consideración como sistema, ni como atención puntual, por parte de la UNESCO para incluirla en sus códigos dentro de los campos de las ciencias y las tecnologías.

Algunas materias científicas se incluyen en los siguientes campos científicos para la UNESCO: 11 Lógica, 12 Matemáticas, 21 Astronomía y Astrofísica, 22 Física, 24 Ciencias de la vida, 25 Ciencias de la Tierra y el Espacio, 31 Ciencias agrónomas, 32 Ciencias médicas, 33 Ciencias Tecnológicas; 51 Antropología; 52 Demografía; 53 Ciencias Económicas, 54 Geografía; 55 Historia; 56 Ciencias Jurídicas, Leyes; 57, lingüística; 58, Pedagogía; 59, Ciencia Política; 61, Psicología; 62, Ciencias de las Artes, Leyes; 63 Sociología, 71, Etica; 72, Filosofía.

Se observa, pues, cómo las Ciencias de la Comunicación no se incluyen dentro del índice de materias de los códigos. Ni de una forma sistemática, ni de una forma puntual. Es más las pequeñas alusiones a las ciencias de la comunicación confirman el enorme desenfoco y desorientación de los códigos de la UNESCO en este campo. Sirvan como ejemplo los siguientes: La nomenclatura para los campos de las ciencias y las tecnologías se organiza en tres niveles de descripción. Pues bien, los ejemplos a los que aludimos siempre se encuentran en el nivel inferior. Así, por ejemplo, cinematografía (220902) se incluye en Óptica (2209) y esta materia, a su vez, se incluye en Física (22). La misma cinematografía se vuelve a incluir en los códigos 332503 (equipo de fotografía y cinematografía dentro de tecnología industrial y ésta, en Ciencias Tecnológicas), y de nuevo en el código 620301 (Cinematografía que se incluye en Teoría y Análisis de las Bellas Artes y ésta, en Ciencias de las Artes y las Letras).

Como se observa la inclusión del cine dentro de los códigos de la UNESCO es asistemática, incompleta, inadecuada, devaluadora, imparcial y poco significativa. Difícilmente podría hacerse una ligera idea de lo que significa el cine dentro de la cultura, la educación, el arte, la economía, la sociedad y la industria. Y con todo es la materia de comunicación mejor tratada. La televisión y la radio se las contempla como Tecnologías de las Telecomunicaciones, radioemisoras: sonido y televisión (332501, 02); a la publicidad se le asigna el código 531101 (se incluye dentro de la Organización y Dirección de Empresas y, a su vez, en

Economía) y también los propios códigos lo relacionan con el 611401 (propaganda dentro de la psicología social, y ésta, en Psicología); el periodismo encuentra su lugar en el código 550611, bajo el epígrafe Historia del Periodismo, dentro de las Historia Especializadas, y éstas dentro de Historia.

## **SIGNIFICADO**

El significado es bien patente: Los medios de comunicación o no existen para los dirigentes de la UNESCO, o no constituyen ningún interés científico o social. Ya sea porque se considere que su objeto no es digno de ser estudiado o porque el nivel que han alcanzado sus investigaciones es deficiente. No creemos que sea así.

Cuando se presentan investigaciones o se proponen tesis doctorales se exige que se seleccione el código de la UNESCO correspondiente. Es obvio que tenemos que acudir a códigos limítrofes o que alcancen alguna semejanza con el tema de la investigación, proyecto o tesis doctoral que se propone.

En el fondo no se considera a las Ciencias de la Comunicación, y por tanto a Comunicación Audiovisual, su carácter científico y no se valora su aportación, con ser mucha, a la cultura.

## **CONSECUENCIAS**

a) Los proyectos de investigación y las investigaciones mismas realizadas y las tesis doctorales no encuentran su catalogación adecuada en los códigos de la UNESCO.

b) Los proyectos de investigación con contenidos de Comunicación Audiovisual con frecuencia son analizados y valorados por personas no expertas en la materia. Ya que en gran medida la clasificación de la UNESCO rige también en la política educativa, cultural e investigadora.

c) Esta mentalidad lleva a destinar pocos fondos para investigar en Comunicación Social, en general, y, en particular, en Comunicación Audiovisual.

## **CONCLUSIONES**

1.-Todos los códigos de la UNESCO deberían ser revisados, ya que se observan grandes incoherencias, al margen de la inclusión de las Ciencias de la Comunicación. Pero ese no es nuestro objetivo en este momento.

2.-Los niveles de descripción han de ser ampliados a cuatro, para que tuviera un mayor significado la escala semántica que se propone.

3.-Se hace absolutamente necesario que se incluyan las Ciencias de la Comunicación dentro de los códigos de la UNESCO, dándoles la relevancia dentro de la codificación que les corresponde dentro de la jerarquía de las ciencias y de las realidades humanas.

4.-Se han de incluir de una forma sistemática bajo el epígrafe de Ciencias de la Comunicación.

## **PROPUESTAS**

1.-Incluir las Ciencias de la Comunicación dentro de los códigos de la UNESCO. Se propone que se le asigne inicialmente los dígitos 81, en orden a su jerarquía. A continuación se incluye un modelo de organización, que, por supuesto, no tiene carácter definitivo, sino sólo ejemplar.

Propuesta:

81. CIENCIAS DE LA COMUNICACION

81 01. Teoría de la Comunicación

81 02. Periodismo

81 03. Comunicación Audiovisual

810301. Comunicación e información audiovisual

810302. Narrativa Audiovisual

810303. Narrativa Fílmica, Televisiva y Radiofónica

810304. Guión de cine, radio y televisión

810305. La industria audiovisual

810306. Producción audiovisual

810307. Realización audiovisual

810308. Estructura del sistema audiovisual

810309. Tecnologías Audiovisuales

810311. Sociología del consumo audiovisual

810312. Públicos y audiencias

810313. Protección a la industria audiovisual

810314. Programación cinematográfica

810315. Programación en televisión

810316. Programación en radio

810317. Programación de la publicidad

810318. Medición de Audiencia

810319. Análisis de las audiencias

810320. Métodos de investigación en Comunicación Audiovisual

810330. El cómic

810340. La fotografía

810350. El cine

810360. La televisión

810370. La radio

810380. El vídeo

81 04. Relaciones Públicas

81 05. Publicidad

81 06. Biblioteconomía

81.07. Nuevas tecnologías de la información

81.08. Empresas de Comunicación

810801. Empresa y comunicación

810802. Empresas periodísticas

810803. Empresas multinacionales del sector audiovisual

810804. Empresas del sector cinematográfico

810805. Empresa de televisión

810806. Empresa de radio

- 810807. Empresas de publicidad
- 810808. Empresa pública
- 810809. Gestión de las empresas de comunicación
- 81.09. Historia de la Comunicación
- 810901. Teoría de la Historia de la Comunicación
- 810902. Historia del periodismo
- 810903. Historia de la imagen
- 810904. Historia del cine
- 810905. Historia de la televisión
- 810906. Historia de la radio
- 810907. Historia de la publicidad
- 810908. Historia del cartel
- 810909. Historia de las Relaciones Públicas

Como se observa, y sólo a modo de ejemplo, se han desarrollado algunos códigos en diversos niveles de descripción, mientras otros sólo se han enunciado en su primer nivel.

Otras propuestas se citan a continuación.

- 2.-Relacionar estos códigos entre sí y con los códigos existentes, cuando se considere oportuno.
- 3.-Investigar más y mejor en Comunicación Audiovisual, elaborando teorías, técnicas, estrategias, modelos, métodos de investigación, que favorezcan no sólo la inclusión, sino una más perfecta organización en el sistema.
- 4.-Asignación de fondos económicos específicos y fijos al área de Ciencias de la Comunicación y específicamente a Comunicación Audiovisual para cursos, becas e investigaciones, y que esos fondos sólo puedan aplicarse a este campo. Estos fondos han de contemplar las características que definen a las CC. de la Comunicación.
- 5.-Los jurados de becas, los miembros de las comisiones, etc. deben estar constituidos por personas expertas en Ciencias de la Comunicación y más específicamente en Comunicación Audiovisual.
- 6.-Este Congreso debería incluir en sus conclusiones la propuesta de inclusión de las CC. de la Comunicación en los códigos de la UNESCO.

## **ACCIONES**

- 1.-Redacción de la propuesta de inclusión de las CC. de la Comunicación en los campos de las ciencias y tecnologías de la UNESCO.
- 2.-Nombrar una comisión para formalizar dicha propuesta.
- 3.-Promover la adhesión a la propuesta de los Departamentos, Facultades y Universidades del Campo de las CC. de la Comunicación.
- 4.-Mantener las reuniones correspondientes con el fin de acordar voluntades en los contenidos de la propuesta.
- 5.-Redactar la propuesta definitiva.
- 6.-Enviar la propuesta al órgano competente de la UNESCO con el mayor número de firmas de adhesión posibles.

(1) Agradecemos la cortesía de la Revista Comunicación y Cultura (Nº 5 y 6, Salamanca, 1999) por el permiso de publicación de la primera versión del texto que se reproduce revisado, cuyo título en los nº 5 y 6 de la revista mencionada es el siguiente: La

\* Trabajo presentado como conferencia en las V Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación (Valencia, abril de 1999).

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

García, Francisco (2000): Las ciencias de la comunicación y las ciencias de la UNESCO. Revista Latina de Comunicación Social, 27. Recuperado el x de xxxx de 200x de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/133garcia.html>