

## Proyecto para la creación del Instituto Interdisciplinario de Estudios de Comunicación e Imagen

### I. La centralidad de la comunicación

Este proyecto se propone desarrollar en la Universidad de Chile una unidad académica interdisciplinaria de alto nivel, destinada a desarrollar la investigación, la docencia y la extensión en torno a los problemas y materias asociadas a la comunicación en la sociedad contemporánea. ¿Por qué un Instituto de la Comunicación y de la Imagen?

#### 1.1 La comunicación ocupa un lugar estratégico en la sociedad actual

- En la última década la comunicación se ha vuelto central, configurando lo que desde Europa se ha llamado la "sociedad de la información". También América Latina vive la centralidad de la comunicación, la que ha pasado a constituir una dimensión clave de la modernización tecnológica y económica.
- El despliegue de las industrias de la comunicación en Chile se inicia a fines de los años '80, con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación: la televisión por cable, la televisión satelital, la telefonía celular, internet, etc. En la actualidad, las nuevas tecnologías se encuentran insertas/imbricadas en las relaciones sociales y en la vida cotidiana en la familia, en el trabajo, en el tiempo libre de gran parte de la población chilena
- La comunicación no es únicamente, por tanto, un asunto de medios y de transformaciones tecnológicas. La comunicación es un eje de transformaciones radicales en todos los aspectos de la sociedad desde la política y la economía hasta la vida personal.
- Un rasgo característico del despliegue de las industrias de la comunicación en nuestro país es que se da en un contexto de desregulación. Ello significa que el desarrollo del campo ha estado orientado por la lógica del mercado en la misma medida en que el Estado se ha retirado de la orientación de su desarrollo. Ello a tal punto que la intervención del Estado en ese campo ha llegado a ser vista como una intromisión.
- Por último, y como consecuencia de lo anterior, hay que destacar que el desarrollo del campo de la comunicación está teniendo profundos impactos sociales sin que la sociedad o el Estado comprenda lo que está ocurriendo. Impactos sociales como la denominada "brecha digital" que implica un aumento de las distancias entre ricos y pobres en el acceso a los beneficios de la sociedad de la información o como los cambios en la percepción del tiempo y el espacio y los nuevos procesos de alfabetización producto de la experiencia audiovisual que afectan los modos de conocer, particularmente entre los jóvenes.
- La "brecha digital" se ha convertido en un factor de desigualdad tanto entre países del Norte y el Sur como al interior de las sociedades, ya sean industrializadas o en vías de desarrollo. Estas desigualdades condicionan las expectativas de inserción futura en la llamada "sociedad del conocimiento", un estadio más avanzado de la sociedad de la información.

#### 1.2 Existe un fuerte rezago en el conocimiento de estas transformaciones

- Las nuevas tecnologías de la comunicación han pasado a formar parte de la vida cotidiana de amplios sectores de la población modificando nuestras formas de relacionarnos e incluso nuestros modos de conocer y vivenciar la realidad. Sin embargo, la sociedad chilena ha ido asumiendo irreflexivamente los cambios.
- En parte, ello se debe a que junto con la renuncia del Estado a orientar el desarrollo de las industrias de la comunicación se ha ido imponiendo la idea de que las instancias públicas son incapaces de entender y manejar la envergadura de los cambios que implican las innovaciones tecnológicas de la comunicación. Innovaciones

que traen consigo nuevas modulaciones sensitivas y "gustos", otras estéticas y percepciones, inéditas relaciones entre los ámbitos privado y público, etc.

- También se debe a que no ha habido una respuesta adecuada desde la educación superior. La orientación profesionalizante de las carreras de comunicación no ha permitido una adecuada articulación de saberes prácticos con saberes académicos. A esto se une el sesgo fuertemente "letrado" de los currículos, cuestión que ha dificultado el acceso a los nuevos códigos, ritmos, intensidades y mixturas, que estarían operando en una diversidad de formatos, géneros o "virtualidades". En definitiva, el tipo de formación no siempre ha sido la más adecuada para el desarrollo de la capacidad crítica, constatándose insuficiencias no menores tanto en la actualización del instrumental analítico como en la propia comprensión de los nuevos ejes o "visibilidades" característicos de los actuales espacios comunicacionales o públicos. Estos déficits son particularmente notorios en lo que genéricamente se podría llamar el "mundo de la imagen".
- Como consecuencia de lo anterior, la investigación de los cambios sociales y culturales que actualmente están pasando por las tecnologías de la comunicación se encuentra rezagada en Chile, especialmente si se le compara con lo que ocurre en otros países de la región.

### 1.3 La comunicación es un "lugar" para pensar la sociedad

- La comunicación es un campo de las industrias de la comunicación que ocupa un lugar estratégico en la sociedad contemporánea. Un campo que ha crecido y se ha complejizado enormemente insertándose en la vida de la población.
- Pero la comunicación es también un campo de conocimiento de problemas/objetos de conocimiento construido en el espacio de las ciencias humanas. Es un campo de estudios que produce un conocimiento inter y transdisciplinario de lo comunicativo, y donde es posible reconocer unos textos, unos debates, unos autores (Lazarsfeld, Eco, McLuhan, Benjamin, Habermas, entre otros). En la constitución de este campo de estudios convergen principalmente dos tradiciones: la de las ciencias sociales por un lado y las que provienen de las humanidades y las artes por el otro. En esta estrecha relación con las ciencias sociales y las humanidades y las artes, la comunicación entendida como campo de estudio ha ido especificando distintos tópicos y métodos.
- Algunos autores contemporáneos sostienen, incluso, que el conocimiento de lo comunicativo tendría un estatuto paradigmático. Es decir, más que constituir una nueva disciplina, un nuevo saber especializado, el estudio de la comunicación implicaría otro modo de saber: aquel que posibilita pensar comunicativamente los comportamientos. El estatuto paradigmático de este campo de conocimientos se afirmaría, precisamente, en una época caracterizada por la crisis de los paradigmas.
- Pero independientemente de esta discusión lo clave es que la comunicación ha pasado a ser un "lugar" desde el cual es posible pensar la sociedad y las transformaciones sociales. Este "lugar" habría que entenderlo en un sentido epistemológico lo cual, por cierto, no implica una visión única o una falta de pluralidad.

## II. El papel de la Universidad de Chile

Como en otras etapas de nuestra historia, la universidad tiene un papel muy importante que desempeñar en el desarrollo de su sociedad y en la identificación/solución de los problemas que afectan al país. Hoy día está llamada a poner a disposición de la comunidad nacional aquellos conocimientos generados en aquellas áreas más directamente relacionadas con los problemas y materias asociadas a la comunicación en la sociedad contemporánea. Ello requiere reorientar el desarrollo que ha tenido el campo de la comunicación y el periodismo en la universidad.

### 2.1 La primera escuela de Chile

La Universidad de Chile inició la enseñanza del periodismo en nuestro país en 1953 siendo la primera escuela de periodismo universitario del país y una de las primeras de América Latina.

A fines de los años 60 extendió su radio, en el marco de las propuestas que se abrían paso internacionalmente, al campo de la comunicación. En 1971, con la reforma universitaria, se creó el Departamento de Ciencias y Técnicas de la Comunicación.

Sin embargo, diversas circunstancias impidieron que la Universidad de Chile se inscribiera de lleno en la tendencia que amplió la dimensión de la enseñanza del periodismo a la comunicación social. En América Latina numerosas universidades crearon facultades o carreras de comunicación, adscritas estas últimas a las más diversas facultades (Humanidades, Letras, Educación, Ciencias Sociales e incluso Derecho). En Chile predominó la denominación de Escuelas de Periodismo, por razones atribuibles a la legislación sobre títulos profesionales y también de mercado, una vez que se multiplicaron las universidades privadas.

En nuestro país ya en la década del '90 las universidades Católica y Diego Portales fueron las primeras en crear facultades de comunicación. Más recientemente lo han hecho la Universidad Mayor y la Universidad de los Andes.

## **2.2 Una postergación de décadas**

Resulta paradójico que mientras se ha producido un gran desarrollo de la enseñanza y la investigación en comunicaciones en América Latina, la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile haya sufrido un proceso de postergación y abandono evidente en los más diversos aspectos durante las últimas décadas. En efecto, la Escuela ha sufrido un abandono que se ha expresado en materias presupuestarias, de infraestructura y de cuerpo docente.

Esta situación comienza a revertirse hace algunos años cuando nuestra unidad académica se aboca a la reflexión y análisis acerca de nuestras falencias en infraestructura y recursos técnicos, permitiendo el traslado desde las dependencias en la calle José Carrasco al nuevo edificio en el campus Juan Gómez Millas a comienzos del 2002, lo cual sin duda ha implicado un salto cualitativo en materia de infraestructura.

Durante los últimos años también se ha ido produciendo una renovación del cuerpo docente lo que indudablemente ha tenido un impacto positivo en la calidad de la enseñanza. Sin embargo, este proceso todavía resulta insuficiente y corre serio riesgo de revertirse si a los progresos en infraestructura y calidad de la docencia no se suma una impostergable renovación del proyecto académico acompañada por una mejor asignación y generación de recursos presupuestarios.

## **2.3 El Instituto de Estudios de Comunicación e Imagen**

Es en el contexto de este análisis de la realidad presente y pasada de la Escuela de Periodismo y del entorno en que se desenvuelve que se ha incorporado una mirada de largo plazo sobre el rol de la Universidad de Chile en este campo de conocimiento. De aquí surge el proyecto de un Instituto de Estudios de Comunicación e Imagen.

El proyecto pretende que la Universidad de Chile reconozca la importancia estratégica de la comunicación en la sociedad contemporánea y, también, como campo de conocimiento. Relegar el conocimiento de la comunicación a su pura dimensión tecnológica implica renunciar a la capacidad de comprender una dimensión clave de las sociedades actuales. Por otro lado, implica aceptar que la universidad se seguirá quedando atrás en un entorno educacional que se ha ido adecuando a estos cambios. De hecho:

- Ya estamos rezagados en relación a otros países de América Latina donde la respuesta a la centralidad de la comunicación ha sido la creación de las Facultades de Comunicación.
- Pero también nos estamos quedando atrás en el ámbito nacional donde las universidades privadas han logrado un protagonismo al igual que la Universidad Católica, creando Facultades de Comunicación con líneas de investigación en comunicaciones.

## **2.4 Un Instituto inter y transdisciplinario**

En el actual contexto de desarrollo estratégico de la Universidad de Chile la respuesta institucional para asumir la importancia estratégica de la comunicación es el instituto inter y transdisciplinario.

- Los institutos inter y transdisciplinarios están contemplados en la estructura de la Universidad cuyo estatuto los define como "unidades académicas que cumplen funciones de docencia, investigación y extensión con orientación temática de su quehacer en áreas afines del conocimiento".
- Para nuestro proyecto la figura del Instituto resulta adecuada por su carácter inter y transdisciplinario. Como se ha resaltado, la comunicación es un campo de conocimiento que se constituye desde la interdisciplina (o la transdisciplina) incidiendo las ciencias sociales así como las artes y las humanidades. El Instituto debe ser capaz de sintetizar saberes y prácticas que provienen de las diferentes tradiciones disciplinarias que lo conforman.

## **2.5 Respuesta a una necesidad del país**

Con la creación de un instituto inter y transdisciplinario de estudios de la comunicación, la Universidad de Chile está respondiendo a una necesidad de país lo cual es de la esencia de una universidad pública:

- Una necesidad que no está siendo enfrentada por Estado puesto que éste se ha retirado de la orientación del desarrollo del campo: incluso ha abdicado de la capacidad de comprender la envergadura de los cambios.
- Una necesidad que tampoco está siendo enfrentada por otras universidades puesto que estas presentan un claro sesgo profesionalizante y a veces mercantil.

## **2.5 La transformación de la Escuela de Periodismo**

La propuesta que aquí presentamos implica la transformación del Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y Escuela de Periodismo en un Instituto de Estudios de Comunicación e Imagen, del cual el Departamento y la Escuela pasarán a formar parte. Ello supone que esta unidad académica cuenta con las condiciones necesarias para esta transformación. Entre ellas:

- Una "masa crítica" en términos de profesores- investigadores. "Masa crítica" que por razones históricas de postergación del Departamento/Escuela no ha tenido un adecuado reconocimiento, lo que se manifiesta en un desbalance entre la calificación académica y la producción de conocimientos.
- Un saber acumulado que por razones institucionales algunas de las cuales escapan a nuestra universidad no ha logrado visibilidad y reconocimiento.
- El Instituto es una vía para hacer posible este reconocimiento, capaz de potenciar y enriquecer esta "masa crítica" con su proyección hacia el debate-país.

## **III. Misión y grandes tareas del Instituto**

La misión del Instituto de Estudios de Comunicación e Imagen abarcará funciones de docencia, investigación, extensión y promoción del debate ciudadano, centradas en el estudio de la comunicación. Sus principales tareas serán las siguientes:

**3.1** Desarrollar y consolidar el nivel académico del conocimiento sobre comunicación al interior de la Universidad de Chile.

**3.2** Insertar la producción de conocimientos sobre comunicaciones en las tendencias mundiales contemporáneas.

**3.3** Consolidar la calidad de los programas de pregrado, en particular, de la enseñanza del periodismo, logrando una mejor articulación entre saberes prácticos y académicos.

**3.4** Instalar un programa flexible y diversificado de postgrados. Estos programas incluyen:

- Magíster en Comunicación Social
- Programa en Cine Documental
- Magíster en Comunicación Audiovisual Pedagógica y Participativa

Paralelamente, se desarrollarán cursos de especialización en el plano del audiovisual y en el área periodística.

**3.5** Desarrollar por primera vez en América Latina una carrera de Cine Documental en postgrado que permite recuperar un liderazgo en la representación de la memoria visual. Asimismo formar a las futuras generaciones de cineastas documentalistas en la tradición y espíritu de la Universidad de Chile.

**3.6** Fortalecer la investigación en comunicación en tanto eje de las transformaciones socio-culturales. Se promoverá la creación de un Centro de Estudios de la Comunicación que además sirva para fortalecer los programas de postgrado.

**3.7** Incidir en la generación de un debate público sobre los temas de comunicación de interés para el país, mediante el desarrollo de investigaciones, debates y labores de extensión y docencia, tarea en que desempeñara un papel fundamental el Programa de Libertad de Expresión.

**3.8** Aportar a la formulación de políticas públicas de la comunicación.

**3.9** El Instituto prestará servicios académicos y profesionales a la Universidad y a otras instituciones que lo requieran. Estos servicios incluyen desde cursos de pregrado como el curso de Comunicación que se dictará en el Programa de Formación General 2003 hasta servicios audiovisuales a otras unidades de la universidad.

#### **IV. Marco institucional**

El nuevo Instituto será fundamentalmente interdisciplinario y su organización se ajustará a la normativa universitaria prevista para estas instancias.

La transformación del Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y Escuela de Periodismo en un Instituto inter y transdisciplinario requiere de un marco institucional que contenga las diversas unidades y organismos y sus respectivas autoridades. Este marco institucional absorbe algunas unidades existentes, pero también requiere la creación de nuevas unidades.

El Instituto tendrá un Director, un Consejo Académico, Direcciones de Pregrado y Posgrado, un Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y una Coordinación de Extensión, además del Centro de Estudios de la Comunicación y del Programa de Libertad de Expresión. Contará igualmente con un Director Administrativo y de Personal, dependiente del Director del Instituto. Se adjunta organigrama.

La Dirección de Pregrado estará a cargo, al menos en una primera etapa, del director de la Escuela de Periodismo. De la Dirección de Posgrado dependerán, también en esta etapa de despegue, el actual Magíster de Comunicación Social y la Carrera de Cine Documental, en vías de creación, y otros cursos y postítulos que imparta el Instituto.

Santiago, marzo de 2003