

Universidad Pedagógica Nacional
Doctorado Interinstitucional en Educación
Énfasis: *Educación, cultura y desarrollo*
Maestría en Educación
Énfasis: *Educación superior, conocimiento y comunicación*

Seminario temático

1. Datos generales

Título: *Educación y modernización cultural en Colombia*

Profesor: *Ancízar Narváez M.*

Componente: *Común (Estudiantes de Maestría y hasta 3 cupos en el Doctorado)*

Horario: *Miércoles 5-9 p.m. cada dos semanas (4 conferencias magistrales abiertas y 5 sesiones presenciales de 4 horas)*

Período: 2012-I

2. Presentación

¿Qué es la modernización de la cultura?

Cuando hablamos de modernización de la cultura no estamos ante la descripción de cambios técnicos, sino ante procesos éticos y políticos y, por tanto, la técnica es un aspecto subordinado en la modernidad, en todos los momentos, como lo es en todas las culturas. Por tanto, es el *capitalismo* el que está en la base de la *modernización*. Como la advierte Anderson (2005, p. 72)

Fevre y Martin no olvidan nunca que detrás de la imprenta se encuentran los impresores y las editoriales. Conviene recordar [...] que aunque la imprenta se inventó en China quizás 500 años antes de su aparición en Europa, no tuvo ningún resultado importante, ya no digamos revolucionario, precisamente debido a la ausencia del capitalismo en ese país (nota al pie),

y el capitalismo es ante todo un saber ético y político, no técnico. Así que la modernización es ante todo el ingreso a la ética del capitalismo.

Pero, por otro lado, hay también un componente técnico. Existe ya cierto acuerdo en torno a un lugar común que suele distinguir, en este caso siguiendo a Frith (2000, pp. 204-205), tres tipos de cultura, a saber:

La cultura *tradicional*, en la cual tanto los productores como consumidores tienen habilidades innatas para producir y consumir y por ello no es necesaria la especialización. Es una cultura de la masa para la masa. En segundo lugar, tenemos la cultura *mediática* (que llamaremos mediatizada, que es una característica técnica, para diferenciarla de la cultura mediática, donde lo mediático se refiere a los códigos), que es básicamente la cultura *moderna*, en la que los productores necesitan formación especializada (como escritores, compositores o realizadores mediáticos), pero no así los consumidores. Es una cultura de especialistas para la masa. Finalmente, tenemos la cultura *letrada*, en la que tanto productores como consumidores requieren formación especializada, típicamente, aprender a leer y a escribir, además de las competencias de pensamiento que exige la lectura. Es una cultura de especialistas para especialistas.

La cultura tradicional entendida como popular y la cultura alfabética (a la que a veces también se le llama tradicional atendiendo sólo a su antigüedad y no a sus códigos, aunque aquí no aparece catalogada como tal) existen desde antes de la modernidad, pues desde siempre han existido las culturas folclóricas o étnicas y, por otro lado, al menos desde hace unos 2500 años, ha existido en Occidente una producción letrada que ha sido consumida también por personas que comparten competencias de lectura y de pensamiento abstracto, es decir, por una élite alfabetizada. Pero entonces ninguna de estas dos culturas sería moderna.

Frith confunde tres procesos distintos o, para decirlo mejor, tres niveles de problemas: el de los códigos culturales, el de los medios técnicos de reproducción cultural y el de las condiciones sociales de producción y consumo cultural.

En cuanto a los códigos, tanto la cultura tradicional –entendida como étnica, oral y popular–, como la cultura alfabética, son sistemas simbólicos susceptibles de mediatizar, es decir, de reproducir técnicamente. En cuanto a la técnica, los medios en cambio son sistemas técnicos que pueden servir para mediatizar cualquiera de ambos sistemas simbólicos.

Mientras tanto, en lo que respecta a las condiciones sociales de producción, circulación y consumo, el hecho de que la cultura letrada sea de especialistas para especialistas, es una condición del carácter de esa cultura, pero los especialistas no tienen que serlo en el sistema técnico de reproducción (no tienen que ser impresores) sino en el sistema de significantes y significados de dicha cultura. Y el hecho de que la cultura mediática sea de especialistas para la masa, tiene que ver también con que las condiciones de producción exigen la especialización técnica, pero no se exige especialización para el reconocimiento de los códigos (los espectadores no tienen que ser camarógrafos o editores). Es decir, los códigos son tradicionales o letrados, pero la producción es moderna en el sentido de que es técnicamente mediada, o sea, producto de la división técnica del trabajo y de la incorporación de un saber especializado en la producción y reproducción de las sustancias expresivas, no de las formas. Esto separa a los emisores de los receptores, a los productores de los consumidores y se pasa de la comunidad al mercado o al público.

Para abundar en estos intentos de situar la cultura moderna, se puede ubicar técnicamente el proceso de modernización de la cultura, esta vez siguiendo a García C. (1995, p. 16), como aquel momento en el cual el producto cultural se puede separar del momento y el lugar de la producción y, por tanto, de los productores inmediatos, o en el que “[...] *los objetos pierden su relación de fidelidad con los territorios originarios*”, y la cultura deja de ser una práctica de interacciones inmediatas entre emisores-receptores indiferenciados y se convierte en un producto de especialistas y, por tanto, en objeto de consumo. Para ello se requieren entonces medios de reproducción externos al sujeto, por un lado, y por otro, códigos que permitan, por decirlo así, encapsular el contenido para que exista independientemente del productor y, al mismo tiempo, pueda ser transportado, manipulado y actualizado por otros usuarios. “*Lo que se puede llamar el paso a la sociedad mediatizada* –escribe Verón (1998, p. 150)- *consiste precisamente en una ruptura entre producción y reconocimiento, fundada en la instauración de una diferencia de escala en las condiciones de producción y las de reconocimiento*”. Ese proceso exige, por lo tanto, la existencia de lo que hoy llamamos, técnicamente hablando, *medios de comunicación*. A partir de ahí se puede entender la afirmación de J.B. Thompson (1998, Cap. I) de que la cultura moderna es ante todo una cultura mediatizada.

Aquí entonces son necesarias otras precisiones. La cultura alfabética desde el principio ha estado sometida a diferentes medios físicos de producción, reproducción, conservación y difusión que le han permitido sobrevivir hasta hoy; por tanto, la tecnificación no ha sido más que un cambio cuantitativo.

La tecnificación, entonces, no se refiere sólo a la pérdida de fidelidad con los territorios originarios, lo cual ya es posible con la escritura desde el siglo VII a.C. –y en el caso de la música, con las partituras desde el siglo X d.C.–, sino al hecho de que se pueden llevar a cabo múltiples reproducciones a la vez, a partir de un solo original; la tecnificación de la cultura es en consecuencia lo que vamos a llamar *mediatización*; la mediatización es, por tanto, producto de diversas *tecnologías expansivas*. La mediatización o tecnificación de la reproducción es entonces un rasgo cierto de modernización de la cultura occidental.

Pero al lado de la mediatización se dan otros procesos, acaso más significativos, en la consolidación de las relaciones culturales modernas, tales como la criollización o conversión en cultura nacional, la masificación o democratización del consumo, la industrialización y mercantilización de la producción y, finalmente, la institucionalización u organización reglamentada de su conservación, reproducción y difusión. Todos estos procesos se dan bajo la hegemonía de la cultura occidental y la subordinación de las culturas populares. A estos procesos los vamos a agrupar en dos grandes reacomodamientos de la cultura en el capitalismo (que no es sólo modernidad) bajo el rótulo de *Mediatización y Secularización*. En esto consiste la modernización de la cultura.

La cultura moderna entonces se caracterizaría, no por la coexistencia por separado de ambas tradiciones, popular y culta, sino por los acercamientos entre ellas en forma principalmente de *cultura nacional* y de lo que se llama *cultura de masas*; así mismo, a través de instituciones como la *escuela* y los *medios*; y de medios técnicos como la *imprenta* (letrada) y los *medios audiovisuales* mecánicos y electrónicos (mediática). La *modernización cultural* es el proceso específicamente capitalista que conduce de la cultura popular a la cultura mediática y de la cultura alfabética occidental a la cultura escolar; y a la institucionalización de la primera en los sistemas nacionales de radiodifusión y de la segunda en los sistemas nacionales de educación, para llegar finalmente a la *industrialización* y la *mercantilización* total de ambas como campos de operación del capital, esto es, al *Capitalismo Cultural*, como se expresa en el siguiente esquema:

Modernización cultural	Tecnificación	Mediatización	Industrialización	Capitalismo cultural
	Secularización	Masificación Nacionalización Institucionalización	Mercantilización	

3. Objetivos

Se trata de discutir: a) la relación entre educación, capitalismo y Estado-nación en Colombia; b) la relación entre capitalismo y cultura nacional; c) la relación entre modernización, industrialización y mercantilización de la educación y la cultura.

4. Ejes temáticos

1. Capitalismo y modernización cultural en Colombia
2. Modernización de la cultura alfabética en Colombia: la institucionalización
3. Modernización de la cultura alfabética en Colombia: la mediatización
4. Modernización de la cultura popular en Colombia
5. Industria, mercado y capitalismo cultural en Colombia

5. Evaluación

La evaluación será acordada previamente con los estudiantes, teniendo en cuenta que en todo caso ésta se basa en exigencias académicas. El trabajo final será una construcción teórica, un ensayo académico sobre el tema. Además, un levantamiento de información sobre varios aspectos de la modernización cultural en Colombia.

6. Metodología

Se presentará un curso de cinco lecciones magistrales y cuatro sesiones de discusión en forma de seminario. El seminario es una metodología, por tanto, se espera discutir una lectura en cada sesión y que cada estudiante presente un *paper*, un escrito crítico o de contraste sobre la conferencia (lección), basado en bibliografía complementaria; la lectura inicial será un pretexto para discutir. El profesor o el encargado de la sesión podrán invitar un comentarista. Cada sesión se organizará en torno a uno de los debates empíricos, es decir, la situación colombiana. Los temas teóricos serán transversales a la discusión de la información empírica.

7. Bibliografía

- ÁLVAREZ, Alejandro (2003). *Los medios de comunicación y la sociedad educadora*. Bogotá: UPN-Magisterio.
- ÁLVAREZ, Alejandro. (2010). *Formación de nación y educación*. Bogotá: Siglo del hombre-GHPP.
- ANDERSON, Benedict (2005). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: FCE.
- CURRAN, James & GUREVITCH, Michael (2000). *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- EINSTEIN, Elizabeth (1999). *The Printing Press as an Agent of Change*. Cambridge University Press.
- FEBVRE, Lucien y MARTIN, Henri-Jean (2005). *La aparición del libro*. México: FCE.
- FRITH, Simon (2000). "Entertainment". En: CURRAN, James and GUREVITCH, Michael. *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- GARCÍA C., Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- LÓPEZ de la Roche, Fabio (2003). "Medios, industrias culturales e historia social". En: VARIOS AUTORES (2003). *Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Pp. 368-378.
- MARRIS, John & THORNHAM, Sue (2010). *Media Studies. A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1991). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- NARVÁEZ M., Ancízar (2005). *Notas sobre Estado-nación en Colombia. Estado de la cuestión*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. Inédito.
- NARVÁEZ M., Ancízar (2010). *Educación, comunicación y capitalismo cultural*. Tesis Doctoral. Inédito, UPN.**
- NARVÁEZ M., Ancízar (2010b). "Modelos pedagógicos y modelos comunicativos desde las funciones del lenguaje". En: *Pedagogía y saberes*, 32, Bogotá, UPN, enero-junio, pp.7-22.
- NARVÁEZ M., Ancízar (2011). *Hegemonía: de la política a la cultura y de los contenidos a los códigos*. Bogotá: UPN, Maestría en Educación. Inédito.
- NARVÁEZ M., Ancízar (2011a) *¿Óleo sobre qué? Narración pictórica y narración de la pintura en Colombia*. Bogotá, UPN, Inédito.
- RUIZ S., A. (2011). *Nación, moral y narración*. Buenos Aires: Niño y Dávila.

THOMPSON, John B. (1990). *Ideología e cultura moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petropolis, RJ, Vozes.

THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.

VERÓN, Eliseo (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

VILLADIEGO Prins, Mirla (2007). *El sentido de la modernidad en Colombia. Contribuciones de las luchas sociales y del relato publicitario de la primera mitad del siglo XX a la elaboración de las representaciones de la modernidad*. Bogotá, PUJ. Inédito.

VILLADIEGO Prins, Mirla (2010). *Publicidad y sociedad de consumo. Apuntes para una comprensión de su dinámica con el capitalismo, la modernidad y la democracia*. Bogotá, PUJ. Inédito.

WILLIAMS, Raymond (Editor). (1992). *Historia de la comunicación*. Barcelona: Bosch. 2 Vol.

Cronograma

Conferencia	Fecha	Tema
1.	2012-02-15	Capitalismo y modernización cultural en Colombia
2.	2012-03-07	Modernización de la cultura alfabética en Colombia: la institucionalización
3.	2012-03-28	Modernización de la cultura alfabética en Colombia: la mediatización
4.	2012-04-25	Modernización de la cultura popular en Colombia
5.	2012-05-16	Industria, mercado y capitalismo cultural en Colombia