

## MARIO KAPLUN (1985) El comunicador popular. PARTE I

### MODELOS DE EDUCACION Y MODELOS DE COMUNICACION

Uno de los personajes más pintorescos de cualquier oficina es la secretaria. LOS TRES MODELOS DE EDUCACIÓN

Aunque en la realidad existen muchas concepciones pedagógicas, Díaz Bordenave ha señalado que se las puede agrupar en tres modelos fundamentales. No obstante, esquematizándolos, acentuando un poco sus rasgos, es posible distinguir estos tres modelos básicos:

Modelos Exógenos (educando = objeto)

- 1.- Educación que pone el énfasis en los **contenidos**.
- 2.- Educación que pone el énfasis en **efectos**.

Modelo Endógeno (educando = sujeto)

- 3.- Educación que pone el énfasis en el **proceso**.

Llamamos a los dos primeros modelos exógenos porque están planeados desde afuera del destinatario, como externos a él: el educando es visto como objeto de la educación; en tanto el modelo endógeno parte del destinatario: el educando es el sujeto de la educación.

Por ejemplo, la educación que enfatiza el proceso, no por eso se desentiende de los contenidos y de los efectos; pero su acento básico no estará nunca en éstos, sino en el proceso personal del educando.

### **EDUCACIÓN QUE PONE EL ÉNFASIS EN LOS CONTENIDOS**

Corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la élite “instruida” a las masas ignorantes.

### **EDUCACIÓN QUE PONE EL ÉNFASIS EN LOS EFECTOS**

Corresponde a la llamada “ingeniería del comportamiento” y consiste esencialmente en “moldear” la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos.

### **EDUCACIÓN QUE PONE EL ÉNFASIS EN EL PROCESO**

Destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y de las comunidades.

Tratemos de describir y caracterizar cada una de estas tres pedagogías y veamos qué modelo de comunicación se desprende de cada una de ellas.

### **ÉNFAIS EN LOS CONTENIDOS**

Es -ya queda dicho- el tipo de educación tradicional basado en la transmisión de conocimientos. Díaz Bordenave propone esta acertada caricatura para caracterizar este modelo educativo: Todos conocemos este tipo de educación vertical y autoritaria.

Paulo Freiré, al analizarla, dice que esta educación "bancaria" sirve para la domesticación del hombre.

EL EDUCADOR	EL EDUCANDO
es siempre quien educa	es siempre el que es educado
es quien habla	es quien escucha
prescribe, norma, pone las reglas	obedece, sigue la prescripción
escoge el contenido de los programas	lo recibe en forma de depósito
es siempre quien sabe	es el que no sabe
es el sujeto del proceso	es el objeto del proceso

#### EL MODELO DE SU APLICACIÓN

\* Los ejes del método son el **profesor** y el **texto**.

\* Los programas de estudio son frondosos y basados en los conceptos que la fuente emisora (el profesor) considera importantes.

\* Hay una sola verdad: la del profesor. No asimila, porque no hay asimilación sin participación, sin elaboración personal.

La educación bancaria dicta ideas, no hay intercambio de ideas. Trabaja sobre el educando. **Nuestra comunicación popular debe procurar suscitar, estimular en los destinatarios de nuestros mensajes una re-creación, una invención.**

#### LA COMUNICACIÓN EN ESTE MODELO

Así como existe una educación "bancaria", existe una comunicación "bancaria" ¿Qué concepto tiene de la comunicación el tipo de educación que acabamos de caracterizar? ¿Cómo la ve?

Como transmisión de información. Un emisor (E) que envía su mensaje (rn) a un receptor (R). El emisor es el educador que habla frente a un educando que debe escucharlo pasivamente. Su modo de comunicación es, pues, el MONOLOGO.

El emisor domina, es el dueño, el PROTAGONISTA de la comunicación. Se califica a esta comunicación de unidireccional porque fluye en una sola dirección, es una única vía: del emisor al receptor.

**OBJETIVO: QUE EL EDUCANDO APRENDA**

#### NOSOTROS FRENTE AL MODELO

Parecería que, en nuestra comunicación popular, este modelo autoritario no tiene lugar; que nos es totalmente ajeno. La educación bancaria tradicional sintió la necesidad de "modernizarse" e introdujo los llamados "apoyos audiovisuales": diapositivas, películas, videos... Los medios audiovisuales en la educación tradicional se usan solamente como refuerzos para la transmisión de los contenidos. Es educación "envasada". Luego, analizar la actitud del profesor y la de los educandos e inferir de allí las características y consecuencias de este tipo de educación.

\* Analizar algunos mensajes de comunicación popular (incluso producidos por los mismos participantes) y detectar en qué medida están influidos por el modelo autoritario emisor/receptor.

\* Discutir si este modelo es eficaz o no para una educación liberadora y por qué.

## ÉNFASIS EN LOS EFECTOS

Conviene analizar este segundo modelo con especial cuidado, porque es el que más ha influido en la concepción de la Comunicación: en casi todos los manuales de Comunicación que se utilizan como textos de estudio en nuestros países, los estudiantes encuentran, explícita o implícitamente, los principios rectores de este tipo de educación.

\* da mucha importancia a la motivación;

\* rechaza el modelo libresco, los programas frondosos; plantea una comunicación con retroalimentación por parte del destinatario;

\* postula como objetivo el "cambio de actitudes";

\* es un método activo; propone acciones;

\* se preocupa mucho de evaluar el resultado de las mismas. Si se ha llamado al primer tipo "educación bancaria", a éste podría calificárselo de educación MANIPULADORA.

La educación y la comunicación debían servir para alcanzar estas metas. Por ejemplo, debían ser empleadas para PERSUADIR a los campesinos "atrasados" a abandonar sus métodos agrícolas primitivos y adoptar rápidamente las nuevas técnicas. PERSUASIÓN es un concepto clave en este modelo. Así se instrumentó la llamada INGENIERÍA DEL COMPORTAMIENTO.

Tal es el objetivo de la psicología CONDUCTISTA (o ,en inglés, BEHAVIORISTA, de behavior, conducta), que se basa en el mecanismo de estímulos y recompensas y que originó este modelo educativo.

## EL HÁBITO, LA RECOMPENSA

El conductismo asigna al HÁBITO un papel central en la educación. Por hábito entiende esta escuela "la relación entre el estímulo y la respuesta que la persona da a este estímulo, respuesta por la cual recibe recompensa".

## EL "CAMBIO DE ACTITUDES"

La recompensa juega, pues, un papel capital en las técnicas educativas de este modelo.

Es también en ese sentido que este modelo de educación habla de "CAMBIO DE ACTITUDES", entendido, como la sustitución de hábitos tradicionales por otros favorables a las nuevas prácticas; pero siempre hábitos, vale decir, conductas automáticas, moldeadas, condicionadas.

## EL MANEJO DEL CONFLICTO; LA RESISTENCIA AL CAMBIO

Es asimismo significativa la estrategia que adopta este modelo de educación en relación al **conflicto**. Cuando el mensaje no está de acuerdo con los valores del medio social del que forma parte el destinatario, se debe **omitir toda referencia a ese desacuerdo**".

## ¿DONDE ESTA PRESENTE ESTE MODELO?

\* Ya dimos un ejemplo: en las técnicas difusionistas de modernización agrícola.

## EL MODELO EN NUESTRA VIDA COTIDIANA

Aun cuando no tengamos experiencia personal de haber sido sometidos a este modelo de educación, lo conocemos por analogía, por fenómenos sociales que aplican esos mismos mecanismos, tales como:

\* Los medios masivos de comunicación (televisión, prensa, radio, cine comercial, revistas), los que se valen con frecuencia de estos mismos resortes condicionadores para manipular la opinión del público y moldear y uniformar sus conductas. No es de sorprender que este modelo de educación sea el que asigne más importancia a los medios masivos y los emplee ampliamente en sus "campañas educativas".

## EL MODELO EN SU APLICACIÓN

Volvamos al modelo en lo estrictamente educacional. El educando sólo "participa" ejecutándolos.

## ALGUNAS CONSECUENCIAS

\* Al ser establecidos los objetivos de manera específica y rígida por el programador, el educando se acostumbra a ser guiado por otros. Como sólo valora los resultados (efecto) en términos de logro de objetivos operacionales preestablecidos, este tipo de educación no contribuye al desarrollo de la creatividad y de la conciencia crítica.

OBJETIVO: QUE EL EDUCANDO HAGA
--------------------------------

## COMO CONCIBE ESTE MODELO LA COMUNICACIÓN

El esquema de comunicación persuasiva introduce una diferencia importante con respecto al sustentado por la educación tradicional.

Se hace necesario analizarlo con especial atención, porque se trata del modelo clásico de comunicación, el más difundido y consagrado. Sigue habiendo un emisor (E) protagonista, dueño de la comunicación, que envía un mensaje (m) a un receptor (R), el cual por consiguiente, continúa reducido a un papel secundario, subordinado, dependiente; pero ahora aparece una respuesta o reacción del receptor, denominada retroalimentación (r) o, en inglés, feedback, la cual es recogida por el emisor.

Parecería atenuarse la unidireccionalidad del modelo e insinuarse una cierta bidireccionalidad.

Sin embargo, no debemos olvidar que estamos ante una comunicación persuasiva cuyo objetivo es el de conseguir efectos. Tomemos un texto de un comunicador de esta corriente, quien define el verdadero sentido del modelo en forma sumamente clara. Ante una propuesta de cambio —intento de comunicación— la reacción del sujeto puede ser positiva o negativa. Si la acepta, hay comunicación. Comunicar es imponer conductas, lograr acatamiento. De hecho, según Wiener, trátase del "control de los efectos del mensaje".
--

Nada hay aquí, pues, de participación ni de influencias del receptor en la comunicación. Sólo hay acatamiento, adaptación, medición y control de efectos.

Mencionamos este ejemplo trivial (o acaso no tan trivial) para sugerir que, aunque conscientemente lo critiquemos y rechacemos, el modelo de comunicación dirigista está tan presente en la comunicación masiva y en tantas otras manifestaciones de la sociedad, que acaso los comunicadores populares no siempre seamos inmunes a su influencia.

\*Confundimos COMUNICACIÓN con PROPAGANDA y reducimos nuestro trabajo de comunicación a tareas de "agitación" a slogans, a campañas, a consignas.

## EL RIESGO DE ABSOLUTIZAR

Confiamos en no ser mal comprendidos.

Es bueno y sano estar siempre alertas y ser críticos. La comunicación popular, siempre poniendo su énfasis en el proceso, también tiene que atender a los contenidos y a los resultados.

## ¿ES EFICAZ EL MODELO CONDUCTISTA?

La receta conductista atrae por su aparente eficacia."da resultado". Por fortuna, los seres humanos no somos tan "moldeables" como lo suponían los "ingenieros del comportamiento".

Pero, en todo caso, hay que preguntarse si el modelo resulta productivo para nuestra acción popular. Imponer, moldear conductas, tratar de suscitar hábitos automáticos, no generan -ya lo hemos visto- creatividad ni participación ni conciencia crítica. **Y sin ellas no hay trabajo popular perdurable y eficaz.**

Los mecanismos que éste emplea para reforzar sus valores, son inoperantes cuando se trata justamente de cuestionar y cambiar esos valores. Entonces, llevamos al grupo a confrontar la primera situación con el modelo clásico de comunicación y con sorpresa, los participantes descubren que, a pesar de las mordazas, el modelo se ha cumplido a cabalidad: el emisor ha, ha transmitido un mensaje a los receptores incluso ha habido feedback, "respuesta", puesto que estos se han ido a ejecutar las instrucciones recibidas. La comprobación impacta al grupo, ya que los conduce a percibir cómo el consagrado modelo que legitima a los medios de "comunicación" oculta la realidad de que en él los receptores son mudos; están impedidos de hablar.

Otras dos comprobaciones interesantes:

- El contenido del mensaje era bueno, compatible: celebrar el 1° de Mayo. Y sin embargo, la situación era autoritaria.

\* Analizar anuncios de publicidad comercial.

\* Analizar medios de comunicación popular – incluso los producidos por los propios participantes- y detectar posibles influencias del modelo dirigista.

Es el modelo pedagógico que Pablo Freire, su principal inspirador, llama "educación liberadora" o "transformadora".

## SU ORIGEN

En cierto modo, se puede decir que es un modelo gestado en América Latina. De esa primera definición, el pensador brasileño extrae los postulados de esta nueva educación:

\_ No más un educador del educando,

\_ No más un educando del educador - Sino un educador-educando con un educando-educador.

Lo cual significa:

- que nadie educa a nadie;

- que tampoco nadie se educa solo;

- sino que los hombres se educan entre sí mediatizados por el mundo.

Esta dinámica en el transcurso de la cual los hombres se van educando entre sí, es precisamente "el proceso" educativo.