

# El COMUNICADOR POPULAR. MARIO KAPLUM.

17

## Modelos de EDUCACIÓN Modelos de COMUNICACIÓN

¿Por qué empezar hablando de educación y no directamente de comunicación? ¿No es alargar el camino con un rodeo innecesario?

En primer lugar, cuando hacemos comunicación popular, estamos siempre buscando, de una u otra manera, un resultado educativo. Decimos que producimos nuestros mensajes "para que el pueblo tome conciencia de su realidad", o "para suscitar una reflexión", o "para generar una discusión". Concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular, como alimentadores de un proceso educativo transformador.

Es bueno, entonces, que comencemos aclarándonos cómo vemos la educación; qué concepción de educación subyace en nuestras prácticas de comunicación.

Pero hay otra razón aún más importante para empezar por este tema. Y es que, como hemos de ver,

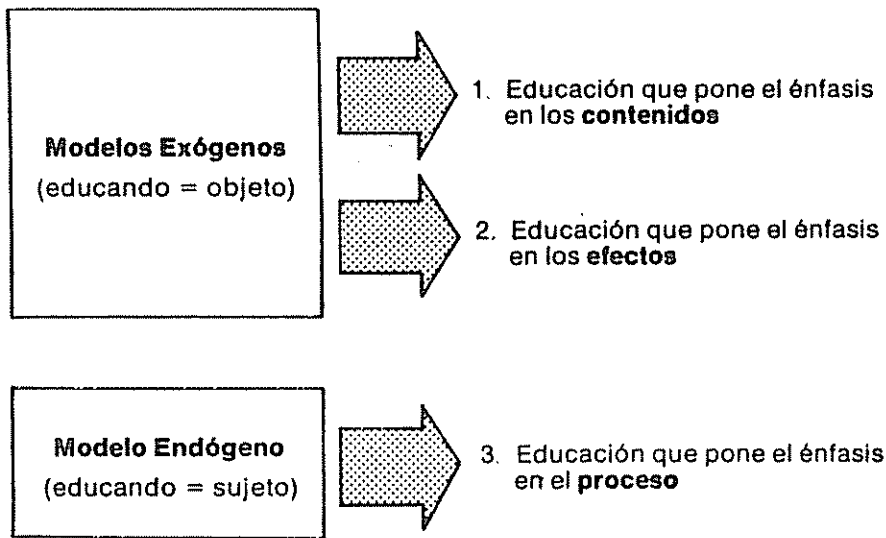
A CADA TIPO DE EDUCACION CORRESPONDE  
UNA DETERMINADA CONCEPCION Y UNA DETERMINADA  
PRACTICA DE LA COMUNICACION

Por eso es tan útil y esclarecedor comenzar analizando los diferentes tipos de educación. Por la experiencia de nuestros Talleres, hemos comprobado que, después de reflexionar sobre este tema, se aclara mucho el concepto de comunicación; y que él constituye un buen punto de partida.

LOS TRES MODELOS DE EDUCACION

Aunque en la realidad existen muchas concepciones pedagógicas, Díaz Bordenave<sup>(1)</sup> ha señalado que se las puede agrupar en tres modelos fundamentales.

Claro está que estos tres modelos no se dan nunca químicamente puros en la realidad sino un tanto entremezclados y se encuentran presentes los tres en distintas proporciones en las diversas acciones educativas concretas. No obstante, es posible distinguir estos tres modelos básicos:



Llamamos a los dos primeros modelos exógenos porque están planteados 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.

Decimos asimismo que cada uno pone el énfasis en

(1) JUAN DIAZ BORDENAVE: Las Nuevas Pedagogías y Tecnologías de Comunicación. Ponencia presentada a la Reunión de Consulta sobre la Investigación para el Desarrollo Rural en Latinoamérica. Cali, 1976.

un objetivo distinto; esto es ese aspecto. No es que prescudos; pero se centra y privileja. Por ejemplo, la educación que se desentiende de los contenidos básicos no estará nunca personal del educando.

Comencemos definiendo y analizando.

1. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN LOS CONTENIDOS

2. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN LOS EFECTOS

3. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN EL PROCESO

Tratemos de describir y clasificar estas tres pedagogías y veamos se desprende de cada una de

## EDUCACION

existen muchas concepciones  
1) ha señalado que se las pue-  
fundamentales.

tres modelos no se dan nunca  
alidad sino un tanto entremez-  
ntes los tres en distintas pro-  
cciones educativas concretas.  
nguir estos tres modelos bási-

1. Educación que pone el énfasis  
en los contenidos

2. Educación que pone el énfasis  
en los efectos

3. Educación que pone el énfasis  
en el proceso

primeros modelos exógenos por-  
a afuera del destinatario, como  
es visto como objeto de la edu-  
5 endógeno parte del destinata-  
o de la educación.

e cada uno pone el énfasis en

: Las Nuevas Pedagogías y Tecnolo-  
onencia presentada a la Reunión de  
igación para el Desarrollo Rural en

un objetivo distinto; esto es, que acentúa, da prioridad a ese aspecto. No es que prescinda radicalmente de los otros dos; pero se centra y privilegia al que le es propio. 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.

Comencemos definiéndolos sumariamente para luego analizarlos.

### 1. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS 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.

### 2. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN LOS EFECTOS

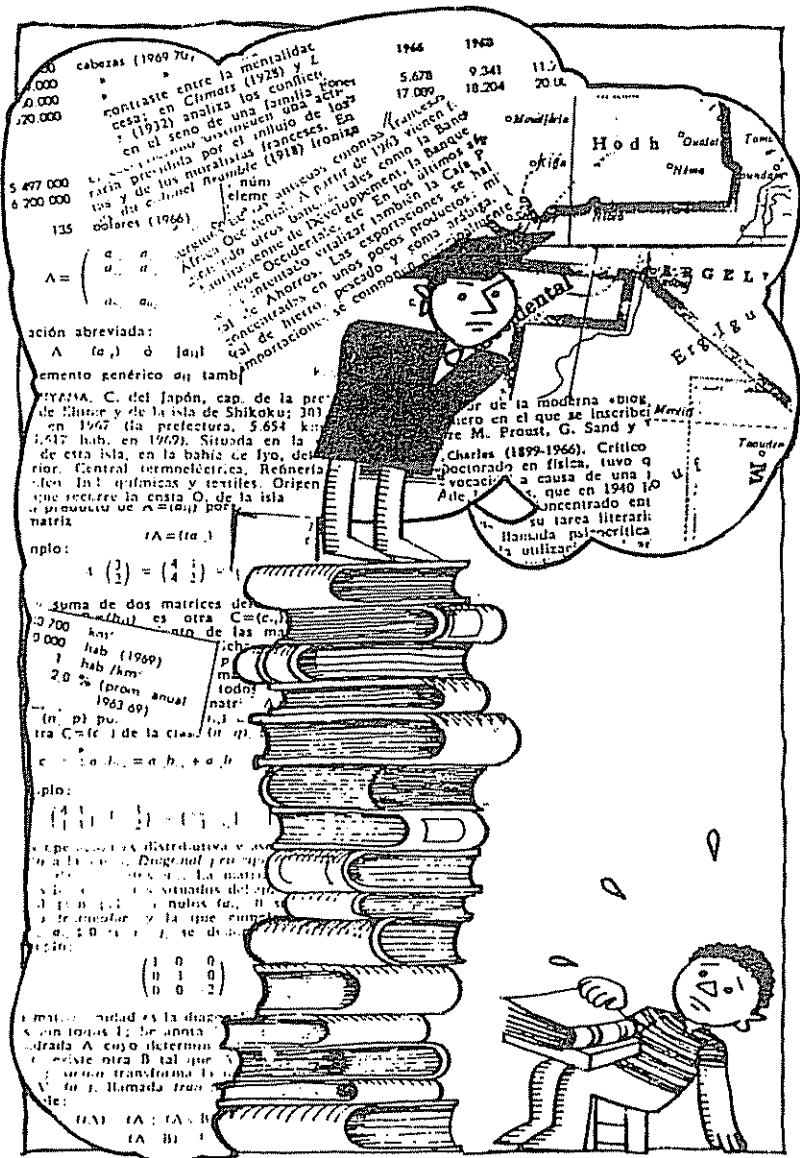
Corresponde a la llamada "ingeniería del comportamiento" y consiste esencialmente en "moldear" la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos.

### 3. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN EL PROCESO

Destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y las comunidades. No se preocupa tanto de los contenidos a ser comunicados ni de los efectos en término de comportamiento, cuanto de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad; del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social.

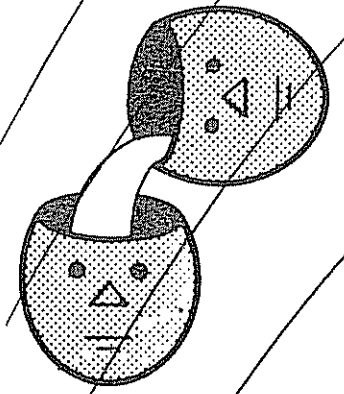
Tratemos de describir y caracterizar cada una de estas tres pedagogías y veamos qué modelo de comunicación se desprende de cada una de ellas.

# ① Enfasis en los contenidos



Es -ya queda dicho- el t  
 basado en la transmisión de c  
 el comunicador), el instruido,  
 ñar al ignorante, al que "no sa  
 Como el lector segurame  
 el tipo de educación que uno  
 Paulo Freire, calificó de BAN  
 TA conocimientos en la ment  
 "inculcar" nociones, de intro  
 alumno, el que es visto como  
 informaciones.

Díaz Bordenave propone  
 caracterizar este modelo educa



tradicional su tendencia a cor  
 con lo que es mera instrucc  
 también- ella INFORMA pero

Paulo Freire, al analizarla, dice que esta educación "bancaria" sirve para la domesticación del hombre. En ella, señala el autor de "Pedagogía del Oprimido"

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 EN SU APLICACION

- \* 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.
- \* Se da muy poca importancia al diálogo y a la participación.
- \* Se valora mucho el dato y muy poco el concepto.
- \* Se premia la buena retención de los contenidos (esto es, su memorización) y se castiga la reproducción poco fiel. La elaboración personal del educando es asimismo reprimida como error.
- \* Hay una sola verdad: la del profesor. La experiencia de vida de los educandos es desvalorizada.

### LOS RESULTADOS

- \* El alumno (o el oyente, el lector, el público) se habitúa a la pasividad y no desarrolla su propia capacidad de razonar y su conciencia crítica.
- \* Se establece una diferencia de "status" entre el profesor y el alumno (o entre el comunicador y el lector u oyente).
- \* Se fomenta una estructura mental de acatamiento al autoritarismo: el alumno internaliza la superioridad y auto-

riedad del maestro, actitud política y social.

- \* Se favorece el mantenimiento de una minoría pensante dominante.
- \* En virtud del régimen de fomento del individualismo y de la solidaridad y los valores.
- \* Los educandos adquieren una capacidad, incapaz de juzgar los propios méritos, independiente de la fuente.
- \* En el estudiante de la clase baja se produce un sentimiento de inferioridad: el pierde su autoestima, siente

OBJETIVO: QUE EL I

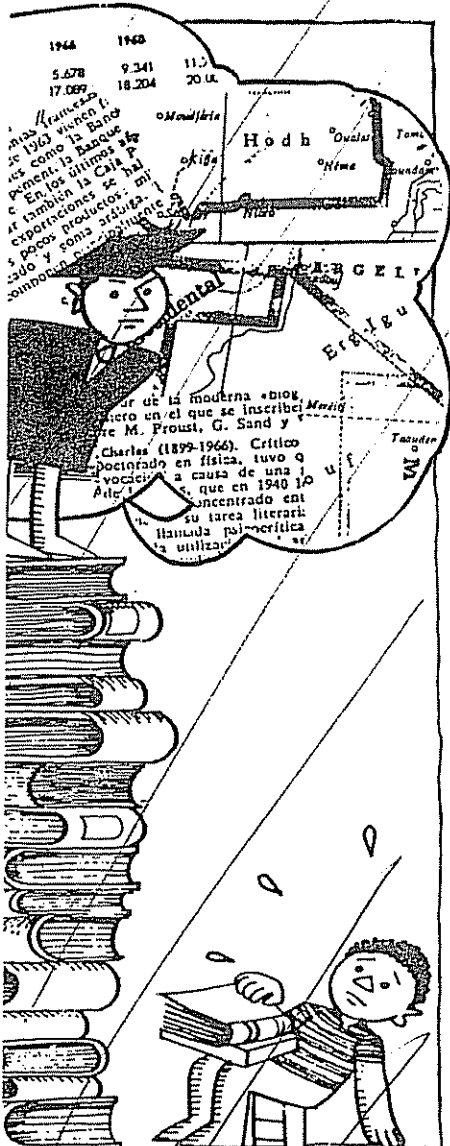
El indicador que utiliza para evaluar su producto, será: (la lección, la asignatura)? ¿H

Aunque, en verdad, el no aprende, sino que memoriza y asimila, porque no hay elaboración personal.

La educación bancaria impide el cambio de ideas. No debate sobre el educando. Le impone, a la cual sólo se le dan los medios para pensar auténticos, las fórmulas dadas, simples y corporales, porque la incorporación de algo que exige búsqueda, de algo que exige un esfuerzo de re-creación.

(2) PAULO FREIRE: La Educación de la Tierra Nueva, Montevideo, 1971

## En los contenidos

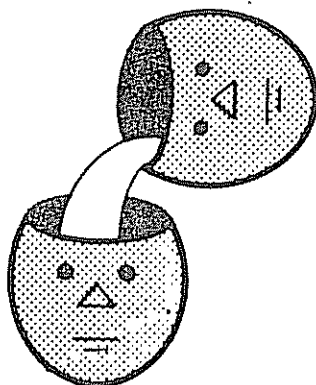


### 1) Énfasis en los Contenidos.

Es -ya queda dicho- el tipo de educación tradicional, basado en la transmisión de conocimientos. El profesor (o el comunicador), el instruido, "el que sabe", acude a enseñar al ignorante, al que "no sabe".

Como el lector seguramente habrá reconocido ya, es el tipo de educación que uno de sus más agudos críticos, Paulo Freire, calificó de BANCARIA: el educador DEPÓSITA conocimientos en la mente del educando. Se trata de "inculcar" nociones, de introducirlas en la memoria del alumno, el que es visto como receptáculo y depositario de informaciones.

Díaz Bordenave propone esta acertada caricatura para caracterizar este modelo educativo:



Todos conocemos este tipo de educación vertical y autoritaria. O paternalista (el paternalismo es tan sólo una forma más endulzada del autoritarismo). Todos lo hemos padecido. Es el que predomina en el sistema educativo formal: en la escuela primaria, en el Liceo, en la Universidad. Repetidamente se ha reprochado a la escuela tradicional su tendencia a confundir la auténtica educación con lo que es mera instrucción, con lo cual -se ha dicho también- ella INFORMA pero NO FORMA.

zarla, dice que esta educación  
investigación del hombre. En ella,  
a del Oprimido"

EL EDUCANDO
- es siempre el que es educado
- es quien escucha
- obedece, sigue la prescripción.
- lo recibe en forma de depósito.
- es el que no sabe
- es el objeto del proceso.

ACION

l profesor y el texto.  
son frondosos y basados en los  
emisora (el profesor) considera  
ia al diálogo y a la participa-  
muy poco el concepto.  
ción de los contenidos (esto es,  
stiga la reproducción poco fiel.  
el educando es asimismo repri-  
del profesor. La experiencia de  
desvalorizada.

el lector, el público) se habitúa  
rolla su propia capacidad de ra-  
ica.  
ia de "status" entre el profesor  
comunicador y el lector u oyen-  
a mental de acatamiento al au-  
ternaliza la superioridad y auto-

ridad del maestro, actitud que luego transferirá al plano  
político y social.

- \*Se favorece el mantenimiento del "statu quo" en el que  
una minoría pensante domina a una masa apática.
- \*En virtud del régimen de notas (premios y castigos) se  
fomenta el individualismo y la competencia en perjuicio  
de la solidaridad y los valores comunitarios.
- \*Los educandos adquieren una mente "cerrada" o dogmáti-  
ca, incapaz de juzgar los mensajes recibidos por sus pro-  
pios méritos, independientemente de la autoridad de la  
fuente.
- \*En el estudiante de la clase popular se acentúa el senti-  
miento de inferioridad: el educando se hace inseguro,  
pierde su autoestima, siente que no sabe, que no vale.

OBJETIVO: QUE EL EDUCANDO APRENDA

El indicador que utilizará el educador en este modelo  
para evaluar su producto, será siempre: ¿El alumno sabe  
(la lección, la asignatura)? ¿Ha aprendido?

Aunque, en verdad, el resultado es que generalmente  
no aprende, sino que memoriza, repite y luego olvida. No  
asimila, porque no hay asimilación sin participación, sin  
elaboración personal.

La educación bancaria dicta ideas, no hay inter-  
cambio de ideas. No debate o discute temas. Trabaja  
sobre el educando. Le impone una orden que él no  
comparte, a la cual sólo se acomoda. No le ofrece  
medios para pensar auténticamente, porque al recibir  
las fórmulas dadas, simplemente las guarda. No las in-  
corpora, porque la incorporación es el resultado de la  
búsqueda, de algo que exige de parte de quien lo in-  
tenta, un esfuerzo de re-creación, de invención.

PAULO FREIRE<sup>(2)</sup>

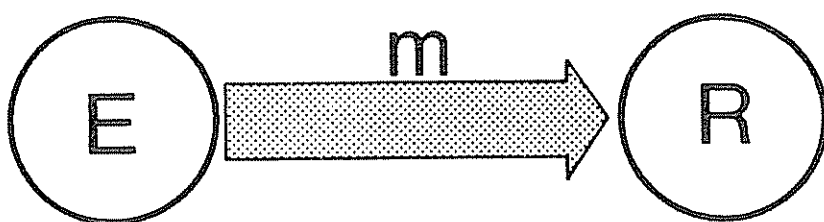
(2) PAULO FREIRE: La Educación como Práctica de la Libertad.  
Tierra Nueva, Montevideo, 1969.

Conviene retener estas últimas palabras: nos dan una clave importante para nuestro trabajo como comunicadores populares. Nuestra comunicación popular debe procurar suscitar, estimular en los destinatarios de nuestros mensajes una re-creación, una invención.

LA COMUNICACION EN ESTE MODELO

Así como existe una educación "bancaria", existe una comunicación "bancaria".

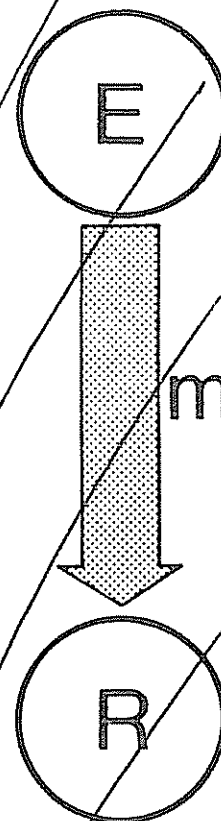
¿Qué concepto tiene de la comunicación el tipo de educación que acabamos de caracterizar? ¿Cómo la ve?



Como transmisión de información. Un emisor (E) que envía su mensaje (m) a un receptor (R).

El emisor es el educador que habla frente a un educando que debe escucharlo pasivamente. O es el comunicador que "sabe" emitiendo su mensaje (su artículo periodístico, su programa de radio, etc.) desde su propia visión, con sus propios contenidos, a un lector (u oyente o espectador) que "no sabe" y al que no se le reconoce otro papel que el de receptor de la información. Su modo de comunicación es, pues, el MONOLOGO.

EL COMUNICADOR	EL RECEPTOR
- emite	- recibe
- habla	- escucha
- escoge el contenido de los mensajes	- lo recibe como información
- es siempre el que sabe	- es el que no sabe



NOSOTROS FRENTE AL MOD

Parecería que, en nuestro modelo autoritario no tiene un papel ajeno. Presentado así, sólo no va, la concepción comunicativa está tan incorporada a la corriente y natural, que acaso de ello, siga todavía influyendo en nuestra producción popular

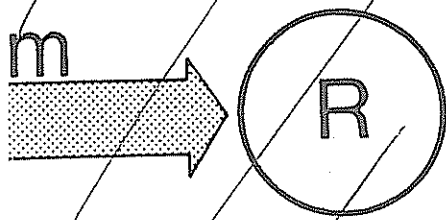
\*En nuestro periódico, ¿quiénes los determina y quién los determina y quién los determina consultando con las necesidades y sus aspiraciones propia perspectiva?



Últimas palabras: nos dan un trabajo como comunicadores. La acción popular debe procurar sus destinatarios de nuestros mensajes 5n.

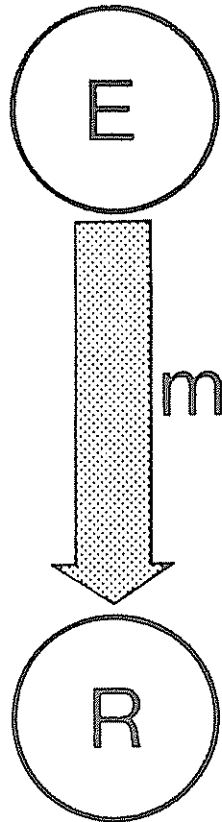
ESTE MODELO

En educación "bancaria", existe una forma de la comunicación el tipo de comunicación que la caracteriza? ¿Cómo la ve?



Un emisor (E) que transmite información. Un receptor (R) que recibe pasivamente. O es el comunicador que habla frente a un educado pasivamente. O es el comunicador que transmite su mensaje (su artículo periodístico, etc.) desde su propia visión, con un lector (u oyente o espectador) que se le reconoce otro papel que el de receptor. Su modo de comunicación

EL RECEPTOR
- recibe
- escucha
- lo recibe como información
- es el que no sabe



En realidad, cuando este modelo se propone a sí mismo como un trazado horizontal, ya está "haciendo trampa". Sería más exacto representarlo como en la gráfica contigua, puesto que es una comunicación esencialmente autoritaria y, por tanto, vertical. El emisor domina, es el dueño, el PROTAGONISTA de la comunicación. Se califica a esta comunicación de unidireccional porque fluye en una sola dirección, en una única vía: del emisor al receptor.

NOSOTROS FRENTE AL MODELO

Parecería que, en nuestra comunicación popular, este modelo autoritario no tiene lugar; que nos es totalmente ajeno. Presentado así, sólo nos merece rechazo. Sin embargo, la concepción comunicacional emisor/mensaje/receptor está tan incorporada a la sociedad, aparece como tan corriente y natural, que acaso, sin que seamos conscientes de ello, siga todavía influyendo con fuerza en nosotros y en nuestra producción popular.

\*En nuestro periódico, ¿quién es el que escoge los contenidos; quién los determina y selecciona? ¿Hacemos el periódico consultando con la comunidad, recogiendo sus necesidades y sus aspiraciones, o lo hacemos desde nuestra propia perspectiva?

\*Cuando creamos nuestra obra de teatro o el guión de nuestro diaporomontaje o de nuestro programa de radio, ¿tratamos de ir suscitando en los destinatarios un proceso personal, o le disparamos verticalmente la información que él tiene que "aprender"?

En la medida en que sigamos asumiendo el clásico rol de emisores, de poseedores de la verdad que dictamos esa verdad a los que "no saben"; en la medida en que sigamos depositando informaciones e ideas ya "digeridas" en la mente de nuestros destinatarios, por liberadores y progresistas que sean los contenidos de nuestros mensajes, continuaremos tributarios de una comunicación autoritaria, vertical, unidireccional.

### EJEMPLOS QUE NOS INTERPELAN

Valdría la pena reflexionar sobre el caso de la llamada "educación radiofónica" (instrucción por radio) en la cual, por propia limitación del medio, el alumno se halla ausente, oyendo la lección desde su casa y reducido por lo tanto al silencio y la pasividad. Sólo le queda escuchar, repetir lo que le indica el profesor y "aprenderse lo".

Muchas de las tan meritorias "escuelas radiofónicas" de América Latina, destinadas a la educación de adultos, han reaccionado saludablemente contra esta concepción y la rechazan, en muchos casos con indudable sinceridad; en sus postulados hoy sustentan los principios de una educación liberadora y personalizante; pero sus emisiones, sin embargo, continúan sujetas al esquema mecanicista tradicional -maestro que "enseña", alumno que "aprende"- porque no han sabido encontrar y crear otras maneras de educar a través de la radio.

Sería interesante asimismo analizar y evaluar el caso de algunos grupos que producen audiovisuales. Hoy existe la moda de tales medios. La educación bancaria tradicional sintió la necesidad de "modernizarse" e introdujo los llamados "apoyos audiovisuales": diapositivas, películas, videos... Incluso se habla de una "pedagogía audiovisual". Pero con eso la educación en sí en realidad no cambió nada. Al contrario: se hizo aún más rígida y autoritaria. Frente a

un audiovisual, ya el educand hablar. Ya se le da todo hec da. Los medios audiovisuales se usan solamente como refu los contenidos. Es educación

Pues bien; actualmente, vemos utilizar cada vez más diaporomontajes, las películas, sí mismo puede ser positivo: innegable valor de esos recurs bien. Pero quizá muchos de tan entusiasmados por ellos, que imitar irreflexivamente un guaje visual más atractivo y propias ideas, sus propios con éstos sean). Realizan sus auc no le dejan un espacio, un r para que él pueda pensar por elaboración. Lo bombardean a y musicales, a frases altisona masticada, su propia conclusi

\* \*

En síntesis, todos quiene comunicación popular, debería  
\* ¿LANZAMOS AFIRMACION  
DICCIONES PARA UNA RE  
\* ¿NUESTROS MEDIOS MON

### SUGERENCIAS PARA EL FA

Naturalmente lo nemos posibilidad de exposición ya los Talleres lo va en diálogo con lo sus experiencias y Distintas dinámi cubrimiento. Por ( primer tema:  
\* Reconstruir (en tral o sociodra

obra de teatro o el guión de  
 nuestro programa de radio,  
 en los destinatarios un proce-  
 so verticalmente la información  
 ?

sigamos asumiendo el clásico  
 res de la verdad que dictamos  
 aben"; en la medida en que si-  
 ones e ideas ya "digeridas" en  
 natarios, por liberadores y pro-  
 venidos de nuestros mensajes,  
 una comunicación autoritaria,

PELAN

ionar sobre el caso de la llama-  
 (instrucción por radio) en la  
 del medio, el alumno se halla  
 desde su casa y reducido por  
 isividad. Sólo le queda escuchar,  
 profesor y "aprendersele".

teritorias "escuelas radiofónicas"  
 adas a la educación de adultos,  
 mene contra esta concepción y  
 sos con indudable sinceridad; en  
 tan los principios de una educa-  
 lizante; pero sus emisiones, sin  
 is al esquema mecanicista tradi-  
 ña", alumno que "aprende"- por-  
 ar y crear otras maneras de edu-

mismo analizar y evaluar el caso  
 oducen audiovisuales. Hoy existe  
 La educación bancaria tradicional  
 dernizarse" e introdujo los llama-  
 : diapositivas, películas, videos...  
 "pedagogía audiovisual". Pero con  
 en realidad no cambió nada. Al  
 ás rígida y autoritaria. Frente a

un audiovisual, ya el educando ni siquiera tiene con quien  
 hablar. Ya se le da todo hecho, toda la enseñanza digerida.  
 Los medios audiovisuales en la educación tradicional  
 se usan solamente como refuerzos para la transmisión de  
 los contenidos. Es educación "envasada".

Pues bien; actualmente, en la comunicación popular  
 vemos utilizar cada vez más y con mayor entusiasmo los  
 diapomontajes, las películas, los videos, etc. Lo cual en  
 sí mismo puede ser positivo: no estamos cuestionando el  
 innegable valor de esos recursos cuando se los sabe utilizar  
 bien. Pero quizá muchos de esos comunicadores populares  
 tan entusiasmados por ellos, no estén haciendo otra cosa  
 que imitar irreflexivamente una moda y valerse de un len-  
 guaje visual más atractivo y penetrante para imponer sus  
 propias ideas, sus propios contenidos (por "progresistas" que  
 éstos sean). Realizan sus audiovisuales de tal manera que  
 no le dejan un espacio, un respiro siquiera, al espectador  
 para que él pueda pensar por su cuenta, re-crear su propia  
 elaboración. Lo bombardean a imágenes, a efectos sonoros  
 y musicales, a frases altisonantes y le dan, ya digerida y  
 masticada, su propia conclusión.

\* \* \*

En síntesis, todos quienes tratamos de hacer auténtica  
 comunicación popular, deberíamos preguntarnos:

- \* ¿LANZAMOS AFIRMACIONES O CREAMOS LAS CON-  
 DICIONES PARA UNA REFLEXION PERSONAL?
- \* ¿NUESTROS MEDIOS MONOLOGAN O DIALOGAN?

#### SUGERENCIAS PARA EL FACILITADOR

Naturalmente lo que aquí, en el libro, no te-  
 nemos posibilidad de presentar sino en forma  
 de exposición ya elaborada y desarrollada, en  
 los Talleres lo vamos infiriendo, descubriendo  
 en diálogo con los participantes, a partir de  
 sus experiencias y sus observaciones.

Distintas dinámicas pueden ayudar a ese des-  
 cubrimiento. Por ejemplo, en el caso de este  
 primer tema:

- \* Reconstruir (en forma de improvisación tea-  
 tral o sociodrama) una clase tradicional o



un examen. 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.

## ② Enfoque en la

"EL COMUNICADOR ES  
ESPECIE DE ARQUITECTO  
LA CONDUCTA HUMANA.

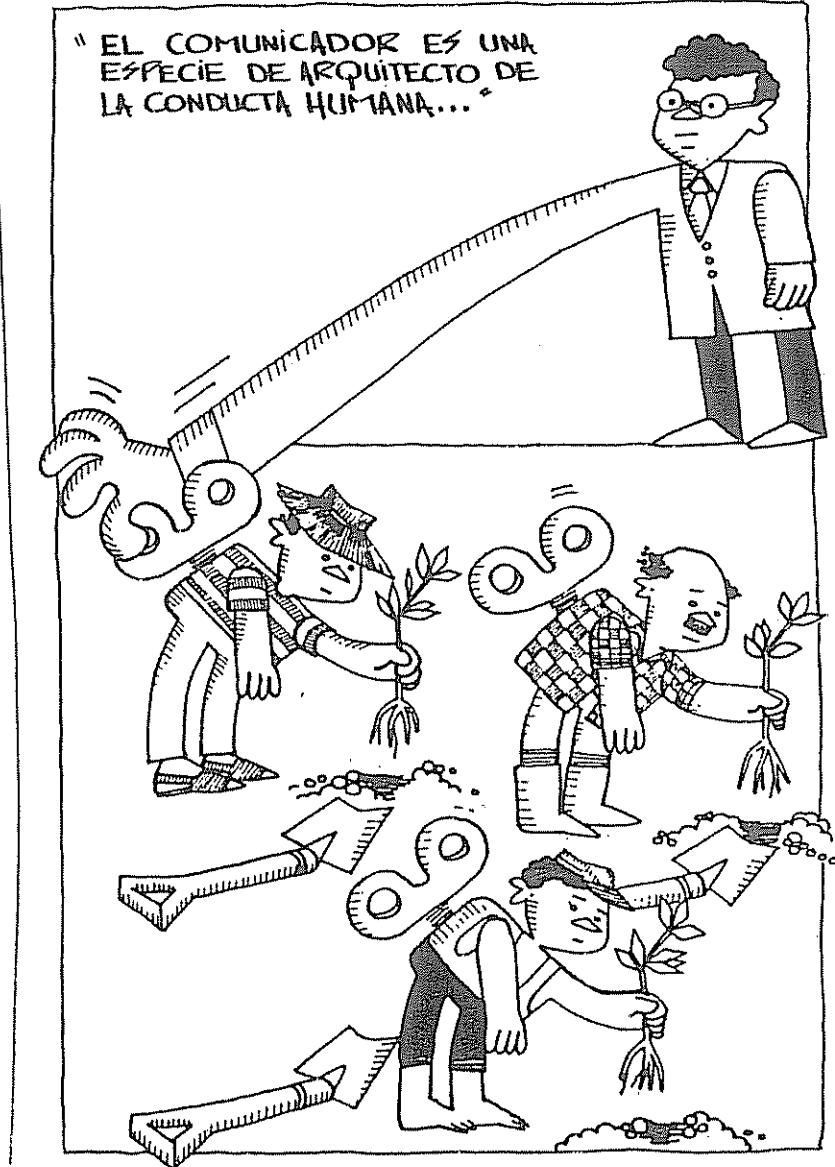


Juego, analizar la actitud del de los educandos e inferir de características y consecuencias de educación.

nos mensajes de comunicación so producidos por los mismos y detectar en qué medida es por el modelo autoritario emi-

este modelo es eficaz o no para liberadora y por qué.

## ② Enfasis 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.

Otro motivo para examinarlos con atención es que, aparentemente, presenta características que compartimos:

- \* cuestiona el modelo tradicional; surgió como una reacción contra él, como una respuesta más actual, más "moderna";
- \* 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.

Sin embargo, a pesar de esas aparentes coincidencias que pueden hacernoslo atractivo, su diferencia con la educación liberadora es radical; y es, como hemos de ver, tan autoritario e impositivo como el modelo tradicional o quizá más.

## EL ORIGEN DEL MODELO

Si el primer modelo -e contenidos- es de origen europeo, la educación escolástica y enciclopedia del Viejo Mundo desde la Colonia en los Estados Unidos en plena segunda Guerra Mundial (década de los años 40) precisamente para el entrenamiento y eficaz adiestramiento de la fuerza de trabajo.

Sus diseñadores -como el modelo tradicional- iban al tradicional método libresco que no lograba un verdadero aprendizaje por lento y caro. Y por ineficaz pues olvida. Proponían, en su lugar, un método más eficiente, más impactante y más práctico: CONDICIONAR al educando con técnicas y las ideas que el planificador tenía en mente (lo cual explica, de hecho, que ha tenido tanta aceptación en los Estados Unidos).

El que determina lo que el educando debe hacer, incluso el ritmo de los pasos de los aprendizajes. Todo se convierte en aprendizaje.

Si se ha llamado al primer modelo "libresco" a éste podría calificárselo de "condicionista".

## EL MODELO LLEGA A AMÉRICA LATINA

En la década de los años 50, el "desarrollo" o del "desarrollismo" en América Latina, importado de la respuesta de la Alianza por el "subdesarrollo".

Se pensaba que la solución a los problemas de los países "en desarrollo" era la modernización, con sus características y los métodos de los países industrializados "desarrollados". Era necesario la producción y lograr un rápido y eficiente crecimiento económico.

## EL ORIGEN DEL MODELO

Si el primer modelo -el que pone el énfasis en los contenidos- es de origen europeo y acuñado por la vieja educación escolástica y enciclopédica que recibimos del Viejo Mundo desde la Colonia, este segundo modelo nació en los Estados Unidos en pleno Siglo XX: durante la Segunda Guerra Mundial (década de los '40). Se desarrolló precisamente para el entrenamiento militar; para el rápido y eficaz adiestramiento de los soldados.

Sus diseñadores -como apuntábamos antes- cuestionaban al tradicional método libresco por poco práctico; porque no lograba un verdadero aprendizaje en poco tiempo; por lento y caro. Y por ineficaz: el educando repite y después olvida. Proponían, en su lugar, un método más rápido y eficiente, más impactante, más "hecho en serie", de **CONDICIONAR** al educando para que adoptara las conductas y las ideas que el planificador había determinado previamente (lo cual explica, de paso, por qué este modelo ha tenido tanta aceptación en el ejército, en la guerra).

El que determina lo que el educando tiene que hacer, cómo debe actuar, incluso qué debe pensar, es el programador. Todos los pasos de la enseñanza vienen ya programados. Todo se convierte en técnicas: en técnicas para el aprendizaje.

Si se ha llamado al primer tipo "educación bancaria", a éste podría calificárselo de educación **MANIPULADORA**.

## EL MODELO LLEGA A AMERICA LATINA

En la década de los '60, en la llamada "década del desarrollo" o del "desarrollismo", llega este modelo a América Latina, importado de la Nación del Norte, como una respuesta de la Alianza para el Progreso al problema del "subdesarrollo".

Se pensaba que la solución para la pobreza en que se hallaban sumidos nuestros países "atrasados e ignorantes" era la modernización, esto es, la adopción de las características y los métodos de producción de los países capitalistas "desarrollados". Era necesario multiplicar la producción y lograr un rápido y fuerte aumento de los índices

El segundo modelo con especial énfasis ha influido en la concepción de todos los manuales de Comunes como textos de estudio en nuestros países, explícita o implícitamente de este tipo de educación.

Analizarlos con atención es que, características que compartimos:

Tradicional; surgió como una reacción a una respuesta más actual, más "moderna".

La motivación;

O, los programas frondosos;

Y con retroalimentación por parte del estudiante.

"cambio de actitudes";

pone acciones;

Evaluar el resultado de las mismas.

De esas aparentes coincidencias con el modelo tradicional o quizá con el modelo moderno, su diferencia con la educación tradicional; y es, como hemos de ver, tan grande como el modelo tradicional o quizá

de productividad; y, para ello, resultaba imprescindible la introducción de nuevas y modernas tecnologías. Las innovaciones tecnológicas eran vistas como la panacea para todos nuestros males; ellas por sí solas permitirían obtener progresos espectaculares.

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.

Repárese en el verbo persuadir. PERSUASION es un concepto clave en este modelo. Ya no se trata, como en el anterior, sólo de informar e impartir conocimientos; sino sobre todo de convencer, de manejar, de condicionar al individuo, para que adopte la nueva conducta propuesta. Era menester buscar los medios y las técnicas más impactantes de penetración y de persuasión, para -así lo dice literalmente un escrito de 1960- "cambiar la mentalidad y el comportamiento de millares de seres humanos que viven en el campo".

Cambiarlos -claro está- "para el bien de ellos mismos y de los demás miembros de la colectividad". Estos educadores obraban de buena fe; creían sinceramente que ésa era la manera de ayudarnos a salir de la pobreza. No es necesario imaginarlos como maquinadores diabólicos. Todo manipulador legitima su obrar en la convicción de que lo hace por el bien de aquéllos a quienes intenta "conducir por el buen camino".

Así se instrumentó la llamada INGENIERIA DEL COMPORTAMIENTO.

En textos de Comunicación escritos por esos años, es posible encontrar definiciones tan significativas como la siguiente:

El comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento, cuya función es inducir y persuadir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida.<sup>(3)</sup>

(3) JORGE RAMSAY y Otros: Extensión Agrícola - Dinámica del Desarrollo Rural. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, San José, Costa Rica. 1960 (4ta. edición, 1975).

## LAS BASES PSICOLÓGICAS

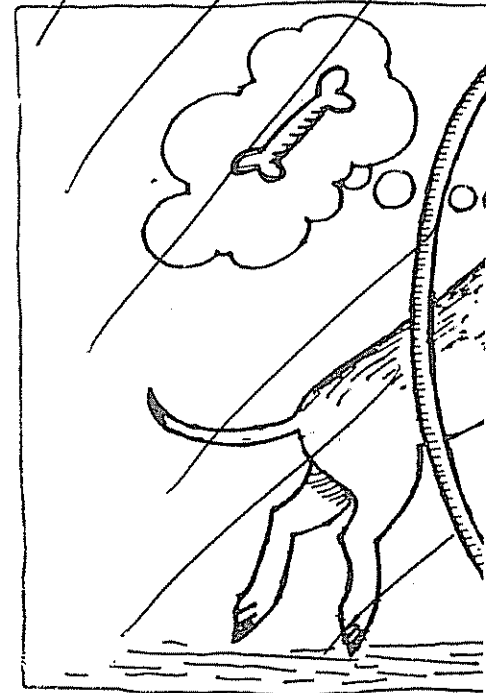
No sería del todo justo afirmar que "no tiene en cuenta al individuo", existe todo un vasto estudio desarrollado al servicio de esta corriente.

Pero no es una psicología que se centra en el desarrollo autónomo de la personalidad; investiga los mecanismos para "conducirlo" más eficazmente; para las personas de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Tal es el objetivo de la corriente, en inglés, BEHAVIORISTA, que se basa en el mecanismo de estímulo-respuesta que originó este modelo educativo.

## EL HABITO, LA RECOMPENSA

El conductismo asigna al hábito un papel central en la educación. Por hábito ent





LAS BASES PSICOLOGICAS

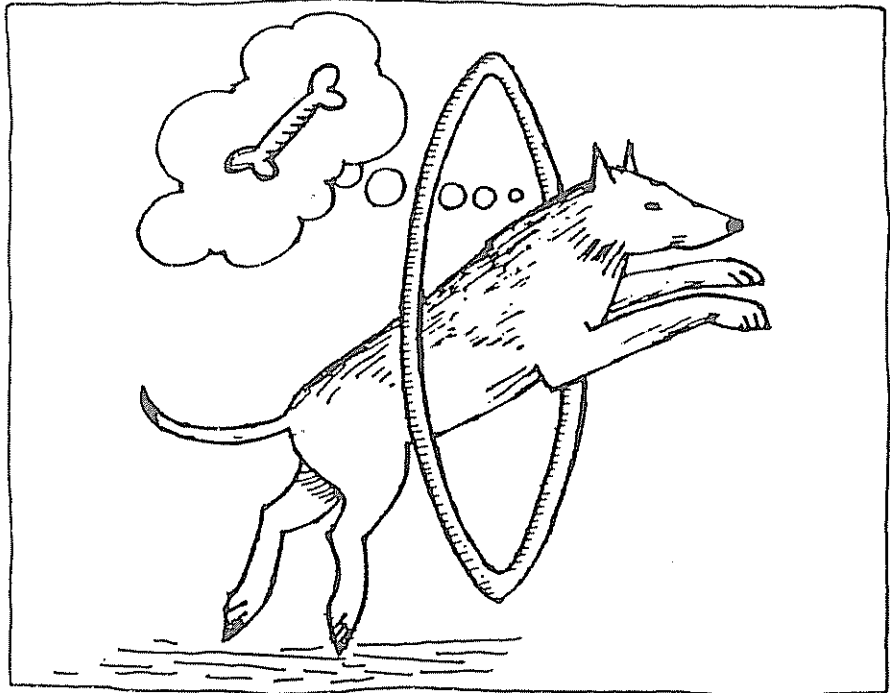
No sería del todo justo afirmar que este tipo de educación "no tiene en cuenta al hombre". Por el contrario, existe todo un vasto estudio de la psicología humana desarrollado al servicio de esta corriente.

Pero no es una psicología que procure el pleno desarrollo autónomo de la personalidad del individuo, sino que investiga los mecanismos para poder "persuadirlo" y "conducirlo" más eficazmente; para moldear la conducta de las personas de acuerdo con los objetivos previamente establecidos.

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 HABITO, LA RECOMPENSA

El conductismo asigna al HABITO un papel central en la educación. Por hábito entiende esta escuela "la rela-



lo, resultaba imprescindible la  
dernas tecnologías. Las innova-  
as como la panacea para todos  
sí solas permitirían obtener

municación debían servir para  
ejemplo, debían ser empleadas  
pesinos "atrasados" a abandonar  
vivos y adoptar rápidamente las

persuadir. PERSUASION es un  
delo. Ya no se trata, como en  
e impartir conocimientos; sino  
manejar, de condicionar al in-  
nueva conducta propuesta. Era  
y las técnicas más impactantes  
ción, para -así lo dice literal-  
'cambiar la mentalidad y el  
s de seres humanos que viven

- "para el bien de ellos mismos  
e la colectividad". Estos educa-  
e; creían sinceramente que ésa  
os a salir de la pobreza. No es  
) maquinadores diabólicos. Todo  
orar en la convicción de que lo  
llos a quienes intenta "conducir

la llamada INGENIERIA DEL  
icación escritos por esos años,  
iciones tan significativas como

la especie de arquitecto de la  
cticante de la Ingeniería del  
nción es inducir y persuadir  
r determinadas formas de pen-  
le permitan aumentar su pro-  
lad y elevar sus niveles y há-

s: Extensión Agrícola - Dinámica del  
o Interamericano de Ciencias Agríco-  
a, 1960 (4ta. edición, 1975).

ción entre el estímulo y la respuesta que la persona da a este estímulo, respuesta por la cual recibe recompensa". El hábito así definido es, pues, una conducta automática, mecánica, no-reflexiva, no-consciente y, por tanto, posible de ser condicionada, moldeada, suscitada externamente por el educador en poder del estímulo y la recompensa adecuadas. Educar no es razonar, sino generar hábitos.

Como el lector ya habrá advertido, se parte del mismo principio de la teoría neuro-fisiológica de los "reflejos condicionados" de Pávlov, aplicados aquí a la educación. De ahí que, para representar gráficamente este modelo educativo, Díaz Bordenave proponga el dibujo que consta en la página anterior.

### EL "CAMBIO DE ACTITUDES"

La recompensa juega, pues, un papel capital en las técnicas educativas de este modelo. Ella es la que determina la creación de nuevos hábitos en el individuo. Es algo más que el premio de obtener una buena nota en un examen; debe ser algo capaz de mover al individuo para que adopte una nueva conducta; esto es, de provocar un efecto y producir un resultado.

Un buen ejemplo de recompensa lo encontramos en la campaña de control de natalidad realizada en la India, donde el organismo norteamericano que financió la campaña ofrecía de regalo una radio a transistores a todo hombre que se dejara esterilizar.

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.

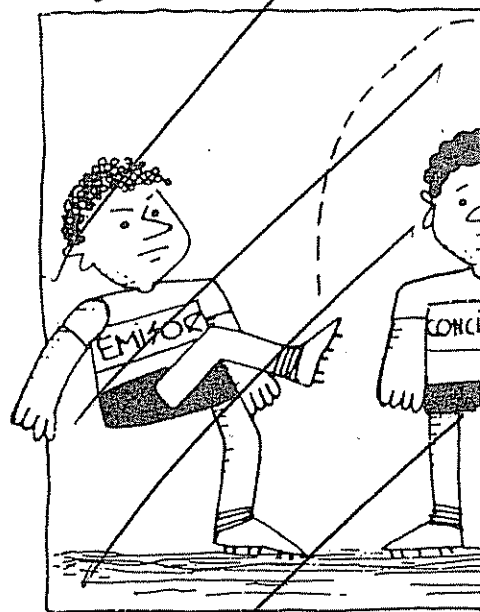
### EL MANEJO DEL CONFLICTO; LA RESISTENCIA AL CAMBIO

Es asimismo significativa la estrategia que adopta este modelo de educación en relación al conflicto.

Los educadores y como modelo, al plantearse las técnicas de socialización y el "cambio de actitudes" llaman "resistencia al cambio" a las tradiciones, valores culturales y condicionan el comportamiento que pueden entrar en conflicto con los nuevos valores, generando resistencia.

¿Cuál es la estrategia de comunicación persuasiva? Ante cualquier caso ni escuchar a los técnicos siempre tiene razón; aceptar las nuevas conductas por "ignorancia", por "atraso". de introducir la nueva conducta: "Para sustituir algo -desechando los defectos de lo anterior- por las ventajas de lo nuevo que se propone. Cuando el mensaje no es aceptado por el medio social del que se debe omitir toda referencia a la resistencia."

Es decir, INCULCAR LA OBLIGACION DE PASAR POR LA REFLEXION, PASAR POR LA CONCIENCIA; LIBRE ELECCION.



la respuesta que la persona da por la cual recibe recompensa". pues, una conducta automática, consciente y, por tanto, posible dada, suscitada externamente por estímulo y la recompensa adecuada sino generar hábitos.

abrará advertido, se parte del mis-neuro-fisiológica de los "reflejos" aplicados aquí a la educación. entrar gráficamente este modelo proponga el dibujo que consta

DES"

l, pues, un papel capital en las de modelo. Ella es la que determina hábitos en el individuo. Es al obtener una buena nota en un apaz de mover al individuo para inducta; esto es, de provocar un tado.

recompensa lo encontramos en natalidad realizada en la India, americano que financió la campaña radio a transistores a todo hogar.

sentido que este modelo de educación DE ACTITUDES", entendido como tradicionales por otros favorables pero siempre hábitos, vale decir, oldeadas, condicionadas.

ONFLICTO; LA RESISTENCIA AL

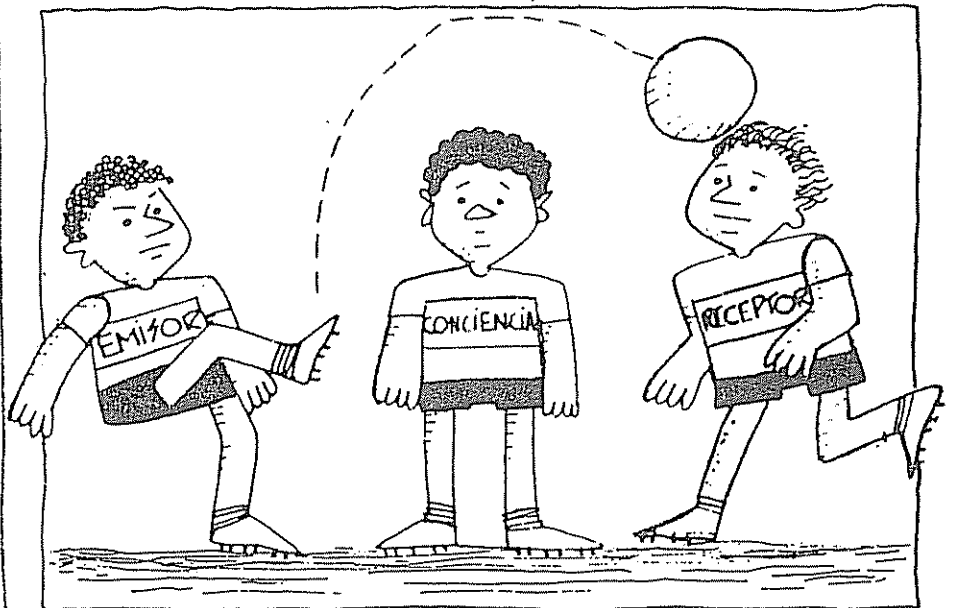
cativa la estrategia que adopta es en relación al conflicto.

Los educadores y comunicadores formados en este modelo, al plantearse las técnicas para imponer la modernización y el "cambio de actitudes", prevén lo que ellos llaman "resistencia al cambio": creencias, mitos, juicios, tradiciones, valores culturales ancestrales que conforman y condicionan el comportamiento social de las personas y que pueden entrar en conflicto con los nuevos hábitos propuestos, generando resistencia y rechazo.

¿Cuál es la estrategia que aconseja en ese caso la comunicación persuasiva? Ante todo, desde luego, no hacer caso ni escuchar a los destinatarios; considerar que el técnico siempre tiene razón y que si la gente no quiere aceptar las nuevas conductas es siempre por "prejuicios", por "ignorancia", por "atraso". Y, en segundo lugar, tratar de introducir la nueva conducta evitando el conflicto.

"Para sustituir algo -dicen- no es indispensable discutir los defectos de lo anterior. Es mejor resaltar las ventajas de lo nuevo que se propone e insistir en la recompensa. 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".

Es decir, INCULCAR LAS NUEVAS ACTITUDES SIN PASAR POR LA REFLEXION, POR EL ANALISIS; SIN PASAR POR LA CONCIENCIA; SIN SOMETERLAS A UNA LIBRE ELECCION.



La conciencia, la libertad, molestan, fastidian. Hacen perder tiempo. Hay que lograr un resultado: no que la persona piense, discuta la cuestión y tome una decisión libre y autónoma (porque eso lleva tiempo y hay serio peligro de que al final termine rechazando la propuesta), sino persuadirla, condicionarla, ofrecerle el cebo de una recompensa, para que adopte de una vez el cambio que se desea imponer.

#### ¿DONDE ESTA PRESENTE ESTE MODELO?

- \* Ya dimos un ejemplo: en las **técnicas difusionistas** de modernización agrícola. Muchos extensionistas las aplican.
- \* Lo encontramos también en el **entrenamiento técnico-profesional**: adiestramiento de operarios, enseñanza de oficios.
- \* Lo hallamos asimismo en todo el conjunto de técnicas, métodos y aparatos de la llamada "tecnología educativa"; en las "máquinas de enseñar" que dan lugar a la "instrucción programada".
- \* Está muy presente también en la mayoría de los métodos diseñados para la llamada "educación a distancia", donde el estudiante estudia solo, pero no investigando ni pensando por su cuenta, sino siguiendo los pasos rígidamente prefijados por el programador del curso e instrumentados en una batería de cassettes, programas de televisión, video-cassettes, etc., donde ya viene todo definido.
- \* Otra de las aplicaciones de la tecnología educativa consiste en los **exámenes escritos de opciones múltiples**, con varias respuestas ya formuladas y un casillero donde el estudiante debe marcar con una cruz la que cree correcta.

Este tipo de examen tecnifica la enseñanza, porque después se lo puede procesar rápidamente por computadora sin necesidad de intervención del profesor para corregirlo. Pero suprime todo interés por lo que constituye el verdadero objeto de la educación: el razonamiento personal por el cual el estudiante llegó a la respuesta (a la que con este procedimiento puede arribar incluso por azar, por mera adivinanza). Y excluye, desde luego, toda posibilidad de que el educando proponga una respuesta propia, personal, reelaborada por él, que

no coincida con ninguna de  
Todo se reduce, no a raz  
respuestas "correctas" e "in

#### EL MODELO EN NUESTRA V

Aun cuando no tengamo  
ber sido sometidos a este mo  
mos por analogía, por fenóme  
mismos mecanismos, tales con

- \* Los medios masivos de com  
sa, radio, cine comercial,  
con frecuencia de estos r  
res para manipular la opi  
uniformar sus conductas. E  
modelo de educación sea  
cia a los medios masivos  
sus "campañas educativas".
- \* Las técnicas publicitarias (actúan por presión, por r subliminales y donde lo q compre el producto anunc por mero impulso, sin pen tivos de su acto y seduci de estímulo/recompensa q contenido y el uso del pro del éxito"... "Desodorante bres... El desodorante de l
- \* La propaganda política (pa la que por lo general sól sión para que la masa ve por su presencia y su de ni análisis ni conocimient no. El slogan es un gran concepción educativa.

#### EL MODELO EN SU APLICAC

Volvamos al modelo en  
Muchas de sus característica  
damos aquí algunas pocas más

- \* Así como en el modelo t

dad, molestan, fastidian. Hacen raro un resultado: no que la persistencia y tome una decisión libre (aunque sea tiempo y hay serio peligro en hazando la propuesta), sino perderle el cebo de una recompensa a la vez el cambio que se desea

### ESTE MODELO?

en las técnicas difusionistas de Muchos extensionistas las apli-

en el entrenamiento técnico-nto de operarios, enseñanza de

en todo el conjunto de técnicas, la llamada "tecnología educativa de enseñar" que dan lugar a la

bién en la mayoría de los métodos amada "educación a distancia", tudia solo, pero no investigando enta, sino siguiendo los pasos rí- por el programador del curso e batería de cassettes, programas cassettes, etc., donde ya viene to-

as de la tecnología educativa con- escritos de opciones múltiples, ya formuladas y un casillero don- marcar con una cruz la que cree

tecnifica la enseñanza, porque procesar rápidamente por computa- intervención del profesor para co- todo interés por lo que constitu- o de la educación: el razonamien- l el estudiante llegó a la respues- e procedimiento puede arribar in- (era adivinanza). Y excluye, desde d de que el educando proponga personal, reelaborada por él, que

no coincida con ninguna de las opciones formuladas. Todo se reduce, no a razonar, no a relacionar, sino a respuestas "correctas" e "incorrectas".

### 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".
- \* Las técnicas publicitarias (propaganda comercial) que actúan por presión, por repetición y por motivaciones subliminales y donde lo que interesa es que el público compre el producto anunciado (efecto) aunque lo haga por mero impulso, sin pensar, sin conciencia de los motivos de su acto y seducido por un mecanismo ilusorio de estímulo/recompensa que nada tiene que ver con el contenido y el uso del producto: "Camisa X: el secreto del éxito"... "Desodorante N para conquistar a los hombres... El desodorante de la seducción"...
- \* La propaganda política (particularmente la electoral), la que por lo general sólo se propone crear una presión para que la masa vote al candidato (efecto) sólo por su presencia y su destreza oratoria, sin reflexión ni análisis ni conocimiento de su programa de gobierno. El slogan es un gran recurso emocional de esta concepción educativa.

### EL MODELO EN SU APLICACION

Volvamos al modelo en lo estrictamente educacional. Muchas de sus características han sido ya señaladas; añadamos aquí algunas pocas más:

- \* Así como en el modelo tradicional el eje residía en el

profesor y el texto, aquí el centro es el PROGRAMADOR. El trabajo de enseñar se deja para materiales escritos o audiovisuales, máquinas de enseñar, computadoras, etc.

- \* El planeamiento de la instrucción y su programación es encarada como una ingeniería del comportamiento.
- \* Se da una apariencia de participación de los educandos o receptores. Pero es sólo una apariencia, una pseudo-participación: los contenidos y los objetivos ya están definidos y programados de antemano. El educando sólo "participa" ejecutándolos. (Por ejemplo: cuando se ofrece un curso de cultivo de frutales, los campesinos participan en las prácticas; pero no tienen ninguna posibilidad de pasar a discutir su realidad económica y la manera de pasar a liberarse de las "roscas" que se quedan siempre con su ganancia por más que ellos aumenten la producción).



## ALGUNAS CONSECUENCIAS

- \* Al ser establecidos los objetivos y rígida por el programador a ser guiado por otros.
- \* El suministro de enseñanza a aislar a las personas, a no cooperativa y solidaria.
- \* En cambio, tiende a desarrollo
- \* Desde el punto de vista de vía de la recompensa individual o refuerzan valores de éxito, tales como el éxito, valoración, el consumismo,
- \* Al ser socavados sus valores los educandos sufren la pérdida, lo que les quita su seguridad y quedan en una situación de
- \* Por otra parte, el método del raciocinio. Como sólo en términos de logro de establecidos, este tipo de desarrollo de la creatividad y
- \* Tampoco favorece la inteligencia los conocimientos adquiridos la realidad en forma global
- \* No se promueve la participación autónoma de decisiones
- \* Por último, desde el punto obvio que este modelo de domesticador, de adaptación

OBJETIVO: QUE EL

COMO CONCIBE ESTE MODELO

El esquema de comur una diferencia importante con la educación tradicional.

El centro es el PROGRAMA-  
ñar se deja para materiales es-  
táquinas de enseñar, computado-

instrucción y su programación  
ingeniería del comportamiento.  
participación de los educandos  
sólo una apariencia, una seudo-  
nidos y los objetivos ya están  
de antemano. El educando sólo  
los. (Por ejemplo: cuando se  
civo de frutales, los campesinos  
cas; pero no tienen ninguna po-  
scutir su realidad económica y  
liberarse de las "roscas" que se  
ganancia por más que ellos au-



## ALGUNAS CONSECUENCIAS

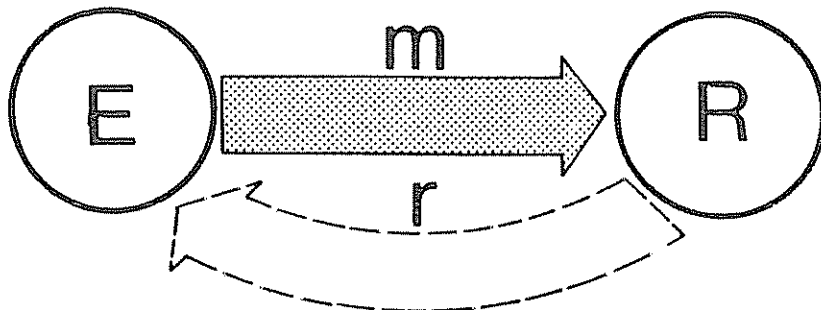
- \* Al ser establecidos los objetivos de manera específica y rígida por el programador, el educando se acostumbra a ser guiado por otros.
- \* El suministro de enseñanza en forma individual tiende a aislar a las personas, a no dar ocasión a la actividad cooperativa y solidaria.
- \* En cambio, tiende a desarrollar la competitividad.
- \* Desde el punto de vista de los valores sociales, por la vía de la recompensa individual inmediata, se implantan o refuerzan valores de carácter mercantil o utilitario, tales como el éxito material como criterio de valoración, el consumismo, el individualismo y el lucro.
- \* Al ser socavados sus valores culturales tradicionales, los educandos sufren la pérdida de su identidad cultural, lo que les quita su seguridad y sus referencias; y quedan en una situación de desarraigo.
- \* Por otra parte, el método no favorece el desarrollo del raciocinio. 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.
- \* Tampoco favorece la inter-relación, la integración de los conocimientos adquiridos, la capacidad de analizar la realidad en forma global, de sacar consecuencias.
- \* No se promueve la participación, la autogestión, la toma autónoma de decisiones.
- \* Por último, desde el punto de vista socio político, es obvio que este modelo de educación tiene un efecto domesticador, de adaptación al statu quo.

OBJETIVO: QUE EL EDUCANDO HAGA

## COMO CONCIBE ESTE MODELO LA COMUNICACION

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.

El modelo puede ser percibido, por lo tanto, como algo más equilibrado y participativo, ya que, aparentemente, le reconoce un papel relativamente más activo al receptor, a quien se le daría al menos la oportunidad de reaccionar ante el mensaje recibido y tener así alguna influencia, algún peso en la comunicación. 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. Indagando con más rigor, se descubre que en ella el feedback tiene un significado y una función muy diferentes. Tomemos un texto de un comunicador de esta corriente, quien define el verdadero sentido del modelo en forma sumamente clara.

"Cuando aprendemos a en términos de respuesta aquellos que lo reciben, c la comunicación eficiente

Ante una propuesta de nicación- la reacción del o negativa. Por ejemplo, tra campaña educativa adoptar un nuevo produc determinada plaga, el ca propuesta o rechazarla. S ción. Si no ha habido el produjo la respuesta dese pleado, puede considerars sido fallida. O, más rad marse técnicamente que n

El texto transcrito no es imponer conductas, logra to, la retroalimentación es confirmación del efecto pr del sujeto" ante la "propue ción"). Ella puede ser positiv puesta o negativa si la rec sirve al emisor como instru trol: puede ajustar los próx cerles los cambios formales tener el efecto prefijado, la

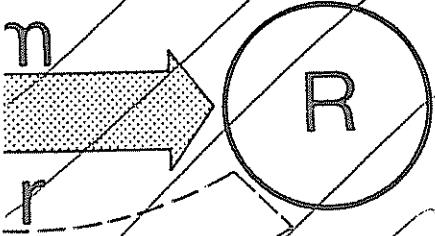
En un excelente estud autorizado como Beltrán cc cación del real significado de

La retroalimentación de control destinados a : se ajusten automáticamente. De hecho, segt trol de los efectos del m

(4) RAMSAY y Otros, obra cl



lizarlo con especial atención,  
clásico de comunicación, el



isor (E) protagonista, dueño de  
un mensaje (m) a un receptor  
te, continúa reducido a un pa-  
dependiente; pero ahora apare-  
n del receptor, denominada re-  
gles, feedback, la cual es reco-

percibido, por lo tanto, como  
participativo, ya que, aparentemen-  
relativamente más activo al re-  
ría al menos la oportunidad de  
recibido y tener así alguna in-  
comunicación. Parecería atenuar-  
el modelo e insinuarse una cierta

emos olvidar que estamos ante  
va cuyo objetivo es el de conse-  
n más rigor, se descubre que en  
significado y una función muy  
exto de un comunicador de esta  
verdadero sentido del modelo en

"Cuando aprendemos a expresar nuestro mensaje en términos de respuestas específicas por parte de aquellos que lo reciben, damos el primer paso hacia la comunicación eficiente y eficaz" (David Berlo).

Ante una propuesta de cambio -intento de comunicación- la reacción del sujeto puede ser positiva o negativa. Por ejemplo, cuando a través de nuestra campaña educativa proponemos al campesino adoptar un nuevo producto químico para combatir determinada plaga, el campesino puede aceptar la propuesta o rechazarla. Si la acepta, hay comunicación. Si no ha habido el cambio apetecido, si no se produjo la respuesta deseada ante el estímulo empleado, puede considerarse que la comunicación ha sido fallida. O, más radicalmente aún, puede afirmarse técnicamente que no hubo comunicación.<sup>(4)</sup>

El texto transcrito no deja lugar a dudas. Comunicar es imponer conductas, lograr acatamiento. En tal contexto, la retroalimentación es tan sólo la comprobación o confirmación del efecto previsto (es decir, la "reacción del sujeto" ante la "propuesta" o "intento de comunicación"). Ella puede ser positiva si el individuo acata la propuesta o negativa si la rechaza. En este último caso, le sirve al emisor como instrumento de verificación y control: puede ajustar los próximos mensajes, regularlos, hacerles los cambios formales requeridos para, ahora sí, obtener el efecto prefijado, la respuesta deseada.

En un excelente estudio crítico, un especialista tan autorizado como Beltrán confirma cabalmente esta explicación del real significado del concepto:

La retroalimentación remite a los mecanismos de control destinados a asegurar que los organismos se ajusten automáticamente a las metas de comportamiento. De hecho, según Wiener, trátase del "control de los efectos del mensaje".

(4) RAMSAY y Otros, obra citada (ver nota 3).

Aunque el concepto haya sido creado básicamente en el campo de la ingeniería, fue aceptado por muchos teóricos de la comunicación humana por considerarlo útil también para describir el proceso de esta última. Hallaban que, si las fuentes emisoras querían producir en los receptores ciertos efectos con su mensaje, debían recibir de vuelta, por parte de estos últimos, reacciones indicativas en cuanto a la eficacia del esfuerzo persuasivo y, según ese resultado, ajustar los mensajes a sus objetivos.

En conclusión, en la definición clásica de comunicación, el objeto principal de ésta es el propósito del comunicador de afectar en una cierta dirección el comportamiento del receptor. La retroalimentación es un instrumento para asegurar el logro de las metas del comunicador.<sup>(5)</sup>

Nada hay aquí, pues, de participación ni de influencia del receptor en la comunicación. Sólo hay acatamiento, adaptación, medición y control de efectos. La retroalimentación no es sino **EL MECANISMO PARA COMPROBAR LA OBTENCION DE LA RESPUESTA BUSCADA Y QUERIDA POR EL COMUNICADOR**. Como bien señala Escarpit, "el **feedback** tiene una función de regulación destinada a mantener una situación en un estado estable; es una forma de 'robotización' social".<sup>(6)</sup>

Aunque se la haya querido entender y presentar como una forma primaria de participación del público, la retroalimentación o "comunicación de retorno" no es, en esta concepción, más que un engranaje del proceso de condicionamiento de los receptores: primero se los condiciona en su conducta, sus actitudes y sus hábitos y luego se verifica si dan la respuesta para la cual han sido condicionados.

Dos buenos ejemplos prácticos de este mecanismo los hallamos:

- (5) LUIS RAMIRO BELTRAN: Adiós a Aristóteles - Comunicación Horizontal. Revista Comunicação e Sociedade, No. 6, São Paulo, setiembre 1981.
- (6) ROBERT ESCARPIT: Teoría General de la Información y la Comunicación. Icaria, Barcelona, 1977.

- \* en la publicidad comercial, la comprobación posterior por la campaña publicitaria
- \* en el rating de audiencia el que luego les permite que escoge "libremente" y

## NOSOTROS, COMUNICADOR MODELO

Quizás más de una vez var que, en actos culturales pañero al que le toca oficia -así sea un militante de base so- tiende a imitar en su actores del animador profesional sión. "Pantallea". Fuerza a la vez a los artistas populares tos que se los aplauda con exige compulsivamente que el

Mencionamos este ejemplo) para sugerir que, aunquemos y rechacemos, el modelo tá tan presente en la comi otras manifestaciones de la : micadores populares no siem fluencia. La tentación de n de aparecer como el medio lograr un resultado; y siem función de ese resultado.

Más que denunciar inditema de reflexión para que grupo- lo medite y lo discut reflejados en el modelo educ bir? ¿En qué medida, consci producimos en nuestras pro tipo de pedagogía que pone pregunta queda abierta para nesto espíritu autocrítico, nutilo de trabajo.

Aportamos tan sólo algu

Aun cuando no apeler

va sido creado básicamente en ingeniería, fue aceptado por la comunicación humana por para describir el proceso que, si las fuentes emisoras y receptores ciertos efectos recibirán de vuelta, por reacciones indicativas en el esfuerzo persuasivo y, se los mensajes a sus obje-

definición clásica de comunicación de ésta es el propósito de actuar en una cierta dirección en el receptor. La retroalimentación para asegurar el logro de (5)

de participación ni de influencia. Sólo hay acatamiento y control de efectos. La retroalimentación MECANISMO PARA COMPROBAR LA RESPUESTA BUSCADA Y CADOR. Como bien señala Esa función de regulación destinada en un estado estable; es social". (6)

trido entender y presentar la participación del público, la "reacción de retorno" no es, en esencia, engranaje del proceso de condiciones: primero se los condiciona sus hábitos y luego se ve a la cual han sido condiciones prácticas de este mecanismo

Adiós a Aristóteles - Comunicación e Sociedade, No. 6, São Paulo,

fa General de la Información y la elona, 1977.

- \* en la publicidad comercial, cuyo feedback consiste en la comprobación posterior del aumento de ventas logrado por la campaña publicitaria; y
- \* en el rating de audiencia de los canales de televisión, el que luego les permite afirmar que es el público el que escoge "libremente" y determina la programación.

#### NOSOTROS, COMUNICADORES POPULARES, ANTE EL MODELO

Quizás más de una vez el lector habrá podido observar que, en actos culturales y artísticos populares, el compañero al que le toca oficiar de presentador o animador -así sea un militante de base con alto grado de compromiso- tiende a imitar en su actuación los recursos manipuladores del animador profesional de los shows de la televisión. "Pantallea". Fuerza a la gente a aplaudir una y otra vez a los artistas populares que presenta, reclama a gritos que se los aplauda con más vigor, grita consignas y exige compulsivamente que el público las coree...

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. La tentación de manipular reviste el atractivo de aparecer como el medio más eficaz y más rápido de lograr un resultado; y siempre se lo puede justificar en función de ese resultado.

Más que denunciar indicios, creemos que éste es un tema de reflexión para que cada lector -o mejor, cada grupo- lo medite y lo discuta. ¿En qué medida nos vemos reflejados en el modelo educativo que se acaba de describir? ¿En qué medida, consciente o inconscientemente, reproducimos en nuestras producciones de comunicación el tipo de pedagogía que pone el énfasis en los efectos? La pregunta queda abierta para que todos analicemos, con honesto espíritu autocrítico, nuestra concepción y nuestro estilo de trabajo.

Aportamos tan sólo algunas pistas para esa reflexión.

Aun cuando no apelemos a recompensas materiales

ni fomentemos el individualismo y la competencia, podemos caer en parte en esta concepción dirigista cuando:

- \* Damos más importancia a los EFECTOS inmediatos de nuestras realizaciones y acciones que al PROCESO de los participantes y así forzamos resultados sin respetar el ritmo de crecimiento de nuestros destinatarios y su libertad de opción.
- \* Confundimos COMUNICACION con PROPAGANDA y reducimos nuestro trabajo de comunicación a tareas de "agitación", a slogans, a campañas, a consignas.
- \* Asignamos más importancia a la CANTIDAD que a la CALIDAD; contabilizamos adeptos, adherentes, lectores, espectadores, oyentes por su número y no analizamos si han captado y comprendido el significado de su compromiso.
- \* No consideramos a nuestros destinatarios como PERSONAS sino como MASAS a las que a nosotros, los "dirigentes lúcidos y esclarecidos", nos toca "conducir".
- \* Planificamos el contenido de nuestros medios de comunicación, nuestras campañas, etc., nosotros solos, por nuestra cuenta, sin dar participación a la comunidad; y reducimos la "participación" de ésta a que asista a nuestros actos, lea, vea u oiga nuestros mensajes y ejecute las acciones que nosotros hemos programado.
- \* En nuestros mensajes, buscamos sobre todo "impacto", apelamos a los EFECTOS EMOCIONALES más que a los CONTENIDOS RACIONALES; y apabullamos a los espectadores con imágenes y estímulos afectivos sin facilitar su propia reflexión, su propio análisis.

#### EL RIESGO DE ABSOLUTIZAR

Confiamos en no ser mal comprendidos. Si, por un lado, hay algunos comunicadores populares que, inadvertidamente, se dejan fácilmente llevar por la tentación de manipular, los hay también quienes, por reacción, temen tanto el caer en ese error que tienden a ver manipulación en todo.

Es bueno y sano estar siempre alertas y ser críticos.

Pero llevar esta actitud a extremos puede resultar paralizante. Por temor a la manipulación, podríamos terminar bloqueados bajo concreto.

Esperamos que, a lo largo del tiempo, vaya precisando más. La comunicación debe poner su énfasis en el proceso, no en los contenidos y a los contenidos, el símbolo, la expresión emocional, puestos a ocupar un espacio necesario para la comunicación y organizativa de la comunidad, no que ahoguen el proceso.

#### ¿ES EFICAZ EL MODELO CONDUCTISTA?

La receta conductista es, en sí misma, "No será muy ética, pero puede ser efectiva".

Así como hemos señalado que el modelo conductista es, además de ser éticamente reductible, es burocrático, que, si rechazamos el modelo conductista, no servirá de ética, sino también para el trabajo popular.

Conviene en primer lugar señalar que las acciones educativas específicas que se presentan más fracasos que las acciones humanas no somos tan "modelos de ingenieros del comportamiento".

Pero, en todo caso, ha de tenerse en cuenta que lo resulta productivo para nosotros el hecho de que la manipulación de los contenidos en estos casos cuando la utilizamos de manera establecida, no se infiere de la educación del pueblo. Imposible de suscitar hábitos automáticos de creatividad ni participación. Y sin ellas no hay trabajo popular.

Nuestros mensajes libertarios, van "contra" el modelo conductista.

mo y la competencia, puede concepción dirigista cuando:

los EFECTOS inmediatos de acciones que al PROCESO de cambios resultados sin respetar a nuestros destinatarios y su

ON con PROPAGANDA y le comunicación a tareas de empresas, a consignas.

a la CANTIDAD que a la adeptos, adherentes, lectores su número y no analizarlo el significado de su

destinatarios como PERSONAS que a nosotros, los "dirigidos", nos toca "conducir".

nuestros medios de comunicación, etc., nosotros solos, participación a la comunidad; "de ésta a que asista a" nuestros mensajes y efectos hemos programado.

mos sobre todo "impacto", EMOCIONALES más que a LES; y apabullamos a los estímulos afectivos sin propio análisis.

comprendidos. Si, por un populares que, inadvertidamente por la tentación de mayor reacción, temen también a ver manipulación en

pre alertas y ser críticos.

Pero llevar esta actitud a extremos irreales, puede resultar paralizante. Por temor al fantasma de la manipulación, podríamos terminar bloqueados y no hacer ningún trabajo concreto.

Esperamos que, a lo largo del libro, el concepto se vaya precisando más. La comunicación popular, siempre poniendo su énfasis en el proceso, también tiene que atender a los contenidos y a los resultados. La propaganda, la consigna, el símbolo, la expresión colectiva y masiva, el elemento emocional, puestos dentro de sus justos límites, ocupan un espacio necesario y legítimo en la práctica comunicacional y organizativa del pueblo. En tanto no sustituyan ni ahoguen el proceso.

### ¿ES EFICAZ EL MODELO CONDUCTISTA?

La receta conductista atrae por su aparente eficacia. "No será muy ética, pero, ¡diablos!... da resultado".

Así como hemos señalado anteriormente que el modelo bancario, además de ser impositivo, tampoco es pedagógicamente redituable, es bueno ahora poner de relieve que, si rechazamos el modelo dirigista, no es sólo por reservas éticas, sino también por su muy baja eficacia para el trabajo popular.

Conviene en primer lugar anotar que, en sus aplicaciones educativas específicas, este método mecanicista presenta más fracasos que éxitos. 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. Del hecho de que la manipulación demuestre ser eficaz en ciertos casos cuando la utilizan la clase dominante; el sistema establecido, no se infiere que también lo sea en la educación del pueblo. 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.

Nuestros mensajes liberadores, concientizadores, problematizadores, van "contra la corriente" del sistema, de

la ideología dominante. Los mecanismos que éste emplea para reforzar sus valores, son inoperantes cuando se trata justamente de cuestionar y cambiar esos valores. No se "vende" criticidad, solidaridad, liberación, con los mismos recursos con que se vende Coca-Cola.

## SUGERENCIAS PARA EL FACILITADOR

\* **LA DINAMICA DE "LOS MUDOS"**. Esta pequeña escenificación resulta muy útil para problematizar la pseudo-comunicación de los medios masivos.

Se pide la colaboración de tres o cuatro voluntarios, a los que se les tapa la boca con una venda. Uno de los facilitadores (o algún colaborador previamente preparado) los llama, los invita a sentarse en torno suyo y, en tono de voz normal, les dice: "Les comunico que la Organización ha decidido realizar un acto artístico para celebrar el Primero de Mayo". Y luego les imparte instrucciones: uno de ellos deberá encargarse de conseguir el local, otro de los números artísticos, otro de la propaganda, etc. Tras lo cual, les dice que pueden retirarse a ejecutar sus directivas. Los voluntarios se levantan y se retiran.

En seguida, creamos una segunda situación: se les quita la venda a los voluntarios, el facilitador los llama nuevamente y les dice: "Creemos que debiéramos organizar algo para el Primero de Mayo. ¿Qué les parece? ¿Qué opinan? ¿Qué deberíamos hacer?" Los otros, por supuesto, comienzan a opinar, a proponer, a dar su parecer. Allí cortamos la escenificación: ya se ha cumplido su propósito.

Luego, planteamos al Taller: ¿En cuál de estas dos situaciones diríamos que ha habido comunicación? Lógicamente, casi todos señalan que sólo en la segunda, ya que en la primera únicamente hablaba el directivo; los otros no podían hablar, estaban enmudecidos por la venda.

Entonces, llevamos a la primera situación de comunicación; y, al pasar los días descubren que el modelo se ha transmitido y el facilitador ha transmitido y, incluso ha puesto que éstas instrucciones respecto al grupo, cómo el consagrados los medios masivos la realidad de los mudos; están im-

Otras dos cosas:

- El contenido es aceptable: celebramos, sin embargo, la organización entonces los medios masivos no también d

Aunque el contenido es en tono de voz normal, mismo la realidad, por el hecho de que los resultados no pueden ser...

De estas cosas que, siempre que se habla y se adjudica, incurre en una dependencia creciente de sus medios.

También se puede presionar empleando el lenguaje que... ¿Entiende este ejemplo?

Por último, los voluntarios como situación, y en los motivados para la segunda, cuando se habla, proponer,

os mecanismos que éste emplea son inoperantes cuando se trata de cambiar esos valores. No se trata, liberación, con los mismos Coca-Cola.

FACILITADOR

CA DE "LOS MUDOS". Esta nificación resulta muy útil para evitar la pseudo-comunicación de asuntos.

colaboración de tres o cuatro personas que se les tapa la boca. Uno de los facilitadores (o al- previamente preparado) los a sentarse en torno suyo y, normal, les dice: "Les comu- nización ha decidido realizar para celebrar el Primero de es imparte instrucciones:

erá encargarse de conseguir los números artísticos, otro , etc. Tras lo cual, les dice arse a ejecutar sus directi- os se levantan y se retiran.

eamos una segunda situación: anda a los voluntarios, el fa- na nuevamente y les dice: diéramos organizar algo para ayo, ¿Qué les parece? ¿Qué veríamos hacer?" Los otros, nienzan a opinar, a propo- ecer. Allí cortamos la esce- a cumplido su propósito.

mos al Taller: ¿En cuál de nes diríamos que ha habido ícamente, casi todos seña- segunda, ya que en la pri- hablaba el directivo; los hablar, estaban enmudecidos

Entonces, llevamos al grupo a confrontar la primera situación con el modelo clásico de comunicación; y, con sorpresa, los participan- tes descubren que, a pesar de las mordazas, el modelo se ha cumplido a cabalidad: el emi- sor ha transmitido un mensaje a los recepto- res e incluso ha habido feedback, "respuesta", puesto que éstos se han ido a ejecutar las instrucciones recibidas. La comprobación im- pacta al grupo, ya que los conduce a percibir cómo el consagrado modelo que legitima a los medios masivos 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, com- patible: celebrar el 1o. de Mayo. Y sin embargo, la situación era autoritaria. Ve- mos entonces que el problema de los me- dios masivos no es sólo de contenidos, si- no también de forma de comunicar.

- Aunque el emisor impartió sus instruccio- nes en tono normal, sin prepotencia, lo mismo la relación era autoritaria e imposi- tiva; por el solo hecho de que los convo- cados no podían replicar ni opinar.

De estas comprobaciones se puede inferir que, siempre que alguien monopoliza la pala- bra y se adjudica el rol de emisor exclusivo, incurre en una comunicación impositiva, inde- pendentemente de sus intenciones, del conte- nido de sus mensajes y del tono que emplea.

También será interesante analizar la ex- presión empleada por el emisor: "Les comuni- co que..." ¿En qué sentido está dicha? ¿Qué entiende este emisor por "comunicar"?

Por último, se puede preguntar a los vo- luntarios cómo se sintieron en una y otra si- tuación, y en cual de las dos estuvieron más motivados para colaborar. Seguramente en la segunda, cuando se les permitió opinar, dialo- gar, proponer, participar en las decisiones.

De ahí se desprende que la comunicación concebida como diálogo no es sólo la más humana y respetuosa de la persona, sino también la más eficaz.

- \* Analizar anuncios de publicidad comercial. Buscar dónde está la imaginaria "recompensa" que ofrecen (por ejemplo, la camisa o el cigarrillo que se valen de un modelo "sexy" para vender el producto... los champúes y desodorantes que ofrecen a la mujer la promesa de que, usándolos, lograrán romper su soledad y rodearse de pretendientes).
- \* Analizar la propaganda de la última campaña electoral celebrada en el país, sus slogans, los efectos de que se valió cada candidato.
- \* Reproducir la actuación del animador y presentador de un acto cultural popular. Analizar sus recursos y actitudes y confrontarlas con las de los profesionales de los shows televisivos.
- \* Analizar medios de comunicación popular -incluso los producidos por los propios participantes- y detectar posibles influencias del modelo dirigista (pueden ser útiles las pautas de análisis enunciadas en las páginas 43 -44).

### ③ Enfasis



Veremos, finalmente, endógeno, el que se centra en el proceso.

Es el modelo pedagógico inspirador, llama "educador".



nde que la comunicación con-  
logo no es sólo la más huma-  
de la persona, sino también

cios de publicidad comercial.  
está la imaginaria "recom-  
recen (por ejemplo, la cami-  
llo que se valen de un mo-  
ira vender el producto... los  
desodorantes que ofrecen a  
omesa de que, usándolos, lo-  
su soledad y rodearse de

opáganda de la última cam-  
celebrada en el país, sus  
ectos de que se valió cada

actuación del animador y  
un acto cultural popular.  
recursos y actitudes y con-  
las de los profesionales de  
sivos.

s de comunicación popular  
ducidos por los propios par-  
etectar posibles influencias  
gista (pueden ser útiles las  
sis enunciadas en las pági-

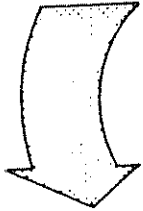
## ① Enfoque en el proceso



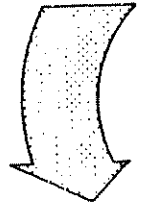
Veremos, finalmente, el tercer tipo de educación: el endógeno, el que se centra en la persona y pone el énfasis en el proceso.

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

acción



reflexión



acción



## SU ORIGEN

En cierto modo, se puede decir que nació en América Latina, gracias a los aportes de pedagogos y psicólogos que en nuestra Región donde imprimen su clara orientación y la elaboran como una "pedagogía de la liberación" una educación para la liberación y un instrumento para la transformación.

## SUS BASES

Partiremos, para caracterizarlo, de la definición de Paulo Freire: "La educación es el acto de aprender sobre el mundo para cambiarlo".

Ya no se trata, pues, de una educación que busca FORMAR a las personas, sino de una educación que busca FORMAR su realidad. De esa concepción, el educador brasileño extrae los principios:

- No más un educador del otro
- No más un educando del otro
- Sino un educador-educando

Lo cual significa:

- que nadie educa a nadie;
- que tampoco nadie se educa;
- sino que los hombres se educan entre ellos por el mundo.

Esta dinámica en el proceso educativo se van educando entre ellos "so" educativo.

## ¿QUE ES "ENFATIZAR EL SUJETO"

Es ver a la educación en que el sujeto va descubriendo su mundo, haciendo suyo el conocimiento. Un proceso de acción-reflexión-acción.

## SU ORIGEN

En cierto modo, se puede decir que es un modelo gestado en América Latina. Aunque recibió valiosos aportes de pedagogos y psicólogos europeos y norteamericanos, es en nuestra Región donde Freire y otros educadores le imprimen su clara orientación social, política y cultural y la elaboran como una "pedagogía del oprimido", como una educación para la liberación de las clases subalternas y un instrumento para la transformación de la sociedad.

## SUS BASES

Partiremos, para caracterizarla, de una frase del propio Freire: "La educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo".

Ya no se trata, pues, de una educación para informar (y aún menos para conformar comportamientos) sino que busca FORMAR a las personas y llevarlas a TRANSFORMAR su realidad. 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:

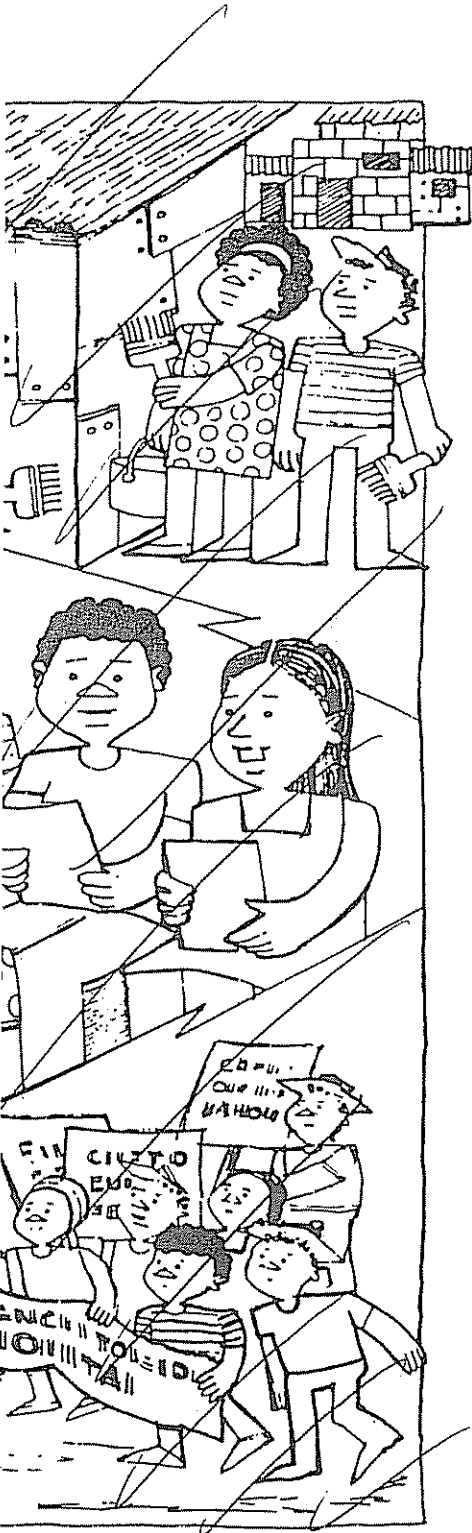
- que nadie educa a nadie;
- que tampoco nadie se educa solo;
- sino que los hombres se educan entre sí mediatizados por el mundo.

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

## ¿QUE ES "ENFATIZAR EL PROCESO"?

Es ver a la educación como un proceso permanente, en que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento.

Un proceso de acción-reflexión-acción que él hace



desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás.

Y en el que hay también quien está ahí -el "educador/educando"- pero ya no como el que enseña y dirige, sino para acompañar al otro, para estimular ese proceso de análisis y reflexión, para facilitárselo; para aprender junto a él y de él; para construir juntos.

### EL CAMBIO EN ESTE MODELO

Si bien se mira, este modelo también se plantea un "cambio de actitudes"; pero no asociado a la adopción de nuevas tecnologías ni al condicionamiento mecánico de conductas. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; en ese proceso de un hombre desde los condicionamientos que lo han hecho pasivo, conformista, fatalista, hasta la voluntad de asumir su destino humano; desde las tendencias individualistas y egoístas hasta la apertura a los valores solidarios y comunitarios.

Casi no es necesario subrayar que esta transformación no se puede lograr jamás por vía de mecanismos manipuladores. Se trata, necesariamente, por propia exigencia de los objetivos, de un proceso libre, en el que el hombre debe tomar sus opciones cada vez con mayor autonomía.

### UNA EDUCACION QUE PROBLEMATIZA

Se trata asimismo de una educación **problematizada**, que busca ayudar a la persona a desmitificar su realidad, tanto física como social.

Lo que importa aquí, más que enseñar cosas y transmitir contenidos, es que el sujeto aprenda a aprender; que se haga capaz de razonar por sí mismo, de superar las constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos que lo rodean (**conciencia ingenua**) y desarrollar su propia capacidad de deducir, de relacionar, de elaborar síntesis (**conciencia crítica**).

Lo que el adulto carente de educación necesita no es sólo ni tanto datos, informaciones, cuanto instrumentos para pensar, para inter-relacionar un hecho con otro y sacar consecuencias y conclusiones; para construirse una explicación global, una cosmovisión coherente. Su mayor ca-

encia no está tanto en los  
sino en los condicionamientos  
do que lo reducen sólo a lo  
su entorno inmediato, en lo c

### UN MODELO AUTOGESTION

El modelo se basa en  
jeto en el proceso educativ  
ción en la sociedad.

Como se ha visto, tie  
no sólo por una razón de c  
dad democrática que busca  
una razón de eficacia: porqu  
dose, investigando, haciéndo  
puestas, problematizando y  
realmente al conocimiento.

Se aprende de verdad  
crea, lo que se reinventa y  
y se escucha.

Sólo hay verdadero a  
cuando hay autogestión de l

### PROCESO, ERROR, CONFL

\* A diferencia del model  
error, no lo ve como f  
asume como una etapa  
proceso de acercarse a  
no hay errores sino apre

\* También es distinta su  
gar de eludirlo, lo asun  
blematizadora. Sabe que  
cimiento.

No postula, claro es  
trarle bruscamente lo c  
nante en su cosmovisi  
ocultarle las contradic  
la nueva perspectiva  
participa. Para que h  
es necesario que los es

Experiencia, desde su práctica

quien está ahí -el "educador" el que enseña y dirige, para estimular ese proceso para facilitárselo; para aprender a ir juntos.

El modelo también se plantea un modelo asociado a la adopción de un condicionamiento mecánico de tal aquí consiste en el paso a un punto crítico; en ese proceso de condicionamientos que lo han condicionado, hasta la voluntad de superar las tendencias individualistas y llegar a los valores solidarios

Hay que señalar que esta transformación por vía de mecanismos mecánicos, por propia exigencia del proceso libre, en el que el sujeto avanza cada vez con mayor auto-

## PROBLEMATIZA

La educación problematizadora busca desmitificar su realidad

que enseñar cosas y transmitir lo aprendido a aprender; que el sujeto mismo, de superar las dificultades e inmediatas de los conocimientos (a la ingenua) y desarrollar su capacidad de relacionar, de elaborar síntesis

La educación necesita no sólo de instrumentos, sino de un hecho con otro y saber; para construirse una experiencia coherente. Su mayor ca-

racionalidad no está tanto en los datos y nociones que ignora, sino en los condicionamientos de su raciocinio no ejercitado que lo reducen sólo a lo que es capaz de percibir en su entorno inmediato, en lo contingente.

## UN MODELO AUTOGESTIONARIO

El modelo se basa en la participación activa del sujeto en el proceso educativo; y forma para la participación en la sociedad.

Como se ha visto, tiene que ser así, participatorio, no sólo por una razón de coherencia con la nueva sociedad democrática que busca construir, sino también por una razón de eficacia: porque sólo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose, se llega realmente al conocimiento.

Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha.

Sólo hay verdadero aprendizaje cuando hay proceso; cuando hay autogestión de los educandos.

## PROCESO, ERROR, CONFLICTO

\* A diferencia del modelo bancario, éste no rechaza el error, no lo ve como fallo ni lo sanciona; sino que lo asume como una etapa necesaria en la búsqueda, en el proceso de acercarse a la verdad. En esta educación no hay errores sino aprendizajes.

\* También es distinta su actitud ante el **conflicto**. En lugar de eludirlo, lo asume como fuerza generadora, problematizadora. Sabe que sin crisis difícilmente hay crecimiento.

No postula, claro está, el agredir al sujeto y enrostrarle bruscamente lo que subyace de acrítico, de alienante en su cosmovisión de dominado; pero tampoco ocultarle las contradicciones entre esa cosmovisión y la nueva perspectiva liberadora en cuya construcción participa. Para que haya real proceso transformador, es necesario que los estereotipos y los hábitos del hom-

bre dominado afloren a su conciencia y él vaya poco a poco revisándolos críticamente.

#### OTROS RASGOS DEL MODELO

- \* No es una educación individual, sino siempre GRUPAL, comunitaria: "nadie se educa solo", sino a través de la experiencia compartida, de la inter-relación con los demás.  
"El grupo es la célula educativa básica" (Freire).
- \* El eje aquí no es el profesor, sino el grupo educando. El educador está ahí para estimular, para facilitar el proceso de búsqueda, para problematizar, para hacer preguntas, para escuchar, para ayudar al grupo a que se exprese y aportarle la información que necesita para que avance en el proceso.
- \* Este tipo de educación exalta los valores comunitarios, la solidaridad, la cooperación; exalta asimismo la creatividad, el valor y la capacidad potencial de todo individuo.
- \* Si la educación es un proceso, es un proceso permanente. No se limita a unos momentos en la vida, a unas instancias educativas, a un curso escolar de equis meses. La educación se hace en la vida, en la praxis reflexionada.
- \* No se asusta ante la ambigüedad de la realidad, ante la pluralidad de opciones. Es una educación no-dogmática, abierta.
- \* Esta pedagogía también puede emplear -y de hecho emplea- recursos audiovisuales, pero no para reforzar contenidos sino para problematizar y para estimular la discusión, el diálogo, la reflexión, la participación.
- \* En la esfera psicosocial y cultural, sus metas son:
  - favorecer en el educando la toma de conciencia de su propia dignidad, de su propio valor como persona;
  - ayudar al sujeto de la clase popular a que supere su "sentimiento aprendido" de inferioridad, recomponga su autoestima y recupere la confianza en sus propias capacidades creativas.

\* Y es, claramente, una social: una educación que se propone contribuir a que se proponen

Su "mensaje" centrado en el hombre tiene para en su entrega libre a lo

Si se pudo caracterizar como el que se propone segundo como el que busca resumirse la finalidad de manipulación:

OBJETIVO: Que y que ese pensar lo l

#### EL PAPEL NECESARIO I

Parecería que este como los precedentes, con

Sin embargo, es pr implica y una consecuencia rivar; no de la educación del hecho de mal entenc la a tal extremo que teri

Hay críticos radica Freire" y que tienden a dor o del comunicador c una manipulación.

Si es cierto que es que "nadie se educa go, en el intercambio, e tes, no significa prescind a afirmar que todo, ab auto-descubrimiento del

conciencia y el vaya poco  
ante.

ual, sino siempre GRUPAL,  
"solo", sino a través de la  
la inter-relación con los

iva básica" (Freire).

or, sino el grupo educando.  
estimular, para facilitar el  
problematizar, para hacer  
ara ayudar al grupo a que  
formación que necesita pa-

a los valores comunitarios,  
; exalta asimismo la crea-  
dad potencial de todo indi-

o, es un proceso permanen-  
mentos en la vida, a unas  
curso escolar de equis me-  
la vida, en la praxis re-

üedad de la realidad, ante  
; una educación no-dogmá-

e emplear -y de hecho em-  
pero no para reforzar con-  
ar y para estimular la dis-  
; la participación.

tural, sus metas son:

la toma de conciencia de  
propio valor como persona;

ase popular a que supere

de inferioridad, recom-

upere la confianza en sus

as.

- \* Y es, claramente, una educación con un compromiso social: una educación comprometida con el oprimido y que se propone contribuir a su liberación.

Su "mensaje" central es la libertad esencial que todo hombre tiene para realizarse plenamente como tal en su entrega libre a los demás hombres.

\* \* \*

Si se pudo caracterizar al primer tipo de educación como el que se propone que el alumno APRENDA y el segundo como el que busca que el receptor HAGA, podría resumirse la finalidad de este modelo en la siguiente formulación:

<p>OBJETIVO: QUE EL SUJETO PIENSE y que ese pensar lo lleve a transformar su realidad</p>
---

#### EL PAPEL NECESARIO DE LA INFORMACION

Parecería que este modelo de educación no presenta, como los precedentes, consecuencias cuestionables.

Sin embargo, es preciso señalar un riesgo que ella implica y una consecuencia negativa que de ella puede derivar; no de la educación autogestionaria en sí misma, sino del hecho de mal entenderla; de exagerarla y absolutizarla a tal extremo que termine por hacerla inoperante.

Hay críticos radicales que son "más freiristas que Freire" y que tienden a condenar todo aporte del educador o del comunicador como una imposición y hasta como una manipulación.

Si es cierto que "nadie educa a nadie", también lo es que "nadie se educa solo". Poner el énfasis en el diálogo, en el intercambio, en la interacción de los participantes, no significa prescindir de la información. Ni equivale a afirmar que todo, absolutamente todo, ha de salir del auto-descubrimiento del grupo.

La educación popular rechaza tanto la idea de diferenciación jerárquica entre educadores y educandos -los primeros dueños de una verdad que llevan a los segundos- como la de "un educador pasivo que por un malentendido 'respeto' al pueblo se desresponsabiliza de la finalidad del proceso educativo y se inhibe de hacer su aporte".<sup>(7)</sup>

El propio Freire, máximo inspirador de la educación autogestionaria, ha visto necesario precisar en uno de sus últimos libros que "conocer no es adivinar" y que "la información es un momento fundamental del acto del conocimiento".

Esto no significa retractarse de los principios de la pedagogía liberadora. Lo decisivo, lo que hay que preguntarse, es cómo y en qué contexto se proporciona esa información. Si se la da impositivamente, como conocimiento arribado "en paracaídas", sólo porque "está en el programa", como una mera transmisión del "emisor" a los "receptores", ella entraría indudablemente en franca contradicción con esos principios.

Pero aportar una información dentro de un proceso es otra cosa. Freire lo explica así:

En la relación entre el educador y los educandos, mediatizados por el objeto que ha de descubrirse, lo importante es el ejercicio de la actitud crítica frente al objeto y no el discurso del educador en torno al objeto.

Aun cuando los educandos necesiten alguna información indispensable para la prosecución del análisis -puesto que conocer no es adivinar- nunca hay que olvidar que toda información debe ir precedida de cierta problematización. Sin ésta, la información deja de ser un momento fundamental del acto del conocimiento y se convierte en la simple transferencia que de ella hace el educador a los educandos.<sup>(8)</sup>

(7) MARIA CRISTINA MATA: La Investigación Asociada a la Educación Popular. Papel de trabajo. Lima, 1981. La cita entre comillas está tomada de un trabajo de JUAN E. GARCIA HUIDOBRO y SERGIO MARTINIC.

(8) PAULO FREIRE: Cartas a Guinea-Bisau. Siglo XXI, México, 1977.

La información, pues, respecto de la realidad, puede ser aportada por el grupo y el educador puede dejar de aportarlo.<sup>(9)</sup> Pero es necesario que antes de una previa problematización el grupo siente, a unas preguntas, una búsqueda, a una inquietud. Sin éstas, el grupo y el educador juzga que es absurdo e incóncil para que los educandos, su primera tarea será que esas preguntas surjan; y entonces aportará la información la incorporará, la hará suya.

Como comunicadores podemos tener esta recomendación para la formulación de nuestras preguntas: hemos de ver cuánto y cómo

## LOS CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS

De modo similar suele ser en la instrucción. Cuando se necesitan conocimientos prácticos para aplicar esta pedagogía de problematización

Díaz Bordenave discute una propuesta razonable y equilibrada

(9) (Adenda a esta nueva edición ha sido todavía más clara la posición positiva tanto al autor como al "autodidactismo irresponsable" (JUAN E. GARCIA HUIDOBRO, P. LATAPI y M. I. GARCIA HUIDOBRO, América Latina, Ediciones Trilce, rechazando la posición de los espontaneístas: "En nombre del respeto a la capacidad crítica de los educandos, se deja a las manos. Obviamente, una educación que no desarrolle esa capacidad crítica de los educandos, pero que se pretenda que los desarrolle" (En: ROSA MARIA FREIRE, Encuentro con Paulo Freire)



rechaza tanto la idea de  
entre educadores y educan-  
de una verdad que llevan  
"un educador pasivo que  
to' al pueblo se desres-  
del proceso educativo y  
".(7)

inspirador de la educación  
ario precisar en uno de sus  
es adivinar" y que "la infor-  
mental del acto del conoci-

irse de los principios de la  
vo, lo que hay que pregun-  
to se proporciona esa infor-  
amente, como conocimiento  
porque "está en el prográ-  
n del "emisor" a los "recep-  
nente en franca contradic-

ción dentro de un proceso  
así:

educador y los educan-  
eto que ha de descubrir-  
cicio de la actitud críti-  
el discurso del educador

s necesiten alguna infor-  
a prosecución del análi-  
es adivinar- nunca hay  
ación debe ir precedida  
Sin ésta, la información  
ndamental del acto del  
en la simple transferen-  
ador a los educandos.<sup>(8)</sup>

Investigación Asociada a la Edu-  
ajo. Lima, 1981. La cita entre  
trabajo de JUAN E. GARCIA  
IC.

línea-Bisau. Siglo XXI, México,

La información, pues, es necesaria. Un dato, un aspecto de la realidad, puede ser indispensable para que el grupo avance. Y el educador (o el comunicador) no debe dejar de aportarlo.<sup>(9)</sup> Pero esa información debe responder a una previa problematización: a una necesidad que el grupo siente, a unas preguntas que éste se formula, a una búsqueda, a una inquietud. Si esa inquietud no nace en el grupo y el educador juzga que esa información es imprescindible para que los educandos puedan avanzar en su proceso, su primera tarea será despertar esa inquietud, hacer que esas preguntas surjan; vale decir, problematizar. Sólo entonces aportará la información. Porque sólo así el grupo la incorporará, la hará suya.

Como comunicadores populares, es importante que re tengamos esta recomendación. Ella nos da una pauta clave para la formulación de nuestros mensajes. Más adelante hemos de ver cuánto y cómo se aplica a nuestro trabajo.

## LOS CONOCIMIENTOS PRACTICOS

De modo similar suele plantearse el problema de la instrucción. Cuando se necesita enseñar destrezas, técnicas, conocimientos prácticos -se argumenta- no es posible aplicar esta pedagogía de proceso, de auto-descubrimiento.

Díaz Bordenave discute este tema y llega a una respuesta razonable y equilibrada. Él piensa que estas dos

(9) (Addenda a esta nueva edición). En textos recientes, FREIRE ha sido todavía más claro y preciso, declarándose "en oposición positiva tanto al autoritarismo arrogante cuanto al espontaneísmo irresponsable" (prólogo a J. WERTHEIN, A. CASTILLO, P. LATAPI y M. KAPLUN - Educación de Adultos en América Latina, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1985) y rechazando la posición de algunos educadores que él califica como espontaneístas: "Es decir, una posición según la cual, en nombre del respeto a la capacidad de pensar y a la capacidad crítica de los educandos, se deja a éstos librados a sí mismos, se deja a las masas populares libradas a ellas mismas. Obviamente, una educación revolucionaria debe estimular esa capacidad crítica y autónoma de pensamiento entre los educandos, pero jamás dejarlos entregados a ellos mismos" (En: ROSA MARIA TORRES, Educación Popular: un encuentro con Paulo Freire, CECCA-CEDECO, Quito 1986).

Los tres Modelos de la Educación

Modelo	Enfasis en los Contenidos	Enfasis en los Resultados	Enfasis en el Proceso
INDICADORES	Bancaria	Manipuladora	Liberadora - Transformadora
CONCEPCION	Exógena	Exógena	Endógena
PEDAGOGIA	Objeto	Objeto	Sujeto
LUGAR DEL EDUCANDO	Profesor - Texto	Programador	Sujeto - Grupo
EJE	Autoritaria - Paternalista	Autoritaria - Paternalista	Autogestionaria
RELACION	Enseñar / Aprender (Repelir)	Entrenar / Hacer	Pensar - Transformar
OBJETIVO EVALUADO	Transmisión de conocimientos	Técnicas - Conductas Ingeniería del Comportamiento	Reflexión - Acción
FUNCION EDUCATIVA	Transmisión de información	Información / Persuasión	Comunicación (Diálogo)
TIPO DE COMUNICACION	Individual: premios / castigos	Individual: estímulo / recompensa	Social
MOTIVACION	Enseñante	Instructor	Facilitador - Animador
FUNCION DEL DOCENTE	Mínima	Seudo-participación	Máxima
GRADO DE PARTICIPACION	Bloqueada	Evitada	Altamente estimulada
FORMACION DE LA CRITICIDAD	Bloqueada	Bloqueada	Altamente estimulada
CREATIVIDAD	Fallo	Fallo	Camino. búsqueda
PAPEL DEL ERROR	Reprimido	Eludido	Asumido
MANEJO DEL CONFLICTO	Refuerzo transmisión	Tecnología Educativa	Generadores
RECURSOS DE APOYO	Obediencia	Lucro, utilitarismo	Solidaridad, cooperación
VALOR	Acatamiento	Acatamiento / Adaptación	Liberación
FUNCION POLITICA			

metas no son incompatibles; es plantear una falsa oposición

Puesto que en cualquier caso es necesario que las personas tengan conocimientos y destrezas, nada impide que los conocimientos de índole transmisiva sean empleados dentro de un marco problematizador y en el cual el educando aprenda a utilizar instrumentos instrumentales, al mismo tiempo que lo rodea y desarrolla su espíritu solidario mediante la participación en el proceso. (10)

Nos queda, para comprender el concepto de comunicación liberadora de educación. Ello equivale a un modelo liberador, propio de la comunicación, le destinaremos

SUGERENCIAS PARA EL FA

- \* Representar, en una clase transmisiva dentro de un marco de comunicación. Analizar la actitud del formador que pone en juego lo que pone en juego
- \* Aplicar las sugerencias de comunicación que nuestros modelos educativos que generen un marco educativo?

(10) JUAN DIAZ BORDENA pensar la Tecnología Educativa

metas no son incompatibles; y que presentarlas como tales es plantear una falsa oposición.

Puesto que en cualquier tipo de sociedad será necesario que las personas adquieran conocimientos y destrezas, nada impide que se utilicen procedimientos de índole transmisora, siempre que los mismos sean empleados dentro de una orientación global problematizadora y participativa, mediante la cual el educando aprenda conocimientos y destrezas instrumentales, al mismo tiempo que conoce la realidad que lo rodea y desarrolla su conciencia crítica y su espíritu solidario mediante el diálogo, el debate y la participación en la acción transformadora.<sup>(10)</sup>

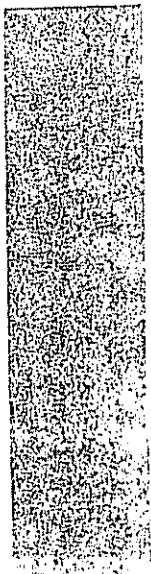
Nos queda, para completar este análisis, definir el concepto de comunicación que se desprende de este tipo de educación. Ello equivale a construir el nuevo modelo liberador, propio de la comunicación popular. Por la importancia del tema, le destinaremos el capítulo siguiente.

#### SUGERENCIAS PARA EL FACILITADOR

- \* Representar, a través de dos sociodramas, una clase tradicional y una actividad formativa dentro de este tercer tipo de educación. Analizar las diferencias. Ver cuál es la actitud del profesor bancario y cuál la del formador o facilitador en el modelo que pone énfasis en el proceso.
- \* Aplicar las conclusiones a nuestros medios de comunicación popular: ¿cómo deben ser nuestros medios y nuestros mensajes para que generen y se inserten en un proceso educativo?

(10) JUAN DIAZ BORDENAVE: América Latina necesita repensar la Tecnología Educativa. Mimeo, Caracas, 1982.

FUNCIÓN DEL DOCENTE	Enseñante	Instructor	Facilitador - Animador
GRADO DE PARTICIPACIÓN	Mínima	Suavemente participativa	Máxima
FORMACIÓN DE LA CRITICIDAD	Bloqueada	Evitada	Altamente estimulada
CREATIVIDAD	Bloqueada	Bloqueada	Altamente estimulada
PAPEL DEL ERROR	Fallo	Fallo	Camino buscado
MANEJO DEL CONFLICTO	Reprimido	Eludido	Asumido
RECURSOS DE APOYO	Refuerzo transmisión	Tecnología Educativa	Generadores
VALOR	Obediencia	Lucro, utilitarismo	Solidaridad, cooperación
FUNCIÓN ROLÍTICA	Acatamiento	Acatamiento / Adaptación	Liberación



- \* Analizar producciones de comunicación popular (incluso las realizadas por los propios participantes) y ver en qué medida corresponden a este modelo educativo:
    - en sus objetivos
    - en su contenido
    - en su forma
    - en el uso al que se los destina
- Preguntarse:
- ¿Problematizan?
  - ¿Generan un diálogo?
  - ¿Generan participación?
- \* Tomar una información que se considera importante difundir en un medio de comunicación popular (un periódico, un programa de radio, etc.) y ver cómo presentarla en la forma que plantea Freire, es decir, "a partir de una cierta problematización".



PART

**LA COMUN  
EN  
ACCION P**

Guía de preguntas para la primer visita a la organización.  
(No es necesario que sigan esta guía a rajatabla, pueden proponer más preguntas para hacer)

¿Cuál es la historia de la organización?

¿Cuáles son principales actividades?

¿Cómo se organizan?

¿Quiénes participan? ¿Quiénes son sus destinatarios?

¿Cómo se comunican entre ellos? ¿Y cómo se comunican con sus destinatarios?

¿Tienen productos de comunicación? ¿Cuáles?

