



Díaz Bordenave: “En Latinoamérica respetamos demasiado la teoría de los países desarrollados”

*Alfredo Montilla**

Resumen

El pensamiento crítico latinoamericano tiene en el legado de Juan Díaz Bordenave un referente imprescindible de la comunicación para el desarrollo, propuesta que aboga por una ciudadanía que propicie el cambio social y político de nuestros países. En esta entrevista se registra una visión y una propuesta de la comunicación que busca alternativas, alejadas de las muy conocidas y transitadas. Nada escapa a su mirada reflexiva. Los movimientos sociales, el uso de dispositivos móviles con acceso a Internet, las políticas de Estado asociadas con la comunicación, el papel de los jóvenes, la universidad, religión y la ciudadanía. Se mantuvo atento a los cambios y trató de encontrar explicaciones útiles y necesarias. Este trabajo revela que siempre trató de buscar respuestas propias y quizás lo más importante de su obra, fue coherente y consecuente con sus ideas.

Palabras clave: Comunicación, desarrollo, medios, ciudadanía.

Recibido: Febrero de 2013 Aceptado: Abril de 2013

* Universidad del Zulia, LUZ. montilla.alfredo@gmail.com

Díaz Bordenave: “In Latin America We Respect the Theory of Developed Countries Too Much”

Abstract

In the legacy of Juan Díaz Bordenave, Latin American critical thought has an indispensable referent for development communication, a proposal for citizenry that fosters social and political change in our countries. In this interview, a vision and proposal for communication are recorded that seek alternatives, far from well-trod paths. Nothing escapes Díaz Bordenave's reflective gaze: social movements, the use of mobile devices with Internet access, State policies associated with communication, the role of youth, the university, religion and citizenship. He was attentive to changes and tried to find useful and necessary explanations for them. This work reveals that Díaz Bordenave always sought his own answers, and perhaps the most important thing about his work is that it was coherent and consistent with his ideas.

Key words: Communication, development, media, citizenship.

“La práctica de la comunicación debe proporcionar a la población el descubrimiento de nuevos medios de integración social. En esa perspectiva, la comunicación no puede ser enfocada fuera del propio proceso social en que vive la población. Entonces, no puede ser separada de las luchas de liberación en que está empeñada la población o de los movimientos politizadores que ella desarrolla” (Díaz Bordenave y Martins de Carvalho, 1978: 42).

Así se sintetiza una visión de la comunicación que vincula su suerte y su razón de ser con el conjunto social y con sujetos de carne y hueso que buscan un destino mejor.

Pero dejemos que sea el propio autor quien exponga y detalle su discurso. “La planificación del uso de los medios de comunicación para superar la incomunicación predominante en nuestras sociedades debería apoyarse en una visión de comunicación análoga a la “pedagogía del oprimido”. No pedagogía para él (oprimido), sino de él. Los caminos de la liberación (completa) son los del oprimido que se libera: él no es cosa

que se rescata, es sujeto que se debe autoformar responsablemente. La educación libertadora es incompatible con una pedagogía que, de manera consciente o mistificada, siempre ha sido forma de dominación. La práctica de libertad encontrará adecuada expresión sólo en una pedagogía en que el oprimido tenga condiciones de descubrirse, reflexivamente, o conquistarse como sujeto de su propio destino histórico" (Díaz Bordenave y Martins de Carvalho, 1978: 8).

Pensar en una comunicación para el desarrollo que supere toda atadura mercantilista o instrumental, establece un gran reto que parecía ser posible para pensadores utópicos, en el sentido creador y esperanzador del término, como Juan Díaz Bordenave.

Cuestionar el pensamiento occidental -con sus bases en Grecia- y la doctrina eclesiástica tradicional, como la guía dominante y modelo ideal para interpretar la realidad latinoamericana, es un tema central en el discurso de este paraguayo, que frente a la crisis de la globalización se autodenominó como un optimista creyente en su fe cristiana, basada en la teoría de la liberación: "Dios nos entrega a nosotros la responsabilidad del cambio. Él no lo hace directamente ¿Para qué estamos nosotros entonces?"

Son varias las preguntas que este teórico se formuló a lo largo de sus años de estudio e investigaciones: ¿Debe el Estado intervenir a través de políticas que regulen la comunicación u otorguen herramientas eficaces para la emancipación ciudadana, a través de la educación crítica de los medios de comunicación? ¿Cómo responden las universidades —o sus estudiantes— frente a las disfunciones de los modelos importados desde otros países, algunos claramente en decadencia? ¿Qué papel juegan las redes sociales en la nueva comunicación política, que admite a la ciudadanía como actores activos en contraste con los medios masivos tradicionales?

La comunicación latinoamericana vio partir a uno de sus principales pensadores el 22 de noviembre de 2012, en Río de Janeiro, Brasil, y en este trabajo se exponen algunas de las ideas que el investigador nacido en Paraguay, y formado en Argentina y los Estados Unidos, ofreció en el Congreso de la Asociación Latinoamericana de la Comunicación, cele-

brado en mayo de 2012 en Montevideo, Uruguay, con la presencia de investigadores de la comunicación de la Universidad del Zulia.

Díaz Bordenave nació en Encarnación, Departamento de Itapúa, Paraguay. Estudió Agronomía en la Escuela Nacional de Agricultura de Casilda, Argentina, y posteriormente obtuvo en máster en Periodismo Agrícola en la Universidad de Wisconsin (1955), en los Estados Unidos de Norteamérica.

En 1966 obtuvo el título de Doctor en Comunicación en Michigan State University de Estados Unidos. Trabajó como especialista en comunicación agrícola en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura entre 1956 y 1980.

En 2002 regresó a Paraguay, donde fue nombrado rector de la Universidad Teko Arandú. Participó en la creación de la primera maestría de comunicación para el desarrollo y el cambio social en la Universidad Nacional del Este, en el país suramericano.

Entre las producciones más destacadas del autor latinoamericano se destacan: “Estrategias de enseñanza-aprendizaje” (1982, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura –IICA–); “Comunicación y sociedad” (1985, Ediciones Búsqueda); “Participación y sociedad” (1985, Ediciones Búsqueda); “Planificación y comunicación” (1978, Editorial Don Bosco); “O que é comunicação rural” (1983, Editor Brasiliense); “Alem dos meios e mensagens” (1986, Vozes); “Teleducção ou educação a distância: fundamentos e métodos” (1987, Vozes); “Educação rural no Terceiro Mundo: experiências e novas alternativas” (1981, Paz e Terra) y “Communication and rural development” (1977, Bernan Assoc).

Lo encontramos con su utopía en el último congreso de ALAIC, en Montevideo, y con generosidad conversó con nosotros.

-Usted ha hablado del colonialismo en el pensamiento y de su repercusión en la comunicación en América Latina.

-El colonialismo mental es el peor de todos, porque depende de los sentimientos, decisiones y creencias de unos que finalmente influyen sobre el comportamiento de otros. Una gran tarea que tenemos los comuni-

cadores es buscar, identificar y contrarrestar aquellas costumbres y creencias que no son nuestras, analizando su utilidad, determinando si esas formas de pensar fueron impuestas. Es colonialismo mental adoptar los modelos de otros países y aplicarlos a nuestra realidad esperando el mismo resultado, porque en vez de analizar cómo un fenómeno o acontecimiento ocurre en nuestra sociedad, pensamos: "Bueno, lo que ocurrió en Estados Unidos también puede pasar aquí", ¡pues no es cierto!, ¡allá es otro mundo! Creo que tenemos que emanciparnos de esa tendencia de respetar demasiado el pensamiento y las teorías de los países más desarrollados.

-En sus discursos usted también ha hablado de epistemología colonial.

-La epistemología es la teoría del conocimiento: cómo se aprende al mundo. Los europeos venían del pensamiento griego racionalista y divisor. Según los griegos, para aprender una cosa hay que dividirla en pedacitos, y estudiarlos uno por uno. Los europeos imitaron eso y luego esas ideas fueron traídas a América, entre ellas el cartesianismo y el racionalismo ¡La razón endiosa! Y hoy nos damos cuenta de que la razón no basta. El hombre no es solo razón, es también corazón, sentimiento y emoción. No podemos ser solamente racionales; también debemos ser pasionales. La razón debe equilibrar la pasión y viceversa. Es lo que yo defiendo: una epistemología más fiel a lo como nosotros somos, pensamos y actuamos.

-En relación con la pregunta anterior, ¿cree que en América Latina hay una nueva corriente que revaloriza lo originario?

-En todas partes hay una corriente muy fuerte. En Los Andes, en Bolivia, tomó como nombre el buen vivir, que no es lo mismo que vivir bien. El buen vivir es ser fiel a esa misión integral de la vida donde se encuentran Dios, la naturaleza y el yo como toda una sola cosa; por eso le llaman la Pachamama. La Pachamama es la tierra, pero también es la Diosa que nos da vida y nos da todo. Fíjense cómo en este momento en Bolivia hay dos tendencias en el alto gobierno: están los modernistas desarrollistas y los pachamamistas. Allá perdió el grupo pachamamista y el canciller David Choquehuanca está prácticamente de salida a raíz de su

movimiento a favor de la ecología, propia de la cultura indígena. Allá ahora lo que quieren es desarrollismo: hidroeléctricas, puentes, caminos y comercio, es decir, aplicar las ideas del mundo occidental que tiene a Estados Unidos como modelo.

-Hay una discusión sobre la idea de desarrollo. En el pasado se ha hablado de una comunicación para el desarrollo, pero hoy en día hay que revalorar lo que significa ese término.

-En sí la palabra desarrollo no tiene un significado malo o bueno. Algo se puede desarrollar para mal o para bien. Por ejemplo, la Alemania nazi, que fue un país muy fuerte y desarrollado, terminó en la muerte, la invasión y el desastre. El desarrollo es una palabra neutra, así como la comunicación. La comunicación no siempre es buena. A través de la comunicación uno puede intrigar a otra persona y joderla para siempre. Entonces hay que resignificar la palabra desarrollo, pero agregándole como contenido esas nuevas tendencias. El buen vivir es el estado final y el desarrollo es el proceso para llegar hasta allá. Tú no puedes llegar al buen vivir si no hay algún tipo de desarrollo. La gente tiene que comer y vestirse, lo cual no se puede lograr a través de la miseria y la opresión.

-¿Usted es optimista en esta época de crisis del capitalismo?

-Mucho. Primero, porque yo soy muy cristiano, muy católico. Soy creyente en la teología de la liberación, con Leonardo Boff y Frei Beto. Para empezar, creo mucho en el poder de la gente, y en segundo lugar en el poder de Dios, que ejerce una influencia niveladora. Dios no es para nosotros el Dios de antes, que juzgaba, castigaba, perseguía y exigía creencias dogmáticas, ¡No! Dios es la libertad, el amor, la comprensión y el perdón, es una idea mucho más grande. Entonces yo creo en ese Dios que no está vacío y que no está pasivamente dejando que las cosas se deterioren. Él quiere ayudar.

-¿Qué papel le concierne entonces a los comunicadores, a los investigadores y a las universidades para lograr este cambio?

-¡Difundir ese optimismo! de que no todo es negativo, de que tenemos fuerza personal. Dios habita en nosotros, él trabaja en nosotros y en

la sociedad para el bien. No hace las cosas solo; nos entrega la responsabilidad del cambio ¿Sino para qué estamos?

-¿Qué papel juega la ciudadanía en la construcción de esta nueva comunicación, cuando hay mayores posibilidades con las tecnologías de la información y la comunicación y en especial con las redes sociales, con su impacto como herramientas organizativas?

-Organizarse, educarse y actuar. No se pueden hacer las cosas desorganizadamente; la gente tiene que juntarse y crear el poder popular y el poder de grupo, pero tampoco se puede lograr con las ideas que se tenían antes. ¡Hay que educarse, desmontar las mentiras y difundir las nuevas verdades! Y con eso, organizados y educados, actuar. Los jóvenes deben empezar a luchar y meterse en política, pero no la política por el partido, sino por las ideas y el cambio.

-Con relación a Dios, en América Latina también ha habido una idea de imponer una visión que lleva a la gente al conformismo, a la sumisión.

-Claro, la vieja iglesia católica era eso. Yo una vez estuve en un valle de la sierra peruana y fui a la misa con mi esposa y mi hijo. Había un padre tradicional predicando. ¿Sabe qué decía? Que no había que ir al cine. ¡Pero qué iban a ir al cine esos pobres indígenas de la misa! Dijo que no debían ir al cine porque traía ideas muy perturbadoras, pero además les decía que había que obedecer a los patrones. ¡Quién lo iba a pensar! ¡Ese era el mensaje central de la iglesia en el campo peruano!

-En materia de comunicación tenemos un problema similar, una visión mercantilista que se ha impuesto de tal modo que un ciudadano en vez de ser tratado como tal es tratado como un cliente, un televidente, una figura pasiva. ¿Por qué cree que se llegó tal extremo?

-Es muy claro lo que ha pasado. Hasta hace unos 40 años no había medios comerciales en América Latina, todos eran educativos o de servicio público. En Europa también era así. En Italia y Francia no había radios comerciales y no se podía hacer propaganda en los medios. Era siempre educación e información, pero de repente algún comerciante por ahí descubrió el poder de los medios para hacer publicidad y poco a poco

esta fue entrando hasta este extremo. Inglaterra que tenía a la BBC no tenía anuncios. Mónaco sí tenía emisoras comerciales, entonces los ingleses contrataban anuncios en Mónaco, hasta que alguien dijo ¿Por qué vamos a contratar en Mónaco si nosotros tenemos nuestros recursos? Entonces ahí nació la radio y televisión comercial de Inglaterra.

-¿Cuál es el rol de la universidad en preparar al estudiante en ese caso, para contrarrestar y competir contra esas industrias tan poderosas? ¿Cómo hacer para educar al televidente?

-Hay varios caminos. Uno de ellos es la extensión universitaria. Su inserción debe comenzar en la comunidad, lo cual haría que el alumno deje de ser un tipo alienado y egoísta, solamente preocupado por estudiar y sacar su diploma. Haría que se empiece a preocupar por lo que le pasa a la gente común, a los sindicatos, a los agricultores, a las prostitutas; comenzaría a preocuparse no solo como persona, sino como estudiante también, para ver cómo analizar esas problemáticas.

El otro camino más directo: hubo un tiempo en América Latina donde se daban cursos de educación para los medios. Es decir, se enseñaba a ver televisión, se enseñaba a ver cine y a decodificar anuncios para que la gente no fuese engañada. En Bolivia estaba el padre Iriarte, que tiene tres libros sobre eso. En Venezuela también hay experiencias de cursos para obreros sobre cómo analizar las series de televisión. Es una gran necesidad crear estos cursos de educación para los medios, no sólo para los comunicadores, sino también para el público. A los niños, por ejemplo, y los estudiantes de secundaria, para que aprendan a no dejarse engañar por los medios.

-En Argentina hay un canal que se llama Encuentro, que desde 2003 -con el Gobierno de Néstor Kirchner- transmite específicamente la cultura Argentina. Puede catalogarse como una buena iniciativa, pero ¿pero qué pasa cuando la gente sigue eligiendo ver la televisión comercial?

-Es la lucha de David contra Goliat, porque el Estado no invierte lo suficiente en educación popular enfocada en los medios. En cambio, hay un negocio enorme en el sector privado. La televisión y la radio gastan

mucho dinero en programas excelentes, llenos de luces y gente cara. Hay que luchar contra eso.

-En ese sentido, ¿cómo ve el papel de los gobiernos latinoamericanos?

-Están atrasados en esa materia. En Paraguay, por ejemplo, es muy nueva la intervención del gobierno en el uso de los medios para la comunicación y el desarrollo. Pero hemos avanzado mucho. Ahora tenemos un Ministerio de Información y Comunicación para el Desarrollo (ejercido por Augusto Dos Santos) que antes no existía y tiene menos de seis meses. El ministro ha enfrentado muchas luchas y le ha tocado crear la televisión paraguaya. La Televisión Educativa Paraguaya justamente contrata programas de Encuentro de Argentina.

-¿Cuál es su opinión acerca de la participación de los jóvenes en este tema?

-Me parece que está cada vez más viciado. Tengo dos hijos que son artistas de la televisión brasileña. Hacen novelas y uno de ellos es director de teatro, y veo a través de ellos la enorme eficacia que puede tener cualquiera –la televisión, el cine y el teatro– para presentar ideas nuevas a la juventud. A la juventud le encanta el teatro, el cine y todo esto.

Por efecto del neoliberalismo y del consumismo, el joven hoy sólo se preocupa porque la ropa sea de alguna marca reconocida. El consumismo agarró a los jóvenes, pero hay corrientes entre ellos que afirman lo contrario. Ahí está la necesidad de la extensión universitaria; llevar a los jóvenes al campo a convivir con la gente.

En Chile hubo movilizaciones por el tema de las universidades, pero más que por idealismo, fue una lucha motivada porque afectaron directamente sus intereses. No es que sean tan idealistas los jóvenes chilenos. A ellos el gobierno les intenta cobrar por la educación. No hay una motivación auténtica, aunque haya gente auténtica. Con el golpe y Pinochet, el neoliberalismo se instaló fuertemente en Chile.

-Usted ha hablado de una crisis de valores nacida del modelo capitalista, que además se ha traducido en daños en el medio ambiente aunado a una gran desigualdad social ¿cuál debe ser la solución?

-Todo tiene que nacer de cosas pequeñas. Ustedes con tres o cuatro personas más, pudieran crear su clubcito ecológico o de lo que sea, para posteriormente ir añadiendo más miembros afectos a estos ideales. De esta manera pueden ir creciendo y manifestándose a través de las redes sociales y las calles con el único fin de lograr el cambio. Eso no es algo que se pueda lograr de un día para otro, pero deben crearlo los jóvenes a través de la organización y la comunicación.

-En la época de la revolución francesa, los revolucionarios dijeron: “¡Qué bueno, ahora tenemos el telégrafo y podemos difundir más la educación y la cultura! Pero las constantes transformaciones tecnológicas y la llegada de Internet, en lugar de favorecer la educación y la cultura, se utilizan con fines mercantilistas, para promover productos. No se cumplió aquella expectativa de los franceses.

-Eso no se ha cumplido todavía porque hay ciertos mitos que le atribuyen mucho miedo y poder al Estado. La gente tiene desconfianza de que si el Estado se mete mucho en ese campo, todo se transformará en una dictadura. En Paraguay eso es muy evidente. Tuvimos una dictadura de 35 años, la de Alfredo Stroessner. Entonces, ante cualquier cosa que se parezca a una intervención del Estado ya la gente comienza a preguntarse ¿llegó otro Stroessner? No es tan así. Un Estado puede intervenir a favor de su propio pueblo, aunque siempre está el peligro de que quiera agarrar más y más poder hasta empezar a dominar a todo el mundo. Son ustedes los jóvenes los que tienen que evitar eso. Con su generosidad y su ideal de libertad, deben proteger a la sociedad de un Estado que quiera convertirse en un opresor.

Referencia bibliográfica

Díaz Bordenave, Juan y Martins de Carvalho, Horacio (1978). “Planificación y Comunicación”. Ediciones Ciespal. Disponible en:
www.flacoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=50421.
(Consultado el 08.01.2012).