



Reseñas

**Alfonso Gumucio y Thomas Tufte.**  
*Antología de la Comunicación para el  
Cambio Social, Lecturas históricas y  
contemporáneas.*

---

Morelis Gonzalo

**Saighal, Vinod.**  
*Equilibrio en el tercer milenio*

---

Norbert Molina Medina



**Alfonso Gumucio y Thomas Tufte. *Antología de la Comunicación para el Cambio Social, Lecturas históricas y contemporáneas*. Bolivia, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, INC. 2008, 1413 págs.**

**Morelis Gonzalo**

# R e s e ñ a s



La *Antología de la Comunicación para el Cambio Social, Lecturas históricas y contemporáneas* (2008) de Alfonso Gumucio y Thomas Tufte, es una obra de 1413 páginas, compuesto por 200 textos de 150 autores de los 5 continentes, que demandó 5 años para su culminación y está

llamada a convertirse en fuente de consulta permanente para los estudiantes y los estudiosos de la comunicación, puesto que les servirá para entender el por qué de muchas propuestas, modelos y planes de comunicación que han proliferado en los últimos tiempos.

Este texto debería estar en todas y cada una de las bibliotecas de Comunicación del mundo y en especial de América Latina, por cuanto uno de sus aportes es darle visibilidad a las investigaciones regionales en el área de la comunicación en las décadas 70-80 del pasado siglo XX, la gran mayoría de las cuales no son conocidas en el resto del mundo, entre

otras causas, por el hecho de no haber sido escritas en la lengua, que no se sabe quién, impuso como universal: el inglés.

Algunos de nuestros comunicólogos como Pasquali y Luis Ramiro Beltrán, han sido seminales, como acertadamente los califican Gumucio y Tufte. Se anticiparon a muchos autores de renombre internacional. Varios de estos textos fueron traducidos al inglés por primera vez en la versión del año 2006, al igual que muchos de los textos en inglés han sido traducidos –también por primera vez– al español en esta. Ya no habrá excusa entonces para no conocerlos, estudiarlos y reconocerlos.

Esta antología tiene además la virtud de poner hablar al SUR con el SUR y al SUR con el NORTE en igualdad de condiciones. Ubicar en el Sur no sólo a A.L., sino también a África y Asia, además, reconocer que el Norte no es sólo EEUU, sino también Europa. Comprende un arco histórico que comenzó en 1932 con un texto de Brecht sobre la radio y concluye con textos sobre TIC y la Sociedad de la Información o el Conocimiento, como prefieren llamarla algunos.

*La Comunicación para el cambio Social* es una propuesta por demás novedosa y necesaria que supone un proceso de diálogo público y privado a través del cual la propia gente define lo que es, lo que quiere y necesita, la cual no se enseña en casi ninguna *Alma Mater* de la región, repitiéndose una vez más lo que es un hecho innegable: la universidad latinoamericana pareciera vivir de espaldas a su realidad.

Así, pocas Facultades y Escuelas de Comunicación saben adecuarse a los cambios epocales. Casi ninguna ha reaccionado a tiempo ante la revolución en los modos de producir sentido de las TIC y lo que es peor, aun no saben cómo lidiar con ellas. Entonces, surgen las visiones instrumentalizadas y maniqueístas del fenómeno, y con ellas, tesis y trabajos de investigación, que tan sólo sirven para ascensos y graduaciones.

Lo crítico además es que, intentan hacer análisis con el mismo instrumental metodológico y teórico de los viejos medios, ignorando que más allá de los artilugios tecnológicos, lo más importante son los flujos comunicativos que por ellas circulan y los procesos de comunicación que se derivan de allí, donde el proceso es más importante que el producto, como acertadamente lo deja plasmado este texto.

Mención especial debo hacer al análisis sobre la propuesta de “mercadeo social” tan en boga. El considerar un oximoron a la expresión es todo un acierto que no merecería mayor explicación, sino fuese porque

la misma ha permeado a casi todo el quehacer económico y universitario, llegando al colmo de considerar a los alumnos como sus *clientes* y a la educación, no como un derecho universal, sino como simple servicio. Puntualizando que con estas “teorías” la comunicación se ha desplazado de la educación a la persuasión y cómo urge la necesidad de regresar a sus orígenes.

Enfrenta esta *Antología* también a “la innovación” como fuente de “desarrollo y crecimiento” denunciando un concepto usado por muchos teóricos y planificadores de la comunicación, que ven en la palabrita, la panacea para salir de todos-toditos nuestro problemas en el tercer mundo.

En esta recopilación hay una convergencia de los contenidos, que rompe con el aislamiento en el estudio de la comunicación como factor de cambio social y además, reactualiza el derecho a la comunicación por encima de la libertad de información, abordado por Pasquali, 40 años atrás. Igual lo hace con el informe Mac-Bride y su impacto e influencia como propuesta que aún sigue vigente.

Finalmente, agradezco como latinoamericana y como periodista, la labor de estos autores, en este esfuerzo por catalizar a la comunicación como pivote fundamental sobre el cual debería erigirse cualquier modelo de sociedad, que busque la felicidad de sus hombres y mujeres.

No exagera Gumucio cuando afirma que un texto como este no existe en el resto del mundo. En *horabuena* Alfonso y Thomas, pueden sentirse satisfechos, pueden decir sin pedantería: misión cumplida.

Maracaibo, Venezuela, Abril 2009