

Gabelas Barroso, J.A., & Marta Lazo, C. (2020). *La era TRIC: factor R-relacional y educomunicación*. Ediciones Egregius.

Victor Lope Salvador<sup>1</sup>

Este nuevo libro viene a enriquecer y clarificar conceptos que ya se planteaban en 2016 en *Comunicación digital. Un modelo basado en el factor R-relacional* publicado por la UOC. En esta ocasión, tras cinco años, los mismos autores hacen una apuesta más ambiciosa que el mismo título define: *La era TRIC: factor R-relacional y educomunicación*. La catedrática de Periodismo Carmen Marta Lazo y el profesor titular José Antonio Gabelas, ambos de la Universidad de Zaragoza, son los responsables de un conjunto amplio y bien referenciado de reflexiones en torno a las oportunidades, los peligros, las decepciones y las esperanzas que el desarrollo y utilización masiva de las TIC están poniendo sobre la mesa de debate. Más que una óptica, aplican a las TIC un prisma que despliega el abanico de las múltiples implicaciones relacionales.

La introducción expone el tema central que atraviesa todo el libro: la educomunicación. Bajo el título de “Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación” hacen especial hincapié en que la tecnología está afectando decisivamente a las labores educativas. No en vano, autor y autora acumulan ya bastante experiencia e investigación sobre las vicisitudes educomunicativas.

El libro contiene una valiosa aportación, escrita en forma de prólogo, por el profesor Joan Ferrés Prats (pp.13-18). Afirma que las tecnologías interactivas suponen “un plus de relación”. Piensa que las redes sociales tienen una labor que las caracteriza, aunque de ello no se suele hablar demasiado: “la función fática de la comunicación, la necesidad de mantener de manera permanente el contacto con los demás, por encima incluso de la calidad de las informaciones que se comparten.” Para cerrar sus aportaciones, Ferrés despliega el conjunto de términos que quedan convocados en la idea del factor relacional de las TIC: “Todo remite, en definitiva, a la relación, en base a conceptos como sinergia, convergencia, red, conectividad, interacción, integración, confluencia, fusión, conciliación, términos que forman parte del campo semántico de la relación”.

En el plano conceptual, el libro aporta algo que no estaba en la anterior entrega. Se trata de una definición del factor relacional. Marta y Gabelas entienden las TRIC como “tecnologías + relación + información + comunicación” y añaden los siguientes conceptos explicativos: interacción, conexión, lúdico, relación, reciprocidad y horizontalidad. Y no consideramos casualidad esta definición se encuentre dentro del apartado titulado “La tecnología, la nueva religión” (pp. 34-37).

Uno de los valores del libro reside en que formula preguntas que constituyen retos para la investigación. En el capítulo “3 Conexiones”, se lee: “¿Es posible un humanismo digital?” Para tratar de dar respuestas, han creado, con la participación de otros colaboradores, el #TRICLab, un laboratorio digital transdisciplinar y cooperativo que “hibrida tres sectores tradicionalmente separados en España como son educación, comunicación y salud” (P. 39).

El drástico cambio que se viene produciendo en los hábitos de lectura constituye el tema del capítulo “4. Contenidos”. Se hace eco de los estudios de seguimiento ocular que han detectado trayectos en forma de F. Por ello, se ofrecen algunas recomendaciones para escribir en la web (pp. 85-86). No podían faltar en este capítulo las referencias a la compleja situación del periodismo digital en su relación con las redes, con la interactividad o con el periodismo ciudadano entre otros asuntos no menores. También la industria audiovisual es objeto de cierta crítica por recurrir a toda clase de emociones y estímulos en su lucha por la audiencia a cualquier precio.

El capítulo central del libro, “5. TRIC”, se dedica a algo que sus autores consideran la gran asignatura pendiente en España: la alfabetización digital y mediática. Comentan varios estudios al respecto con indicadores acerca de nuestras carencias en ese terreno. En este capítulo también hacen hincapié en la necesidad de vincular esta alfabetización con un concepto global de la salud. Reivindican un planteamiento dialógico del proceso educativo a partir de los postulados de Freire.

La educomunicación es la cuestión central que se aborda en el capítulo 6. Los autores ponen en valor las estrategias lúdicas en combinación con métodos transdisciplinares. Se citan unos cuantos trabajos y experiencias que dan ideas sobre diversas formas de trabajar en el aula en forma cooperativa. Es aquí donde el factor relacional sirve para dar cuenta de las implicaciones emocionales y sociales de este tipo de métodos.

<sup>1</sup> Universidad de Zaragoza  
vlopesal@unizar.es

Los adolescentes son los protagonistas del capítulo “7. Prosumers”. Hay referencias a los estudios sobre el comportamiento evolutivo de los jóvenes y, entre ellas, son muy tenidas en cuenta las investigaciones de la neurociencia. Tratan los autores con especial énfasis sobre los peligros que revisten ciertos estereotipos acerca de la belleza que la publicidad dirige precisamente a niños y adolescentes. Termina el capítulo con un recomendable decálogo para evitar banalizar las circunstancias de la adolescencia.

Cuestiones como la empatía y el narcisismo cuya gestión se hace más compleja en estos momentos de hiperconectividad son las que se tratan en el capítulo dedicado a las “Emociones”. Gabelas y Marta defienden una visión holística de los procesos emocionales y se adopta la noción de sociedad red que promueve Castells. El capítulo termina abordando un asunto que genera gran preocupación como es el del acoso escolar y menciona algunas experiencias en las aulas que están resultando positivas.

El radical cambio producido en el interior de las familias en relación con el ocio, ya que las pantallas se han multiplicado dentro del hogar, constituye el asunto central del capítulo “9 Hábitos de consumo”. Destaca en ese sentido el apartado “Decálogo de buenas prácticas en la cultura digital del menor” y las consiguientes propuestas para una dieta digital saludable (pp. 211-222).

El libro se cierra con un capítulo coral y colaborativo, “10. Epílogo: voces en clave de TRIC” (pp. 223-260). Incluye diez breves reflexiones de otras personas que suelen colaborar con los autores. La orientadora Nerea López Gómez defiende algo tan esencial y concreto como el software libre y el código abierto. La profesora Antonia Nogales Bocio reivindica el estructuralismo como marco para el estudio de las múltiples relaciones. La profesora Isabel Iniesta hace hincapié en los aspectos estratégicos para el máquetin empresarial de la concepción relacional del trabajo. El profesor Miguel Ángel Ortiz Sobrino defiende la creación de comunidades de aprendizaje a la vez que reivindica la figura clásica del maestro como guía y orientador. El profesor Carlos Gurpegui señala con perspicacia que es preciso “formar alumnos capaces de desafiar las prácticas antidemocráticas del futuro” (p.225). El profesor José Blas García vincula las posibilidades relacionales de la tecnología con la conveniencia de que podamos tomar el control sobre nuestra salud. La profesora Cristina Villalonga destaca la capacidad de innovación a partir de las tecnologías que amplifican nuestras posibilidades relacionales. El profesor Dani Rodrigo se centra en la educación ambiental y en las eficientes herramientas que aportan las TRIC. La periodista Marta Blasco hace una sugerente reflexión acerca de los universos relacionales especiales que se establecen en el ámbito radiofónico entre oyentes y equipo de trabajo. Finalmente, Bibiana Vargas y Manel Trenchs hacen una defensa del pensamiento crítico mediante la educación mediática asunto que vinculan con las opciones de emprendimiento.

En síntesis, el libro ofrece un despliegue de las relaciones múltiples del individuo con los medios tecnológicos de comunicación y con los mensajes que estos vehiculizan. Esas relaciones también lo son entre individuos y colectivos a través de los medios y a través de los contenidos que, en gran medida, vienen conformados por cada medio. Es de esperar que este enfoque multirelacional que se interesa por nuevas disciplinas como la neurociencia permita también dar nueva vida a los estudios de semiótica, psicología, psicoanálisis, filosofía o antropología en un diálogo multilateral. En el fondo, el libro invita a plantear muchos posibles temas para nuevas investigaciones, bastantes de ellas necesariamente pluridisciplinarias. Por señalar sólo una de las posibles indagaciones a desarrollar está la cuestión de la credibilidad de los medios y de los mensajes. Al fin y al cabo, si algo es creíble o no depende directamente de un juego de relaciones y factores objetivos y subjetivos y esos aspectos relacionales deberían ser objeto de análisis detallado.

Como valor a destacar de esta nueva obra, es que su lectura constituye un importante estímulo intelectual no tanto por las respuestas sino por lo que ahora es más importante, por la gran cantidad de preguntas que suscita. Sería deseable que a partir de aquí surjan algunas investigaciones empíricas de cierta ambición. Ello también ayudaría a perfilar con mayor precisión las estrategias intermetodológicas idóneas en función tanto de los objetivos como de los objetos de estudio.

### **Víctor Lope Salvador**

Profesor Contratado Doctor, área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Unidad Predepartamental de Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Zaragoza. Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense (2010) Doctor en Historia del Arte por la Universidad de Zaragoza (2018). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9613-7671>