

Historia y comunicación social

ISSN: 1137-0734

 EDICIONES
COMPLUTENSE<https://dx.doi.org/10.5209/hics.79163>

Gabelas Barroso, José Antonio y Marta Lazo, Carmen (2020): *La era TRIC: factor R-elacional y educomunicación*. Sevilla. Ediciones Egregius. 274 pp. ISBN 978-84-18167-30-0.

Carmen Marta Lazo es catedrática de Periodismo de la Universidad de Zaragoza y José Antonio Gabelas es profesor titular de Comunicación Audiovisual de la misma Universidad. En 2016 publicaron en la Editorial UOC el libro *Comunicación digital. Un modelo basado en el factor R-elacional*. Cinco años después, este nuevo volumen ofrece ya unas perspectivas más afianzadas en torno a virtudes y defectos, peligros y oportunidades, esperanzas y decepciones sobre las TIC y sus aspectos relacionales. Está organizado en diez capítulos más un prólogo inicial.

En la introducción, los autores se preguntan por las implicaciones de las “Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación” en el ámbito de la educación que es un territorio que conocen muy bien a partir de múltiples experiencias tanto docentes como investigadoras.

Mención obligada merece el prólogo del profesor Joan Ferrés Prats (pp.13-18) quien considera que las tecnologías interactivas suponen “un plus de relación”. Al hablar de las redes sociales hace hincapié en “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.” A modo de conclusión, 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”.

Entre la página 34 y 37, dentro del apartado “2.1. La tecnología, la nueva religión”, se despliega lo que podemos considerar una definición del factor relacional que estaba ausente en el libro anterior. Los autores entienden las TRIC como “tecnologías + relación + información + comunicación + comunicación” y añaden los siguientes conceptos explicativos: interacción, conexión, lúdico, relación, reciprocidad y horizontalidad.

El capítulo “3. Conexiones” trata de responder, entre otras cosas, a la pregunta: “¿Es posible un humanismo digital?” Para ello los autores, con la participación de otros colaboradores, han puesto en marcha 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 capítulo “4. Contenidos” hace referencia a los hábitos de lectura que el uso generalizado de las pantallas está modificando. Se hace eco de los estudios de seguimiento ocular que han detectado trayectos en forma de F. Por ello, se mencionan una serie de recomendaciones a la hora de escribir para la web (pp. 85-86). Se incluye en este capítulo el complejo estado de la cuestión del periodismo digital en su relación con las redes, con la interactividad o con el periodismo ciudadano entre otros asuntos no menores. También se trata el tema del abuso, por parte de la industria audiovisual, de toda clase de emociones y estímulos en lucha por la audiencia a cualquier precio.

El capítulo “5. TRIC”, aborda lo que ya se considera la gran asignatura pendiente en España: la alfabetización digital y mediática. Se mencionan varios estudios al respecto con indicadores acerca de nuestras carencias en ese terreno. En este capítulo también se hace hincapié en vincular esta necesaria alfabetización con un concepto global de la salud. Se reivindica un planteamiento dialógico del proceso educativo a partir de los postulados de Freire.

El capítulo “6. Educomunicación” retoma con más detalle el tema de la educación para la salud. Los autores ponen en valor las estrategias lúdicas en combinación con métodos transdisciplinares. Se citan una serie de trabajos y experiencias que dan pistas 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.

El capítulo “7. Prosumers” dedica toda su atención a la adolescencia haciendo referencias a muy variados estudios sobre el comportamiento evolutivo de los jóvenes. Destacan en este sentido los estudios neurocientíficos. Los autores advierten con especial énfasis de 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.

El capítulo “8. Emociones” comienza señalando dos cuestiones como la empatía y el narcisismo cuya gestión se hace más compleja en estos momentos de hiperconectividad. Se desarrollan varios apartados en los que se defiende 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 acoso escolar y menciona algunas experiencias en las aulas que están resultando positivas.

El capítulo “9 Hábitos de consumo” comienza dando cuenta de un radical cambio producido en el interior de las familias en relación con el ocio ya que las pantallas se han multiplicado dentro del hogar. 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 capítulo “10. Epílogo: voces en clave de TRIC” (pp. 223-260) incluye diez breves apartados de otras personas que suelen colaborar con los autores con aportaciones breves pero interesantes. Es el caso, por ejemplo, de la orientadora Nerea López Gómez que 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 márketing 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.

El libro ofrece un despliegue de las relaciones múltiples del individuo con los medios tecnológicos de comunicación y con los mensajes que estos vehiculizan. Relaciones que 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.

En resumen, esta nueva obra constituye un eficiente estímulo intelectual no tanto por las respuestas sino por lo que ahora es más importante, por la gran cantidad de preguntas que suscita. Esperemos que den lugar a 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
Universidad de Zaragoza
vlopesal@unizar.es