

El papel de las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación (TRIC) y el factor r-relacional en la educomunicación

The role of Relation, Information and Communication Technologies (RICT) and the r-relational factor in the educommunication

Fecha | Publicación final: 01/07/2017

Dra. Araceli CASTELLÓ-MARTÍNEZ

Universidad de Alicante. España. araceli.castello@ua.es

Comunicación digital. Un modelo basado en el factor r-relacional

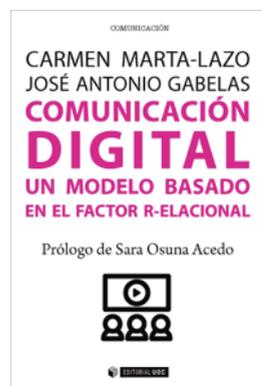
C. MARTA-LAZO; J. A. GABELAS.

Barcelona: UOC, 2016.

189 páginas

ISBN: 978-84-9116-471-5

Ebook: goo.gl/CO5QCH



Resumen

Reseña del libro *Comunicación digital. Un modelo basado en el factor r-relacional*.

Palabras clave

Comunicación digital; TIC; cultura participativa; competencias; educación; aprendizaje

Abstract

Review of the book *Comunicación digital. Un modelo basado en el factor r-relacional*.

Keywords

Digital communication; ICT; participatory culture; abilities; education; learning

En un enfoque novedoso aunque no por ello exento de consistencia documental y metodológica, los autores Marta-Lazo y Gabelas apuestan en su libro *Comunicación digital. Un modelo basado en el factor r-elacional* por la evolución del discurso TIC –Tecnologías de la Información y la Comunicación- al modelo TRIC -Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación-, que da cabida a nuevos contextos y mediaciones derivados del auge de la tecnología relacional, y supera cualquier determinismo tecnológico. Para ello, los autores bautizan los conceptos de factor r-elacional, como núcleo central de la educomunicación, y la intermetodología, como proceso que activa un enfoque transdisciplinar, dos propuestas más que convenientes en el escenario de la convergencia educomunicativa. Desde una visión positiva y holística, "el factor R en la TIC cuestiona, modifica y propone cambios, establece otro tipo de relación entre sus componentes e introduce la R que dinamiza y dimensiona los otros tres componentes" (Marta-Lazo y Gobelas: 2016: 83).

Este manual, dirigido a estudiantes de titulaciones de Comunicación y Educación de últimos cursos de grado y posgrado, se articula en torno a seis capítulos, en los que los autores desgranar estos conceptos y reflexionan sobre lo que llaman el "ágora conversacional", caracterizada por una comunicación más participativa y dialógica gracias a las bondades de tecnologías digitales. Las TRIC se entienden como prácticas culturales y digitales que experimentan los usuarios en los entornos tecnológicos y que implican otro enfoque en la educación y la comunicación, basado en las relaciones sociales, cognitivas y emocionales. La inteligencia colectiva y la cultura participativa humanizan la tecnología y reclaman espacios de creación y producción colectivos en comunidades colaborativas de aprendizaje y pensamiento abierto, dinámico y fluido.

Para Marta-Lazo y Gobelas, la comunicación digital se caracteriza por la hibridación y la transmedialidad y se basa en los principios de inmersión –gracias a la capacidad de creación de contenidos que tiene el *prosumer*-, interactividad –no sólo con otros individuos sino con los contenidos propiamente dichos, incluso con varios de manera simultánea en un consumo multipantalla e intertextual por parte de una audiencia activa- e hipertextualidad –gracias a la accesibilidad de los contenidos y a la multiplicidad de elementos que componen sus códigos-.

Si en la cultura de la participación el sujeto comunicativo puede ser emisor o receptor indistintamente, la alfabetización mediática se antoja pieza clave en el desarrollo del ciudadano digital, en todas sus dimensiones: instrumental, cognitiva, actitudinal y axiológica. En este sentido, las competencias digitales que implica el paso de la cultura impresa a la cultura en red incluyen no sólo la conciencia crítica, sino también la expresión creadora y la participación activa, competencias que son entendidas como habilidades para la vida (HpV).

Los autores inciden en que el nuevo sistema educativo, en el que el desarrollo de la competencia comunicativa está integrado en todos los currículos actuales en todas las etapas educativas, debe enfocarse al protagonismo del alumno en el proceso de aprendizaje y a su participación plenamente activa. El acceso ubicuo a la información, la personalización de sus consumos e interacciones y los avances tecnológicos en la comunicación móvil ofrecen un nuevo perfil de usuario en el paisaje mediático. Comunicadores y educadores deben interiorizar estos cambios, aplicarlos a sus estrategias y diseñar intermetodologías adaptadas a ellos.

En el quinto capítulo, dedicado a los contextos y las mediaciones en un hábitat digital, los autores reflexionan sobre la mediación digital, multidireccional e interactiva, en la que los contenidos se propagan viralmente. La educomunicación como proceso de aprendizaje apuesta por la iniciativa del alumno y repercute en los ámbitos de la cultura, la economía, la política y la sociedad actual.

Desde las diferentes dimensiones de la alfabetización mediática, se proponen diversos métodos para el aprendizaje holístico e intermetodológico, como por ejemplo los mapas mentales –dimensión instrumental-, las técnicas de criba informativa –dimensión cognitiva-, la "dialéctica Twitter" –dimensión actitudinal- o el *m-learning* –dimensión investigadora-. La "dialéctica Twitter" consiste en el uso de etiquetas para conversar en línea que permita el análisis, el intercambio de mensajes y la argumentación a favor o en contra sobre un tema determinado. El *m-learning* plantea un modelo de aprendizaje práctico por medio de aplicaciones móviles que pueden ayudar a la investigación gracias a su conectividad y ubicuidad. En la dimensión emprendedora, que trata de orientar el pensamiento hacia la creatividad, técnicas de marketing como el DAFO pueden ser útiles como intermetodología. Por último, en la dimensión holística, se buscan herramientas que permitan la integración y la presentación conjunta, clara y ordenada de todo el aprendizaje sumativo.

Algunas reflexiones a las que llegamos tras la lectura del manual son las siguientes: ¿Está la comunidad docente lo suficientemente preparada para asumir estos retos que de manera tan clamorosa reclaman la sociedad actual, en general, y los alumnos, en particular? ¿Qué estrategia en el paso del modelo TIC

al modelo TRIC deben marcarse el comunicador y el educador para la implantación en su quehacer diario de estas nuevas rutinas? ¿Qué criterios deben fijarse para la evaluación de los resultados del modelo educomunicativo en términos de aprendizaje?

La riqueza de fuentes, la relevancia de la propuesta intermetodológica, el innovador enfoque del modelo TRIC y la argumentación del discurso hacen de esta obra una lectura inspiradora que invita a la reflexión sobre la necesidad de implementar el factor r-elacional. Los autores terminan haciendo un llamamiento: la educomunicación mediática necesita de la suma de esfuerzos para establecer un marco teórico sobre este nuevo enfoque para generar dinámicas intermetodológicas basadas en intereses comunes. El proyecto TRIC-Lab, perteneciente al Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza tiene como objetivo definir propuestas de integración de las prácticas educomunicativas.

El libro se cierra con un epílogo dialógico en el que seis expertos en educomunicación digital reflexionan a partir de unas cuestiones planteadas por los autores. Son los siguientes: Dr. Carlos Alberto Scolari, Dr. Roberto Aparici, Dr. Agustín García, Dr. Joan Ferrés, Dr. Ignacio Aguaded y Dr. Jorge Cortés.

Twitter de los autores: @cmartalazo, @jgabelas, @triclalab.

