

**Marta-Lazo, C. y Gabelas, J. A. (2025).
*Relational Factor as the Central Axis for
Relational-Information and Communication Technologies.*
Cambridge Scholars Publishing.**

Rocío Ibarra-AriasUniversidad de Zaragoza  <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.107143>

El punto de partida de *Relational Factor as the Central Axis for Relational-Information and Communication Technologies* puede parecer, en una primera lectura, ambicioso: pensar la inteligencia artificial (IA), la alfabetización mediática, la ética, el periodismo y la educación desde una misma categoría articuladora, el Factor Relacional. Sin embargo, la propuesta no aparece en el libro como una ocurrencia conceptual ni como una adaptación apresurada al debate actual sobre la IA. Carmen Marta-Lazo y José Antonio Gabelas retoman una línea de trabajo desarrollada durante décadas en torno a las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación o TRIC (Bernard-Meneses *et al.*, 2019) y la proyectan hacia un escenario comunicativo en el que las tecnologías ya no solo median nuestras relaciones, sino que también intervienen en la producción de conocimiento, en la toma de decisiones y en la configuración de la esfera pública.

La obra, publicada por Cambridge Scholars Publishing en 2025, se organiza en seis capítulos precedidos por un prólogo de María Fernández Guajardo. Su texto introductorio funciona como antesala del volumen porque plantea una idea que después recorre toda la obra: por más que la tecnología sea capaz de imitar, automatizar o ampliar determinadas funciones humanas, hay dimensiones de la experiencia —la empatía, la confianza, la interpretación del gesto, la conversación significativa— que no pueden reducirse a una operación técnica. Esta advertencia inicial permite situar el libro en una posición intermedia, lejos tanto del entusiasmo acrítico ante la IA como de una mirada puramente defensiva o tecnófoba.

El primer capítulo establece una conexión sugerente entre Ramón y Cajal, la teoría neuronal y la llamada «neurona social». Esta elección no es ornamental. Los autores recurren a la metáfora neuronal para explicar que la comunicación, como el aprendizaje, no se produce en unidades aisladas, sino en redes, vínculos, conexiones y contextos. Desde ahí, el Factor Relacional se plantea como una categoría que permite pensar simultáneamente la dimensión individual y la dimensión social de los procesos co-

municativos. El propio libro sitúa esta propuesta en el recorrido del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, al que atribuye una trayectoria de casi dos décadas en competencias digitales y educación mediática. Esta dimensión colectiva es importante: el modelo no se presenta solo como una formulación teórica, sino como una línea de investigación, docencia y transferencia.

Esta perspectiva conecta con trabajos anteriores de Marta-Lazo y Gabelas, especialmente con *La comunicación digital: un modelo basado en el Factor Relacional* (Marta-Lazo y Gabelas, 2016) y *La era TRIC: Factor Relacional y Educomunicación* (Gabelas-Barroso y Marta-Lazo, 2020). En esos textos ya se proponía desplazar el foco desde las TIC, entendidas en clave instrumental, hacia las TRIC, donde la relación adquiere centralidad. El libro actual prolonga esa genealogía, pero lo hace en un contexto más complejo: el de la inteligencia artificial generativa, la opacidad algorítmica, la automatización de contenidos y la creciente dificultad para distinguir entre información, simulación, recomendación personalizada y desinformación. La referencia a Kaplún (2002) resulta aquí especialmente coherente, porque la tradición educocomunicativa que reivindica la participación, la reciprocidad y la construcción colectiva del conocimiento encuentra en el Factor Relacional una actualización adaptada al ecosistema digital.

El segundo y el tercer capítulo abordan el Factor Relacional como eje de las R-TIC en el desarrollo de la inteligencia artificial y de la alfabetización mediática. Uno de los aciertos del libro es no presentar la IA como un fenómeno exclusivamente técnico. Los autores insisten en que su impacto debe leerse desde una perspectiva transdisciplinar, en la que dialoguen la comunicación, la educación, la ética, la salud, la neurociencia y las ciencias sociales. La metáfora de la «caja negra» permite explicar con claridad la distancia creciente entre los usuarios y los sistemas que ordenan, jerarquizan y filtran su acceso a la información. En este punto, la obra dialoga con una preocupación clásica del campo: no basta con saber utilizar medios o plataformas; es necesario comprender

sus lógicas, sus lenguajes, sus intereses y sus consecuencias sociales.

Los capítulos cuarto y quinto trasladan la reflexión al periodismo y a la ética. En el análisis de los bots en las redacciones, los autores evitan el diagnóstico simplista. La automatización puede ayudar a determinadas rutinas informativas, pero también plantea preguntas incómodas sobre la autoría, la verificación, la responsabilidad profesional y la pérdida de criterio editorial. La cuestión no es si los periodistas deben o no utilizar IA, sino bajo qué condiciones, con qué transparencia, con qué supervisión humana y desde qué cultura profesional. Del mismo modo, el capítulo dedicado a la ética insiste en que la regulación, la privacidad, los sesgos, la seguridad y la responsabilidad social no son añadidos externos al desarrollo tecnológico, sino condiciones necesarias para que la innovación tenga sentido público.

El último capítulo, centrado en las aplicaciones de la «neurona relacional», permite comprobar que el modelo TRIC no se queda en una formulación abstracta. En esta parte adquiere especial relevancia el recorrido el grupo de investigación GICID, presentado en el libro como uno de los espacios desde los que se ha desarrollado, aplicado y transferido el paradigma relacional. Los autores recogen experiencias vinculadas al TRICLAB, a Entremedios, al podcast ConoceRte, a la alfabetización mediática, a la salud mental adolescente y a distintos proyectos educomunicativos. Esta dimensión aplicada resulta especialmente valiosa porque muestra que el Factor Relacional no opera solo como categoría conceptual, sino también como marco para diseñar prácticas de investigación, docencia y transferencia.

Quizá el principal valor del libro sea su capacidad para ordenar un debate que a menudo aparece fragmentado. La IA no se analiza como una moda tecnológica, sino como una nueva etapa dentro de un proceso más amplio de transformación comunicativa.

En ese marco, el Factor Relacional actúa como una brújula teórica y práctica: recuerda que la comunicación no se agota en la circulación de información, que la educación mediática no puede limitarse al manejo de herramientas y que la innovación tecnológica debe evaluarse también por el tipo de vínculos que favorece. *Relational Factor as the Central Axis for Relational-Information and Communication Technologies* continúa una línea sólida sobre TRIC, Factor R-elacional y educomunicación, pero la sitúa ante los desafíos recientes de la inteligencia artificial y de los sistemas algorítmicos. Ahí reside buena parte de su interés: en no tratar la tecnología como un fin en sí mismo, sino como un espacio de mediación que exige criterio, responsabilidad y mirada comunicativa. El libro resulta especialmente útil para investigadores, docentes y profesionales que buscan pensar la innovación tecnológica desde una perspectiva relacional, crítica y orientada a la transformación social.

Referencias

- Bernard-Meneses, L., Gabelas-Barroso, J. A. y Marta-Lazo, C. (2019). *Las tecnologías de la relación, la información y la comunicación (TRIC) como entorno de integración social*. Interface: Comunicação, Saúde, Educação. <https://www.scielo.org/article/icse/2019.v23/e180149/es/>
- Gabelas-Barroso, J. A. y Marta-Lazo, C. (2020). *La era TRIC: Factor R-elacional y Educomunicación*. Ediciones Egregius.
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. Editorial Caminos.
- Marta-Lazo, C. y Gabelas, J. A. (2016). *La comunicación digital: un modelo basado en el Factor R-elacional*. Ediciones UOC.
- Marta-Lazo, C. y Gabelas-Barroso, J. A. (2023). *Diálogos posdigitales. Las TRIC como medios para la transformación social*. Ediciones Gedisa.

Rocío Ibarra Arias. Doctora en Comunicación e Información y profesora e investigadora de la Universidad de Zaragoza. Sus líneas de trabajo se centran en la comunicación científica, la alfabetización mediática y la transferencia social del conocimiento. Colaboradora del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID), desarrolla actividad docente e investigadora en el ámbito del periodismo, la comunicación digital y los nuevos formatos audiovisuales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6413-1368>