



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Merayo Pérez, Arturo

Cómo aprender en el siglo de la información: claves para una enseñanza más comunicativa

Comunicar, núm. 14, marzo, 2000

Grupo Comunicar

Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801405>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Cómo aprender en el siglo de la información: claves para una enseñanza más comunicativa

Arturo Merayo Pérez
Salamanca

Las nuevas tecnologías están cambiando el mundo y han hecho nacer la denominada sociedad de la información. Esta situación exige reinventar el concepto de educación a través de una nueva pedagogía en la que el criterio, la creatividad y la honradez serán más importantes que los conocimientos. Es preciso, por tanto, no reducir la Educación para la Comunicación a la mera educación para los medios, dado que la intercomunicación personal y la comunicación con el grupo son cuestiones básicas de la «competencia comunicativa» que debe caracterizar al alumno del siglo XXI.

1. El futuro que viene

El cambio de milenio nos ha sumergido, casi sin darnos cuenta, en un cambio de era, en una verdadera revolución de consecuencias insospechadas. Una revolución marcada por la telemática, la robótica y las autopistas de la comunicación: la era de la cibercultura. Una revolución radical, como lo fuera aquella del Neolítico, y las otras más recientes, la del siglo XVIII –revolución del carbón y del acero– o la del XIX, la de la energía eléctrica. Un convulso cambio de esquemas, todavía no sabemos si con consecuencias favorables o perjudiciales. Cambiarán –están cambiando desde hace veinte años– las relaciones sociales, los modelos de producción, la distribución económica, el concepto del trabajo y del ocio, las costumbres, las actitudes, los valores, las creencias...

La revolución tecnológica, al introducir nue-

vos elementos en el sistema comunicativo, está modificando el número y la naturaleza de los soportes técnicos y, por consiguiente, los hábitos de consumo y el modo de vida de los ciudadanos. Por eso a menudo nos parece que el mundo y quizá también nosotros mismos estamos patas arriba. Aunque intuimos que mañana habrá nuevas sorpresas, no sabemos cuáles serán, y el ritmo de los cambios no sólo produce vértigo sino que nos conduce hacia un punto desconocido. Corremos muy deprisa pero no sabemos hacia dónde...

Sea cual sea nuestro destino, en esta revolución basada en las comunicaciones no hay ya vuelta atrás posible. Y en ella, el papel crucial va a ser desempeñado por los medios –los tradicionales: prensa, radio y televisión– y, sobre todo, por los nuevos, aquellos basados en la informática, la robótica y la telemática.

En un futuro no muy lejano quien no esté familiarizado con ellos se convertirá en un analfabeto funcional. El negocio de la comunicación en su más amplio sentido está llamado a ser el más importante del mundo y será este sector el que genere más puestos de trabajo durante los próximos cincuenta años en el mundo desarrollado.

2. Nuevos tiempos, nuevos recursos

La escuela no puede permanecer indiferente ante un cambio de semejantes dimensiones que trae aparejado un nuevo modo de entender el mundo y, por tanto, también una manera diferente de enseñar y de aprender.

En este nuevo aprendizaje la cantidad de información se multiplica exponencialmente. Así, por ejemplo, en nuestros días un niño de doce años ha accedido por medio de la televisión a un número de informaciones mucho más amplio del que podría lograr en toda su vida un investigador del medievo. El volumen de publicaciones técnicas y científicas de un año cualquiera de los del final de este siglo supera la producción de todo lo impreso desde el origen de los tiempos hasta la II Guerra Mundial.

Ahora bien, tal y como ha apuntado Juan Luis Cebrián, «más información no deviene, necesariamente, en mejor información. La cantidad sólo puede ser sinónimo de calidad si somos capaces de discernir entre unos datos y otros, si distinguimos las referencias básicas sobre las que apoyarnos y las directrices mínimas sobre cómo conducirnos. La educación tiene ante sí la inmensa tarea de determinar los valores y criterios esenciales que nos permitirán comportarnos en la vida» (Cebrián, 1998: 191-192). La labor del profesor en este sentido resulta insustituible por más avances técnicos que se produzcan.

Por otra parte, el nuevo aprendizaje no puede vivir de espaldas a los instrumentos que mayoritariamente recogen y suministran la información: los medios tradicionales (prensa, radio, televisión, agencias) y los medios infor-

máticos (Internet, multimedia). Lamentablemente, si pensamos en la incorporación de unos y otros a las aulas, fácilmente concluiremos que la escuela está perdiendo el tren del futuro. Y no me refiero sólo a los centros españoles. Cuando en 1997 el primer ministro británico anunció que todas las escuelas del Reino Unido estarían equipadas con ordenadores en el 2002 no calculó el formidable esfuerzo económico que supondría dotar con este tipo de infraestructuras a 30.000 centros escolares y esa es precisamente la razón por

la que hoy tan sólo el 8% cuenta con un aceptable parque informático. «Los gobiernos deben esforzarse para que los planes de enseñanza se preocupen por incorporar de forma definitiva los multimedia, no sólo como disciplina sino sobre todo, como instrumento escolar, como método de investigación, de diálogo y de aprendizaje. Impulsar proyectos que no contemplen esta faceta amparándose en lo costoso de los mismos o en las dificultades que conllevan, será una pérdida de tiempo y de dinero» (Cebrián, 1998: 202). Ahora bien, de nada servirá el empeño «si no se complementa con la formación adecuada del profesorado, muchas veces incapaz no ya de manejar un ordenador sino, y lo que es más importante, de comprender los cambios sustanciales que en el comportamiento personal y social de los individuos significa la llegada del multimedia» (Cebrián, 1998: 199). Una vez más, la pieza clave de la innovación educativa resulta ser el maestro, tal y como ha apuntado Schneider: los profesores son importantes –viene a decir– no sólo por lo que saben sino por lo que aporta el contacto con

En nuestros días un niño de doce años ha accedido por medio de la televisión a un número de informaciones mucho más amplio del que podría lograr en toda su vida un investigador del medievo.

ellos; la comunicación fundamental cara a cara no puede ser sustituida por la máquina. Si pretendemos que la educación clásica se integre en el ciberespacio una de las condiciones básicas es que los profesores quieran adentrarse en esta aventura; las directrices educativas se quedarán en papel mojado mientras las escuelas y los maestros no se entusiasmen con el proyecto (Schneider, 1996).

3. Hacia una nueva pedagogía

Los centros educativos de cualquier nivel han de dejar de ser lugares donde se acuda a tomar al dictado unos apuntes que periódicamente se acaban vomitando en unos cuantos exámenes para después, inmediatamente, olvidarlos para siempre. No obstante, tengo la sospecha de que más de una asignatura se resume en este triste proceso de instrucción de conocimientos que, a mi modo de ver, suele servir para poco.

Esta técnica pudo tener su sentido en otros momentos. Hoy no. Y mañana, desde luego, mucho menos. Nos encaminamos hacia un nuevo mundo que requerirá estudiantes muy diferentes: futuros profesionales no con muchos conocimientos (que por otra parte estarán al alcance de cualquiera) sino con criterio, con creatividad y con honradez. Por eso «tenemos que reinventar y reconstruir nuestro concepto de educación, adaptándolo a un mundo en el que los alumnos no solamente reciben conceptos sino que los crean y los transmiten a los demás» (Cebrián, 1998: 193).

El reto en el futuro de la docencia ya no será únicamente suministrar instrucción, sino proporcionar las claves para poder encontrar la información más fidedigna, comprenderla y transmitirla adecuadamente. Por ejemplo, la cuestión no va a ser tener que leer un determi-

nado libro –puesto que innumerables títulos estarán al alcance de cualquiera– sino despertar el deseo de leer, enseñar a elegir la lectura y poder asimilarla con criterio integrándola en el conjunto del saber personal. Luego, será preciso comunicar lo aprendido con originalidad y eficacia.

Esto significa que los grandes retos del docente han de orientarse en las siguientes direcciones:

a) Enseñar a buscar, para poder investigar con discernimiento en una oferta desbordante.

b) Enseñar a entender, captando la esencia de los conceptos, relacionando causas y consecuencias, infiriendo conclusiones de interés e integrando lo aprehendido en los conocimientos de los que anteriormente ya se disponía.

c) Enseñar a aplicar el sentido crítico para discernir, para matizar, para avanzar, y aplicar dicho sentido crítico a uno mismo y a su propia actuación personal.

d) Enseñar a comunicar, a expresar las propias ideas en un marco abierto al diálogo y al respeto mutuo.

Cómo lograr estos cuatro aspectos básicos es algo que no es posible resumir aquí. Pero cada profesor, en función de los objetivos de la materia

que imparte y del tipo de alumnos a los que enseña, ha de reflexionar acerca del modo más oportuno de lograrlo. Obviamente, esta actitud supone un mayor grado de exigencia tanto por parte del docente como por parte del estudiante pero, en contrapartida, proporciona más y mayores satisfacciones.

Esta nueva dimensión personalizada de la educación no será posible –dicho sea de paso– si no se fundamenta en el cariño. El componente afectivo en el proceso de aprendizaje no es algo que deba limitarse a la enseñanza primaria; un profesor que aprecia sinceramente a sus

El reto en el futuro de la docencia ya no será únicamente suministrar instrucción, sino proporcionar las claves para poder encontrar la información más fidedigna, comprenderla y transmitirla adecuadamente.

alumnos, siempre sabe encontrar la manera de ayudarles en su desarrollo personal e intelectual. Por el contrario, si demuestra una actitud indiferente nunca logrará enseñar lo verdaderamente importante: quizás tan sólo logre —y eso en el mejor de los casos— transmitir conocimientos, lo que resulta algo interesante pero a todas luces insuficiente.

La cuestión —insisto— no radica tanto en la transmisión de conocimientos como en la configuración de actitudes. Es preciso que cada uno de los futuros profesionales demuestre rasgos de personalidad definidos: adaptabilidad a las nuevas circunstancias, capacidad de iniciativa, autoestima, sociabilidad, disciplina y fortaleza, dinamismo, resistencia a la frustración, madurez intelectual y emocional, capacidad de trabajar en equipo...

Al mismo tiempo es preciso adiestrar en aptitudes y habilidades tales como la fluidez y la flexibilidad verbal, la creatividad, la capacidad de observar y escuchar, la comprensión verbal, la empatía, la capacidad de motivación y de persuasión.

4. La competencia comunicativa

En la sociedad de la comunicación del tercer milenio, el reto más importante de las escuelas es precisamente enseñar a comunicar. Educar para la comunicación debe dejar de ser un complemento opcional que distinga a los centros educativos pedagógicamente más avanzados para pasar a convertirse en una inexcusable exigencia para todas las escuelas y en cualquier nivel educativo.

Es indispensable suministrar al alumno el criterio suficiente para que consuma medios con sentido crítico y no quede desprotegido ante estrategias comerciales o ideológicas. Y es que ya no es posible imaginar un ciudadano que prescindiera de la prensa, la radio o la televi-

La enseñanza acerca de los medios de comunicación no debe ser más que un aspecto particular de algo mucho más amplio e importante: la enseñanza de la comunicación en todos sus niveles.

sión. Al consumo de medios se dedican más de tres horas diarias de promedio y son los medios los que establecen normas, valores y actitudes. Los medios se han convertido así no en el cuarto, sino en el primer poder, en la misma medida en que son los que establecen los discursos de referencia. Explican a los ciudadanos no sólo de qué cosas deben hablar, sino cuáles son las importantes y cuáles no, qué es lo bueno y qué lo malo, qué actuaciones merecen aprobación y cuáles resultan reprobables (Merayo, 1997a: 43).

Ahora bien, enseñar a comprender quién manda en los medios, cómo funcionan, cuáles son sus estrategias, sus condicionantes y objetivos no parece suficiente. Educar para la comunicación no significa convertir a los estudiantes en pequeños periodistas ya que la enseñanza acerca de los me-

dios de comunicación no debe ser más que un aspecto particular de algo mucho más amplio e importante: la enseñanza de la comunicación en todos sus niveles. Es preciso, por tanto, no reducir la educación para la comunicación a la mera educación para los medios, dado que otros aspectos resultan prioritarios y más decisivos para la formación del estudiante: la intercomunicación personal y la comunicación con el grupo son cuestiones básicas de la competencia comunicativa que debe caracterizar al estudiante del siglo XXI. Por otro lado, sólo desde la competencia comunicativa (saber hacer) es posible constituirse en consumidores críticos (saber juzgar) y en miembros activos y participantes de los procesos sociales de comunicación (saber estar), evitando así que sólo unos pocos tengan un efectivo acceso a los medios. Efectivamente, una presencia activa de los ciudadanos en los medios de una sociedad democrática exige altas dosis de competencia comunicativa que, o se adiestra en la

escuela, o nunca alcanzará suficientes niveles de eficacia. Sin la competencia comunicativa de los ciudadanos los medios instaurarán un simulacro de comunicación que podrán apellidar democrática pero que no lo será más que aparentemente.

La competencia comunicativa pasa por aprender a hablar en público. «Desgraciadamente en España esto es algo que no se enseña ni en las mejores escuelas, orientadas siempre a la evaluación escrita. Luego, vienen las sorpresas: uno acaba con su flamante título de Medicina, Derecho o Económicas y se planta en el salvaje mundo laboral con sus matrículas de honor a cuestas. Lo primero que le piden es una entrevista personal, y es ahí, precisamente ahí, donde se pone de manifiesto que el joven licenciado –a pesar de su brillante expediente– no sabe estar a la altura de las circunstancias. A lo largo de los años, en la vida profesional y en las relaciones sociales, nuestro flamante estudiante tendrá que hablar muchas veces en público: habrá de defender proyectos, criticar propuestas, felicitar, reclamar, censurar, proponer, convencer... ¿Quién le ha preparado para todo eso?» (Merayo, 1998: 21). Mi experiencia profesional como profesor de Periodismo me ha mostrado sistemáticamente la lamentable realidad de muchos alumnos que se atragantan de pánico cuando han de expresarse oralmente ante sus propios compañeros; no quiero imaginarme qué sucede en otras carreras cuyo objeto no es la comunicación pública. En los cursos que he impartido a maestros y profesores muchos son también los que manifiestan sus dificultades ante el hecho de tener que hablar en público ante los padres o ante los compañeros del centro. Son conscientes de que nadie da lo que no tiene; dicho de otro modo: el mejor predicador es Fray Ejemplo y por eso, la

competencia comunicativa de nuestros estudiantes pasa necesariamente por el previo adiestramiento de las habilidades comunicativas de los propios profesores. Y es que, como ha señalado Jordan (1984) «no existe ningún comportamiento o acción pedagógicamente relevante que no sea transmitido por el medio omnicomprendivo de la comunicación».

5. Aprender de y con los medios

Tal y como ha expuesto Sánchez Cerezo (1991: 112-113), «la comunicación educativa constituye el proceso mediante el cual se estructura la personalidad del educando, lo que se logra a través de las informaciones que éste recibe, quien las reelabora en interacción con el medio y con los propios conceptos construidos». En este sentido, la aplicación de los

medios de comunicación a las actividades docentes tiene evidentes consecuencias positivas, entre las que cabría enumerar las siguientes:

- 1) Los medios introducen en la escuela elementos que el alumno ha percibido y que él mismo es capaz de aportar.
- 2) Proporcionan un mejor conocimiento del medio físico, humano, social y geográfico.
- 3) Se acentúa en el alumno el deseo de pertenecer e integrarse en el mundo.
- 4) Proporcionan informaciones que pueden ser utilizadas como complemento y soporte de las distintas materias: sirven para poder relacionar

los conocimientos de manual con los de la vida real.

- 5) Favorecen la estructuración temporal (fechas y tiempos narrativos) y espacial (local, regional, nacional, mundial).

- 6) Estimulan la percepción y la lectura espacial.

- 7) Incitan a la comunicación en el aula, a la producción y a la creatividad.

Sólo desde la competencia comunicativa (saber hacer) es posible constituirse en consumidores críticos (saber juzgar) y en miembros activos y participantes de los procesos sociales de comunicación (saber estar).

Actividades para la comunicación interpersonal y grupal	
• Organización funcional de los posibles miembros de una redacción. Delimitar funciones y cargo. Plasmarlo en un mural.	Socializar. Aprender a trabajar en equipo. Recurrir al diálogo para la solución de conflictos. Adiestramiento de técnicas de negociación. Asumir tareas directivas entre iguales. Obedecer a iguales. Respeto mutuo.
• Acopio de materiales para una posible redacción: aula, corcho, archivos...	Orden y organización. Adiestramiento en tareas documentales. Confección de bases de datos.
• Enumerar y ponerse en contacto con diferentes fuentes informativas.	Medios de comunicación, instituciones, empresas, personas individuales, Internet, bases documentales...
• Conversión de hechos en noticias.	Acerca de hechos del colegio o de acontecimientos cotidianos: cumpleaños, riña familiar, excursión... Ser capaz de contar los hechos seleccionando datos, pensando en el interés del público y utilizando el lenguaje con creatividad.
• Adaptación de un texto literario.	Conversión de registros lingüísticos: del lenguaje literario al lenguaje periodístico; del lenguaje escrito al coloquial culto; de la narración al diálogo, etc. (Ejemplo: pasaje de <i>El Quijote</i>).
• Realización de entrevistas.	Al director del colegio, a un profesor, a la madre de un compañero... Entrevistas reales de las que posteriormente hay que seleccionar datos, ordenarlos y redactarlos. Posibilidad de resumirla oralmente.
• Idear un posible concurso para radio o televisión.	Con creatividad, interés y honradez. La discusión puede arrojar sentido crítico para juzgar acerca de la calidad de los concursos.
• Realizar la crónica de un espectáculo: cine, teatro, concierto...	El alumno no se limita a asistir sino que presencia con visión crítica (aspectos positivos y negativos; distinción fondo y forma). Puede recoger opiniones de otros asistentes y documentación complementaria.
• Revista de prensa.	Comparar una misma noticia en varios periódicos/televisiones y elaborar un comentario de análisis o una exposición oral.
• Comparar programas infantiles/series: aspectos positivos y negativos.	Debate: aspectos positivos y negativos. Incentivar la reflexión crítica acerca de la programación en televisión.
• Escribir un artículo sobre las azafatas y presentadoras de televisión.	Debate posterior acerca del papel de la mujer en la televisión. Reflexión crítica sobre comportamientos machistas.
• Ejercer de corresponsal o de enviado especial.	En otro curso, en la dirección, en la biblioteca del barrio... Seguimiento y búsqueda de la información. Relación con fuentes adultas. Motivación en tareas de investigación.

Actividades para la comunicación interpersonal y grupal	
• Comparar un mismo hecho en el tratamiento informativo de prensa, radio y televisión.	Comparación de lenguajes: tiempos verbales, referencias temporales, titulares, orden y jerarquía, extensión, documentos complementarios...
• Visitas a medios de comunicación.	Que posteriormente se plasmarán en una exposición oral o por escrito. Desarrollo del sentido crítico, relación con fuentes, técnicas de investigación...
• Debate en clase: cómo se puede conseguir que una canción se haga famosa.	Reflexión acerca de las estrategias de marketing en la sociedad de consumo. Análisis y control de calidad sobre productos comunicativos.
• Seleccionar noticias.	Acerca de un determinado hecho de actualidad que sirva como complemento de la materia explicada.
• Análisis lingüístico de un programa de radio o de televisión.	Para detectar errores fruto de la improvisación o de la irresponsabilidad de los locutores. También es posible detectar pobreza de léxico, clichés, tabúes, etc. Proponer alternativas. Diferencia entre el lenguaje de un informativo y de un programa musical para público joven.
• Elaboración de un reportaje.	Los deportes en el colegio, los ancianos, el consumismo... Búsqueda de datos, relación con fuentes adultas, selección de datos, estructuración de la información, redacción/exposición oral.
• Comparación de fotografías.	Detectar diferencias ideológicas o simbólicas. Diferencia entre aspectos objetivos y subjetivos del mensaje fotográfico. Diferencia entre fotoperiodismo y fotografía publicitaria.
• Recursos publicitarios en spots de televisión.	Estrategias de persuasión publicitaria, especialmente en productos consumidos por los estudiantes.
• Jugar a detectar mentiras en la publicidad de televisión.	Enseñar a practicar el juego no de adivinar la marca en los primeros segundos del spot sino el de detectar con prontitud en los anuncios mentiras, exageraciones, confusiones, ambigüedades...
• Detectar fórmulas de publicidad encubierta.	<i>Bartening</i> , patrocinio, telepromoción... Adiestrar en la búsqueda de fórmulas publicitarias poco éticas.
• Detectar actuaciones incorrectas, manipulaciones, intromisiones en la intimidad, juicios gratuitos.	Reflexión o debate sobre el sentido de los medios, los valores, actitudes y comportamientos. Desarrollo de capacidades comunicativas: aprender a hablar, a escuchar, a argumentar... transmisión de criterios éticos.
• La creación de ídolos y héroes.	Debate sobre la cuestión (por ejemplo: concursos de misses; la profesión de modelo; el fútbol...). Desarrollo de capacidades comunicativas: aprender a hablar, a escuchar, a argumentar... transmisión de valores y actitudes.
• Seguimiento de campañas electorales.	Estrategias, mensaje y contenidos, demagogia...

Es decir, la utilización de los medios de comunicación en el aula puede facilitar la consecución de tres objetivos básicos:

- a) Capacitar para seleccionar, interpretar y utilizar las informaciones.
- b) Desarrollar la lectura crítica que permita a su vez consolidar criterios y opiniones.
- c) Constatar el pluralismo ideológico y la libertad de expresión.

Pero, además del conocimiento directo de los propios medios, éstos permiten –cuando se utilizan correctamente en el aula– el desarrollo de técnicas básicas aplicables al desarrollo de la propia comunicación personal y grupal. Este aprender no ya *de* los medios sino *con* los medios resulta extremadamente útil ya que incide de manera directa en la competencia comunicativa de cada estudiante, en la medida en que se le motiva más intensamente a:

- Investigar el entorno y detectar las noticias interesantes para su vida personal.
- Observar, preguntar, consultar, anotar, contrastar, concluir: enseñar a pensar.
- Escribir/hablar sobre lo que ha visto.
- Escribir/hablar sobre lo que se ha oído.
- Aprender a escuchar las críticas que otros realizan a partir de las propias exposiciones.

Este modo de entender la Educación para la Comunicación en su sentido más amplio y personalizado permite dibujar un nuevo planteamiento en el que:

- a) La escuela esté más abierta al entorno del alumno.
- b) El alumno participe en la elaboración de los programas.
- c) Se actualicen y vivifiquen los contenidos de los programas.
- d) Sea posible constatar la pluralidad de ideas.
- e) Se aprenda a dialogar, a trabajar en equipo y a desarrollar espíritu crítico.

En resumen, es posible utilizar los medios de comunicación no sólo en una perspectiva

teórica propia del estudio de la comunicación de masas, sino otorgándoles una dimensión práctica. De este modo se consigue que, al mismo tiempo que se comprenden sus peculiaridades, puedan convertirse en eficaces instrumentos, capaces de facilitar el desarrollo de un nuevo método pedagógico, en el que el protagonismo recaiga sobre acciones tales como pensar, entender, expresar, criticar o ser criticado. En definitiva, la presencia de los medios en el aula pueden ayudar a enseñar a vivir en una sociedad tan compleja como la que se ha dado en llamar la sociedad de la información.

6. Algunos casos prácticos

Con el fin de ejemplificar lo expuesto hasta aquí, se apuntan en las tablas de las páginas siguientes algunas actividades, orientadas a emplear los medios en el aula de modo que incentiven la capacidad de comunicación interpersonal y grupal. Son, obviamente, tan sólo algunas propuestas orientativas que no pretenden constituir un catálogo cerrado ni exhaustivo; los profesores deberán adaptarlas a las diferentes edades y situaciones.

Referencias

- CEBRIÁN, J.L. (1998): *La red. Cómo cambiarían nuestras vidas los medios de comunicación*. Barcelona, Círculo de lectores.
- JOURDAN, M. (1984): «La competencia comunicativa en el educador y en el educando», en *Revista de Educación*, 30; 60.
- MERAYO, A. (1998): *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*. Madrid, Tecnos.
- MERAYO, A. (1997a): «La comunicación y la configuración de valores en las nuevas tecnologías», en *La comunicación humana y sus múltiples manifestaciones artísticas*. Tenerife, Universidad de La Laguna.
- MERAYO, A. (1997b): «La nueva sociedad de la información: tendencias, riesgos y soluciones», en *La sociedad de la información*. Salamanca, Universidad Pontificia.
- SÁNCHEZ CEREZO, S. (1991): *Tecnología de la educación*. Madrid, Santillana.
- SCHNEIDER, B. (1996): *El futuro de la Educación*. París, Contribución al informe del Club de Roma sobre la Sociedad Global a la Información.

• **Arturo Merayo Pérez** es periodista y profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca.