

LA EDUCACIÓN EN LA SOCIEDAD MASSMEDIÁTICA: UN DESAFÍO PARA LOS NUEVOS ENFOQUES CURRICULARES

Teresa Ayala Pérez

INTRODUCCIÓN

Si analizamos el concepto de *evaluar* que nos ofrece el *Diccionario* de la Academia (Vigesimosegunda Edición), veremos que significa “señalar el valor de algo. 2. Estimar, apreciar, calcular el valor de algo. 3. Estimar los conocimientos, aptitudes y rendimiento de los alumnos”, del francés antiguo *evaluer*, de *e-* ‘sacar’ y *value* ‘valor’, a su vez del latín *valere* ‘estar fuerte’ (Gómez de Silva, 1995). En consecuencia, y como bien sabemos, *evaluar* no sólo implica ‘calificar’, ‘poner notas’, sino que estimar o calcular el valor de algo para saber cuán fuerte es.

Así, actualmente debemos evaluar una realidad innegable: que los paradigmas culturales han cambiado, sobre todo, debido a la influencia de los *mass media* y, dentro de este contexto, es evidente que la educación se enfrenta a uno de sus más grandes desafíos, el de asumir que es imposible continuar enseñando sólo dentro de la Galaxia de Gutenberg y que los profesores debemos asumir que nuestros alumnos viven en la Aldea Global. Por ello, quisiera comenzar con una cita:

El universo de las comunicaciones de masa —reconozcámoslo o no— es nuestro universo; y si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones son aquellas aportadas por la existencia de periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva. (Umberto Eco, 1965)

Este trabajo es presentado desde la perspectiva de una profesora de Castellano en una universidad pedagógica, pero creo que las ideas son válidas para un profesor de biología, arte o historia. Atendiendo, además, al objetivo de este Congreso de Humanidades, el tema será abordado en tres dimensiones: algunos cambios curriculares en la educación chilena, la importancia de los mensajes *massmediáticos* y, finalmente, algunos resultados de una investigación que se llevó a cabo durante el año escolar 2002.

1. EL NUEVO ENFOQUE CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN EN CHILE

A diferencia de la tradicional asignatura de Castellano, el subsector Lengua Castellana y Comunicación ha incluido como uno de sus temas fundamentales el enfoque semiótico de la comunicación, considerando no sólo sus aspectos lingüísticos, sino que los procedimientos iconoverbales utilizados por las industrias culturales de la comunicación de masas, tales como la publicidad, el discurso del cómic, el lenguaje cinematográfico, etc. En consecuencia, los nuevos enfoques pedagógicos intentan evitar el antagonismo de la escuela frente a los medios de comunicación masivos y los productos de la cultura de masas y, a través de esta vía, lograr el desarrollo de la competencia comunicativa, incorporando al aula los nuevos

paradigmas culturales que forman parte del entorno cotidiano del estudiante con objeto de acercar los temas propios de la asignatura: la lengua y la literatura.

La intervención educativa, según los nuevos enfoques curriculares, no debe basarse sólo en la transmisión de información de modo verbal, sino también en las experiencias y datos de la realidad a los que tienen acceso los alumnos. Por tales razones, parece razonable incluir como contenidos de una enseñanza de la lengua orientada al desarrollo de la competencia comunicativa del alumnado los distintos tipos de prácticas discursivas (el discurso del cómic, del cine, de la prensa, de la televisión, de la publicidad, etc.) que se articulan a través de un uso combinado de sistemas icónicos y verbales de comunicación y que, emitidas por las industrias culturales mediante eficacísimos resortes tecnológicos de naturaleza electrónica o fotográfica, constituyen el fenómeno cotidiano de los mensajes de la comunicación de masas (Lomas, 1997). Los mensajes simbólicos de la cultura de masas pueden ser así leídos desde la semiótica como usos específicos de los diversos sistemas de signos con objeto de que los jóvenes entiendan la comunicación iconoverbal como un complejo proceso de producción de sentido, “*orientado a producir determinados efectos culturales*”. (Lomas, 1993)

Los profesores de lengua y literatura nos encontramos ahora frente a una nueva realidad: sin abandonar nuestro trabajo con el código lingüístico, debemos además intentar incorporar los códigos visuales, auditivos y audiovisuales, sobre todo aquéllos que provienen de las industrias culturales, tales como la televisión, el cine o internet. En palabras de MacLuhan, pasamos de la Galaxia de Gutenberg a la Aldea Global, y en este proceso, irrumpieron los *mass media*, a los cuales se les juzga, según Eco, “*midiendo y comparando el mecanismo y los efectos con un modelo de hombre del renacimiento, que evidentemente (si no por otras, a causa de los mass media, y también de los fenómenos que han hecho posible el advenimiento de los mass media) no existe ya*”. (Eco, 1999: 52)

La lectura de las imágenes mediáticas tiene un lugar importante dentro de las nuevas propuestas didácticas, sobre todo en el caso del subsector Lengua Castellana y Comunicación, sin embargo, los profesores aún no estamos preparados para su análisis y, como consecuencia, evitamos su uso dentro del aula. Pero la televisión, el cine, los cómics o los videojuegos constituyen la realidad inmediata de los estudiantes y, por ende, conviene utilizarlos adecuadamente en la escuela. Los medios de comunicación social son instancias mediadoras que ponen en contacto a cualquier niño de cualquier ciudad, barrio o comunidad con los acontecimientos, valores y conductas que suceden en cualquier parte del mundo. Es necesario, entonces, preguntarse si la escuela utiliza todo este cúmulo de informaciones, si se prepara a los alumnos para hacer frente a los mismos de modo tal que pueda “digerirlos”, si se incorporan a la enseñanza objetivos y contenidos que persigan alfabetizar a los alumnos en el dominio de los códigos de expresión audiovisuales y si se educa y forma a los niños y jóvenes como consumidores críticos de los medios de comunicación.

Según Bernabeu Morón (1995), los objetivos de la educación en materia de comunicación se refieren a lo siguiente: *la educación en los medios*, es decir, los conceptos básicos relativos a la lectura entendida en un sentido amplio: diferentes códigos (verbales, visuales, sonoros y audiovisuales), fuentes de información y tratamientos de la misma, etc.; *la educación con los medios*, pues el currículo insiste en la adquisición de procedimientos como la lectura crítica y comprensiva de mensajes *massmediáticos* y, por último, *la educación ante los medios*, pues el currículo señala la necesidad de desarrollar determinados valores en relación con la abundancia de información que ofrece nuestra sociedad.

Este nuevo enfoque incorpora, por primera vez en nuestro país, los aspectos extralingüísticos de la comunicación, como asimismo los aspectos propios de la comunicación

mediática, los cuales habían sido ignorados sistemáticamente en todas las anteriores propuestas educacionales. Tratar de incorporar al aula los elementos propios de la vida cotidiana de los estudiantes, es decir, sus aficiones y el conocimiento que tienen de los productos de la cultura de masas con objeto de desarrollar sus habilidades comunicativas, su capacidad crítica y su propia identidad es una propuesta atrayente, realista y –al parecer– lógica si se considera que vivimos en un mundo mediático.

2. LOS MENSAJES MASSMEDIÁTICOS EN EL AULA

Según Carlos Lomas (1993), se debe desarrollar la *competencia comunicativa* de los usuarios de la comunicación audiovisual creando desde el aula sistemas de inmunidad frente a las estrategias de convicción y persuasión que contienen textos iconoverbales como los concursos televisivos, los anuncios publicitarios, los álbumes de historietas, las teleseries o los *videojuegos*, cuya intención no es otra que estimular un conjunto de connotaciones estereotipadas de goce, evasión, poder o sumisión que actúen a la postre como referente ideológico ante las “tribus” infantiles y adolescentes que habitan en las salas de clases. De ahí, según Lomas, la conveniencia de abordar en el aula de lengua el análisis de las estrategias discursivas de la comunicación audiovisual y de impulsar desde tempranas edades un aprendizaje comprensivo y metacomunicativo de los códigos de la comunicación de masas y del uso que de esos códigos se hace en sus contextos culturales de recepción y producción.

Dentro del mismo contexto, Joan Ferrés –basándose en las ideas de Debord (1967)– habla del concepto *cultura del espectáculo* para referirse a la cultura popular que convive con la cultura oficial. Estas dos culturas en algunos casos se potencian o se complementan, mientras que en otros se contraponen, pero la mayor parte de los ciudadanos, sobre todo los más jóvenes, están más expuestos a la cultura del espectáculo que a la cultura oficial y, más importante aún, los seduce mucho más. Según Ferrés, puede que algunos profesores no hayan considerado este punto, mientras que a otros puede que les produzca sensación de fracaso y dificultad; otros, rechazan la fórmula por no estar de acuerdo con la premisa en la que se sustenta. Puede que otros estén de acuerdo en la existencia de dicha cultura, pero nieguen que esta realidad tenga que influir en el proceso educativo, como no sea para contrarrestar sus “*perniciosos efectos*” (Ferrés, 2000). Quizás, en algunos casos, el fracaso escolar se deba a la incapacidad de la escuela de tender puentes con la cultura popular y con los intereses y capacidades de las nuevas generaciones.

Por otra parte, el hecho de crecer en una iconosfera lleva a las nuevas generaciones a desarrollar unos procesos mentales distintos de los que desarrollaron los que nacieron y crecieron en la galaxia de Gutenberg. Ferrés agrega que procedemos de una cultura de lo lineal, pero vivimos en una cultura de lo global, de lo simultáneo. La cultura mosaico provoca, por otra parte, el analfabetismo funcional, la escasa comprensión de lectura, un bajo dominio de la ortografía y un escaso desarrollo del cálculo mental. Ante esta situación, la escuela debe plantearse algunos puntos de referencia sobre los cuales desarrolle la labor didáctica que incluya a los medios tecnológicos pero que, a su vez, aminore los aspectos negativos de su propio uso. Por ello conviene citar a Ángel San Martín (1995) que sostiene que:

- a) El profesorado se siente sobrepasado por tales tecnologías y no sabe cómo insertarlas con sentido propio en los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- b) Los escolares llegan a las aulas con una rica acumulación de experiencias de aprendizaje espontáneo derivados del consumo continuado de las mismas.

- c) Cierta grado de incompatibilidad en los códigos discursivos de la escuela y las tecnologías de la información.
- d) Disparos y a veces contradictorios posicionamientos, tanto profesionales como sociales, respecto al valor cultural de la oferta de la escuela y de las tecnologías.

Vivimos, según Joan Ferrés, la tercera gran crisis de la educación en la historia occidental: la primera tuvo lugar en la Grecia del siglo V a.C. cuando Atenas pasa de la cultura oral a la cultura escrita; la segunda, en la Europa del siglo XVI al aparecer la imprenta y la tercera corresponde a la era actual que se produce como consecuencia de la revolución electrónica, sobre todo a partir de la invención de la televisión. Por su parte, Ferrés (1995) sostiene que la enseñanza significativa supone que todo aprendizaje se edifica sobre conocimientos o aprendizajes previos, por lo que no se puede concebir sin la integración de la televisión, ya que una buena parte de los conocimientos de las nuevas generaciones proviene de la pequeña pantalla, de la misma manera que sus intereses están condicionados por la oferta televisiva. La televisión, por ende, pide un espacio en el aula, pues la escuela vive anclada en la cultura del libro, en donde los profesores recurren al discurso cerrado, a la lección magistral. Por tal motivo, a éstos les cuesta adecuarse a la estructura de la cultura audiovisual, propia de la cultura mosaico (según el concepto propuesto por Abraham Moles), hecha de fragmentos dispersos que es preciso compaginar y recomponer en la mente del espectador. Desde esta perspectiva, pareciera que la asignatura ha perdido su tradicional objetivo, la enseñanza de la lengua y literatura, pero en rigor debe entenderse que la propuesta intenta reforzar tales objetivos, sólo que a través de nuevas estrategias.

Los especialistas sostienen que la televisión transforma los hábitos perceptivos de los espectadores al crear la necesidad de una hiperestimulación sensorial, pues —como sucede en varias especies animales— el movimiento capta la atención y, por ende, atrapa la mirada humana. Estos antecedentes deberían ser atendidos por profesores y padres, pues una de las manifestaciones más evidentes de la modificación de las experiencias perceptivas por parte de la televisión es precisamente la multiplicación de los estímulos visuales y auditivos. Los mensajes televisivos se caracterizan por su ritmo cada vez más rápido, por la aceleración cada vez mayor en la sucesión de los planos; por ello, cuando el espectador se va habituando a ese ritmo, necesita el movimiento, por lo que si no hay cambio es aburrido. En los años 40 y 50 la duración media de cada plano era de entre los doce y quince segundos, mientras los actuales dibujos animados japoneses la duración media de un plano es ya de 3,5 segundos. Respecto de la cadena MTV, con 231 millones de abonados en 75 países, se define por su tratamiento “juvenil” de la imagen: ningún plano dura más de 5 segundos (Ferrés, 1998). Por otra parte, los educadores también deberíamos tener en cuenta que la lectura y la televisión no son prácticas opuestas, sino que complementarias, pero que obedecen a parámetros comunicativos absolutamente diferentes y activan procesos mentales diversos: el universo del televidente es dinámico, mientras que el del lector es estático; la televisión privilegia la gratificación sensorial, visual y auditiva, mientras que el libro privilegia la reflexión. La lectura potencia la capacidad de pensamiento lógico, lineal y secuencial, mientras que la imagen potencia el pensamiento visual, intuitivo y global; la lectura favorece la capacidad de distanciarse de los signos; la imagen favorece la implicación emotiva de los signos (Ferrés, 1988:31).

3. UNA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS MEDIOS: UNA EVALUACIÓN EN TERRENO

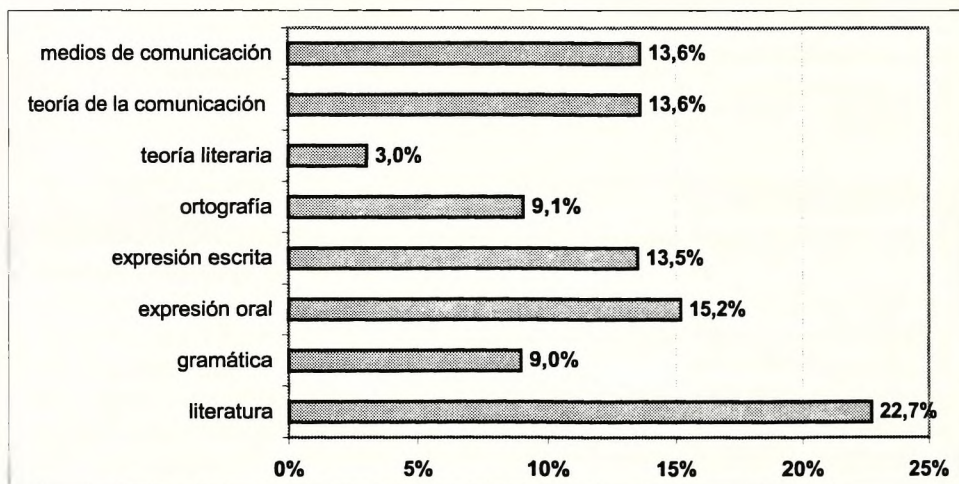
A pesar de lo anteriormente expuesto, los profesores no conocemos e incluso a veces ni sospechamos cuáles son las aficiones mediáticas de nuestros alumnos, por lo cual durante

el año 2002 se llevó a cabo un proyecto auspiciado por la Dirección de Investigación de la UMCE, *Nuevos paradigmas culturales en el subsector Lengua Castellana y Comunicación: la cultura de masas y la competencia comunicativa en E.M.*, que intenta medir los hábitos de consumo y las percepciones respecto de los *mass media* que poseen los estudiantes de Enseñanza Media de la Región Metropolitana, como asimismo sus percepciones frente a los nuevos programas del subsector Lengua Castellana y Comunicación como una manera de conocer en terreno una realidad que todavía no resulta demasiado evidente para muchos profesores de nuestro sistema educacional. Dentro de este contexto, las propuestas pedagógicas que puedan aplicarse tendrán una sólida base, si no de conocimiento, al menos de diagnóstico respecto del tema que se pretende investigar. Se trata de una investigación en terreno aplicada en establecimientos de 12 comunas urbanas y 3 suburbanas de la Región Metropolitana que aborda diversos aspectos tales como música, cine, internet, lectura, etc., pero además de lo anterior, es posible presentar algunas tendencias que nos permiten *evaluar* el estado actual de la educación *massmediática* desde la perspectiva de los profesores y de los alumnos. A continuación se presentan algunos datos arrojados por dicha investigación.

3.1 LA VISIÓN DE LOS PROFESORES

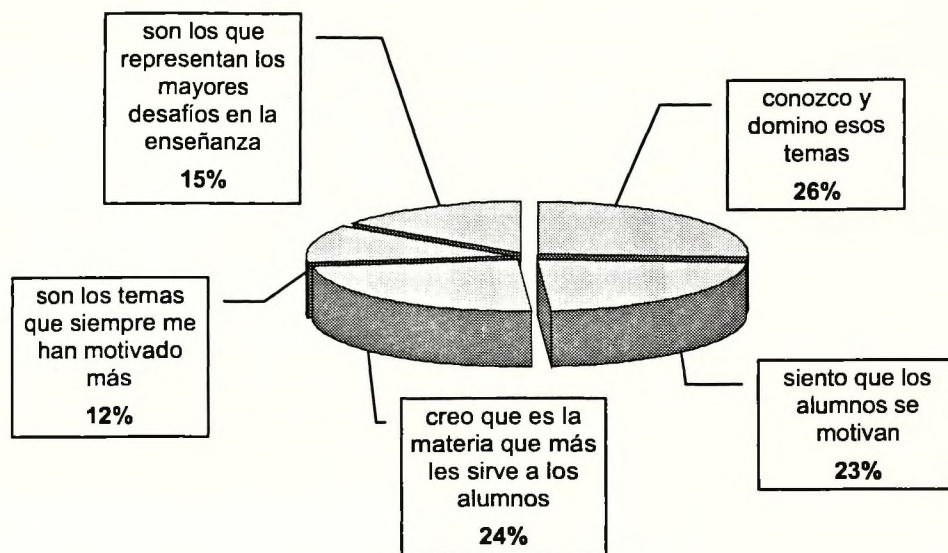
Una de las etapas de la investigación fue indagar acerca de la opinión de los profesores frente a los nuevos paradigmas culturales que afectan al subsector Lengua Castellana y Comunicación y se consideró la opinión de profesores de más de quince comunas de la Región Metropolitana, titulados de distintas universidades del país.

- 1) ¿Cuáles son los contenidos de Lengua Castellana y Comunicación que usted desarrolla con más entusiasmo?

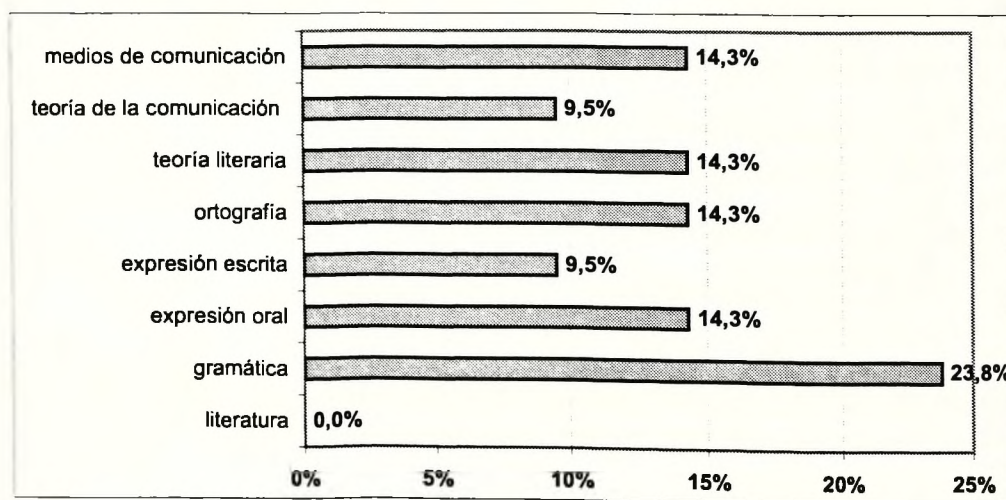


Es indudable que la literatura constituye el contenido con el cual los profesores se sienten más cómodos, debido a que –por lo general– los planes de estudios de Pedagogía en Castellano suelen tener un porcentaje mayor de asignaturas dedicadas al estudio literario, pero además resulta más fácil por cuanto su enseñanza en el sistema escolar no requiere necesariamente preparación de material, al igual que *expresión oral* que le sigue en términos porcentuales.

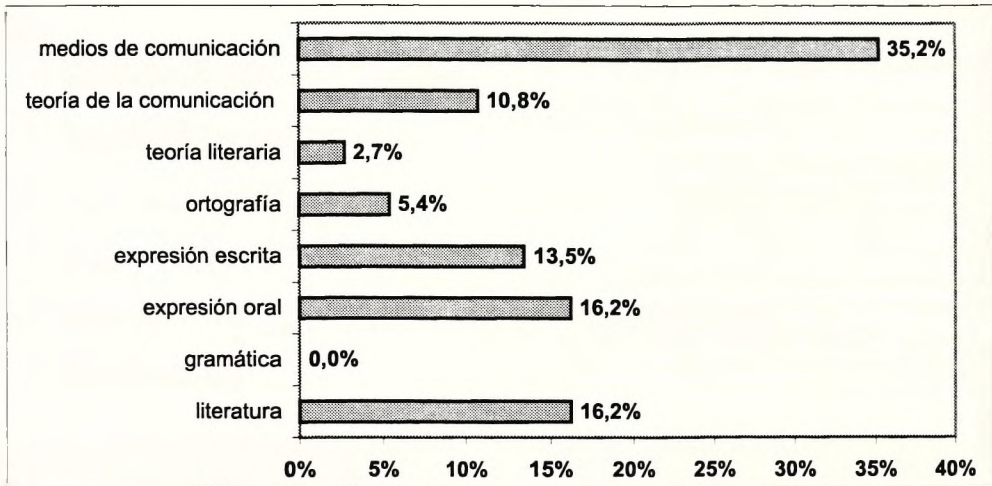
2) ¿Cuál es la razón del entusiasmo ante esos temas?



3) ¿Cuáles son los contenidos de Lengua Castellana y Comunicación en los que usted encuentra **mayor dificultad** al momento de desarrollarlos, considerando su propia preparación frente a los temas:



- 4) ¿Cuáles son los contenidos donde usted observa mayor receptividad por parte de los alumnos?



- 5) ¿A qué cree usted que se deba tal receptividad?

RAZONES	%
a que obtiene mejores notas	11,5
a que les cuesta menos	15,4
a que se sienten más motivados	42,3
a que sienten que esos contenidos tienen cierta aplicación en el futuro	26,9
a que en esos contenidos el material pedagógico que usted usa es más completo	3,8
TOTAL	100,0

En este caso, los profesores sostienen mayoritariamente que sus alumnos son más receptivos ante el tema de los medios de comunicación (publicidad, cine, cómics, etc.), debido a que, indudablemente, estos temas constituyen la realidad inmediata de los adolescentes, pero también resulta relevante que *literatura* y *expresión escrita* son los temas que obtienen los porcentajes inmediatamente más altos (ambos con 16,2%); sin embargo, corresponde sólo a la mitad del obtenido por *medios de comunicación* (35,2%). Para los profesores, el tema mediático es, lejos, el que más motiva a los alumnos, además de ser contenidos que podrán aplicar en el futuro, a pesar de que los materiales pedagógicos usados por los docentes no son los más adecuados.

Ante la pregunta si *aborda contenidos relacionados con los medios de comunicación*, el 100% de los profesores sostuvo que **sí**, y ante la pregunta siguiente, *cuáles contenidos*, las respuestas más reiteradas fueron: **prensa, lenguaje periodístico, géneros periodísticos, cine y televisión, publicidad, cómics y medios de comunicación social**. Se puede apreciar que los géneros periodísticos se relacionan con los contenidos tradicionales de la asignatura Castellano, tales como comprensión de textos, redacción, etc., por lo cual resulta fácil y adecuado para los docentes.

- 6) ¿Qué dificultades encuentra al momento de desarrollar temas relacionados con la comunicación y los medios de comunicación?

6. ¿Qué dificultades encuentra al momento de desarrollar temas relacionados con la comunicación y los medios de comunicación?	%
falta de recursos audiovisuales en el establecimiento	18,5
desconocimiento por parte de la dirección del establecimiento respecto de las nuevas metodologías (cree que usted no está "pasando materia")	3,7
los alumnos piensan que sus actividades no se ciñen a los contenidos tradicionales de la asignatura	14,8
carece de material didáctico adecuado (como libros, propuestas metodológicas concretas, etc.) para desarrollar los contenidos de comunicación y medios de comunicación	25,9
usted nunca antes se había preocupado de temas tales como cómics, publicidad, videojuegos, japoanimación, etc.	14,8
en su preparación docente muy pocas veces se desarrollaron temas relacionados con la comunicación, los medios de comunicación o los distintos tipos de códigos	22,2
TOTAL	100,0

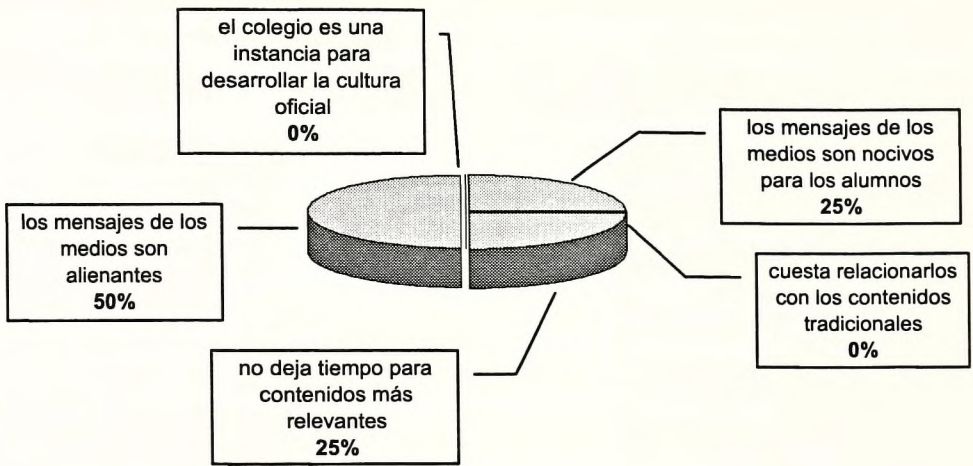
En este caso, ante la pregunta directa respecto de las dificultades que representan los nuevos contenidos de comunicación y los medios, puede observarse que los profesores mayoritariamente se inclinan por la alternativa *carece de material didáctico adecuado* (25,9%) e inmediatamente después porque *en su preparación docente pocas veces se desarrollaron temas relativos a la comunicación y los medios* (22,2%). Estos porcentajes llaman a reflexionar acerca de la formación docente de los futuros profesores de Lengua Castellana y Comunicación, quienes ya no sólo se desempeñan como "profesores de Castellano" en el sentido tradicional, sino que ahora es un profesor que no sólo debe tener conocimientos de teoría de la comunicación, sino que además de análisis semiótico de los medios. Por otra parte, la misma formación docente debería contemplar la exigencia actual del ejercicio docente que implica elaborar sus propios materiales pedagógicos que estén de acuerdo a la realidad de su establecimiento y de la comunidad. Estas dificultades, en todo caso, no implican rechazo de los profesores hacia los nuevos contenidos, tal como se verá en las siguientes preguntas, que en la encuesta se consignaba en dos ítemes: *aspectos positivos* y *aspectos negativos*. Los profesores podían marcar sólo positivos, sólo negativos o marcar alternativas de los dos ítemes. Los resultados fueron los siguientes:

- 7) Respecto de la incorporación de los nuevos contenidos de comunicación (cómics, publicidad, animación, etc.) incorporados a la clase de Castellano, usted opina que (puede mencionar sólo positivos o sólo negativos):

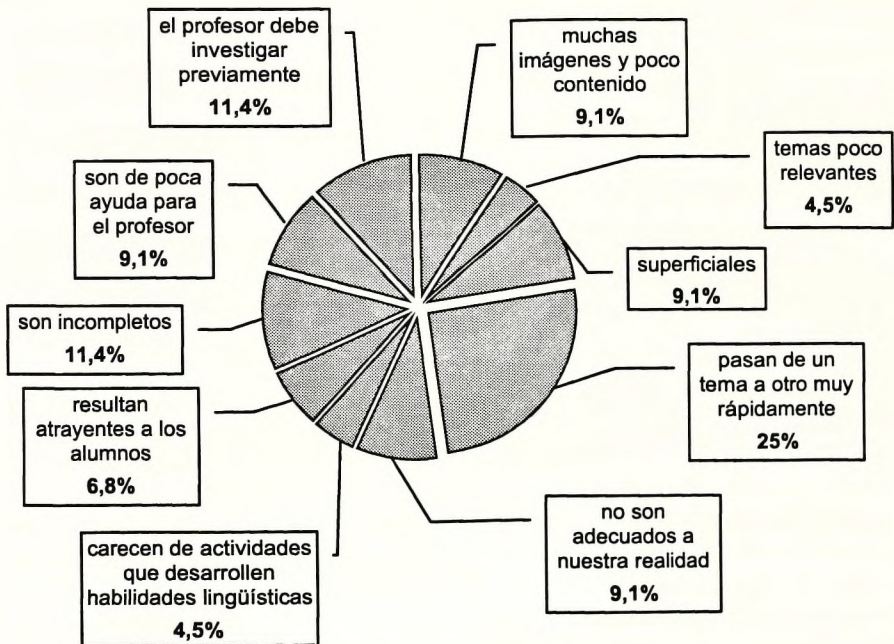
□ Aspectos positivos



□ Aspectos negativos



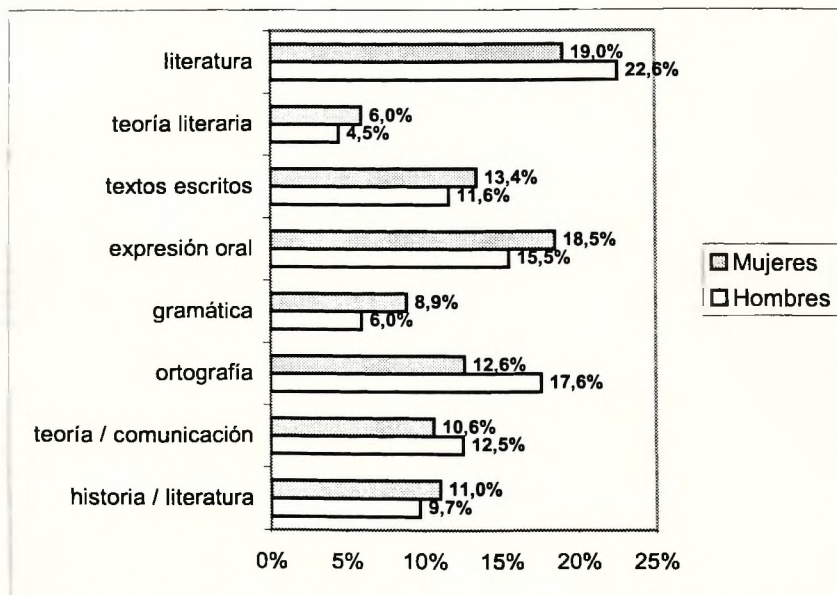
8) Su opinión respecto de los nuevos textos de estudio de Lengua Castellana y Comunicación es:



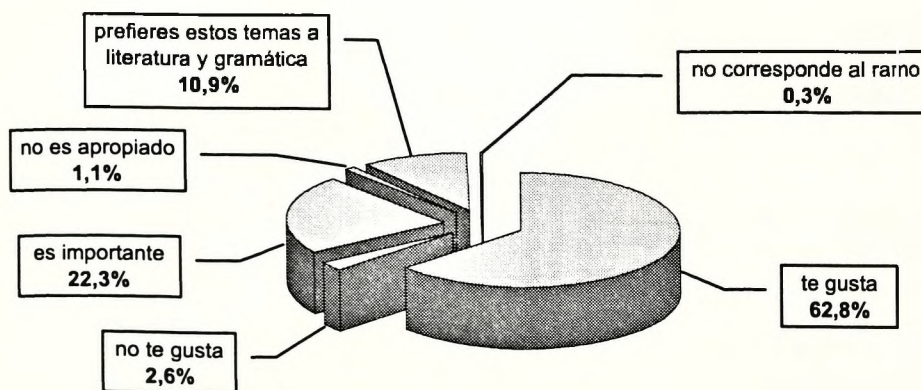
3.2 LA VISIÓN DE LOS ALUMNOS

En este punto sólo se mostrará la opinión de los alumnos frente al subsector Lengua Castellana y Comunicación obtenida a través de algunas preguntas específicas:

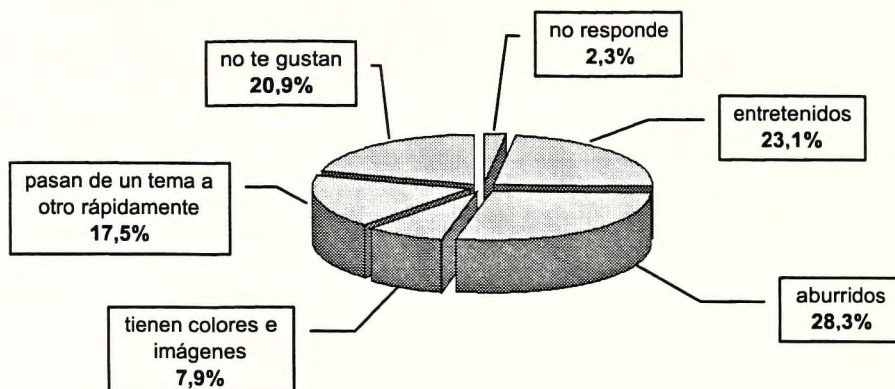
- 1) ¿Cuáles son los contenidos de la clase de Lengua Castellana y Comunicación *que más te agradan?*



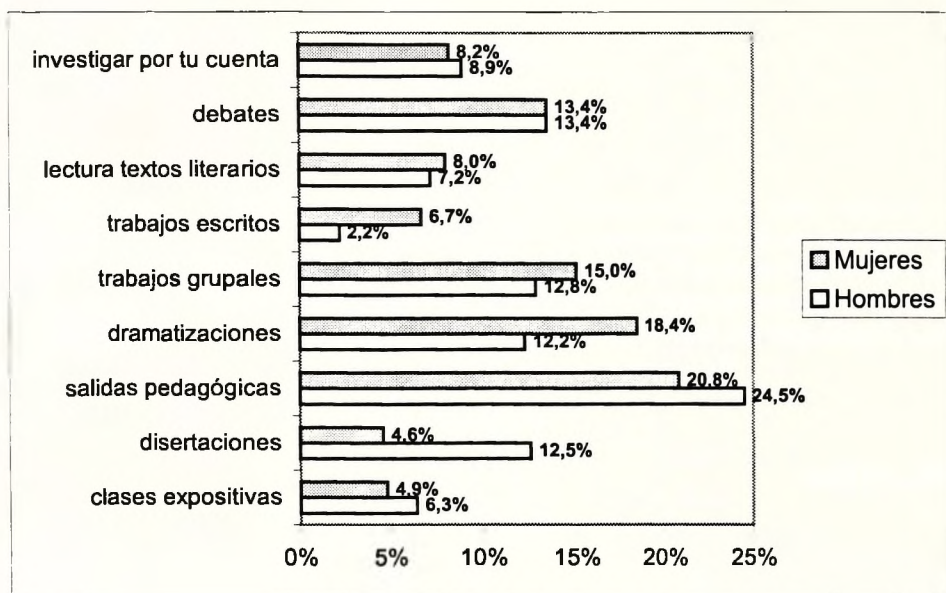
- 2) ¿Qué opinas de que en la clase de Castellano se incluyan temas de *publicidad, cómics o cine?*



3) ¿Qué opinas de los actuales libros de Lengua Castellana y Comunicación?

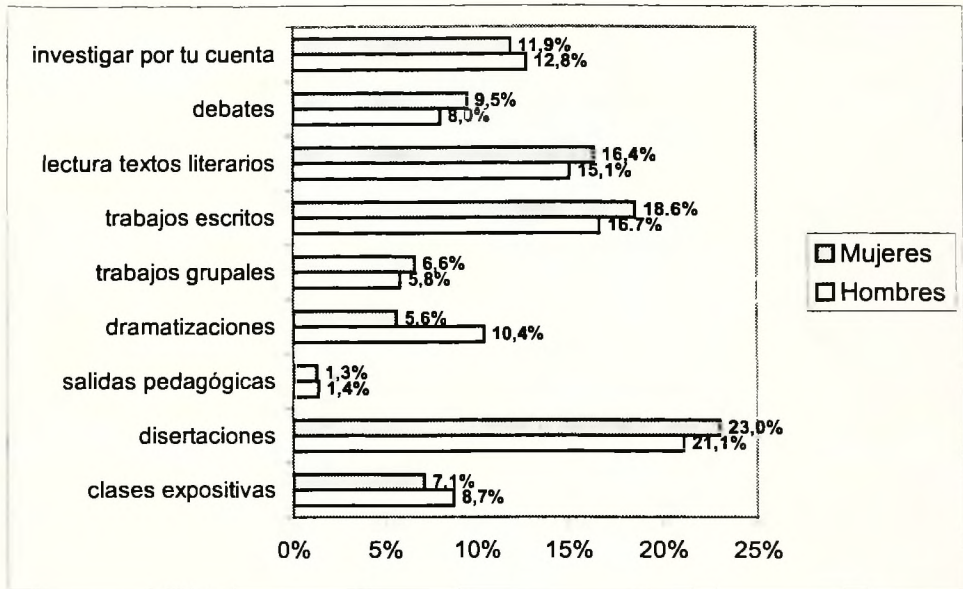


4) ¿Qué actividad es la que más te gusta en la clase de Lengua Castellana y Comunicación?



Los resultados son bastante similares en hombres y mujeres, excepto en “trabajos escritos”, donde sólo un 2,2% de las respuestas de los varones se inclinó por esta opción, mientras que sí lo hizo un 6,7% de las mujeres. Lo más destacado, en todo caso, es que la actividad que más les gusta a todos los estudiantes de Enseñanza Media son las salidas pedagógicas (23,2%), seguida de las dramatizaciones (14,3%), trabajos grupales (13,5%) y debates (13,4%). Sin embargo, son las mujeres las que presentan un mayor porcentaje de afición por las dramatizaciones, mientras que los hombres por las disertaciones, con una diferencia de 8 puntos porcentuales en relación a las mujeres. Los debates, en cambio, obtuvieron un 13,4%, idéntico para hombres y mujeres.

- 5) ¿Qué actividad es *la que menos te gusta* en la clase de Lengua Castellana y Comunicación?



En este caso, resulta evidente que la actividad que menos les gusta, tanto a hombres como a mujeres, son las disertaciones (21,8% general), seguida por los textos escritos (18,6% mujeres, 16,7% hombres y 17,4% general). En el caso de “investigar por tu cuenta”, son bastante similares los porcentajes en término de que les agrada (8,7% general) o les desagrada (12,4%), al igual que las clases expositivas (5,9% les agrada y 8,1% les desagrada).

CONCLUSIÓN

Los desafíos de la educación en un mundo mediático y globalizado tienen que ver con la incorporación de los diversos códigos como temas relevantes dentro de esta asignatura. Si a ello sumamos la innegable afición de los estudiantes hacia las animaciones, la televisión o los videojuegos, la educación deberá aceptar el hecho de que cada día se van modificando las percepciones de los alumnos que no sabemos aún cómo incidirán dentro de las conductas sociales y comunicativas de las futuras generaciones.

En el caso del subsector Lengua Castellana y Comunicación, la tarea consiste en que, sin abandonar el trabajo con el código lingüístico, los profesores podamos incorporar los nuevos paradigmas culturales, científicos y de entretenimiento que constituyen el entorno habitual de los estudiantes. Evaluar el valor de estos paradigmas dentro del aula y conocer la opinión de los alumnos constituirá una herramienta fundamental en las labores docentes de las próximas décadas, por lo que invito a los profesores a iniciar proyectos que contribuyan a un mejor conocimiento de la educación en un mundo massmediático.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernabeu Morón, Natalia** (1995): "La educación en materia de comunicación" en *Cuadernos de Pedagogía* N° 234, Barcelona, pp. 8-11.
- Debord, Guy** (1967): *La sociedad del espectáculo*.
- Eco, Umberto** (1999): *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen.
- Ferrés, Joan** (1998): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- Ferrés, Joan** (1995): "Estrategias para el uso de la televisión" en *Cuadernos de Pedagogía* N° 234, Barcelona, pp. 18-21.
- Lomas, Carlos** (ed.) (1994): *La enseñanza de la lengua y el aprendizaje de la comunicación*. Gijón, Trea.
- Lomas, C.; Osoro, A. y Tusón, A.** (1997): *Ciencias del lenguaje, competencia comunicativa y enseñanza de la lengua*. Barcelona, Paidós.
- San Martín, Ángel** (1995): "De la 'misericordia' del método a la 'grandeza' de las tecnologías" en *Hoy ya es mañana*. Sevilla, M.C.E.P. Cuadernos de Cooperación Educativa, pp. 75-94.