



MASTERPROF UMH
UNIVERSITAS Miguel Hernández

MÁSTER UNIVERSITARIO EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO
ESO Y BACHILLERATO, FP Y ENSEÑANZAS DE IDIOMAS

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Explorando el mundo a través de las palabras.

Alfabetización mediática y aprendizaje
de idiomas

Autor: Victoria Grau Vera

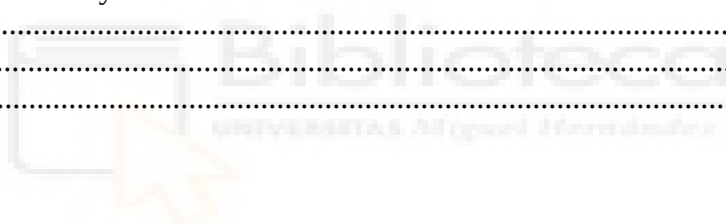
Especialidad: Lengua Castellana y Literatura

Tutor: Jose Alberto García Avilés

Curso académico: 2023-24

Índice

1. Resumen y palabras clave.....	2
1.1 Resumen.....	2
1.2 Abstract.....	2
2. Introducción.....	3
3. Revisión bibliográfica.....	4
3.1 Alfabetización Mediática.....	4
3.2 Aprendizaje de Idiomas.....	5
3.3 Beneficios de la Integración de la Alfabetización Mediática en el Aprendizaje de Idiomas.....	5
4. Análisis de medios y diferencias culturales en distintos medios informativos.....	6
4.1 Caso <i>The Little Mermaid</i>	7
4.1.1 Titular.....	8
4.1.2 Cuerpo.....	9
4.2 Caso nuevo álbum de Taylor Swift.....	10
4.2.1 Titular.....	11
4.2.2 Cuerpo.....	12
5. Proyecto.....	13
5.1 <i>Podcast</i> multilingüe.....	14
5.2 Debate multilingüe.....	17
5.3 Creación de titulares y noticias.....	18
6. Conclusiones.....	20
7. Referencias.....	21
8. Anexos.....	23



1. Resumen y palabras clave

1.1 Resumen

En la era digital, el acceso instantáneo a la información ha transformado nuestra forma de consumir y producir contenidos. Las nuevas tecnologías y medios de comunicación han generado una sobrecarga de información, a menudo sin control ni revisión, que, unido a las diferencias culturales de cada medio y sus propósitos, ha llevado a que corramos el riesgo de no analizar los mensajes críticamente. La alfabetización mediática se ha vuelto esencial para tener las habilidades necesarias para hacerlo. Además, en el aprendizaje de idiomas, integrar esta alfabetización mejora no solo las habilidades lingüísticas, sino también la comprensión cultural. Este proyecto busca implementar la alfabetización mediática entre los estudiantes mediante actividades. Se propone la creación de un *podcast* multilingüe, “Exploring the World” y la organización de debates para fomentar la expresión oral y el pensamiento crítico. En el aula, uniremos estos temas a la creación de titulares y noticias en clase. Estas actividades, integradas en un plan trimestral que aborda temas transversales como el cambio climático, las diferencias culturales y la salud mental.

Palabras clave: alfabetización mediática, aprendizaje idiomas, desinformación, nuevas tecnologías, pensamiento crítico, podcast, noticia, debate

1.2 Abstract

In the digital era, instant access to information has transformed the way we consume and produce content. New technologies and media have generated an overload of information, often without control or review, which, coupled with the cultural differences of each medium and its purposes, has led us to run the risk of not analyzing messages critically. Media literacy has become essential to have the necessary skills to do so. Moreover, in language learning, integrating media literacy improves not only language skills, but also cultural understanding. This project seeks to implement media literacy among students through activities. It proposes the creation of a multilingual podcast, “Exploring the World” and the organization of debates to encourage oral expression and critical thinking. In the classroom, we will link these topics to the creation of headlines and news stories in class. These activities, integrated into a quarterly plan that addresses cross-cutting themes such as climate change, cultural differences and mental health.

Keywords: media literacy, language learning, misinformation, new technologies, critical thinking, podcast, news, debate

2. Introducción

En los tiempos en los que nos encontramos, y más tras la pandemia del COVID 19, el fácil acceso a la información se ha convertido en un compañero más de la vida diaria, algo que nos acompaña y tenemos a nuestro alcance en un instante o, mejor dicho, en un *click*. Y ya sin necesidad de si siquiera hacer *click*. El *boom* de los nuevos medios de comunicación y la presencia de las nuevas tecnologías han transformado radicalmente la forma en que consumimos y producimos información e, incluso, la manera en la que nos comunicamos e interactuamos. Estamos inmersos en un flujo inconsciente y constante de información a través de nuestras pantallas.

En este contexto de bombardeo informacional, la alfabetización mediática debería convertirse en una herramienta imprescindible para entender los mensajes que nos llegan de manera crítica. A este bombardeo inconsciente se ha sumado la velocidad con la que se difunden los contenidos y el resultado es, tal y como dice Cornella (2004), un elevado riesgo a la “infoxicación”, es decir, multitud de información llegándonos día a día y de la que nos cuesta encontrar un orden. La prensa y los informativos de televisión están perdiendo seguidores y las redes sociales e Internet pasan a ser la principal fuente de información (García, 2017). Este fenómeno no sólo afecta a los adultos, sino también a jóvenes y, especialmente, a adolescentes. Desde noticias falsas hasta contenido viral sin fundamento, los adolescentes están expuestos a una saturación de información y desinformación (Rodríguez, 2019). La desinformación puede llevar a cabo mediante muchas maneras, como la manipulación del lenguaje, el retoque digital de las imágenes y mediante información engañosa intencionada (García-Avilés, 2009).

Y ahora surge la gran pregunta: ¿Están los adolescentes preparados para saber llevar la sobrecarga de información y la desinformación? Muchos autores han opinado al respecto. Según Buckingham (2007), esta exposición masiva a menudo no se traduce en una comprensión crítica de los mensajes mediáticos. Hobbs (2010), por su lado, afirma que los jóvenes pueden ser más hábiles en el uso de la tecnología, pero esto no garantiza un pensamiento crítico sobre ellos. De hecho, Ferrés (2012) propone revisar los parámetros desde los que se ha de impartir la educación mediática y ofrece algunos criterios que deberían tenerse en cuenta para definir esta nueva competencia mediática. Además, García-Avilés et al. (2023), subrayan que los alumnos sean conscientes de la importancia de verificar la información y verificar siempre las fuentes. Por tanto, debemos enseñar a los jóvenes a entender de forma crítica los mensajes que reciben, y aquí es donde entra en juego la alfabetización mediática.

Ahora bien, si hablamos del aprendizaje de idiomas, ¿cómo puede ayudarnos la alfabetización mediática?

Creemos que integrar la alfabetización mediática en la enseñanza de idiomas se puede convertir en un aliado indispensable para ayudar a los estudiantes. Ayudaría no solo en el dominio lingüístico, sino también en el análisis crítico de mensajes mediáticos en diferentes idiomas y la comprensión de las diferencias culturales que subyacen en ellos. El aprendizaje de idiomas ya no se basa en simplemente aprender a hablarlo y escribirlo a través de una metodología tradicional, ahora aprender un idioma es comprenderlo desde

dentro. En este sentido, la alfabetización mediática puede hacer que vaya más allá del desarrollo de habilidades lingüísticas básicas, involucrando a los estudiantes en el análisis crítico de los mensajes mediáticos y fomentando una comprensión más profunda de la cultura y la sociedad de la lengua objetivo (Buckingham, 2007).

El propósito de este trabajo de fin de máster es explorar cómo la alfabetización mediática puede integrarse de manera efectiva en la enseñanza de idiomas con el fin de desarrollar habilidades en los estudiantes para que puedan evaluar críticamente mensajes mediáticos en distintos idiomas y reconocer las diferencias culturales inherentes a ellos.

3. Revisión bibliográfica

La integración de la alfabetización mediática en el aprendizaje de idiomas busca potenciar las habilidades lingüísticas y comunicativas de los estudiantes en un mundo cada vez más mediático, multicultural y accesible. El marco teórico del presente trabajo aborda la situación de la alfabetización mediática en el aprendizaje de idiomas para después pasar a ponerlo en práctica.

3.1 Alfabetización Mediática

Se podría definir “alfabetismo” como la capacidad de leer y escribir. Por su parte, “alfabetismo en medios e información” podría definirse como la habilidad para utilizar correctamente los diversos tipos de medios de comunicación. Por tanto, se podría decir la alfabetización mediática es el conjunto de competencias que permiten a una persona acceder a los medios y analizar su contenido de forma crítica (DK Akademie, 2018).

Fedorov (2016) afirma, además, que puede ser definida como el proceso de desarrollo de la personalidad influida por los medios, que influyen en el desarrollo de habilidades creativas y comunicativas, el pensamiento crítico y la percepción, análisis y evaluación de material mediático. Según él, la alfabetización mediática, como resultado de este proceso, permite, por tanto, que una persona pueda hacer uso activo de sus oportunidades en el campo de la información proporcionadas por los principales canales de comunicación como la televisión, la radio, el cine, la prensa e Internet. Ferrés (2012), además, afirma que comprende varias dimensiones interrelacionadas, que incluyen la comprensión de los medios, la expresión mediática, la evaluación crítica y la participación ciudadana.

La situación actual de la alfabetización mediática entre los jóvenes ha experimentado un cambio significativo en el contexto de la pandemia de COVID-19. Todas estas transformaciones se manifiestan en las prácticas mediáticas y promueven nuevos aprendizajes que involucran aspectos técnicos, sociales, semióticos, estéticos, y éticos (Buckingham, 2007). Con la acelerada adopción de las nuevas tecnologías y la llegada masiva de información constante, los jóvenes se enfrentan a un panorama mediático cada vez más complejo y desafiante. Sin embargo, tener mucha información al alcance de nuestra mano no implica que sepan utilizarla. Según una investigación realizada por la Universidad Carlos III de Madrid en 2020, la mitad de los estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria no es capaz de distinguir las *fake news* o un titular falso frente a otro verdadero sobre la misma noticia (UC3M, 2020). De hecho, según este estudio, casi

el 60% de los estudiantes cree saber distinguir entre una noticia verdadera y una falsa, pero cuando llegó la hora de la verdad no supieron hacerlo. Les pusieron dos titulares verdaderos y dos falsos y el 50,21% acertaron y el 49,79% no.

Como afirma Marián Alonso-González en 2021, los hábitos de lectura se han cambiado, ahora nos basamos en las palabras clave y realizamos una lectura no lineal y selectiva, lo que conlleva que asimilemos menos los contenidos, creyéndonos, incluso, que hemos leído algo cuando solo hemos «hecho click». Llegados a este punto, no solo importan los titulares, sino también las noticias. ¿Qué leemos? Ahora mismo estamos en un contexto en el que triunfan las llamadas *soft news*, o noticias superficiales, noticias sobre celebridades, interés humano, deporte y todas las noticias de entretenimiento, es decir, noticias con un mejor rigor informativo. Por su lado, las *hard news*, aquellas más objetivas y de interés general (González-Esteban y García-Avilés, 2018).

3.2 Aprendizaje de Idiomas

En un mundo cada vez más globalizado el aprendizaje de idiomas se ha convertido en una asignatura casi tan indispensable como saber sumar o restar. Los desplazamientos y los intercambios entre todo tipo de lugares se ha acelerado mucho, así que la importancia de las lenguas extranjeras ya no es un lujo sino una necesidad (Nomo, 2022). Permite a las personas conectarse con culturas diferentes, ampliar sus oportunidades laborales y desarrollar una comprensión más profunda del mundo que los rodea. Además, aprender un nuevo idioma puede potenciar habilidades cognitivas como la toma de decisiones, la multitarea, la creatividad o el control de la atención (Schoos, s.f.).

Este nuevo contexto comunicativo constituye un desafío permanente para poder comunicar e integrarse con más facilidad en el mundo socio-profesional, intelectual, político y económico debido a la con la irrupción de los nuevos medios y redes de comunicación (Nomo, 2022). Y, es por ello, que las nuevas tecnologías se han convertido en algo fundamental para dicho aprendizaje, que ha pasado de pasivo a activo en los últimos años (Elaish et al., 2023).

Aprendemos idiomas para comunicarnos con otras personas y culturas. La comunicación, a su vez, depende del conocimiento compartido del mundo que tienen los hablantes y todos tenemos en común universales humanos que caracterizamos por nuestras propias culturas, haciendo que cada una de estas adquiera un valor específico y único (González di Pierro, 2012). El contexto del aprendizaje de las lenguas extranjeras no sólo toma en cuenta los elementos constitutivos de la lengua que se aprende, sino que es indispensable tener en cuenta el contexto social (Ussa, 2011).

3.3 Beneficios de la Integración de la Alfabetización Mediática en el Aprendizaje de Idiomas

Integrar la alfabetización mediática en este proceso puede ofrecer multitud de beneficios. Según David Nunan (2003), la exposición a una variedad de materiales mediáticos, como programas de televisión, películas, música, redes sociales y noticias internacionales,

proporciona a los estudiantes oportunidades auténticas de interactuar con el idioma en contextos reales. Esta exposición real e interactiva aumenta la motivación en la lengua meta.

Según Leralta (2009), aunque los textos de los medios de comunicación, independientemente del objetivo para el que fueron concebidos, se empleen en clase como referentes culturales y lingüísticos, es el estudiante el que le atribuye su credibilidad. Por ello, es necesario que los docentes tengan competencias mediáticas para transmitir sus conocimientos a los alumnos y que los alumnos adquieran las herramientas necesarias para usar dicho texto para contrarrestar los potenciales efectos perjudiciales (contaminación léxica y uso gramatical fuera de la norma, formación de opiniones estereotipadas sobre la imagen sociocultural del país de la lengua extranjera, etc.). De esta forma, se contribuiría al desarrollo de la competencia comunicativa global del individuo de la sociedad de la información.

La integración de la alfabetización mediática puede aumentar la motivación y el compromiso de los estudiantes con el aprendizaje de idiomas al hacer que el proceso sea más ameno y significativo a partes iguales. Según Dörnyei (2001), la motivación es un factor fundamental en el aprendizaje de idiomas e influye positivamente en su éxito. Si utilizan medios de comunicación que son relevantes para sus intereses, los docentes pueden aumentar su motivación y compromiso. Como afirman Álvarez y Rojas (2021), en el aprendizaje de un idioma existen aspectos intrínsecos y extrínsecos que inciden en él y determinan la actitud y aptitud. Dividen la motivación entre intrínseca y extrínseca. Respecto a la motivación intrínseca, la definen como el estímulo interno que tiene una persona que proviene del deseo que este produce en su psiquis. Según ellos, dicho estímulo despierta el interés hacia al aprendizaje de un idioma, porque lo relaciona con ese deseo interno que lo establece como una meta personal. Por su lado, la motivación extrínseca tiene que ver con factores externos que determinan el interés hacia el aprendizaje de este idioma, como una recompensa.

4. Análisis de medios y diferencias culturales en distintos medios informativos

Los medios de comunicación nos proporcionan noticias a diario. A pesar de que podamos pensar que, tras la globalización, la forma en que las noticias son presentadas y percibidas debería ser bastante uniforme, varía significativamente entre diferentes culturas. Es importante tener en cuenta que los medios no son entidades neutrales, sino que actúan según una serie de factores que incluyen la cultura, la política, la economía y los propios beneficios (Chomsky, 1990).

En este contexto, debemos tener las herramientas necesarias para analizar los medios y así poder comprender cómo se construyen y transmiten los mensajes a través de diferentes plataformas mediáticas y según culturas (Fedorov, 2016). Si tenemos en cuenta estas afirmaciones, el análisis de los medios nos permite examinar críticamente cómo se llevan a cabo determinadas narrativas, enfoques y puntos de vista, así como identificar las diferencias culturales que influyen en la producción y recepción de mensajes mediáticos.

Una de las principales características de los adolescentes actualmente es la rapidez de lectura, sus hábitos han cambiado (Alonso-González, 2021). A esto se suma también una pérdida de interés por la veracidad de las noticias (Fernández, 2017), ya no hacen *click* para informarse, sino porque el titular les ha llamado la atención.

En este apartado exploraremos la manera de comunicar, el lenguaje y la estructura de dos noticias, analizando así cómo puede variar un mensaje según cuente qué y para qué. De esta forma, veremos por qué la alfabetización mediática es crucial para entender, analizar y evaluar de manera crítica los cuerpos de las noticias (González, 2019).

A continuación, analizaremos la noticia en diferentes medios de comunicación de habla inglesa y España. Hemos escogido BBC News, The Guardian, El País, The New York Times y The Sydney Morning Herald.

BBC

- Sede: Londres, Reino Unido.
- Amplia cobertura global, eventos importantes en todo el mundo.

The Guardian

- Sede: Londres, Reino Unido.
- Compromiso con el periodismo de investigación, a exposición de temas de interés público.

El País

- Sede: Madrid, España.
- Principal diario en lengua española con influencia significativa en el ámbito hispanohablante. Amplia cobertura internacional, especialmente enfocada en América Latina y Europa.

NPR

- Sede: Washington D.C, Estados Unidos.
- Conocida por su programación de radio y sus servicios de noticias.

NBC News

- Sede: Nueva York, Estados Unidos
- Reconocida por su cobertura exhaustiva de eventos nacionales e internacionales y por su compromiso con el periodismo de calidad y la objetividad

4.1 Caso *The Little Mermaid*

BBC

- Link a la noticia: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-48864419>
- Fecha: 4 de julio de 2019

The Guardian

- Link a la noticia: <https://www.theguardian.com/film/2019/jul/04/us-singer-halle-bailey-cast-as-ariel-in-disneys-live-action-remake-of-the-little-mermaid>
- Fecha: 4 de julio de 2019

El País

- Link a la noticia: https://elpais.com/elpais/2019/07/04/gente/1562226573_784757.html?event=go&event_log=go&prod=SUSDIG&o=susdig
- Fecha: 4 de julio de 2019

NPR

- Link a la noticia: <https://www.npr.org/2019/07/09/739950750/disney-cable-channel-defends-casting-black-actress-as-new-little-mermaid>
- Fecha: 9 de julio de 2019

NBC News

- Link a la noticia: <https://www.nbcnews.com/think/opinion/new-little-mermaid-halle-bailey-disney-s-second-black-princess-ncna1026901>
- Fecha: 5 de julio de 2019

4.1.1 Titular

BBC	The Guardian	El País	NPR	NBC News
Halle Bailey: Disney announces singer to play Little Mermaid	US singer Halle Bailey cast as Ariel in Disney's live-action remake of The Little Mermaid	Disney rompe reglas y elige a la actriz negra Halle Bailey como 'La Sirenita'	Disney Cable Channel Defends Casting Black Actress As New 'Little Mermaid'	The new 'Little Mermaid,' Halle Bailey, is Disney's second Black princess. Her casting is real magic to some girls.

1. Halle Bailey: Disney announces singer to play Little Mermaid

- Enfoque: Informativo y directo.
- Tono: Neutral.
- Mensaje: Simplemente comunica que Disney ha anunciado que Halle Bailey interpretará a Ariel en "La Sirenita".
- No ofrece opiniones ni destaca controversias.

2. US singer Halle Bailey cast as Ariel in Disney's live-action remake of The Little Mermaid

- Enfoque: Informativo y con detalles.
- Tono: Neutral.

- Mensaje: Tiene una particularidad, especifica la nacionalidad de la actriz, que es estadounidense.
- Utiliza el término *live-action* para especificar el objetivo de la película.

3. Disney rompe reglas y elige a la actriz negra Halle Bailey como 'La Sirenita'

- Enfoque: Polémico.
- Tono: Provocador.
- Mensaje: Destaca el hecho de que Halle Bailey es una actriz negra y por eso Disney rompe tradiciones.
- Enfoca su mensaje en la raza de la actriz, insinuando que esta elección será controvertida.

4. Disney Cable Channel Defends Casting Black Actress As New 'Little Mermaid'

- Enfoque: Polémico.
- Tono: Provocador.
- Mensaje: Ya deja ver que Disney ha recibido críticas y tiene que defender su decisión.
- Ya reconoce una polémica previa.

5. The new 'Little Mermaid,' Halle Bailey, is Disney's second Black princess. Her casting is real magic to some girls.

- Enfoque: Informativo y positivo.
- Tono: Emocional y positivo.
- Mensaje: Nombra que la actriz es negra pero se centra en el lado positivo de su elección.
- Menciona que es la segunda princesa negra de Disney, lo que subraya los avances respecto a la inclusión racial.

Como se observa, según qué medio cuenta qué, el titular difiere. El tono cambia según el medio y algunos titulares se centran en unos aspectos y otros en la controversia de la elección de la actriz. Algunos buscan simplemente informar, mientras que otros parecen diseñados para ganar *clicks*.

4.1.2 Cuerpo

Las cinco noticias escogidas sobre la elección Halle Bailey como Ariel en el *live-action* de "La Sirenita" ofrecen diferentes perspectivas y detalles.

1. BBC

Se centra en el anuncio oficial de Disney y las cualidades que se ven en ella. Sí que aborda brevemente la controversia en redes sociales sobre la elección de una actriz negra para el papel de Ariel, pero nombra comentarios tanto positivos como negativos.

2. The Guardian

Similar a la noticia de la BBC, se centra en el anuncio y las cualidades de Halle Bailey. Entran en la controversia pero destaca las reacciones positivas en Twitter, haciendo énfasis en la importancia y significado de tener una joven mujer negra en el papel de Ariel.

3. El País

En sintonía con el titular, mencionan críticas previas a Disney por falta de diversidad de personajes y destacan la sorpresa de que hayan hecho caso a las críticas. Destacan de ella no sólo su color de piel, sino también su trayectoria.

4. NPR

NPR se enfoca en la reacción negativa de ciertos sectores de internet, destacando el racismo y la controversia en torno al casting de una actriz negra como Ariel. Se centra en las críticas racistas y la defensa de Disney, tal y como adelanta en el titular.

Destaca de esta noticia el fuerte argumento de que pueden haber personas negras de nacionalidad danesa, como se supone que es Ariel.

5. NBC News

Critica las reacciones racistas ante la elección de la actriz que han surgido bajo el hastag #NotMyAriel y destaca la importancia de la representación y diversidad en el cine.

NPR y NBC News se centran más en la controversia racial y la reacción negativa en redes sociales, mientras que BBC y The Guardian mencionan la controversia pero se enfocan más en las cualidades de Bailey y las reacciones positivas.

El País, en cambio, habla de los esfuerzos de Disney por ampliar la diversidad de sus actores.

4.2 Caso nuevo álbum de Taylor Swift

BBC

- Link a la noticia: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-68846376>
- Fecha de publicación: 19 de abril de 2024

The Guardian

- Link a la noticia: <https://www.theguardian.com/music/2024/apr/19/taylor-swift-the-tortured-poets-department-new-album-is-about-a-reckless-kind-of-freedom-if-only-it-sounded-as-uninhibited>
- Fecha de publicación: 19 de abril de 2024

El País

- Link a la noticia: <https://elpais.com/cultura/2024-04-19/taylor-swift-lanza-su-11-album-the-tortured-poets-department-filtrado-dos-dias-antes-en-plena-gira-y-con-enorme-expectacion-y-secretismo.html>
- Fecha de publicación: 19 de abril de 2024

NPR

- Link a la noticia: <https://www.npr.org/2024/04/19/1245630721/taylor-swift-tortured-poets-department-review>

- Fecha de publicación: 19 de abril de 2024

NBC News

- Link a la noticia:
<https://www.nbcnews.com/pop-culture/pop-culture-news/live-blog/taylor-swift-album-tortured-poets-live-updates-rcna147489>
- Fecha de publicación: 19 de abril de 2024

4.2.1 Titular

BBC	The Guardian	El País	NPR	NBC News
Taylor Swift Tortured Poets Department review: Album finds star vulnerable but vicious	Taylor Swift's new album is about a reckless kind of freedom. If only it sounded as uninhibited	Taylor Swift da la sorpresa con 'The Tortured Poets Department', un doble álbum con 31 canciones filtrado dos días antes	Taylor Swift's 'Tortured Poets' is written in blood	Taylor Swift releases 'The Tortured Poets Department' double album ahead of Record Store Day: Highlights

1. Taylor Swift Tortured Poets Department review: Album finds star vulnerable but vicious

- Enfoque: Crítico.
- Tono: Juzgador.
- Mensaje: Define a la actriz como vulnerable pero agresiva.
- Sugiere que el álbum tiene una mezcla de emociones.

2. Taylor Swift's new album is about a reckless kind of freedom. If only it sounded as uninhibited

- Enfoque: Crítico.
- Tono: Crítico.
- Mensaje: Habla de que lo que ha salido no es lo que se pensaba que saldría.
- Señala que, aunque el álbum trata sobre la libertad temeraria, no logra transmitir esa sensación a través de su sonido.

3. Taylor Swift da la sorpresa con 'The Tortured Poets Department', un doble álbum con 31 canciones filtrado dos días antes

- Enfoque: Polémico e informativo.
- Tono: Sorpresa.
- Mensaje: Enfatiza el hecho de que el álbum fue filtrado antes de su estreno oficial.
- Enfoca su mensaje en que son 31 canciones para llamar la atención de los fans.

4. Taylor Swift's 'Tortured Poets' is written in blood

- Enfoque: Opinión.
- Tono: Metafórico.
- Mensaje: Usa la metáfora “escrito con sangre” para destacar que es un álbum muy intenso.
- Deja que ver el álbum muestra el sufrimiento de Taylor, quizás por desamor.

5. Taylor Swift releases 'The Tortured Poets Department' double album ahead of Record Store Day: Highlights.

- Enfoque: Informativo.
- Tono: Informativo y positivo.
- Mensaje: Informa sobre el lanzamiento del álbum antes el Record Store Day y destaca que es un álbum doble.
- Menciona los aspectos más destacados del álbum.

En este caso, los tonos y la información varían en función del medio, desde un tono más metafórico a un tono más neutral. Algunos optan por llamar la atención haciendo críticas y otros prefieren ser más neutrales.

4.2.2 Cuerpo

Las cinco noticias escogidas sobre el lanzamiento del nuevo álbum de Taylor Swift cuentan el suceso desde una perspectiva y otra, siendo más neutrales o más críticos con la cantante.

1. BBC

La primera noticia presenta una visión más favorable del álbum, describiéndolo como una exploración emocional profunda de la vida tras desengaños amorosos de Taylor Swift. Se enfoca cómo se cura a través de la música. Destaca la vulnerabilidad de las letras, la cohesión temática del álbum y su habilidad para superar las expectativas de sus seguidores. Además, elogia la capacidad de Taylor Swift para adaptarse y evolucionar como artista a lo largo de los años.

Tiene un tono emocional en el que dejar ver la vulnerabilidad de Taylor Swift.

2. The Guardian

The Guardian, manteniendo el tono del titular, es más crítico.

Ofrece una visión más crítica del álbum. Se centra en la percepción de que el álbum carece de coherencia temática y musical, y critica el hecho de lanzar un álbum doble con tantas canciones en lugar de hacerlo más cuidadosamente. Señala que el álbum parece que pretenda más por dominar el *streaming* y mantener su posición en los medios de comunicación que por ofrecer una experiencia única para los oyentes.

3. El País

El País destaca, como en su titular, la sorpresa del doble álbum con 31 canciones, en lugar de las 16 anunciadas inicialmente. Se enfoca en la estrategia de marketing de Taylor

Swift para generar expectación, con referencias a su misteriosa campaña de promoción y la reacción de los fans ante la filtración del álbum.

También explora el contenido de las canciones y las colaboraciones destacadas.

4. NPR

Como su titular, destaca la profundidad emocional de las letras, su evolución y la manera en que aborda temas como el desamor y la emancipación personal. Ofrece un análisis crítico del álbum, destacando su temática, la lírica de sus canciones y la forma en que utiliza la autobiografía como herramienta de expresión artística.

5. NBC News

NBC News elabora una noticia más banal que se centra más en informar del lanzamiento del álbum. También comenta el formato de vinilo y describe cómo la pandemia afectó a su producción.

5. Proyecto

En este apartado del trabajo, vamos a hacer una propuesta de proyecto para poner en práctica la alfabetización mediática con los alumnos.

Antes de comenzar con las actividades, debemos tener en cuenta las competencias que vamos a trabajar. El Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER) es el estándar internacional que define la competencia lingüística. Se usa en todo el mundo para definir las destrezas lingüísticas de los estudiantes en una escala de niveles de desde un A1, nivel básico, hasta un C2, para aquellos que dominan mejor la lengua. En este proyecto vamos a trabajar las siguientes competencias:

- Comprensión auditiva: capacidad para entender y extraer información de discursos orales, conversaciones, entrevistas, *podcasts*, etc.
- Expresión oral: capacidad de expresar sus ideas de forma correcta y coherente.
- Expresión escrita: capacidad de producir textos en una lengua.
- Comprensión lectora: capacidad para comprender adecuadamente textos.

A lo largo del curso, con el equipo de trabajo, realizaremos las siguientes actividades:

- *Podcast* (Comprensión auditiva y expresión oral)
- Debate (Expresión oral)

Además, para que no solo trabaje el grupo de trabajo, en clase con los alumnos realizaremos la siguiente actividad:

- Creación de titulares y noticias (Comprensión lectora y expresión escrita). Los alumnos se convertirán en periodistas y generarán noticias a través de lo que han oído en el *podcast*.

En cada trimestre trataremos un tema, de esta forma no los saturaremos con demasiada información de distintos ámbitos y enseñaremos a los alumnos a investigar bien sobre una temática.

- En el primer trimestre trataríamos el tema del cambio climático. Aprovechamos que los alumnos han pasado el verano de vacaciones y algunos habrán viajado a algún lugar, podemos aprovechar sus experiencias para hablar de cómo han subido las temperaturas, cómo cambia la sensación térmica según dónde nos encontremos, etc. De esta forma, combinamos un tema interesante para ellos como hablar de sus experiencias con un tema de gran importancia como puede ser el cambio climático.
- En el segundo trimestre hablaríamos de las diferencias culturales. En este caso, y teniendo en cuenta la diversidad cultural en clase, aprovechamos haber pasado las navidades en casa para poder hablar sobre tradiciones, festividades, etc. Trataremos la importancia de la inclusión.
- En el tercer trimestre, el tema a tratar será el de la salud mental. Habrán pasado un trimestre lleno de desafíos, nervios ante el curso y lleno de anécdotas, así que utilizaremos este trimestre para abordar este problema.

5.1 *Podcast* multilingüe

Nombre del *podcast*: “Exploring the world”

Objetivo: Mejorar las habilidades lingüísticas de los alumnos en un entorno auténtico y significativo, mientras desarrollan competencias en alfabetización mediática. Trabajar la expresión oral y la competencia auditiva.

Lo que pretendemos con esta actividad es que los alumnos participantes practiquen, por un lado, sus habilidades de comunicación en lengua inglesa. Al tener que comunicarse de manera efectiva para producir contenido de calidad, los estudiantes mejorarán su vocabulario, gramática, pronunciación y fluidez en inglés y en los otros idiomas seleccionados. Además, al no tener que ponerse enfrente de nadie y tener oportunidades de repetir a la hora de grabar, podemos usarlo como una actividad inicial para que pierdan miedo a hablar en esa lengua. Practican tener una articulación clara y una entonación adecuada. También, por otro lado, haremos que los oyentes practiquen su comprensión auditiva.

La creación de un *podcast* da a los estudiantes la oportunidad de expresarse de manera creativa. Pueden elegir datos que les interesen y desarrollar contenido original que refleje sus ideas, opiniones y perspectivas respecto al tema del que toque hablar cada cuatrimestre. Esto les permite explorar su creatividad y desarrollar habilidades de

pensamiento crítico y análisis mientras producen contenido auténtico y significativo. Además, la creación de un *podcast* implica el uso de herramientas y tecnologías digitales, lo que promueve la alfabetización mediática entre los estudiantes. Aprenden a utilizar programas de grabación y edición de audio, así como plataformas de distribución de *podcasts*. A su vez, como deben informarse sobre ciertos temas, también aprenden a filtrar lo que leen y a conseguir información veraz. Esto les permite comprender cómo funcionan los medios y cómo pueden utilizarlos de manera efectiva para comunicarse y compartir información.

Además, los alumnos practican el aprendizaje colaborativo. Deben trabajar juntos para planificar, investigar, grabar y editar el contenido del *podcast*. Aprenden a respetar las opiniones de los demás y se nutren de sus ideas y forma de trabajar.

Los participantes del grupo de trabajo se elegirán de manera voluntaria.

Plan de trabajo trimestral:

Por trimestre, se realizará un episodio cada cuatro semanas, lo que dará lugar a tres episodios (contando, según el calendario escolar, que cada trimestre cuenta con doce semanas).

1. Planificación general

- Reunión para abordar los temas, buscar herramientas de investigación y fuentes. Identificamos la temática concreta de cada episodio. Además, aquí también nombraremos a los interlocutores, al equipo técnico, de edición, etc.

2. Planificación por episodio

Semana 1: Preparación	Semana 2: Grabación	Semana 3: Edición	Semana 4: Publicación
<p>Definimos el tema y la estructura del episodio.</p> <p>Realizamos la investigación necesaria y preparamos el guion o puntos de discusión.</p> <p>Coordinamos las entrevistas o participaciones especiales, si es necesario.</p>	<p>Realizamos la grabación del episodio.</p>	<p>Editamos el audio para eliminar errores, mejorar la calidad del sonido y mantener un ritmo adecuado.</p> <p>Añadimos música, efectos de sonido u otros elementos para enriquecer el contenido.</p> <p>Creamos una descripción del episodio y hacemos una imagen de portada.</p>	<p>Publicamos el <i>podcast</i> en la plataforma.</p>

3. Tareas de revisión y seguimiento

- Haremos muy a menudo reuniones de seguimiento para ver que las tareas cumplen con los plazos.
- En esas reuniones ayudaremos a los alumnos si en algún punto no saben cómo avanzar.
- Evaluaremos la calidad y el impacto de cada episodio, utilizando métricas como la audiencia, los comentarios y el feedback.

Herramientas necesarias para la realización del *podcast*:

- Ordenadores o dispositivos móviles para la grabación y edición del *podcast*.
- Micrófonos de calidad para capturar un audio claro y nítido.
- Auriculares para monitorear el audio durante la grabación y la edición del *podcast*.
- Programa de grabación de audio para grabar *podcast*. Por ejemplo, podríamos usar Audacity (gratuito y de código abierto).
- Programa de edición de audio para recortar, editar y mejorar el sonido si es necesario. Por ejemplo, podríamos usar Audacity (gratuito y de código abierto).
- Plataforma para publicar el *podcast*. Podríamos usar Spotify for Podcasters.
- Herramientas de diseño gráfico para crear una portada. Por ejemplo, podríamos usar Canva, fácil de usar y con versión gratuita.

Episodios (Anexo 1):

Primer trimestre:

Episode 1: It's so hot!

En este episodio introductorio, los alumnos contarán un poco sus experiencias en verano, dónde han viajado y qué temperatura sentían allí o aquí en España, si notan diferencia respecto a otros años.

Episode 2: What's happening?

En este episodio hablaremos de cómo el cambio climático está afectando a los ecosistemas y presentaremos ejemplos concretos de impactos, como el derretimiento de los glaciares. Si es posible, hablaremos con algún biólogo de la UMH experto en el tema para ver si puede venir a que lo entrevistemos.

Episode 3: What can we do?

En este último episodio hablaremos, tras haber aprendido, qué podemos hacer al respecto.

Segundo trimestre:

Episode 1: It's Christmas time, or not?

En este episodio introductorio, los alumnos contarán cómo han vivido las navidades y cómo viven esta época del año otras culturas.

Episode 2: Traditions in the world

En este episodio hablaremos de tradiciones curiosas que existen alrededor del mundo. Si es posible, invitaremos a algún otro alumno o padre de una cultura diferente.

Episode 3: Which country do I want to visit?

En este último episodio hablaremos de los países que más interesan a los alumnos y sus culturas.

Tercer trimestre:

Episode 1: Are you ok?

En este episodio introductorio, hablaremos de la salud mental, su importancia en la actualidad y de cómo gestionamos las emociones y el estrés

Episode 2: Interview with a psychologist

En este episodio contaremos con la visita un psicólogo, a quien podremos entrevistar para que nos dé su perspectiva.

Episode 3: Mental health myths

En este último episodio hablaremos sobre los mitos de la salud mental, especialmente en adolescentes.

5.2 Debate multilingüe

Nombre del debate: Crossing Borders Through Words (Anexo 2)

Objetivo: mejorar la expresión oral de los alumnos y fomentar el pensamiento crítico en un entorno donde se sientan cómodos para expresar su opinión en otra lengua. Trabajar la expresión oral y la competencia auditiva.

Una vez al mes, después de la publicación de los *podcast*, organizaremos un debate entre los alumnos y profesores que quieran acudir para hablar de los temas tratados en el *podcast* y poder enriquecernos todos con todos.

Gracias a estos debates, los alumnos tendrán la oportunidad de aplicar y practicar sus habilidades lingüísticas en un entorno ameno y relajado y así mejorar su fluidez, vocabulario y expresión oral. Los debates requieren que los oyentes analicen información, evalúen argumentos y formulen opiniones, de esta forma fomentamos en pensamiento crítico y el razonamiento.

En ellos, además, aprenderán a escuchar, respetar opiniones y turnos de palabra y a defender sus ideas. Estos debates fomentan la colaboración y el trabajo en equipo y los enriquecen con los argumentos de los demás. Amplían su conocimiento cultural y a entender mejor el mundo donde viven.

Por último, a medida que ganan experiencia y se sienten más cómodos expresándose en inglés frente a otros, lo que pretendemos con estos debates es que los alumnos mejoren su confianza y autoestima.

Organizar un debate después de la publicación de un *podcast* relacionado puede ayudar a reforzar y ampliar los temas y conceptos discutidos en el episodio. Los estudiantes tienen la oportunidad de profundizar en el tema, plantear preguntas y explorar diferentes aspectos desde diversas perspectivas.

Para la realización de los debates, se reservará un aula en función de los participantes, e incluiremos algún almuerzo para crear un ambiente más discernido.

5.3 Creación de titulares y noticias

Nos queda por practicar la competencia lectora y la expresión escrita

Por las dimensiones del proyecto y la complicidad, las actividades anteriores la realizará un grupo de alumnos únicamente, ya que no es posible llevarlo a cada aula. Ahora bien, queremos que todo el instituto participe de alguna manera, así que, en colaboración con el resto de docentes de inglés, realizaremos las siguientes actividades en las aulas.

Objetivos:

- Desarrollar habilidades para discernir la realidad: Capacitar a los alumnos para saber distinguir entre información veraz y desinformación en los medios de comunicación.
- Fomentar el pensamiento crítico: Promover la capacidad de análisis crítico entre los alumnos, permitiéndoles cuestionar la validez y la credibilidad de las fuentes de información y los mensajes.
- Promover la responsabilidad: Educar a los alumnos tanto consumidores como productores de medios.

- Aprender sobre los temas transversales tratados en el *podcast* y los debates.

Actividades propuestas:

- Elaborar un titular:

Le entregaremos en clase una noticia que contenga la imagen de la portada y el cuerpo de la noticia completo y ellos deberán elaborar un titular original que sea acorde a la imagen y al texto.

- Crear el cuerpo de la noticia:

En este caso, será más costoso, ya que les proporcionaremos un titular y su imagen de portada. Ellos deberán escribir el cuerpo de la noticia que ellos asignen al titular y a la imagen. El texto debe tener entre 150 y 200 palabras.

- Discusión y evaluación:

Después de completar la actividad, se fomentará un debate en clase sobre los desafíos y las consideraciones asociadas con la creación y el consumo de noticias en la era digital. Se hará una comparativa entre las noticias reales y las escritas por los alumnos. De esta forma, se podrá ver cómo los titulares pueden no representar bien las noticias y cómo cambia la forma de redactar según quién cuenta qué y para qué.

En cuanto al formato, la actividad que hemos planteado se realizará al completo durante el horario de clase, así evitaremos que terceras personas participen en la actividad o que los alumnos tengan acceso a las noticias reales a través de Internet y puedan traer la actividad preparada desde casa.

Con esta actividad pretendemos fomentar la práctica de la escritura creativa, así como desarrollar su capacidad para estructurar y organizar información de manera efectiva. Al tener que enfrentarse al reto de crear un titular original que tenga la esencia de la noticia y de elaborar el cuerpo de la noticia en función del titular y la imagen proporcionados, los alumnos ejercitan la creatividad. Como deben analizar la información presentada, se refuerza la comprensión de textos, identificando la información clave y sacando sus conclusiones.

Como al final realizaremos un debate en clase, los alumnos verán las noticias reales y podremos debatir en clase cómo los titulares pueden ser engañosos y las dificultades que han tenido los alumnos a la hora de redactar noticias.

6. Conclusiones

La alfabetización mediática se ha convertido de una herramienta indispensable en la educación y, en concreto, en el aprendizaje de idiomas. Prepara a los estudiantes para navegar eficazmente en un mundo en constante cambio y saturado de información y les permite fomentar el pensamiento crítico en la era digital. Ayuda a ofrecer un enfoque innovador e inmersivo en la cultura de la lengua que queremos aprender y es necesario para mejorar las habilidades lingüísticas y comunicativas de los estudiantes en un mundo globalizado y mediático. Gracias a ella, los estudiantes no solo enriquecen sus competencias lingüísticas, sino que también se adentran en la cultura y el contexto de una manera crítica, lo que les proporciona una mayor motivación a la hora de aprender por el desafío de enfrentarse al idioma de una forma real y dentro de un contexto.

Sin embargo, a pesar de la globalización, los medios de comunicación presentan las noticias de manera significativamente diferente debido a factores culturales, políticos y económicos. Por tanto, tener herramientas de análisis mediático para entender cómo se elaboran los mensajes en distintos contextos para así poder analizar las narrativas y enfoques se ha convertido en algo necesario.

Para abarcar esta problemática con nuestros alumnos, creemos que este proyecto que hemos elaborado puede ser de gran utilidad.

El proyecto presentado propone una serie de actividades estructuradas y orientadas a fomentar la alfabetización mediática y el desarrollo de competencias lingüísticas en los estudiantes. A través de la creación de un *podcast* multilingüe, la organización y asistencia a debates y la elaboración de titulares y noticias de su puño y letra, los alumnos no solo mejorarán sus habilidades de comprensión auditiva, expresión oral, expresión escrita y comprensión lectora (MCER), sino que también aprenderán a discernir la veracidad de la información, a desarrollar un pensamiento crítico y a trabajar en equipo.

El *podcast* "Exploring the World" permitirá a los estudiantes practicar su expresión oral y competencia auditiva de manera auténtica y significativa, mejorando su vocabulario, gramática, pronunciación y fluidez en inglés. Esta actividad, combinada con la participación en debates multilingües, fomentará, además, el pensamiento crítico y la defensa de sus ideas en un entorno colaborativo y dinámico.

Por último, la creación de titulares y noticias en el aula permitirá a todos los estudiantes del instituto mejorar su escritura creativa, realizar un análisis crítico de textos y comprender cómo los medios de comunicación. Estas actividades, integradas en un plan de trabajo trimestral con temas relevantes como el cambio climático, las diferencias culturales y la salud mental, nos permiten, además, tratar temas transversales de vital importancia.

En el presente trabajo hemos elaborado el proyecto pensando en la lengua inglesa, pero en aquellos institutos donde trabajen otras lenguas, también se podría llevar a cabo. También faltaría tener en cuenta si el instituto está dispuesto a asumir el proyecto y si encontramos alumnos motivados a hacerlo.

7. Referencias

- Alonso González, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 26, 1–25. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>
- Álvarez Martínez, J. A., y Rojas Ochoa, J. de J. (2021). La motivación intrínseca y extrínseca en el aprendizaje del idioma inglés: Un estudio de caso en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 13(5), 38-47. <https://www.eumed.net/es/revistas/atlante/2021-mayo/motivacion-intrinseca-extrinseca>
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.
- Buckingham, D. (2007). Media education goes digital: An introduction. *Learning, Media and technology*, 32(2), 111-119. <https://doi.org/10.1080/17439880701343006>
- Chomsky, N., y Herman, E. S. (2000). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Crítica.
- Cornella, A. (2004). *Infoxicación: buscando un orden en la información*. Barcelona: Zero Factory S.L.
- DK Akademie. (2020). *Alfabetización mediática e informacional – Una guía práctica para capacitadores (segunda edición)*. <https://p.dw.com/p/3hDoc>
- Dörnyei, Z., & Ushioda, E. (2011). *Teaching and researching: Motivation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315833750>
- Elaish, M.M., Shuib, L., Hwang, G.J., Ghani, N.A., Yadegaridehkordi, E., y Zainuddin, S.Z. (2023). Mobile English language learning: A systematic review of group size, duration, and assessment methods. *Computer Assisted Language Learning*, 36(3), 430-456. <https://doi.org/10.1080/09588221.2021.1931341>

- Fedorov, A. V. (2011). Alfabetización mediática en el mundo: Breve repaso histórico. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, (5), 7-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4272298>
- Fernández-García, N. (2017). Fake news: Una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, (269), 66-77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054552>
- Ferrés, J. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19(38), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- García, P. G. (2004). La cultura, ¿universo compartido? : la didáctica intercultural en la enseñanza de idiomas. *RedELE: Revista Electrónica de Didáctica Español Lengua Extranjera*, 12. http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/Revista/2004_00/2004_redELE_0_12Garcia.pdf?documentId=0901e72b80e0c9af
- García-Avilés, J., Arias, F., De Lara, A., Paisana, M., Carvajal, M., Foá, C., García-Ortega, A., Margato, D., Crespo, M., Quiles, B., y Valero, J. (2024). *IBERIFIER Reports – Analysis of Trends and Innovations in the Media Ecosystem in Spain and Portugal (2025-2030)*. <https://doi.org/10.15581/026.006>
- García-Avilés, J. A. (2009). La desinformación. En Herrero, M. *Manual de teoría de la información y de la comunicación*. Madrid: Universitas, 327-346.
- González Di Pierro, C. (2012). Caracterización del concepto cultura en la didáctica de las lenguas. *Cartaphilus: Revista de Investigación y Crítica Estética*, 10, 84-108. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37309/1/167691-615981-1-SM.pdf>
- González-Esteban, J. L., y García-Avilés, J.A. (2018). *Mediamorfosis. Radiografía de la Innovación en el periodismo*. Elche-Alicante: Compobell, S.L.
- González, Edith. (2019). La alfabetización mediática e informacional como parte importante del Desarrollo Humano y Educativo: Media and information literacy as an important part of Human and Educational Development. *Revista electrónica en Ciencias Sociales y Humanidades Apoyadas por Tecnologías*, 8(15), 33-40. <https://ade.edugem.gob.mx/handle/acervodigitaledu/56621>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Aspen Institute. https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf
- Martín Leralta, S. (2009). Competencia mediática y uso de la prensa en el aula de lengua extranjera. *redELE: Revista Electrónica de Didáctica ELE*, 15.

<https://www.educacionfpydeportes.gob.es/dam/jcr:ab9eabaa-b9e0-4f9f-8cce-0a35e156f468/2009-redele-15-01martin-susana-pdf.pdf>

Nomo Ngamba, M. (2022). Aprender y enseñar lenguas extranjeras en un contexto de digitalización: el caso de la Escuela Normal Superior de Yaundé (Camerún) [Teaching and learning foreign languages in a digitalized context: the case of the Higher Teacher Training College in Yaoundé (Cameroon)]. *Digilec: Revista Internacional de Lenguas y Culturas*, 9, 21-40. <https://revistas.udc.es/index.php/DIGILEC/article/view/digilec.2022.9.0.8793>

Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>

Schoos, M. (s. f.). *Reflexión: las ventajas cognitivas del aprendizaje de idiomas*. <https://www.altissia.org/es/blog/reflexion-las-ventajas-cognitivas-del-aprendizaje-de-idiomas>

Universidad Carlos III de Madrid. (2021, noviembre) *La mitad de los estudiantes de ESO no distingue las "fake news"*. https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371320130990/1371215537949/?d=Touch

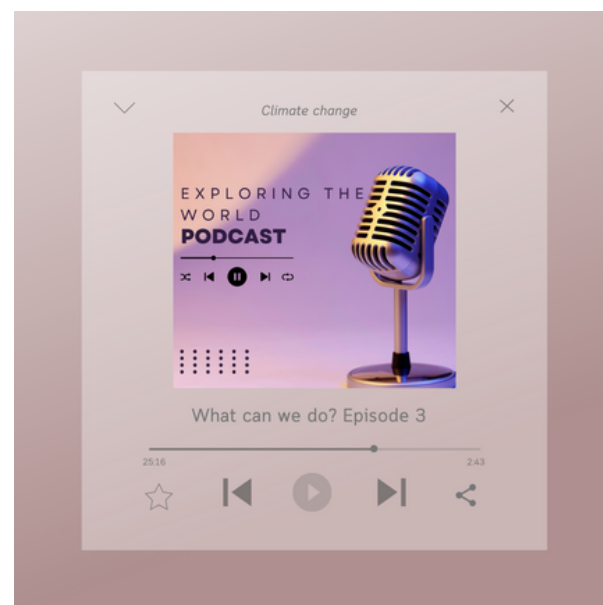
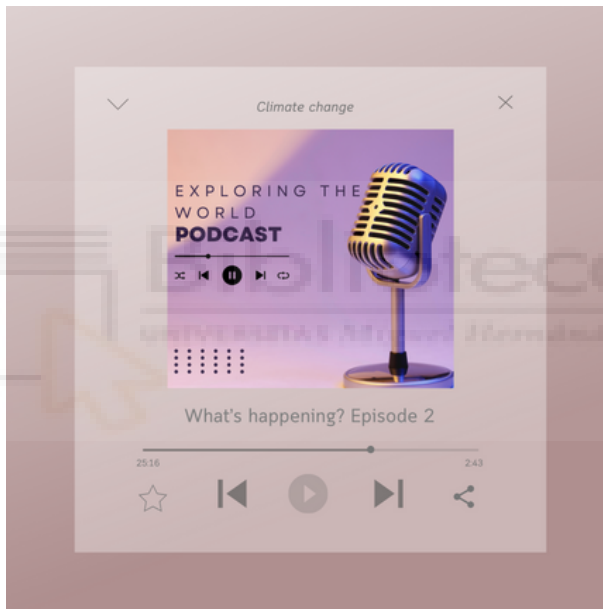
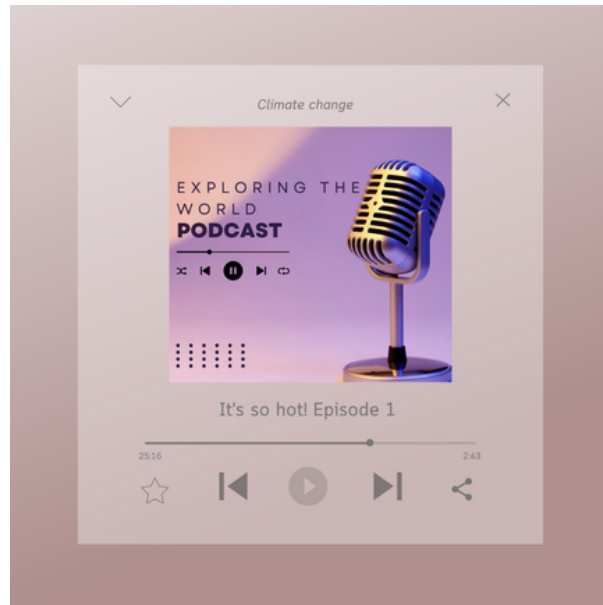
Ussa Álvarez, M. del C. (2011). Aprendizaje de lenguas extranjeras y su relación con el contexto. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (17), 107-116. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3964428>

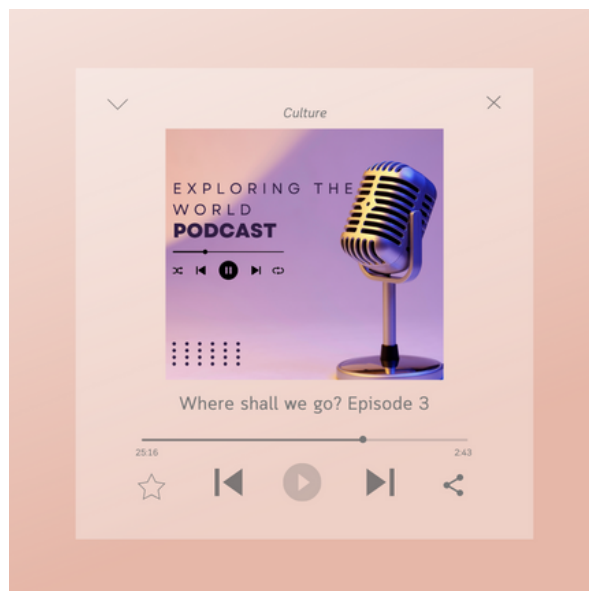
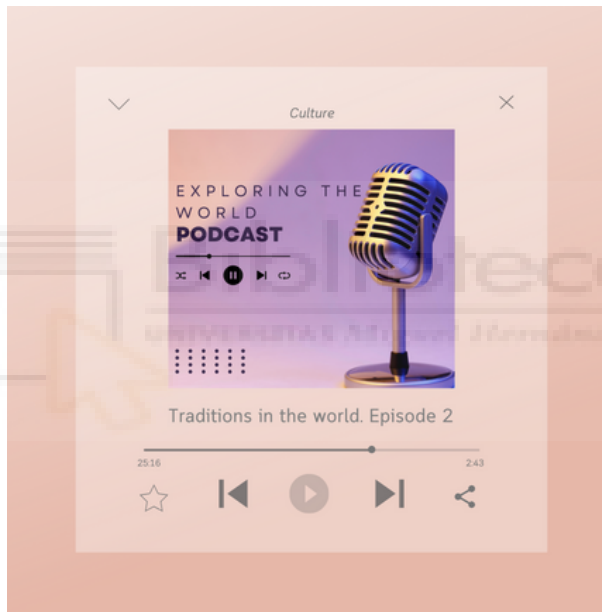
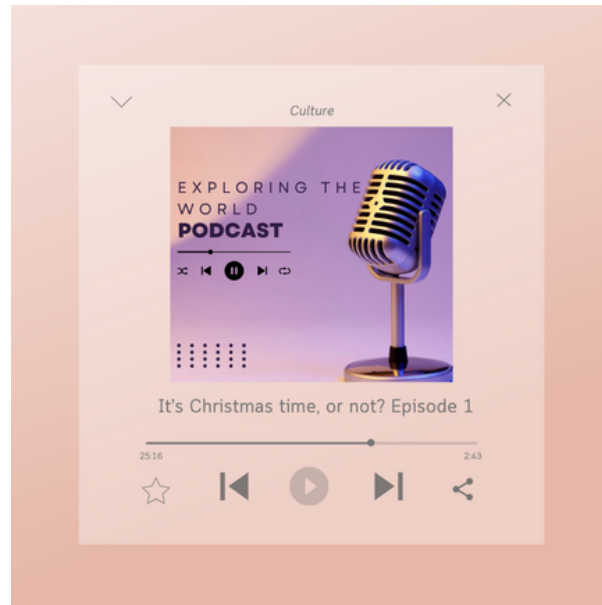
Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., y Cheung, C.-K. (2011). *Alfabetización mediática e informacional. Currículum para Profesores*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099>

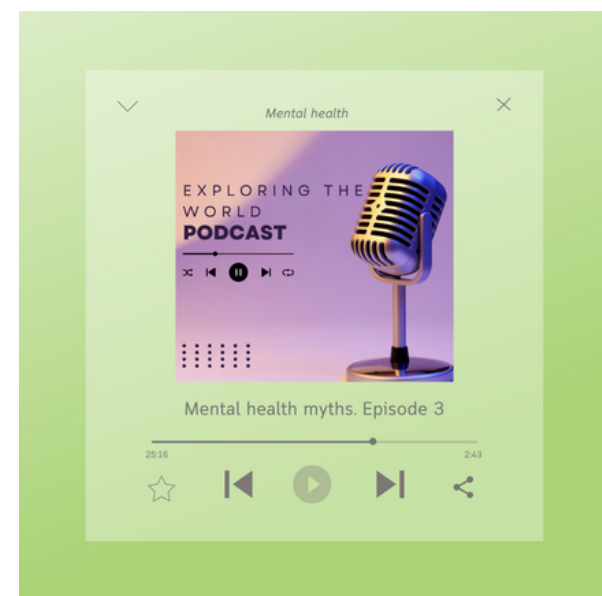
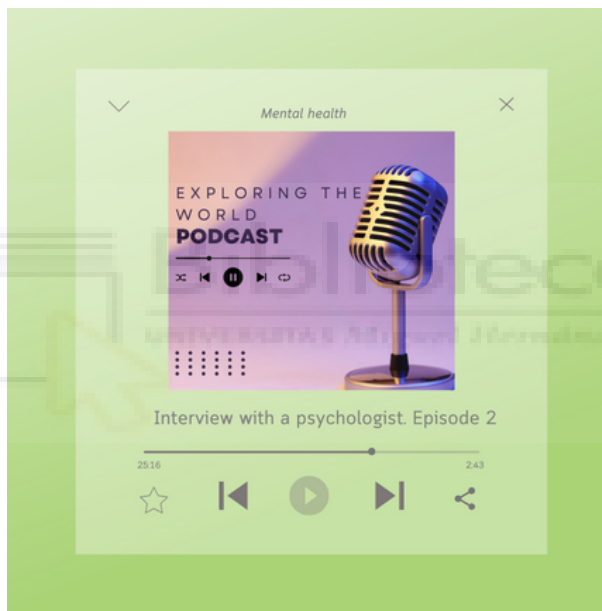
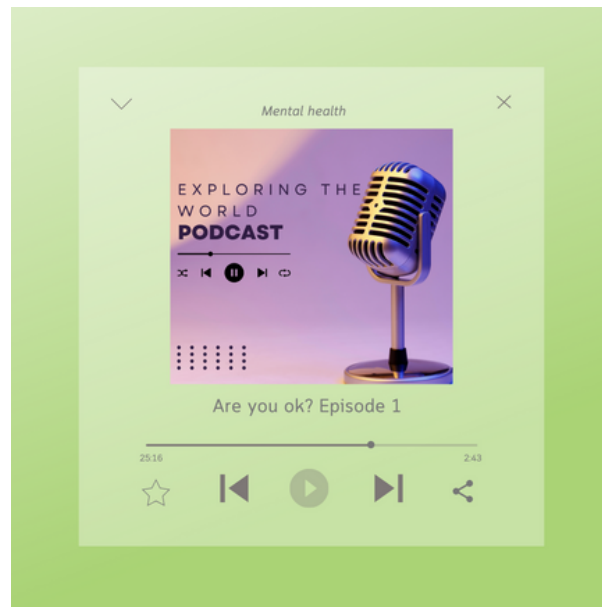
8. Anexos

Anexo 1

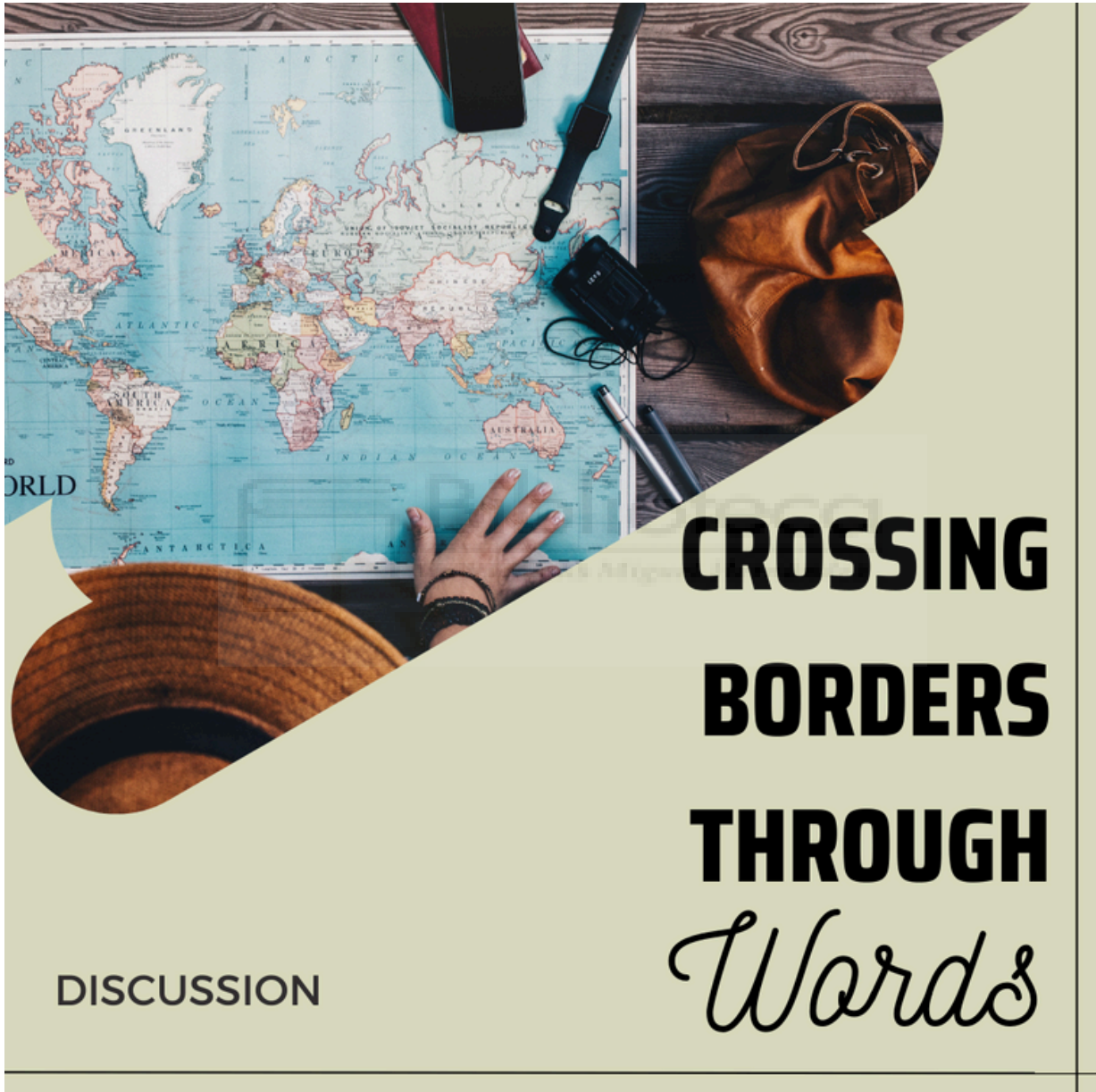








Anexo 2



CROSSING BORDERS THROUGH *Words*

DISCUSSION