La alfabetización mediática y la enseñanza del español como lengua extranjera

M.ª Isabel Díaz Guervós
Centro de Lenguas Modernas
Universidad de Granada

1. Introducción

Esta comunicación está basada en una investigación realizada entre noviembre de 2013 y septiembre de 2014 que aborda las relaciones entre la enseñanza de español como lengua extranjera, los medios de comunicación social y las nuevas tecnologías en la sociedad actual. En la educación del siglo XXI, la competencia mediática centrada en la capacidad de pensamiento crítico para recibir y elaborar productos mediáticos, debe converger con la competencia digital e informacional.

Nos centraremos en el papel que para los docentes de ELE desempeña en el aula la utilización textos y audiovisuales procedentes de los medios de comunicación de masas; refiriéndonos indistintamente a los productos de prensa escrita, radio, televisión, cine, Internet, publicidad, etc. Los objetivos generales de esta investigación responden a tres aspectos fundamentales: a) conocer la situación de la educación para los medios de comunicación en el currículum de ELE, b) saber si está reflejada la educación mediática en el enfoque pedagógico de los docentes y c) analizar si en los manuales de ELE existen actividades de alfabetización en medios. Vamos a presentar los resultados de la investigación llevada a cabo con los docentes del Centro de Lenguas Modernas de la Universidad de Granada (CLM) que imparten español como lengua extranjera, así como aquellos cuyas asignaturas están relacionadas con las ciencias sociales y la cultura españolas.

Quizás el título de esta comunicación debería de haber sido *¿Qué es eso de la competencia mediática del docente?* Y digo esto no solo porque hubiera abierto la curiosidad a más asistentes al Congreso, sino también porque la educación mediática que abarca la alfabetización y como resultado la competencia en medios de comunicación, es una gran desconocida entre los profesores de español lengua extranjera, a pesar de que esta disciplina, la Educomunicación como la denomina Aparici y como él mismo nos refiere, es un fenómeno educativo del siglo XX que cuenta con más de 50 años en el ámbito anglosajón, Aparici nos resume sus inicios y evolución "desde sus orígenes en los primeros años del siglo pasado en los que se fomentó el uso del cine educativo" (2002: 2), como los aportes de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, el movimiento contracultural de EE.UU. (años 60 y 70), la implantación de la enseñanza de los medios en el sistema educativo en Canadá (década de los 90), hasta los primeros años de nuestro siglo con los aportes del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Aparici también señala que en el contexto iberoamericano prosperaron "propuestas de comunicación y cultura popular a partir de los principios pedagógicos desarrollados por Paulo Freire en Brasil"

(2002: 3) y, en la década de los 70 hasta los años 90, el movimiento educomunicativo de articuló "alrededor de las figuras de Mario Kaplún, Jesús Martín Barbero y Manuel Prieto Castillo" (*ibíd*).

2. Concepto de educación mediática

No existen una sola definición de educación mediática, ya que se utilizan distintas expresiones para nombrarla y, por lo tanto, para conceptualizarla. En el ámbito anglosajón se denomina educación en medios o *Media Literacy*; en Latinoamérica educación para los medios; en EE.UU. educación en la alfabetización de los medios o *Media Literacy Education*; en España educación en medios o mediática o Educomunicación y en Cataluña Educación en Comunicación Audiovisual (ECA).

La necesidad de educar para una interacción crítica e inteligente con los medios es una prioridad desde hace años del Parlamento y la Comisión europeos, como lo demuestran las sucesivas directivas y recomendaciones publicadas desde los primeros años de este siglo XXI: *La Directiva de Servicios y Medios Audiovisuales (2007). Un enfoque europeo sobre la alfabetización mediática en el entorno digital (2009)* entre otros. Vamos por tanto a tomar prestada la definición de la Comisión Europea (2009) sobre la educación mediática.

> La educación en comunicación audiovisual o en medios es la habilidad de acceder, comprender, analizar y evaluar críticamente los diferentes aspectos y contenidos de los medios de comunicación, y comunicarse en una variedad de contextos. Se refiere a todos los medios de comunicación, junto con la televisión y el cine, la radio y la música grabada, los medios impresos, internet y el resto de las tecnologías digitales que está creciendo.

La Comisión Europea en la Directiva 2007/65 consensuada por instituciones, profesionales de los medios de comunicación, profesores e instructores propone también la siguiente definición de Alfabetización mediática:

> Abarca las habilidades, los conocimientos y las capacidades de comprensión que permite a los consumidores utilizar con eficacia y seguridad los medios. Las personas competentes en el uso de los medios podrán elegir con conocimiento de causa, entender la naturaleza de los contenidos y los servicios, aprovechar toda la gama de oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de la información y proteger mejor a sus familias y a sí mismas de los contenidos dañinos u ofensivos.

Buckingham la define así: "Es el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios; la alfabetización mediática es el resultado: el conocimiento y las habilidades que adquieren los alumnos [...], se propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa." (2005: 21). Este autor hace especial hincapié en que no debería confundirse "con la enseñanza *por medio de* o *con* los medios" (*ibíd*) y, añade que las nuevas tecnologías "se ven a menudo como herramientas neutrales al servicio de la información" (*ibíd*.), pero que desde el punto de vista mediático, no deben confundirse con la tecnología educativa o los recursos pedagógicos.

En opinión de Gutiérrez y Tyner debido a la creciente digitalización y confluencia de los medios, en la educación del siglo XXI la alfabetización "habría de ser necesariamente *mediática"* (2012: 35), centrada en la capacidad de pensamiento crítico para recibir y elaborar productos mediáticos, *digital* "ya que la mayor parte de la información que se maneja está digitalizada" (*ibíd*) y, *multimodal* "por la convergencia de texto, sonido, imagen, vídeo, animación" (*ibíd*) e *informacional* que proporciona habilidades para buscar, obtener, procesar, comunicar información y transformarla en conocimiento y, que como bien señala Gutiérrez y Tyner, la UNESCO (2008) [1] ha integrado ambos enfoques con el término *alfabetización mediática e informacional (Media and Information Literacy)* considerándola como "un compendio de destrezas, competencias y actitudes que niños, jóvenes y ciudadanos en general han de desarrollar" (*ibíd*).

En esta línea el trabajo de M.ª Amor Pérez y Águeda Delgado, afirman la necesidad de la convergencia terminológica, así como la elaboración de recursos, a partir de indicadores definidos, que incidan en los distintos ámbitos de la competencia mediática de una manera efectiva. Ellas realizan una propuesta integradora de la competencia mediática y así, sistematizan diez dimensiones distribuidas piramidalmente en tres ámbitos.

> El ámbito del conocimiento comprende: política e industria mediática, procesos de producción, tecnología, lenguaje, acceso y obtención de información. El ámbito de la comprensión reúne las dimensiones de: recepción y comprensión, e ideología y valores. Finalmente, en la cúspide, la expresión, situamos: comunicación, creación y participación ciudadana (2012: 32).

3. Antecedentes empíricos

Para conocer los trabajos e investigaciones realizados en el ámbito universitario relacionados con la educación y alfabetización mediáticas y la enseñanza de ELE hay que remontarse al año 2003 al *XIV Congreso Internacional de ASELE* celebrado en Burgos dedicado a los *Medios de comunicación y enseñanza del español como lengua extr*anjera, podemos destacar a María Victoria Romero Gualda de la Universidad de Navarra, que en el último punto de la exposición y aunque se trata sólo de una sugerencia pone especial hincapié en la formación mediática de los docentes.

> Dada la importancia que el amplio y complejo mundo de la comunicación tiene en nuestras vidas no sería un despropósito formarse como profesores que pudieran mostrar, gracias a su especialización, cómo funcionan "por dentro" los medios de comunicación y sobre todo que aprendiéramos cómo los medios transmiten contenidos o, incluso, los construyen (2003: 43).

Cabe reseñar asimismo investigaciones recientes sobre la educación mediática en las universidades españolas como las de Masanet, M. J., y Ferrés, J. en las que concluyen que:

> Una de las causas de los malos resultados en competencia mediática, es la falta de oferta docente en la educación mediática en las universidades de Educación y Comunica-

1. Para ampliar información sobre el tema véase http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/

ción, lo que provoca unos profesionales de la comunicación y de la educación con graves carencias en el tema (2013: 89).

Añaden que las asignaturas relacionadas con las TIC son consideradas directamente relacionadas con la Educación mediática y, "se dé por supuesto que ya existe una oferta docente [...], cuando lo que cubre es una de las dimensiones de esta competencia" (*ibíd*).

4. Definición y delimitación del problema de investigación

Toda investigación comienza con una serie de preguntas que en nuestro caso estaban dirigidas al colectivo de profesores de ELE del CLM y a los manuales que utilizan actualmente en el aula, a saber:

- ¿Cómo utilizan los medios de comunicación de masas los docentes de ELE?
- ¿Qué competencias mediáticas presentan los docentes en el aula de ELE?
- ¿Contienen los manuales de ELE actividades de alfabetización mediática?

5. Hipótesis y objetivos

Partimos de la afirmación de que la lengua no es neutral al estar cargada de connotaciones culturales y sociales y que generalmente, está fuertemente influenciada por los lenguajes persuasivos emitidos por los medios de comunicación de masas. Establecemos como hipótesis inicial que en la enseñanza de un segundo idioma, como es el caso del español, los docentes y los manuales de ELE para enseñar determinadas destrezas lingüísticas recurren a los mensajes y productos estandarizados y concebidos por la línea editorial, básicamente neutros desde un punto de vista ideológico.

Los objetivos generales de esta investigación son conocer:

a. Si está reflejada la educación mediática en el enfoque pedagógico de los docentes de ELE.
b. Si en los manuales de ELE existen actividades de alfabetización en medios.

Y como objetivos específicos:

a. Indagar si en la práctica docente se realizan actividades de producción de mensajes mediáticos.
b. Cotejar con los docentes si la alfabetización mediática es más viable en los niveles avanzado y superior del aprendizaje de ELE.

Para alcanzar nuestros objetivos aplicamos cinco criterios o dimensiones básicos de la educación mediática propuestos por el Center for Media Literacy, en Malibu, de California (2006: 9).

1. La autoría del mensaje, es decir, el creador, autor, productor. El concepto básico es que todos los mensajes mediáticos "se construyen".

2. El formato y técnicas de producción. El concepto básico es que los mensajes mediáticos se construyen utilizando un lenguaje creativo que tiene sus propias reglas.

3. La audiencia. El concepto básico es que los creadores de medios investigan tanto nuestras similitudes como nuestras diferencias para poder diseñar textos de medios atractivos para determinados grupos o "audiencias".

4. El contenido o mensaje. El concepto básico es que os medios llevan incorporados valores y puntos de vista.

5. El motivo o propósito. El concepto básico es que los medios se organizan para obtener ganancias y/o poder.

Para hacer más completo nuestro análisis añadimos dos criterios:

6. La dimensión de comparación de medios de comunicación entre países siguiendo las indicaciones de Buckingham (2005: 150) que aplicamos como pregunta en las entrevistas a los docentes.

7. La dimensión que abarca los procesos de producción y difusión propuestos por Ferrés y Pisticelli (2012: 80).

6. Diseño metodológico

Nuestro diseño metodológico de tipo cualitativo se ha basado en la creación de una herramienta de análisis documental para los manuales de ELE y los recursos de creación docente utilizados en los niveles avanzado y superior, conforme a criterios básicos de la alfabetización mediática y, en una segunda fase, la realización de entrevistas semiestructurada a los docentes.

Abordamos este diseño metodológico partiendo de dos situaciones A y B. En la situación A, la docencia es impartida con manuales de ELE, en la situación B, los *media* y recursos audiovisuales son seleccionados y/o creados por los docentes que enseñan asignaturas relacionadas con las ciencias sociales dentro del currículum del ELE.

En una primera fase, dejamos constancia mediante un análisis de contenido de un inventario descriptivo de los medios y recursos mediáticos a los que se refieren los manuales, centrándonos en aquellas unidades que explícitamente se refieren a los *media* y recursos audiovisuales. Los dos manuales de los niveles avanzado y superior objeto de vuestro análisis fueron *Abanico* y *Ventilador* de la editorial Difusión, utilizados habitualmente en la práctica docente del CLM y que seleccionamos conforme a los siguientes criterios:

a. De los niveles avanzado correspondientes al (B2.1 y B2.2) y superior (C1) del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).
b. Que contaran con material audiovisual y/o complementario.

El material de creación propia analizado nos los proporcionó la profesora de la asignatura *España actual a través de los medios de comunicación*.

En concreto las unidades analizadas estaban directamente relacionadas con los medios de comunicación social y fueron: del manual *Abanico*, la *unidad 3: Busque, compare y si encuentra algo mejor...* Medio: Publicidad*; Unidad 9: Al pie de la letra.* Medio: Prensa y revista del corazón (p. 139-153) y del manual *El Ventilador, Saber entender. Sesión 4.1 Hable con ella,* Medio*:* Cine (pp. 108-111); *Saber entender. Sesión 4.2 Turistas.* Medio: Vídeo promocional de turismo en Granada. Publicidad y guías turísticas (p. 115*); Saber entender. Sesión 4.3 Las caras de Bélmez.* Medio: Programa de televisión. *Flashback (*p. 120-125); *Saber entender. Sesión 4.4 Viajes de ida y vuelta.* Medio: Entrevista televisiva y prensa (p. 126-131); *Saber entender: Evaluación. Rodando... ¡Acción!* Medio: producción audiovisual (p. 137). En total siete unidades entre los dos manuales.

En una segunda fase, entrevistamos a los docentes que habitualmente utilizan los manuales, situación A y a los docentes que seleccionan ellos mismo los recursos, situación B, con el objetivo de indagar si la metodología empleada solo pretende alcanzar las competencias estrictamente lingüísticas o, si además, subyace la intencionalidad de perseguir fines de alfabetización mediática.

Nuestra investigación se basó en un estudio comparativo de las dos situaciones. Nuestro trabajo de campo contó con las aportaciones de cinco docentes del grupo A, y cinco docentes del grupo B estos últimos de las asignaturas: Literatura española, España e Hispanoamérica a través del cine contemporáneo, Sistema político de la UE, La Transición (Historia contemporánea española) y España actual a través de los medios de comunicación.

7. Métodos de recolección y análisis

Para el análisis de los manuales de ELE y material de creación propia del docente, nos basamos en el modelo de ficha propuesto por M.ª del Carmen Fernández López de la Universidad de Alcalá que nosotros adaptamos para nuestra investigación añadiendo el parámetro *contenidos mediáticos.*

7.1. Ficha para el análisis de los manuales de ELE y material propio del docente

DESCRIPCIÓN EXTERNA DEL MANUAL		
TÍTULO		
AUTOR/ES		
EDITORIAL		
AÑO		
MATERIALES COMPLEMENTARIO	Impreso	

	sonoro	
	audiovisual	
	multimedia	
	web	

DESCRIPCIÓN INTERNA DEL MANUAL	
OBJETIVOS GENERALES	
METODOLOGÍA	
ORGANIZACIÓN EN NIVELES	
DESTINATARIOS	
PROGRAMACIÓN DE OBJETIVOS Y CONTENIDOS	
ORGANIZACIÓN DE CADA UNIDAD	

MEDIOS Y RECURSOS AUDIOVISUALES	
SOPORTE (audio, vídeo, impreso...)	
MEDIO (televisión, radio, prensa, publicidad)	
TEMÁTICA	
FINALIDAD (destrezas que se pretende alcanzar)	

CONTENIDOS MEDIÁTICOS	
AUTORÍA ¿Quién creó este mensaje?	
FORMATO ¿Qué técnicas creativas se usan para llamar mi atención?	
AUDIENCIA ¿Cómo pueden diferentes personas entender este mensaje de forma distinta de cómo lo hago yo?	
CONTENIDO ¿Qué estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?	
PROPÓSITO ¿Por qué se envió este mensaje?	
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL. Ámbito de expresión de los estudiantes. ¿Se les da conocer las etapas de producción y la infraestructura necesaria para elaborar producciones de carácter personales o grupales?	

7.2. Entrevista a los docentes

La pregunta más relevante que debemos destacar de las entrevistas realizadas a los docentes de ambos grupos fue sin duda esta; desde el punto de vista metodológico ¿Crees posible compaginar la educación mediática y la enseñanza de ELE? Estos son algunos ejemplos de sus opiniones.

> (Docente 1) Si totalmente, porque además la enseñanza de ELE no es sólo la gramática, es generar discursos en el aula, y es una motivación para que generen discursos, para que hablen, para que intenten explicarse, para que echen mano de la pragmática, de la competencia estratégica, la sociocultural, y la lingüística es que está en todo, están generando, están escribiendo en la lengua meta.

> (Docente 2) Pues sí, y también depende. Para eso no sólo habría que educar a los profesores, sino también a los propios alumnos, en el caso que nos ocupa que es este Centro, a los directores, coordinadores de programas etc., porque imagínate un alumno que tiene una asignatura de 45 horas, y de esas 45 dedicas 20 horas a hacer algo así tan... yo creo que tan rico, te van a decir que hay que cumplir con el programa.

> (Docente 3) Depende, en algunas clases podría hacerse, ahora que entiendo lo que quieres decir con educación mediática, pero en otras no funcionaría, sinceramente. En una clase cuyos temas sean los medios de comunicación y el contenido y objetivo de la clase, sea el aprendizaje de los medios de comunicación en España o Latinoamérica, por ejemplo, seguro que les interesaría, pero si el objetivo es la lengua como lengua, yo creo que, a lo mejor, no funcionaría.

> (Docente 4) No es solamente posible la educación en medios sino que debería ser consustancial, es perentoria, porque aunque el nivel del dominio lingüístico no sea muy alto, los conceptos no están contextualizados.

> (Docente 5) Perfectamente, es que yo creo además, que tenemos una juventud que es fundamentalmente visual, que es mediática... y o utilizamos los medios para esto o, en realidad estamos enseñando a años luz de lo que es la propia formación y crecimiento de la persona a la que enseñamos.

8. Conclusiones

De la comparación entre las dos situaciones planteadas en nuestro diseño metodológico y de acuerdo con nuestros dos objetivos generales, conocer si está reflejada la educación mediática en el enfoque pedagógico de los docentes de ELE (Grupo A) y en los manuales de ELE, en lo que respecta a estos últimos nuestro análisis concluye que:

- Los manuales contienen fines de alfabetización mediática de manera tangencial, por ejemplo, las audiencias se tratan en la creación de una noticia o un anuncio publicitario y, precisamente en la unidad de la publicidad es donde se ven reflejadas la mayoría de las dimensiones mediáticas cuestionadas: autoría, propósito y efectos de los mensajes

- En cuanto al enfoque pedagógico de los docentes del grupo A, la *audiencia- propósitos* de los mensajes son elementos de la comunicación que fomentan el debate en las clases de Cultura y Producción oral y escrita (POE), la dimensión *contenido de los mensajes* se aborda en el aula con asuntos de actualidad social en España con el fin de desarrollar las destrezas orales y escritas. La *comparación de los medios de comunicación* de España y otros países, se lleva a cabo con noticias provenientes de la prensa escrita y/o digital y habitualmente en las clases de POE.

En lo concerniente a nuestros objetivos específicos:

- Los resultados evidencian que en la práctica docente no se realiza actualmente la producción de mensajes audiovisuales-mediáticos por los alumnos y que según las opiniones manifestadas esto se debe a la carga lectiva y a que estas actividades no están programadas en el currículum actual de ELE del CLM.

- Respecto a cotejar con los docentes si la alfabetización mediática es viable en los niveles avanzado y superior del aprendizaje de ELE, las opiniones fueron unánimes: el estudiante de ELE de niveles A1, A2, B1 no cuenta con los suficientes recursos lingüísticos para poder expresar una opinión crítica o reflexiva sobre los medios de comunicación.

En la situación de los docentes del grupo B, la educación mediática es consustancial en aquellas asignaturas cuyos profesores tienen una opinión formada sobre los mensajes de los medios y están comprometidas socialmente, además consideran la educación mediática necesaria para el desarrollo de sus materias Por ejemplo, en la asignatura *España actual a través de los medios de Comunicación*, se les explica el concepto de *Agenda Setting,* los tipos de programas de TV y técnicas de producción empleadas para captar la atención, las clases de audiencias de los canales de TV españoles. En la asignatura *España e Hispanoamérica en el cine contemporáneo,* se realiza un análisis crítico de los mensajes transmitidos en el cine de carácter social, se enseña a los alumnos los tipos de planos cinematográficos, el papel de la música y las imágenes en el cine. Y como último ejemplo, la asignatura *Actualidad sociopolítica es España y Sistema político en España y la Unión Europea*, se plantea los propósito y efectos de los mensajes mediáticos y como imponen una ideología, la influencia de los medios de comunicación en la percepción que sobre la realidad tienen las audiencias, y se compara el tratamiento de las imágenes de las noticias de TV con otros países.

Nuestra propuesta es educar paralelamente en una actitud crítica ante mensajes de los *media* utilizados en los procesos de enseñanza y aprendizaje de un segundo idioma, es decir, ofrecer en este caso mensajes y productos que conlleven una educación crítica desde una postura educomunicativa. Se evidencia la necesidad de la formación en educación mediática del docente de ELE y se pone de manifiesto la necesidad de abordarla como unamateria monográfica o al menos transversal, como es el caso de la incorporación en el currículum de ELE del CLM de la asignatura *España actual a través de los medios de comunicación* que abre el camino a la Educomunicación en los programas de enseñanza ELE.

Referencias Bibliográficas

APARICI, R. (2002): "La educomunicación en el siglo XXI". En *Libro Interactivo Educación para la comunicación. Televisión y Multimedia* [CD ROM]. Madrid: Máster en Televisión Educativa. Universidad Complutense de Madrid, 1-36, http://es.scribd.com/doc/9635536/La-educomunicacion-en-el-siglo-XXI#scribd, [consulta: 26, agosto, 2015].

BUCKINGHAM, D. (2005): *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.

CENTER FOR MEDIA LITERAY (2005): *Center for Media Literary: Empowerment Through Education*, http://www.medialit.org/cml-medialit-kit http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLit25Lecciones.pdf, 1-86 [consulta: 24, febrero, 2014].

COMISIÓN EUROPEA (ed.) (2007): "Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones/ Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital".

COMISIÓN EUROPEA (ed.) (2007): "Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico".

COMISION EUROPEA (ed.) (2009): "Recomendación de la Comisión, de 20 de agosto de 2009, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente", Diario Oficial L222/9, de 29/08/2009, http://ec.europa.eu/culture/policy/audiovisual-policies/literacy_es.htm y http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32009H0625 [consulta: 3, marzo, 2014].

FERNÁNDEZ LÓPEZ, M. C. (2004): "Principios y criterios para el análisis de materiales didácticos". En J. Sánchez Lobato y Santos Gargallo, I. (eds.) *Vademécum para la formación de profesores: Enseñar español como segunda lengua (L2) / lengua extranjera (LE)*, Madrid: Sociedad General Española de Librería, 715-734.

FERRÉS, J., y PISTICELLI, A. (2012): La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar: revista científica de Educomunicación, 19*(38), 75-82, http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-08 [consulta: 20, marzo, 2014].

GUTIÉRREZ, A. y TYNER, K. (2012): "Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital", *Comunicar, 38*, 31-39, http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-03 [consulta: 26, agosto, 2015].

MASANET, M.-J., FERRÉS, J. (2013): "La enseñanza universitaria en materia de educación mediática. Spanish Undergraduate Teaching in Media Education", *Communication Papers (2)*, 83-90, http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/8780/Article8-p83.pdf?sequence=1, [consulta: 20, marzo, 2014].

PÉREZ-RODRÍGUEZ, M.A. y DELGADO, Á. (2012): "De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores", *Comunicar, 39*, http://dx.doi.org/10.3916/C39-2012-02-02, [26, agosto, 2015].

ROMERO GUALDA, M. V. (2003): "El aula seducida: medios de comunicación y enseñanza de ELE. Revisión y propuestas", H. Perdiguero y A. Álvarez (eds.), Actas de XIV Congreso internacional de ASELE (Burgos, 10-13 de septiembre de 2003), Burgos: Servicio de publicaiones de la Universidad de Burgos, 32-53, http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_0001.pdf, [consulta: 24, febrero, 2014].