

Pensamiento crítico y alfabetización multimodal en el aprendizaje del inglés como lengua extranjera

Recursos didácticos para su enseñanza e integración



Benjamín Cárcamo
Bernardo Pino
Dafna Jodeck

Pensamiento crítico y alfabetización multimodal en el aprendizaje del inglés como lengua extranjera

Recursos didácticos para su enseñanza e integración

Pensamiento crítico y alfabetización multimodal en el aprendizaje del inglés como lengua extranjera: recursos didácticos para su enseñanza e integración

© de esta edición: Universidad de las Américas, 2025

www.udla.cl

Santiago, Chile

Editado por Editorial Azafrán

editorialazafran.cl

@editorialazafran

Primera edición: marzo, 2025

Impreso en Chile

Todos los derechos reservados

El desarrollo de este libro ha sido posible gracias al financiamiento del Proyecto de Innovación en Docencia PID202301

Nota sobre el uso de imágenes

Las ilustraciones incluidas en este manual proceden de diversas fuentes (producción propia, organismos internacionales como la OMS y el CDC con políticas de acceso abierto, bancos de dominio público o con licencias Creative Commons) y se emplean exclusivamente con fines pedagógicos y sin ánimo de lucro ni uso comercial. Para estos recursos gráficos se respetan los derechos de autor y reproducción establecidos por los titulares de derecho.

Benjamín Cárcamo

Bernardo Pino

Dafna Jodeck

INTRODUCCIÓN

Comunicación multimodal y pensamiento crítico en TEFL

Imaginemos la siguiente situación: estamos navegando en nuestra red social favorita y nos encontramos con una publicación acerca de un tema de actualidad. La publicación incluye un breve texto, acompañado de una imagen llamativa, un video con subtítulos y un enlace que nos lleva a otros recursos similares. Es cierto que para comprender este mensaje debemos interpretar correctamente el texto que contiene. Pero, para comprenderlo completamente, es necesario interpretar mucho más que eso, ya que los elementos visuales y auditivos también son una parte importante del mensaje incluido en ese «posteo». Este es un ejemplo habitual de comunicación multimodal y refleja la manera en que interactuamos con diversos tipos de información en nuestra vida diaria.

Vivimos en un mundo donde la forma en que nos comunicamos ha evolucionado drásticamente debido al avance de las tecnologías digitales. Los medios nos bombardean constantemente con mensajes que se transmiten a través de una combinación de imágenes, palabras, sonidos y otra cantidad de los denominados «recursos semióticos». Este cambio en la comunicación humana presenta desafíos y oportunidades para la enseñanza del inglés como lengua extranjera (TEFL). En este contexto, es importante para nosotros que los futuros profesionales del país sean capaces de navegar y descifrar esta complejidad multimodal para ser competentes tanto en el uso de otro idioma como en su habilidad para examinar críticamente la información que consumen.

Hemos diseñado este libro de apoyo docente con el propósito de ofrecer a profesores y profesoras de inglés algunas herramientas y estrategias útiles para incorporar la comunicación multimodal en la sala de clases. Las actividades buscan fomentar el pensamiento crítico a través del análisis de textos multimodales y presentan ideas que pueden replicarse o ajustarse para la creación de materiales propios.

Comprendiendo la multimodalidad

Los investigadores y teóricos de la multimodalidad estudian el uso de múltiples modos de comunicación para construir y transmitir significado. En el contexto del aprendizaje del inglés como lengua extranjera, esto puede incluir el uso de texto escrito, imágenes, gráficos, videos, sonidos y gestos, cuya comprensión global es crucial para lograr una comunicación efectiva.

Según nuestra experiencia, por ejemplo, cuando las personas ven un video, no solo escuchan una narración o leen subtítulos, sino que también intentan interpretar las imágenes, la música de fondo y otros elementos auditivos y visuales que el autor del video compuso de una manera determinada por razones específicas. En particular, la capacidad para analizar estos componentes de manera precisa es fundamental para desarrollar un pensamiento crítico en el contexto de la comunicación persuasiva.

Creemos que la integración de una comunicación multimodal en la enseñanza de inglés ofrece ventajas que no podemos ignorar. En primer lugar, nos ayuda a preparar estudiantes para el mundo real, donde la comunicación multimodal es cada vez más abundante. También contribuye a mejorar la creatividad por medio de la utilización de variados medios que motivan y enriquecen la expresión de ideas y emociones. Otra ventaja significativa tiene que ver con su potencial inclusivo, ya que la utilización de diversos modos de comunicación facilita una práctica docente sensible a diferentes estilos de aprendizaje, beneficiando a grupos de estudiantes con heterogeneidad de intereses y necesidades. Por último, y quizá lo más importante, analizar textos multimodales requiere que los estudiantes piensen críticamente sobre la manera en la que el autor de dicho artefacto elige combinar diferentes recursos semióticos para influir en nuestras creencias y acciones. Evaluar la eficacia comunicativa de cada modo de expresión, identificar posibles sesgos y comprender cómo los elementos auditivos y visuales pueden influir en la interpretación del mensaje es instrumental en nuestra tarea de formar estudiantes capaces de articular autónomamente ideas originales.

Cómo utilizar este material

Este material está diseñado para ser empleado como un recurso accesible y práctico tanto por profesionales de la educación experimentados como por quienes recién comienzan su carrera en el ámbito de la enseñanza del inglés como lengua extranjera. Contiene guías de aprendizaje adaptadas a tres distintos niveles de competencia lingüística (A2, A2+ y B1), con el propósito de fomentar el pensamiento crítico por medio del análisis de textos y la creación de artefactos multimodales.

Esperamos que este texto didáctico inspire y apoye la práctica docente de quienes lo utilicen, sugiriendo ideas y recursos que puedan adaptar a sus necesidades y contextos específicos. Nuestra intención es ayudar a transformar la sala de clases en un espacio dinámico y enriquecedor donde los y las estudiantes no solo aprendan otra lengua, sino que también puedan desarrollar habilidades esenciales para la vida y los desafíos del futuro.

Palabras para el o la estudiante

En el caso de que seas un estudiante a punto de usar este material, te invitamos a disfrutar de las actividades con una mente abierta y a aprovechar cada una de ellas como una oportunidad para mejorar tus habilidades lingüísticas y fortalecer tu capacidad de pensamiento crítico. Recuerda que el aprendizaje es un proceso continuo y que es parte de este proceso el cometer errores. No dejes que estos te impidan seguir aprendiendo y esforzándote.

Palabras para el o la docente:

En el caso de que seas docente, te recordamos que todas las actividades son mejorables continuamente y que el único límite es la imaginación. Esperamos que encuentres en este texto un recurso valioso que te motive a visualizar la enseñanza del inglés como una experiencia de inmersión e interacción con textos multimodales. Incluimos al final de este libro orientaciones que dan cuenta de cómo fueron diseñadas las guías de aprendizaje. Creemos que estas orientaciones pueden ayudarte tanto a editar el presente material como a generar el tuyo propio, con el objetivo de seguir motivando a tus estudiantes.

Set de guías de aprendizaje nivel A2

Lesson 1: Introducing Multimodality

LET'S PLAY

1. Click on the link and play the Quizizz game to find out how much you know.

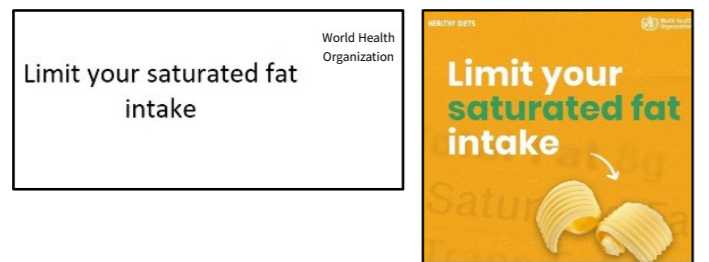


LET'S LEARN

Multimodal texts

Multimodal texts include different semiotic modes, such as:

- Words
- Images
- Colors (It looks different)
- Typography (**English**, English, ENGLISH, English, etc.) 🗨️ Fonts
- Math symbols (=, %, +, etc.)



Every semiotic mode is important to communicate meaning!

The importance of audience

The intended audience shapes the designer's choices for the multimodal text. Some characteristics you can consider about your audience are:



- Age
- Knowledge (expertise)
- Interests
- Expectations

LET'S DO IT

2. Look at the multimodal texts. Then **select A or B for each sentence.**



VOCABULARY

- Bites:** mordeduras
- Knowledge:** conocimiento
- Young:** joven
- Disease:** enfermedad



- The audience needs prior knowledge about medications. _____
- The main audience is elderly people. _____
- The main audience is young people. _____
- The creator is the Centers for Disease Control. _____
- The creator is the World Health Organization. _____

LET'S ANALYZE

3. Look at the following multimodal text and answer **true** or **false**.



- The audience is medical professionals. _____
- The multimodal text uses different colors. _____
- Good oral health increases confidence. _____
- The multimodal text explains how to brush your teeth. _____
- The multimodal text tries to be inclusive by showing different cultures. _____

LET'S LEARN

The intention of the author

Multimodal texts have different purposes. Two predominant ones are...

1. To provide people with relevant information.



In the example, the author of the multimodal text is trying to inform the reader about the increase in access to vaccines.

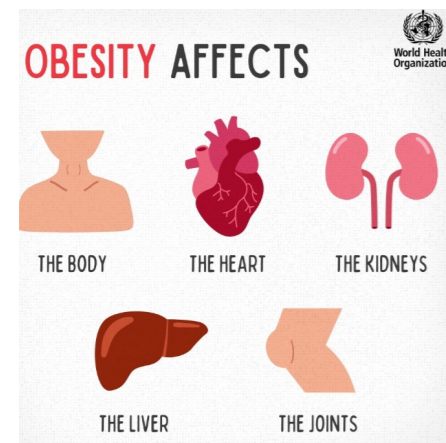
2. To persuade people to do something.



In the example, the author of the multimodal text is trying to persuade the reader to visit a website.

LET'S DO IT

4. Select the box that corresponds to the correct purpose of each multimodal text.



- To inform about the benefits of obesity.
 To inform about the parts of the body.
 To inform about the negative effects of obesity.



- To persuade men to stop drinking alcohol.
 To persuade men to drive safely.
 To persuade kids to celebrate Father's Day.

VOCABULARY

Body: cuerpo
Persuade: persuadir
Drive: conducir
Obesity: obesidad
Effect: efecto
Safely: de forma segura



LET'S ANALYZE

5. Examine the image and select the correct answer.



1. What is the purpose of the multimodal text?
- To inform about the role of soldiers in the war.
 - To inform about the consequences of the war.
 - To inform about the role of doctors in the war.
2. What is the importance of color in this multimodal text?
- It emphasizes the feeling of loss and tragedy.
 - It emphasizes the feeling of hope after surviving a war.
 - It emphasizes the feeling of understanding.

Sources: Images extracted from the World Health Organization's and the Centers for Disease Control's social network websites.

Lesson 2: Critical Viewing

Two strategies to persuade the audience

LET'S PLAY

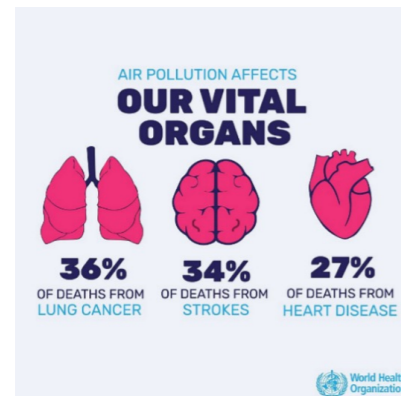
1. Click on the link and play the Quizizz game to find out how much you know.



LET'S LEARN

Semiotic awareness and persuasion

If we want to interpret multimodal texts competently, we must develop our capacity for semiotic awareness. This means that we should be able to pay attention to the various aspects of a multimodal text and question them critically.



ETHOS

Appealing to the credibility, moral character, or authority of the author(s) of the multimodal text.

Example: An element of *ethos* in this multimodal text is the creator's reputation in the logo (the World Health Organization), which gives the message credibility.



PATHOS

Appealing to the emotions and sentiments of the audience of the multimodal text.

Example: One of the elements of *pathos* in this multimodal text is the touching image of a young mother holding her baby in her arms.

How to spot *ethos*?

Assess **credibility indicators** by asking yourself the following type of questions:

- Is expertise and knowledge of the topic demonstrated in the multimodal text? How?
- Are fairness, honesty, and moral integrity shown in the infographic? How?

How to spot *pathos*?

Identify **emotional triggers** by asking yourself the following type of questions:

- Does the multimodal text express emotional needs, desires, and concerns of the audience? How?
- Does the multimodal text appeal to emotions as fear, pity, anger, happiness, and sympathy? How?

LET'S DO IT

2. Read the multimodal text and **select the correct answer**.



1. The logo "World Health Organization" is an example of...
 - a. Ethos
 - b. Pathos
2. The image of the sad woman holding a baby appeals to...
 - a. Ethos
 - b. Pathos

LET'S ANALYZE

3. Read the multimodal text and **select the correct answer**.



1. What is the purpose of the multimodal text?
 - a. To raise awareness about the importance of being young.
 - b. To raise awareness about the importance of friendship.
 - c. To raise awareness about the importance of mental health among teenagers.
2. How does the multimodal text use pathos to appeal to the audience?
 - a. The happiness expressed in the picture.
 - b. The effective use of arguments.
 - c. The Centers for Disease Control logo.

LET'S LEARN

The structure of the multimodal text

The structure of the multimodal text **depends on the author's intention**. However, some important information is usually included, such as a title, the content, and the author.

5 keys
dog bite prevention

Dogs are great friends of humans. Although, when they are angry or scared they can attack us and even bite us. Learning to live with dogs responsibly and safely helps prevent dog attacks.

1 Don't disturb stray dogs, dogs that are wild, or dogs with a bad reputation.

2 Keep away from the dog when it's angry or scared.

3 Don't touch the dog's face or body.

4 Approach the dog calmly and slowly.

5 If a dog barks, yell, and barks, walk calmly and quickly and don't turn back.

Rabies is a deadly disease that dogs can transmit to people if they are infected and bite us. If you are bitten by a dog in these conditions, carrying out a dog observation may save your life. Don't vaccinate, mistreat or kill the animal. Dogs need to be vaccinated against rabies every year.

September 28
World Rabies Day

PAHO PANAFITSA Global Alliance for Rabies Control

At the top, you can usually see written text that works like a title.

In the middle, you can usually see the most important information.

At the bottom, you can usually see the organizations that give credibility to the information.

Lesson 3: Designing your Multimodal Text

1. Create a multimodal text. It must give important information related to learning English.

First, prepare by **answering these questions**.

- What is the purpose of the multimodal text you will create?

- Who is the audience for your multimodal text?

Now, design your multimodal text.

LET'S ANALYZE

4. Examine the previous multimodal text and mark each statement **true (T)** or **false (F)**.

- | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| a. The multimodal text uses cartoons to appeal to positive emotions. | T | F |
| b. The multimodal text is about World Rabies Day. | T | F |
| c. The multimodal text is about the importance of dogs. | T | F |
| d. The author of the multimodal text is PAHO (Pan American Health Organization). | T | F |

Sources: Images extracted from the World Health Organization's and the Centers for Disease Control's social network websites.

**Set de guías de
aprendizaje nivel
Transición A2-B1**

Lesson 1: Multimodality and Critical Thinking

Identifying semiotic modes and purposes

LET'S PLAY

1. Click on the link and play the Quizizz game to find out how much you know.

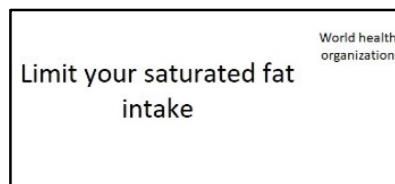


LET'S LEARN

Multimodal texts

Multimodal texts include different semiotic modes, such as:

- Words
- Images
- Colors (It looks different)
- Typography (**English**, English, ENGLISH, English, etc.) ☞ Fonts
- Math symbols (=, %, +, etc.)



Every semiotic mode is important to communicate meaning!



What is a “semiotic mode”?
A **resource** we use in our culture **to make meaning**, like words, images, and numbers.

2. Look at the following images and **choose the correct answer**.



1. Both images share the same communicative purpose. Which is **the purpose**?
 - a. The communicative purpose is **to persuade people** to register in a course to learn English.
 - b. The communicative purpose is to **inform people** about the importance of English.
2. Which of the two images targets a young audience? **How** do you know?
 - a. Multimodal text 1. I know because the image shows a man smiling.
 - b. Multimodal text 2. I know because the image shows a cartoon.

The purpose of multimodal texts

Texts serve different purposes. Knowing the purpose helps you understand the text better.

Two are the most frequent purposes:

INFORM

Many texts are predominantly informative. They give **relevant information about an issue**. For example, the multimodal text below informs the reader about the growth of e-learning.

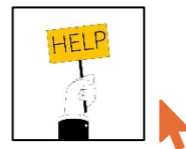
PERSUADE

Some images can be used to **persuade audiences to take certain actions**. For example, the following seeks to persuade the reader to apply to work in Westside Community Focus.

1. Read the persuasive multimodal text. Then, decide if the statements are **true** or **false**.

VOCABULARY

- Should:** debería
- Reliable:** confiable
- Qualities:** cualidades
- Express:** expresar
- Kindness:** amabilidad
- Easily:** fácilmente



- | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| a. The Westside Community Focus center is looking for new employees. | T | F |
| b. The Westside Community Focus center helps adults with developmental disabilities. | T | F |
| c. You must have a professional degree to apply. | T | F |
| d. In this job, people need to be able to trust you. | T | F |
| e. The color green represents the characteristics required for the job. | T | F |
| f. The Westside Community Focus included contact information in the ad. | T | F |

Paying attention to vocabulary

1. **Match the following words** from the multimodal text with the corresponding definitions.

Column A

1. Market _____
2. Growth _____
3. Witness _____
4. Provider _____
5. Substantial _____
6. Up to _____
7. E-learning _____

Column B

- A. Prepositions used to indicate a period of time.
- B. Of great importance or size.
- C. A form of education that occurs online.
- D. To see something happen.
- E. An increase in size, rate, or numbers.
- F. An area of economic activity.
- G. Someone that offers and delivers a service.

The importance of giving reasons and asking WHY

To think critically, it is important to question:

- a. **The semiotic choices** (e.g., “Why was a certain image used?,” “Why was a certain color used?,” etc.)
- b. **The reasons that support an idea or message** (e.g., “You should learn English because it helps you if you travel,” “You should learn English so that you have access to more information.”)

It is very important to think critically when we are facing a persuasive text.



A **common context** in which people have to offer reasons and persuade others is when we talk about health.

- “You should avoid sugar because it is bad for you.”
- “You should go jogging because it helps you lose weight.”
- “You should quit smoking because it is not a healthy habit.”

1. Martina and her family are trying to make healthy choices. **Match each sentence** in column A **with its most appropriate reason** in column B.

Column A

1. I need to lose some weight... _____
2. I should stop smoking... _____
3. My shoes are not good for running... _____
4. You need to reduce your stress levels... _____
5. I often do yoga... _____
6. We should eat healthy... _____
7. My sister eats healthy food... _____

Column B

- A. ... because it is bad for my lungs.
- B. ... because we need to lose weight.
- C. ... because your mental health is important.
- D. ... because I am overweight.
- E. ... because she wants to improve her metabolism.
- F. ... because they are too old.
- G. ... because holding poses increases my strength.



VOCABULARY

- Lose weight:** perder peso
- Low cost:** bajo costo
- Holding:** mantener
- Overweight:** sobrepeso
- Improve:** mejorar
- Lungs:** pulmones
- Strength:** fuerza
- Too:** demasiado



LET'S DO IT

Look at the following multimodal texts and **choose the correct answers**.



- Who is the intended audience for this multimodal text?
 - The intended audience is people in the community.
 - The intended audience is adults interested in exercising.
 - The intended audience is physical education teachers.
- The multimodal text wants to convince us to...
 - Incorporate running as part of our routine.
 - Prepare effectively to run a marathon.
 - Talk to people about our health.
- Select the reason not mentioned in the multimodal text to support its claim.
 - It is low cost.
 - It reduces stress.
 - It improves our concentration.
- Do you usually go running? Why? Why not?



- Who is the intended audience for this multimodal text?
 - The intended audience is people interested in improving their strength and health.
 - The intended audience is people with mental health problems.
 - The intended audience is people who are interested in increasing their body weight.
- The multimodal text wants to convince us to...
 - Take care of our health.
 - Do weight training.
 - Practice yoga.
- Select the reason not mentioned in the multimodal text to support its claim.
 - It improves your metabolism.
 - It is similar to weight training.
 - It increases your strength.
- Do you usually practice yoga? Why? Why not?

Lesson 2: The Power of the Effective Use of Semiotic Modes

LET'S PLAY

1. Click on the link and play the Quizizz game to find out how much you know.



LET'S LEARN

Multimodality and persuasion in advertisement

Through different semiotic modes such as text, images, and typography, the author can persuade people to do something. This is very common in advertisement.

People can be persuaded by appealing to...

- Logical reasoning (*logos*)
- Emotions (*pathos*)
- Credibility (*ethos*)

An important indicator of credibility is the brand

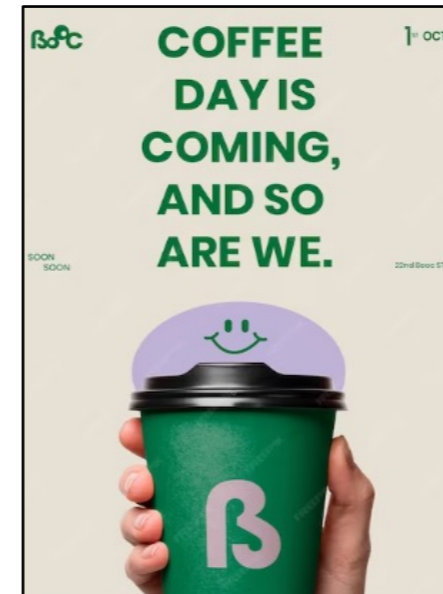
The brand gives credibility. For example, **compare these two ads.**



The Nike logo is an indicator of quality. Therefore, the audience will probably consider the second ad more reliable.

LET'S ANALYZE

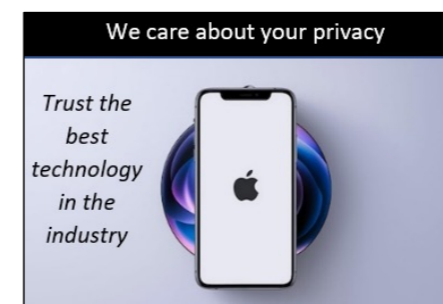
2. Look at the following advertisement and **choose the correct answer.**



1. What is the name of the product?
 - a. Booc
 - b. We
 - c. B
2. What are the institutional colors of the product?
 - a. Green and yellow
 - b. Brown and black
 - c. Purple and green



1. The image of the dentist is an attempt to persuade the audience by appealing to...
 - a. *Pathos* (emotions)
 - b. *Ethos* (credibility)
 - c. *Logos* (logical reasoning)
2. What is the brand?
 - a. Sensodyne
 - b. Carvalho
 - c. Dentists



1. Which product is this ad promoting?
 - a. An industry
 - b. A phone
 - c. A fruit
2. What is the main persuasion technique in this ad?
 - a. Credibility, because the brand is popular and well known.
 - b. *Pathos*, because it appeals to emotions of love and friendship.









LET'S DO IT

3. Write the name of the brand below the correct category.

Starbucks	Ford	Burger King	Fiat
Microsoft	TikTok	Zara	Oreo
Apple	Under Armour	Columbia	Toyota

Food	Technology	Cars	Clothing
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

4. How many brands can you identify based on their logo? Write the name below each logo.

			
_____	_____	_____	_____
			
_____	_____	_____	_____

5. Answer the following questions.

1. What social media platforms do you usually use?
2. What is your favorite place to eat at the shopping center?
3. Which, in your opinion, is the most recognizable logo? What makes the logo memorable?
4. What do you think makes a brand successful?
5. What is your favorite phone app? How often do you use it?

6. Complete the sentences with the words in the box.

advertisements capturing popular communicate consumer

1. Coca-Cola is one of the most _____ products around the world.
2. A _____ should always know about the products that he buys.
3. The photographer is interested in _____ the beauty around us.
4. Online platforms use targeted _____ to deliver personalized content to people.
5. The campaign wants to _____ a positive message for the audience.

7. Read the text and complete it with the words from exercise 6.

Multimodality refers to the use of multiple modes of communication in a text, such as words, images, colors, sounds, and more to _____ (1) a message. In advertising, multimodality plays a crucial role in _____ (2) our attention and convincing us to buy a product or service. Understanding multimodality can make you a more informed _____ (3) and help you appreciate the creativity behind _____ (4). An example of an ad campaign that used multimodality well was the “Share a Coke” ad campaign by Coca-Cola. This campaign replaced the Coca-Cola logo on its iconic bottles with _____ (5) names and nicknames to create a more engaging connection with the consumers.



8. Read the text again and answer true or false.

- | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 1. Using multimodal resources effectively helps capture the audience’s attention. | T | F |
| 2. Persuasion is important in advertising. | T | F |
| 3. Informed consumers understand how ads can persuade them. | T | F |
| 4. The campaign “Share a Coke” used important dates and numbers. | T | F |
| 5. The picture in the text shows the “Share a Coke” campaign. | T | F |

Lesson 3: Designing your Multimodal Text

1. **Create a multimodal text** through which you give important information related to your study program.

First, prepare by **answering these questions**.

- What is the purpose of the multimodal text you will create?

- Who is the audience for your multimodal text?

Set de guías de aprendizaje nivel B1

Lesson 4: Critical Thinking 1

LET'S PLAY

1. Scan the QR code or [click here](#) and participate in a Quizizz game. Wait for your professor's instructions first!



LET'S LEARN

2. Match each word with its synonym or definition.

- | | | |
|-------------------|-------|---------------------------------------------------------------------|
| 1. Advertisement | _____ | A. Attract |
| 2. Tool | _____ | B. Carefully |
| 3. Persuade | _____ | C. Instrument |
| 4. Semiotic modes | _____ | D. Ad |
| 5. Multimodality | _____ | E. Resources we use to create meaning (words, images, colors, etc.) |
| 6. Appeal | _____ | F. Convince |
| 7. Critically | _____ | G. Using multiple semiotic modes |

3. Read the text and answer the questions below.

What is an advertisement?

An advertisement, or ad, is a tool used to promote or sell a product, service, or idea. Ads are created to communicate messages, generate curiosity, and impress the public. They are designed to influence and persuade.

We should pay careful attention to all the semiotic modes present in an ad: text, colors, images, videos, typography, etc. The designer of the ad has chosen all these elements with a purpose in mind. The semiotic modes present in an ad have been carefully chosen. They have meaning.



Marketing techniques and multimodality are used not only to influence people through information, but also to generate emotional reactions, credibility, and appeal. They use different **modes of persuasion**: appealing to logic (*logos*), emotion (*pathos*) or credibility (*ethos*).

Critical thinkers **read carefully**, paying **attention to all the elements** present in a message.

1. Where do you usually see advertisements in your everyday life?
2. Think of a famous advertisement you have seen. What does it appeal to? Ethos, pathos, or logos? Be ready to share with the class.

LET'S ANALYZE

4. Look at the following multimodal ads paying attention to all their semiotic modes (words, images, color, etc.). **Answer the questions.**



1. What persuasion mode does the written text appeal to?
 - a. Logical reasoning (*logos*)
 - b. Emotion (*pathos*)
 - c. Credibility (*ethos*)



2. What is the intended audience of this ad?
 - a. Baseball players
 - b. Women
 - c. Men



3. Mark the element that does not specifically appeal to credibility.

- The image of a doctor.
- The words “Doctor recommended.”
- The typography.

VOCABULARY

Both: ambos
Brand: marca
Fuel (noun/verb): combustible / echar combustible
Industry experts: expertos en la industria
Primary color: color principal

Reading between the lines

Click here to listen.

When you read a message, you should pay attention to both explicit and implicit information. Understanding implicit information is sometimes called “reading between the lines.” Let’s put this ability into practice!

5. Read the multimodal text. Then, match the questions with the answers.



Column A

1. What brand is the ad promoting? _____
2. Why does the ad include a photo of Cristiano Ronaldo? _____
3. Who is the intended audience? _____
4. What persuasion mode is the ad appealing to mostly? _____
5. Why is Cristiano’s T-shirt green? _____

Column B

- A. Because that is the brand’s primary color.
- B. Credibility. People usually trust products recommended by people they know.
- C. Herbalife.
- D. Because he is a famous soccer player and he is extremely healthy and fit.
- E. It is probably young people who are interested in fitness and sports.

LET’S DO IT

6. Look at the following multimodal ad and answer the questions.



1. What product is the ad promoting?
2. Why does the ad show a kitchen in the background?
3. Why are the ad’s primary colors white and blue?
4. What persuasion mode is the ad appealing to?
5. Who is the intended audience of this ad?
6. What message does the designer of this multimodal text want to communicate?

7. Are you up for a final challenge? Watch the following commercial. As you watch, the video will stop and you will answer comprehension questions.

STEP 1: Click here to start!

STEP 2: Click on “Join open class”

STEP 3: Watch and answer

Lesson 5: Critical Thinking 2

LET'S PLAY

1. Scan the QR code or [click here](#) and participate in a Quizizz game. Wait for your professor's instructions first!

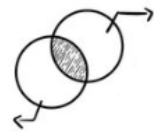


LET'S LEARN

What is an infographic?

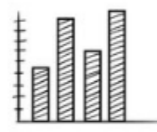
An infographic is a one-page publication that presents information in a graphic way: “info”-“graphic.” The Merriam-Webster dictionary defines the term as “a chart, diagram or illustration that uses graphic elements to present information in a visually striking (*attractive*) way.”

Infographics combine text and visual elements to show data clearly and in a simplified manner (*way*). They make content more appealing and easier to understand. They usually incorporate charts, graphs, diagrams, and illustrations. These are some common resources used in infographics:



VENN DIAGRAM

It is a diagram that uses overlapping (*intersecting*) circles. It is useful to compare and contrast information.



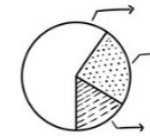
COLUMN GRAPH

It is a graph that helps us visualize data using rectangular columns. It is helpful to compare values.



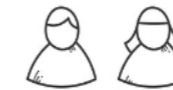
TIMELINE DIAGRAM

It is a visual representation of a sequence of events, tasks, or milestones that occur over a specific period of time.



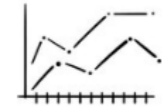
PIE CHART

It is a circular graph divided into slices. Each slice is a category. It is helpful to see the size of each category and compare them.



PICTOGRAMS

They are graphs or charts that use images to represent data in a visual and simple way.

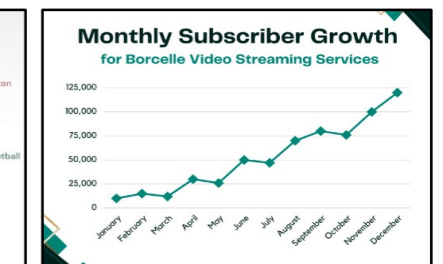
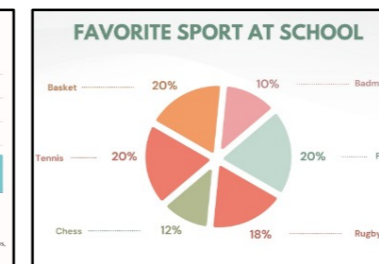
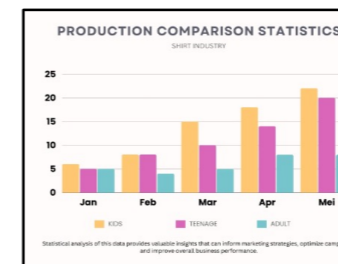
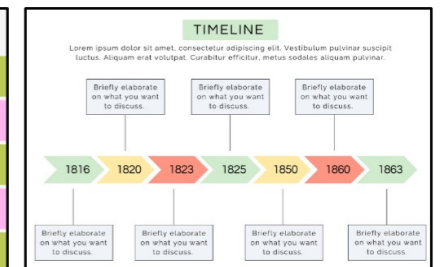
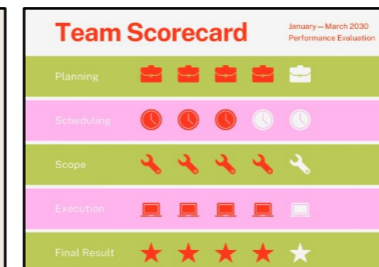


LINE GRAPH

It is a graph that shows data points connected by straight lines. It is useful to visualize data over time.

2. Use the words in the box to label the **different types of diagrams**.

Timeline Pie chart Venn diagram Pictograms Bar graph Line graph



Question

1. What is the purpose of this infographic?
2. What institution published this infographic?
3. Who is the intended audience?
4. Look at the line graph. What kind of information does it convey?
5. Look at the pictogram of a girl with a balloon. What kind of information does it convey?
6. What was your favorite element of the composition? Why do you like it?

Answer

- _____ I really liked the pictogram of a girl with a balloon. I think that it was creative.
- _____ The Centers for Disease Control.
- _____ It gives information about the number of malaria deaths from 2001 to 2015.
- _____ To give information on how malaria affects the global population and how to fight this disease.
- _____ It is probably adults interested in health and global issues.
- _____ It gives information about malaria deaths affecting children.

VOCABULARY**Developing:** en desarrollo**Scarce:** escasos**Ratio:** relación**Affordable:** asequible

1. What is the purpose of this infographic?
2. What institution published this infographic?
3. Who is the intended audience?
4. Look at the pictogram of a toilet. What kind of information does it convey?
5. Look at the pictogram of a cell phone. What kind of information does it convey?
6. According to the infographic, how could people in developing countries have access to reading materials?
7. Identify your favorite aspect of the composition. Why do you like it?

LET'S DO IT

6. Read the infographic and **answer the following comprehension questions:**



Lesson 6: Designing Your Multimodal Text

1. **Create an infographic** through which you give important information related to your future profession.

First, prepare by **answering the questions**.

- What is the purpose of the multimodal text you will create?

- Who is the audience for your multimodal text?

Now, design your multimodal text.

Tutorial de apoyo para el estudiante para la confección de textos multimodales

Diseñando tu propia infografía

PASO 1

Planifica tu infografía

Recomendamos un esquema como el siguiente para tu planificación.

Información general de la infografía

Tema	
Audiencia	
Propósito	

Planificar cómo usarás los modos de persuasión

Logos	
Ethos	
Pathos	

Organización de la información y los recursos semióticos de apoyo

	INFORMACIÓN	RECURSOS SEMIÓTICOS QUE USARÁS
Idea principal		
Subsección 1		
Subsección 2		
Subsección 3		

Es importante que mantengas presente y declares los sitios de los cuales extrajiste tu información. Esto se puede presentar como «referencias».

Referencias

1.	
2.	
3.	

Ejemplo de planificación de infografía en inglés

General Information

Topic	The habit of reading in children
Audience	Parents, teachers, adults
Purpose	To inform about the importance of reading, how children are reading less as they age, and strategies to encourage their children to read

Persuasion modes

Logos	Data, stats
Ethos	References from prestigious institutions
Pathos	Moving images

Data organization and presentation

	DATA	SEMIOTIC MODES THAT YOU MAY USE TO CONVEY THIS MESSAGE
Main idea(s)	The habit of reading is important for children and we must promote it	Illustrations and text
Subsection 1	Benefits	Graphs and charts
Subsection 2	Children are reading less as they grow up	Graphs and chart
Subsection 3	Tips to encourage your children to read	Illustrations and text

Referencias

1. "Why is Reading so Important for Children?": <https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/why-is-reading-important-for-children/>
2. "Kids are Reading Less as They Age": <https://mediaroom.scholastic.com/index.php?q=press-release/new-data-scholastic-kids-family-reading-report-finds-kids-are-reading-less-they-age>
3. "10 Tips to Help Your Child Fall in Love with Reading": <https://www.healthychildren.org/English/ages-stages/gradeschool/school/Pages/10-Tips-to-Help-Your-Child-Fall-in-Love-with-Reading.aspx>

PASO 2

Crea tu infografía

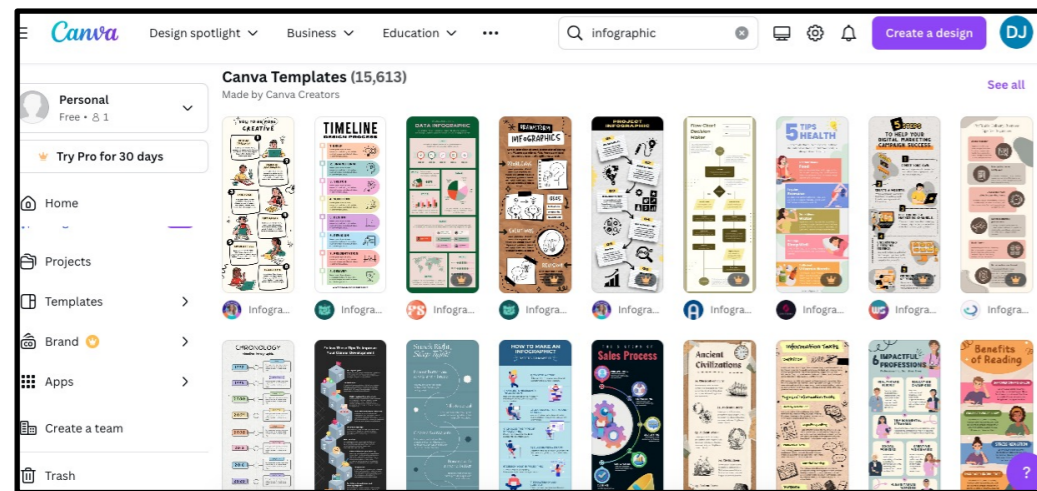
Son variadas las aplicaciones que puedes utilizar. Por ejemplo, están las siguientes:



En este tutorial ejemplificaremos cómo crear infografías utilizando Canva. Te compartiremos dos opciones.

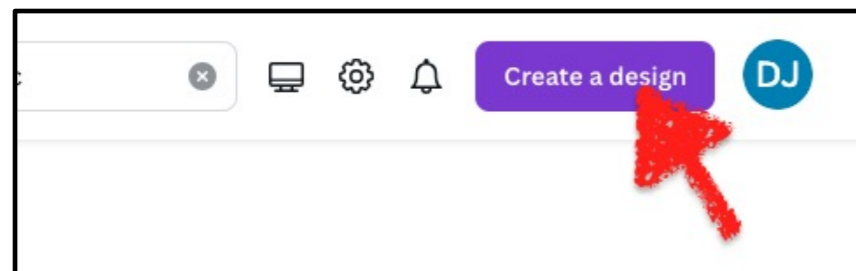
Opción 1: Usar un template ya diseñado

Comienza por buscar un *template* que creas vaya bien con la información que presentarás. Las alternativas que ofrece Canva son muy variadas.

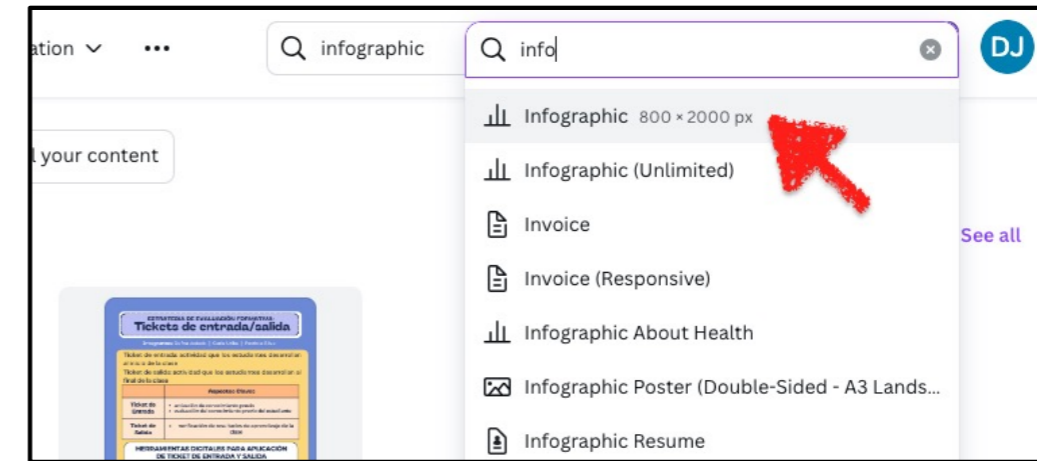


Opción 2: Crea tu propia infografía desde cero

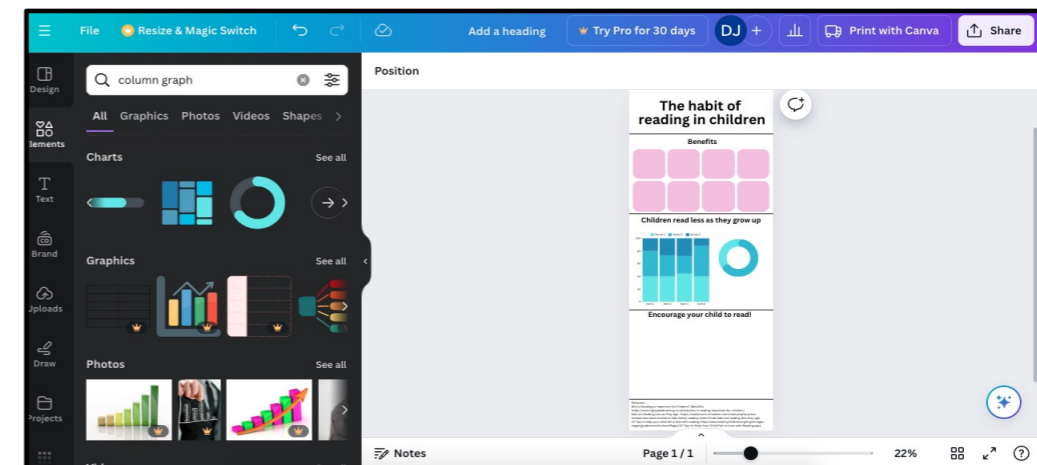
1. Selecciona «Create a design».



2. Escribe «Infographic».



3. Distribuye el espacio usando formas, líneas y cajas. Luego, añade títulos y subtítulos a cada sección, gráfico, tabla y a cualquier otro elemento que hayas considerado en tu planificación.



4. Ahora puedes completar el *template* que diseñaste con la información que has recopilado. ¡Buena suerte!



Apoyo al diseño y modificación de guías

El diseño de material didáctico para la enseñanza del inglés puede llevarse a cabo siguiendo métodos de enseñanza desde un enfoque comunicativo, tales como el aprendizaje basado en tareas (*task-based language teaching*), la instrucción basada en estrategias (*strategy-based instruction*) y la enseñanza basada en contenidos (*content-based instruction*), entre otros. En el presente material, hemos optado por incorporar una propuesta de enseñanza complementaria a las mencionadas, pero novedosa al abordar un fenómeno que muchas veces se pasa por alto en las salas de inglés como lengua extranjera: la multimodalidad. En particular, buscamos desarrollar una propuesta de enseñanza del inglés desde un enfoque multimodal, el cual está predominantemente influenciado por el trabajo del prestigioso académico Victor Lim Fei.

Un enfoque multimodal a la enseñanza del inglés busca, por medio de un metalenguaje pedagógico (es decir, el uso de términos relacionados con la multimodalidad), desarrollar la conciencia semiótica de los estudiantes, con el fin de que estos estén más atentos a las formas en las cuales los escritores y diseñadores utilizan e integran distintos modos semióticos con propósitos específicos. Para ello, buscamos que nuestros estudiantes desarrollen conciencia sobre las siguientes dimensiones clave para la comprensión y producción de textos multimodales: forma, audiencia, mensaje e integración de modos semióticos. Con el fin de alcanzar estos propósitos, hemos dividido la mayoría de las guías de aprendizaje en tres momentos que siguen la secuencia didáctica Engage-Study-Activate. Esta clásica secuencia didáctica indica que es importante para los docentes preocuparse de los siguientes tres pasos:

a. Engage: Comenzar con una actividad que llame la atención de los estudiantes y la capture. En esta etapa se pueden, por ejemplo, activar conocimientos previos mediante un juego de Kahoot o, como lo hacemos en este material, Quizizz. Existen otras plataformas que nos pueden ayudar, tales como Socrative o Wordwall, además de actividades prácticas presenciales, tales como juegos de mesa y dinámicas grupales. Estas actividades las puede encontrar bajo el encabezado **Let's Play** en este material.

b. Study: Entregar información de contenido tanto lingüístico y pertinente al inglés como vinculado al concepto de la multimodalidad que se está abordando. Esta explicación debe estar al nivel de los estudiantes y puede ser acompañada por el apoyo de la lengua materna y ejercicios controlados de baja dificultad. Estas actividades las puede encontrar bajo el encabezado **Let's Learn** en el presente libro.

c. Activate: Dar oportunidades para que los estudiantes usen el inglés que conocen y el que están aprendiendo con el fin de cumplir objetivos comunicativos relevantes al contenido que se está revisando en la sesión y a las habilidades comunicativas que se espera lograr. Estas actividades se encuentran bajo el encabezado **Let's Do It**.

Estas tres etapas son flexibles, ya que en una misma clase puede usarse más de una actividad perteneciente a cualquiera de ellas. Así, por ejemplo, podemos querer recurrir a más de una actividad de Engage para volver a motivar a los estudiantes luego de una actividad cognitivamente demandante y compleja. En las guías de aprendizaje del presente libro didáctico existe espacio para que usted como docente integre sus propias actividades con el objetivo de sacar el máximo provecho del material diseñado, además de lograr que este complemente su estilo de enseñanza y el ritmo de aprendizaje de sus estudiantes. Para ello, tenemos solo dos recomendaciones: (1) mantenga presente las etapas de Engage, Study y Activate, y (2) recuerde la importancia de desarrollar la conciencia semiótica de sus estudiantes. ¡Mucho ánimo innovando y generando sus propias actividades en el contexto de un enfoque multimodal a la enseñanza del inglés!

Consideraciones finales para el lector estudiante

El pensamiento crítico es una habilidad fundamental en el siglo XXI. Ser capaces de aplicarlo con textos multimodales es una forma cotidiana en la que podemos hacer uso de esta habilidad para entender dichos textos de forma efectiva, analizarlos y evaluarlos. Identificando de manera efectiva los efectos semióticos de los textos multimodales junto con los propósitos comunicativos que buscan lograr, es posible que aceptemos o rechacemos lo que nos indica el texto consciente y responsablemente.

Por medio de guías de aprendizaje basadas en un enfoque multimodal de la lectura y la escritura, intentamos contribuir al desarrollo del pensamiento crítico aplicado a textos multimodales. Esperamos que consideres volver a consultar este recurso de vez en cuando para que recuerdes algunos principios claves del diseño de los textos multimodales, vocabulario importante para tu manejo del inglés y la importancia de poner en uso el pensamiento crítico.

A medida que sigas progresando en tu educación, encontrarás que los textos multimodales están presentes como un recurso clave de tu aprendizaje en todos los cursos de tu carrera, ya sea en la forma de presentaciones PowerPoint, infografías, lecturas con gráficos, etc. Es una buena práctica que mires estos textos con tus «lentes multimodales» y haciendo uso de las habilidades de pensamiento crítico que has adquirido y seguirás desarrollando.

Finalmente, queremos agradecerte por acompañarnos en este viaje de aprendizaje. Tu esfuerzo por desarrollar tu pensamiento crítico y tus habilidades en el inglés no solo te ayudarán a ser exitoso en tu vida académica, sino que también te ayudarán en tu día a día, permitiéndote discernir entre textos que ofrecen información de calidad y aquellos que no. Te invitamos a seguir explorando estos conceptos, cuestionando la información que se nos presenta.

Con el desarrollo vertiginoso de las tecnologías digitales, la capacidad para interpretar efectivamente mensajes que combinan textos, imágenes, sonidos y otros recursos semióticos se ha convertido en un desafío educacional importante. Este manual ofrece herramientas prácticas para integrar la multimodalidad y el desarrollo del pensamiento crítico en la enseñanza de inglés como lengua extranjera. Las actividades que se proponen, adaptadas para distintos niveles de competencia lingüística, promueven tanto el análisis como la creación de textos multimodales.

El enfoque de este trabajo se basa en resultados de investigación empírica y se suma a los esfuerzos internacionales que intentan responder a las transformaciones comunicativas del presente, enfatizando la alfabetización multimodal, el desarrollo del pensamiento crítico y una pedagogía inclusiva y contextualizada. Los autores reconocen que una mejor preparación para la vida real no puede estar desligada de una competencia multimodal crítica, capaz de leer el mundo y sus representaciones en el discurso persuasivo con creatividad y autonomía.

Benjamín Cárcamo es Doctor en Lingüística de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

Bernardo Pino es Doctor en Filosofía de la Universidad de Sheffield, Reino Unido.

Dafna Jodeck es Magíster en Lingüística, Universidad de Playa Ancha, Chile.