

**SIMPOSIO No.4 EL INGLÉS COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA CURRÍCULAR**

**TEMA: MANUAL DE DIÁLOGOS PARA LA PRONUNCIACIÓN INGLESA COMUNICATIVA EN LOS ALUMNOS DE EDUCACIÓN BÁSICA.**

**AUTORES: BYRON ANTONIO AYÓN PARRALES  
YUNY ANELIA QUIMÍS ANDRADE**

La importancia de la educación se ha convertido en una de las piedras angulares del desarrollo para el Estado Ecuatoriano. De allí que los países avanzados hagan fuertes inversiones para aumentar el volumen y la calidad de la educación por ello el permitir que el estudiante viva experiencias que ayuden a la búsqueda y expresión de su sentido existencial humano es el verdadero sentido de la educación; porque hay que recordar que el aprendizaje no solo es de información sino también de experiencias.

Se trata de forjar individuos capaces de lograr autonomía intelectual y moral; que respeten esta facultad en el prójimo, en virtud precisamente de la regla de la reciprocidad. En este tipo de educación hay que atender pues que el sujeto se eduque con todas las posibilidades de conocimientos, actitudes, valores, capacidades y sentimientos para que pueda interactuar en sociedad y comunicarse de forma efectiva con sus semejantes.

Hoy más que nunca resulta imprescindible aprender el idioma inglés. Cada día se emplea más en casi todas las áreas del conocimiento y desarrollo humano. Prácticamente puede afirmarse que se trata de la lengua del mundo actual. Es, en la era de la globalización, la gran lengua internacional, una “lengua franca” que ha repercutido en todos los países no-anglosajones, incluida España, y que afecta más o menos directamente a los diversos campos y profesiones.

El [aprendizaje](#) de un idioma tan universalmente hablado como lo es la lengua inglesa, pone de manifiesto la necesidad imperiosa de actualizarse, innovarse

para ser partícipe de los diferentes campos del convivir diario, donde se proyectan los avances tecnológicos. Es así como el idioma [inglés](#) constituye un medio fundamental en [la comunicación](#) internacional. Por lo tanto, se debe dar atención a todos los aspectos que contribuyan a enseñar este idioma eficientemente, por ello es vital conocer los [métodos](#) aplicables en el proceso de enseñanza y aprendizaje en la educación y la forma en que ellos se hacen más efectivos.

En la actualidad el ser humano se encuentra viviendo diferentes cambios en los sistemas educativos que eleven los niveles de aprendizaje, ya sea en forma generalizada, científica o técnicamente, en especial cuando se trata de aprender nuevas [lenguas](#). Cambios en la que [el aprendizaje](#) de las mismas no sólo es para usarla como un medio de [comunicación](#) sino también por la necesidad de [poder](#) lograr nuevas metas en los diferentes campos del desenvolvimiento humano. Sobre todo cuando se vive en una época en la que el idioma inglés tiene cada día mayor importancia.

Su dominio ya no puede tratarse como un lujo, sino que es una necesidad evidente. En primer lugar, se trata de la herramienta que permite la comunicación con personas de otros países, dentro del mundo globalizado en que se vive.

De ahí podemos definir como **problema científico** las insuficiencias en la pronunciación en la lengua inglesa en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la misma en los alumnos de educación básica.

Como **objetivo** tenemos elaborar una manual de diálogos para perfeccionar la pronunciación de este idioma.

.

En las diferentes etapas de la investigación se desarrollaron las siguientes **tareas científicas**:

### **ETAPA I: Facto-perceptible**

Determinar la evolución histórica del proceso de enseñanza y aprendizaje del inglés para estudiantes de nivel básico.

Caracterizar epistemológicamente el proceso de enseñanza aprendizaje y del trabajo metodológico de la pronunciación en el idioma inglés.

Diagnosticar el estado actual de la pronunciación del idioma inglés en los estudiantes de Educación Básica.

## **Etapa II. Modelación.**

Fundamentar el manual de diálogos propuesto para la práctica de la pronunciación.

Diseñar el manual de diálogos para la práctica de la pronunciación en inglés.

## **ETAPA III. Aplicación**

Valorar por criterio de especialistas la factibilidad de aplicación del manual.

## **MANUAL DE DIALOGOS PARA PERFECCIONAR LA PRONUNCIACIÓN INGLESA DE LOS ALUMNOS DE EDUCACIÓN BÁSICA.**

En esta parte se fundamenta la propuesta desde las diferentes ciencias que sustentan el proceso docente en los colegios ecuatorianos, como resultado de esta interacción de éstas con la pedagogía se proyectan tres principios para poder elaborar el manual que describe el tratamiento de las particularidades de la pronunciación inglesa en el proceso de enseñanza aprendizaje del inglés. Además se hace una valoración de los resultados aportados por los especialistas sobre la aplicación del manual.

### **Fundamentos teóricos desde las diferentes ciencias que intervienen en el manual de diálogos para la pronunciación inglesa comunicativa.**

En el presente epígrafe se expresan los fundamentos del manual a partir de la valoración realizada en el capítulo precedente, los cuales sirven de sustento

tanto para la elaboración de la propuesta que se hace de manera general como de los pasos particulares que conforman este medio de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje de la pronunciación inglesa.

Así se presentan los siguientes fundamentos:

**En lo Filosófico**, la consideración de que el ser humano es un “*ser que proyecta*”, es decir, que es capaz de dirigir su comportamiento hacia futuros pensados con una idea con la que puede transformar la realidad y transformarse a si mismo (J. A. Marina & M. de la Válgoma, 2000). Por tanto el hombre planifica y proyecta la pronunciación de la lengua extranjera que aprende de manera consiente.

Éste fundamento, por su naturaleza totalizadora, integradora y sintetizadora, establece el lugar y el significado del resto de los fundamentos teóricos que se tienen en cuenta en el manual, al garantizar la unidad y la coherencia teórica necesarias mediante la construcción de un lenguaje común.

**En lo Sociológico**, los estudios de Eraut (2006), citados por Vidal Rivera (2010), quien sostiene la tesis sobre que las competencias están socialmente establecidas, motivadas y construidas. Entre ellas las competencias comunicativas, con lo que incluye las cuatro habilidades básicas de la lengua para lo cual la pronunciación adquiere un valor primario en el análisis.

**En lo Psicológico**, La importancia de la actividad según Leontiev, pues se parte de la importancia que esta tiene para lograr la pronunciación correcta en la lengua extranjera.

Los fundamentos psicológicos permiten determinar la relación que se establece entre la enseñanza, el aprendizaje, el desarrollo y la formación de los educandos. Desde una toma de posición ante tan fundamental principio y conociendo las particularidades del estudiante, es que se puede instrumentar, organizar y dirigir científicamente el proceso de enseñanza-aprendizaje del idioma inglés, en el marco de este manual de pronunciación.

**En lo Pedagógico**, se considera el tipo de educación que deben recibir los educandos en el ámbito de la escuela, a través de la vía curricular y extracurricular. Con lo que se estaría concordando que el aprendizaje de la pronunciación de la lengua inglesa es vital para la comunicación en el aula y fuera de esta como parte de la educación amplia que recibe el alumno.

### **Diseño del manual de diálogos para la pronunciación inglesa comunicativa en los estudiantes del nivel básico.**

En este epígrafe, se presenta la elaboración de la concepción del manual de diálogos de pronunciación inglesa comunicativa para el desarrollo de la pronunciación del idioma inglés en el nivel básico.

La idea que se desarrolla parte del análisis de otros manuales empleados para un fin similar al que se pretende utilizar en la presente investigación; o sea, la enseñanza y el aprendizaje de la pronunciación y se parte del criterio que se tiene sobre el término de manual.

Del latín manualis, que indica que se ejecuta con las manos, este término según la Real Academia de la Lengua Española contiene más de una docena de significados diferentes; pero, que para los efectos de esta investigación, se asocia al libro o cuaderno en que se compendia lo más sustancial de una materia, en este caso como un material para la enseñanza y el aprendizaje de la pronunciación en un contexto comunicativo dado por los objetivos de lo que aprende el estudiante en idioma extranjero.

Se trataba, en lo fundamental, de valorar cuáles son los elementos que otros manuales atienden de allí que se parte de un esquema de análisis en forma de cuestionario que sugerían los manuales y se agrupan en cuatro bloques que los investigadores han adaptado a partir de un análisis anterior de José Ramón Torres Águila en su trabajo “Adecuación de los manuales de pronunciación”(tomado de PHONICA, vol. 2, 2006) y que comprende los siguientes indicadores : objetivos del manual y de sus actividades, contenido de las actividades, consideraciones acerca del modelo pedagógico, y la evaluación.

Con las preguntas sobre los **objetivos** se constata el grado de adecuación de éstos a las necesidades del tipo de usuario que atiende la presente investigación.

Cuando se analiza el **contenido**, se valoran cuestiones de fondo y a la vez generalizables en la enseñanza y el aprendizaje de la pronunciación, como la relevancia del contenido para el estudiante con quien se utiliza el manual o el orden de presentación de los elementos segmentales con relación a los suprasegmentales.

Con relación al **Modelo Pedagógico**, se identifican las principales características del enfoque metodológico que asumía el autor del manual precedente puesto que el actual se basa totalmente en el enfoque comunicativo.

Por último, en lo que respecta a la **evaluación**, en aquellos casos en que se incluía alguna actividad de este tipo, se analiza el contenido que medía, su coherencia con los objetivos del manual, y la posibilidad de que los alumnos y profesores pudieran evaluar el material como usuarios o hacer propuestas a partir de su experiencia. Pues este es un aspecto que se valora como primario en el enfoque de enseñanza asumido.

En cuanto a los resultados obtenidos en el análisis, los manuales de pronunciación del inglés que se han publicado en la enseñanza de esta lengua para los hispanohablantes, o para hablantes de otras lenguas (fíjese que el Clear Speech de Judy Gilbert, por ejemplo, toma contrastes que aparecen en hablantes de chino), en sentido general se adecuaban a las necesidades específicas de los estudiantes y a las corrientes del momento en la didáctica de las lenguas extranjeras con el resultado analizado según los cuatro indicadores anteriormente establecidos.

En sentido general se puede decir que los manuales aprobaron convenientemente las expectativas de su uso bajo el enfoque comunicativo para enseñar la pronunciación, pero el vacío más significativo se encuentra justamente en cuanto a los alcances de los objetivos, y el grado en que su

contenido y evaluación es el resultado de las necesidades de aprendizaje del alumno.

### **Resultados de la aplicación de los ejercicios del manual. Valoración inicial.**

Para valorar la estrategia propuesta por los autores se seleccionó el Método de Criterios de los Especialistas.

Luego de aplicar el manual de diálogos para la pronunciación del inglés en el Colegio “El Quiteño Libre” desde la concepción del enfoque comunicativo para el desarrollo de las habilidades lingüístico-comunicativas con una pronunciación adecuada al nivel del alumno, se valoró la factibilidad de su aplicación a través del criterio de expertos, al considerar lo establecido por el Dr. L. Campistrous [et al] y por G. Hernández.<sup>1</sup>

Se seleccionaron 22 profesionales a los que se les envió una encuesta de autovaloración para determinar el nivel de competencia que poseían sobre la temática que se investiga. Después del procesamiento de la encuesta, quedaron seleccionados 19 expertos acorde con sus coeficientes de competencia.

Fueron excluidos de la muestra tres de estos profesionales, uno en atención al bajo interés demostrado y otros por el bajo coeficiente de conocimiento sobre el tema particular de la consulta y otro porque no contestó el cuestionario. Los expertos consultados tienen una amplia experiencia científico-metodológica en la impartición del inglés en la educación básica, en la enseñanza de lenguas extranjeras, así como en motivación de los estudiantes hacia la pronunciación. La composición de los especialistas por categoría docente se comportó de la forma siguiente: 19 Profesores licenciados (100%), 14 Profesores de planta (73, 6%) y 5 Profesores contratados (26, 4%).

Cada experto contó con el tiempo que necesitó para analizar los aspectos relativos al modelo propuesto, según las siguientes categorías: MA: Muy adecuado, BA: Bastante adecuado, A: Adecuado, PA: Poco adecuado, I: Inadecuado. Sus respuestas sirvieron para hacer reflexiones y analizar posibles precisiones al modelo propuesto.

## CONCLUSIONES

Los intereses, necesidades y motivaciones de los estudiantes de Educación Básica en cuanto al aprendizaje de lenguas extranjeras y especialmente a aprender a pronunciarlas, están centradas en la información de textos y manuales escritos como destreza fundamental para mejorar la comunicación y así de esta manera poder competir sanamente en un mundo donde el idioma inglés ya es parte de nuestras vidas, constituyendo una herramienta fundamental para el día a día de cualquier persona que pretenda desempeñar un rol exitoso en cualquier ámbito que incurriere.

Se efectuó en el análisis teórico, sobre la implementación de un manual de diálogos comunicativo para perfeccionar la pronunciación del idioma inglés. Algunos autores han referido la importancia sobre la interacción entre sujetos y las posibilidades de desarrollar destrezas al entablar diálogos, como parte del proceso de comunicación en inglés.

Se corroboró en un diagnóstico que el proceso de enseñanza-aprendizaje del inglés en los alumnos de educación básica presenta dificultades.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Alberto, M. B. (2006). Didáctica de los Idiomas
2. Byrne, D. ((1989)). Teaching Oral English.
3. Cantero, F. J. (2002). Teoría y análisis de la entonación.
4. Cassany, D., Luna, M., & Sanz, G. (Eds.). (1994). *Enseñar Lengua*. Barcelona.
5. Cevallos, M. E. Q. (2010). Alternativa Metodológica para la enseñanza aprendizaje de la comprensión auditiva del inglés . Alternativa Metodológica para la enseñanza aprendizaje de la comprensión auditiva del inglés.
6. Cultura, M. d. E. y. (2001). Convenio Internacional Ecuatoriano-Británico.



7. Evans, D., & John, S. (1998). Key Issues in English for Specific Purposes (ESP) Curriculum Development. *The Internet TESL Journal*.
8. Gonzalo, A. C. (2006). *Aprendizaje Acelerado: Propuesta de una Alternativa Metodológica para el Perfeccionamiento de la Expresión oral de la Lengua Inglesa*. Unpublished Tesis Doctoral, Universidad de Granada, Granada.
9. Lina, G. A. (2005). El Desarrollo de la Expresión Oral en Inglés con fines específicos
10. Linda, G. (2006). Formación docente en Inglés con Fines Específicos (IFE)
- 11.. Martínez, N. (2006). *Por qué los estudiantes de las escuelas públicas no aprenden inglés*.
12. Ministerio Educación y Cultura, D. d. I. E. (1992). Proyecto cradle.
13. Rojo, I. I. (2001). Hacia el idioma de la globalización
14. Soca Marrero Yarelys, & Kayren, G. A. (2010). La Comunicación oral y su importancia dentro del proceso docente

---

**TEMA: ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA FAVORECER LA INTERDISCIPLINARIEDAD ENTRE LAS ASIGNATURAS DE INGLÉS Y MARKETING**

**AUTORES: HENRY XAVIER MENDOZA PONE**

**MARÍA GABRIELA MENDOZA PONCE**

La interdisciplinariedad es de difícil y escasa aplicación por su complejidad y demanda de esfuerzos de los profesores de las distintas asignaturas para poder garantizar la sistematización de los saberes, situación que se hace aún más evidente en lo que respecta a la enseñanza del idioma inglés.

---

Acerca de la interdisciplinariedad se ha hecho referencia en múltiples estudios en el marco internacional. Castro Pérez (2009), indica que “El punto de partida de la interdisciplinariedad es la existencia de la complejidad de los sistemas y los procesos que integran la realidad que se estudia y a partir de ella, la conformación de disciplinas que compartan marcos teóricos y metodológicos que permitan integraciones y síntesis como resultado de una estrategia de cooperación entre especialistas.”

En la investigación desarrollada por Saad (2007), ésta señala que la interdisciplinariedad no debe ser considerada como una superposición o adición de saberes de especialistas que, limitados por el conocimiento de sus áreas, emitan su visión segmentada del todo, sino que cada uno lleve su contribución al todo integrado e integrador.

Ambas definiciones concuerdan en que la interdisciplinariedad es una integración de los saberes de las diferentes ramas del conocimiento, las cuales requieren la cooperación de expertos dispuestos a unir esfuerzos para lograr cohesión e interrelaciones significativas y pertinentes.

Por su parte González Sosa A M afirma que “La relación interdisciplinas o intermaterias es aquella que establece la formación de los sistemas de conocimientos, hábitos y habilidades, que sirven de base a todas las cualidades esenciales significativas, en otras palabras: estos conocimientos, hábitos y habilidades de las distintas materias, están integrados en sistemas que necesariamente deben coordinarse, de tal modo, que permitan formar en el estudiante un sistema generalizado de conocimiento integrado en su concepción del mundo". Se manifiesta así la imperiosa necesidad de establecer métodos y prácticas didácticas para lograr el acercamiento entre lo segmentado y el todo y así desarrollar estudiantes competentes a nivel profesional y general.

En la actualidad la educación debe responder a las demandas de elevar la competitividad y la calidad de vida. El aprendizaje de un segundo idioma, en este caso el inglés, por ser la lengua donde se desarrollan y publican diariamente la mayor cantidad de información de índole científica se vuelve imprescindible, y su dominio y utilidad la condición sine qua non para no quedar a la zaga de los últimos descubrimientos y adelantos científicos y tecnológicos en las diferentes áreas de estudio.

Hoy por hoy, el idioma inglés es usado a nivel mundial en las muchas distintas aplicaciones del conocimiento. Es actualmente aceptado como el idioma estándar para la comunicación y el comercio global. En el mundo actual, el inglés se constituye

---

en lengua clave para los negocios en las principales industrias del mundo. (Trimborn, 2010).

Partiendo del término marketing -cuya raíz etimológica proviene de una voz inglesa-, se define como el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. En tal condición, se hace notable la necesidad de dominar este idioma, especialmente por los futuros ingenieros en marketing, para quienes los negocios son el campo donde aplicarán sus conocimientos, habilidades y valores.

Tal como lo afirma Gore (2007), cualquier persona que trabaje en marketing o publicidad necesita el inglés para hacer su trabajo, sea para conversar con clientes, discutir sobre nuevas campañas de publicidad para la compañía, establecer un plan de marketing o escribir un anuncio de prensa, estará usando el inglés cada vez más.

Resulta de obligada referencia la relación existente entre estas dos áreas del saber. “La mayoría de los conceptos de esta joven ciencia [Marketing] se han construido en el idioma inglés; y las demás lenguas han debido incorporarlos [los conceptos] con la consiguiente dificultad y artificio”, según Maqueda y Llaguno (1995), aseveración que señala la preponderancia del idioma inglés en el estudio de esta carrera y posterior buen desempeño profesional, en aras de facilitar el intercambio no solo comunicacional, sino cultural y social.

La enseñanza del idioma inglés con propósitos específicos está basada en varios principios, enunciados por Robinson P. en Barbón, (2011), como son: Control de la realidad: la manera en que la tarea docente va a suceder en la realidad del alumno; no trivialidad: la necesidad de que la tarea sea significativamente generada para responder al propósito del alumno; autenticidad: la naturalidad que debe mostrar la tarea para insertarse en el contexto real del estudiante; y tolerancia al error o posibilidad de que aquellos errores o limitaciones que no obstruyan la comunicación sean tolerados.

Estos principios benefician a los profesores de inglés y estudiantes en la medida que les permite aclarar dudas, profundizar en los textos y materiales a utilizar en las clases y proponer situaciones comunicativas presentadas en situaciones reales.

De acuerdo a las concepciones pedagógicas vigentes, la enseñanza del inglés como segundo idioma debe estar caracterizada por un enfoque comunicativo, para lograr la competencia comunicativa en el estudiante.

---

En cuanto a esta problemática, Estrada y García sustentaron en el 2001 que el proceso de globalización implica una comunicación necesaria para poder desarrollarse, de manera tal que podría afirmarse que dicha comunicación se ha hecho posible hoy en día a través del idioma inglés, pues es el idioma de los negocios, de los avances científicos, técnicos y su correspondiente literatura. No obstante aún no se ha conseguido cohesionar el inglés con los requerimientos de la enseñanza a nivel de pregrado.

En el contexto actual de la universidad ecuatoriana, y en el caso particular las de la provincia de Manabí, esta asignatura no está directamente relacionada con las diferentes carreras ofertadas por estas instituciones de educación superior, debido a que los contenidos impartidos no corresponden a las necesidades cognitivas, cognoscitivas y metacognitivas de los estudiantes; situación que está presente en la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, y que repercutirá en el desempeño profesional del alumnado.

La carrera de Ingeniería en Marketing contempla en su programa de estudios cinco niveles de enseñanza de inglés, tres generales y dos de propósitos específicos. En los tres primeros se pretende que los estudiantes desarrollen las destrezas comunicativas del idioma inglés: escuchar, leer, hablar y escribir a un nivel básico, es decir, que se logre la comprensión y producción de temas relacionados con su diario vivir. En los dos específicos se busca que afiancen el conocimiento de su especialidad, con vocabulario y contenidos relativos a la misma, lo cual implica adquirir, comparar y desarrollar los temas y contenidos con los de las asignaturas de especialidad de la carrera, de ahí que se proceda a la elaboración de la propuesta metodológica para enlazar los contenidos del Idioma Inglés en los módulos específicos con la asignatura Marketing, base del estudio de esta carrera.

En vista de la importancia de este tema y la experiencia práctica de los autores, se han identificado varias insuficiencias, en el orden teórico y práctico, relacionadas con los conocimientos previos del idioma inglés con que los estudiantes llegan a la universidad, los diferentes niveles de conocimiento de inglés en su ingreso, el escaso interés en el aprendizaje de este idioma y los contenidos impartidos no están enlazados con el aprendizaje de otras asignaturas relacionadas.

En tal virtud, se asume como problema científico de esta investigación la insuficiencia en la vinculación del idioma inglés con los contenidos de la asignatura Marketing. El objeto está enfocado en el proceso de interdisciplinariedad, y en consecuencia, el campo de acción es la vinculación del idioma inglés y la materia de Marketing de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Chone.

---

Por consiguiente, el objetivo planteado es el diseño de una estrategia metodológica que permita la vinculación del idioma Inglés con la asignatura Marketing en la ULEAM Extensión Chone.

Para lograr este cometido, las tareas científicas propuestas en este proceso investigativo se relacionan con:

1. Fundamentar el desarrollo histórico relacionado con el proceso de interdisciplinariedad entre las asignaturas de Idioma Inglés y Marketing.
2. Sistematizar los sustentos teóricos del proceso de interdisciplinariedad y entre el idioma inglés y el marketing.
3. Diagnosticar la situación actual del proceso de interdisciplinariedad entre las asignaturas de Idioma Inglés y Marketing de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Chone y la enseñanza del idioma inglés.
4. Fundamentar teóricamente la estrategia metodológica para favorecer la interdisciplinariedad entre el Idioma Inglés y Marketing.
5. Diseñar la estrategia metodológica para el tratamiento de la interdisciplinariedad entre el idioma inglés y el marketing.
6. Valorar desde el punto de vista teórico la estrategia propuesta por criterio de especialistas.

Entre los métodos y técnicas, en el orden teórico, se han utilizado el análisis y síntesis en la revisión bibliográfica acerca del proceso de interdisciplinariedad y las relaciones existentes entre el inglés y el marketing; el método inductivo-deductivo para establecer los nexos entre lo general y lo particular en la investigación desarrollada; y el método histórico - lógico, el cual profundiza en la evolución y desarrollo de la problemática planteada; y desde el punto de vista empírico, el cuestionario, la entrevista y encuesta a los docentes de Inglés y Marketing, y la encuesta realizada a los estudiantes de Marketing.

La estrategia metodológica propuesta pretende dar solución al problema detectado y aportar al sustento teórico vigente acerca del proceso de interdisciplinariedad y su nexos con la enseñanza de las materias de Inglés y Marketing.

## **DESARROLLO**

Desde el punto de vista histórico, el uso de la palabra interdisciplinariedad tuvo su origen al producirse el desarrollo de los procesos productivos en los países

---

desarrollados donde la especialización se volvió imprescindible. “La especialización ha sido requisito para llegar a dominar los infinitos aspectos de un campo de investigación.” (Castro, 2009). Por lo tanto, es un campo que ha surgido producto del desarrollo histórico de la ciencia.

En la pedagogía este término tiene sus raíces en los tiempos del pedagogo humanista y filósofo checo Juan Amos Comenius (1592-1670), cuando aparecen las ideas acerca del enlace entre materias o entre conocimientos, lo cual era necesario para poder reflejar un cuadro completo de la naturaleza en los estudiantes y por consiguiente crear un sistema de conocimientos y concepción reales del mundo. (Pérez et al: 2010).

De acuerdo con Wallerstein, citado por Orejuela (2009), la interdisciplinariedad y su reflexión se produjo a partir de la construcción histórica de las ciencias sociales desde el siglo XVII hasta 1945, a las cuales se consideró como “reflexiones desprendidas de la filosofía”. Además de Wallerstein, Laudau, Prosahnky e Ittelso (Torres, 1996) a partir de la Segunda Guerra Mundial aparecen los primeros trabajos de índole interdisciplinar como efecto de la expansión poblacional y productiva mundial y de las universidades.

Agazzi (2002) señala como punto de origen de la interdisciplinariedad la crisis motivacional que afectaba a los estudiantes universitarios hace aproximadamente cuarenta años, refiriendo como soluciones la actualidad y la interacción entre disciplinas como método pedagógico.

La interdisciplinariedad no es la suma mecánica de los conocimientos que poseen algunas personas, sino una integración orgánica en un individuo que se ha esforzado por conocer diferentes campos del saber, para brindar la oportunidad de concatenar los saberes que ha integrado para la comprensión de un objeto de conocimiento, ampliando sus esquemas de aproximación e interpretación.

La Unesco en uno de sus libros establece diferencias entre interdisciplinariedad y transdisciplinariedad. La primera se refiere a la cooperación entre dos o más disciplinas, cada una de ellas contribuye con sus propios temas conceptuales, manera de definir problemas y métodos de análisis; mientras que la segunda supone una cooperación entre diversas disciplinas con un mismo paradigma; es decir, que la interdisciplinariedad incluye a la transdisciplinariedad.

La interdisciplinariedad derriba las paredes de las asignaturas y destaca lo complejo global de los problemas a resolver y brindar una visión de unidad de mundo y ciencia. El término interdisciplinariedad ha sido también reemplazado por coherencia de

---

contenidos, correspondencia entre disciplinas, programas mixtos o combinados, enseñanza concentrada, articulación de disciplinas, entre otros.

Según Torres, citado por Carballosa (2007) analiza la interdisciplinariedad en diferentes aspectos del área educativa y ventajas de un currículo integrado.

Klein, Carballosa (2007), en su artículo Interdisciplinariedad y Complejidad en Educación Superior se refiere a estos dos términos como una cosa única dentro de la enseñanza, influenciado por Morín.

Estas afirmaciones presentan a la interdisciplinariedad como una integración de saberes y toman al hombre como individuo social e integrado a un sistema que es la sociedad.

En la actualidad la educación debe responder a las demandas de elevar la competitividad y la calidad de vida.

En la esfera educacional debe constituir uno de los principios rectores para el diseño y desarrollo de los currículos con el objetivo de formar el individuo que la sociedad actual necesita. Requiere de la convicción y del espíritu de colaboración entre las personas. No es una cuestión teórica, es ante todo una práctica y se perfecciona con ella. Es necesaria para la organización de la investigación y de la educación y para la creación de modelos más explicativos de la compleja realidad que un enfoque disciplinar nos ocultaría.

El Marketing, por su parte, tuvo sus inicios en el siglo XX, aunque su nacimiento crea controversias porque aunque algunos sostienen que es tan antiguo como la humanidad (Armario, 1993; Lambin, 1994; Kotler, 1989 en Pérez, 2007), y no suelen ponerse de acuerdo ni en la época ni en el país de procedencia.

Las primeras ideas sobre la enseñanza e investigación de esta disciplina se originaron en los departamentos de economía de las universidades de Wisconsin y Harvard según Jones y Monieson, citados por Pérez (2007). Por lo tanto se infiere que el Marketing como ciencia tuvo sus inicios en la economía, mas, por ser una ciencia que busca elevar las ventas de productos y servicios en las empresas, su esencia está vinculada a otras ciencias como la psicología, sociología, la economía, entre otras; por lo tanto el marketing en sí mismo se constituye en un ejemplo de interdisciplinariedad.

Para las empresas, la satisfacción de sus clientes es un aspecto primordial. Sin embargo, para llevar a cabo este objetivo, es necesaria la implementación de diversas

---

herramientas y estrategias que contribuyan a "involucrar" a los consumidores con un determinado producto o servicio.

Según el "padre del marketing", Philip Kotler, este es un proceso en el cual un grupo de individuos intercambia bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. Algunas asocian este término con la mercadotecnia, otros como Jerry MacCarthy, lo relaciona a las denominadas "Cuatro P" del mercadeo: producto, precio, plaza (distribución) y promoción.

El Marketing puede ser considerado desde múltiples puntos de vista, tantos quizás, como personas se dediquen a estudiarlo, al definirlo, se considera como una actividad profesional que guía a las empresas y organizaciones tanto a nivel filosófico, como a nivel estratégico y a nivel operativo.

El inglés es probablemente el tercer idioma del mundo en número de hablantes que lo tienen como lengua materna (entre 300 y 400 millones de personas), y el tercero más hablado, detrás del chino mandarín, si se cuenta también a quienes lo tienen como segunda lengua (200 millones de personas más).

El inglés, al extender Inglaterra su lengua por todo el mundo (Imperio Británico), y al convertirse los Estados Unidos de América en la mayor potencia económica y militar, se ha convertido de facto en la lengua franca de nuestros días.

Los docentes de inglés de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión Chone, consideran preocupante el cambio de enseñar debido a que su formación ha sido tradicional. Aunque el trabajo en equipo puede superar este paradigma y buscar la solución a lo que necesitan los estudiantes para obtener un aprendizaje significativo.

Ante eso, se considera necesario que se practique una metodología considerando la realidad de los docentes y estudiantes. Una metodología en que se comprometa la unión de todas las disciplinas que se enseñan, considerando la diversidad y que se lleve a la práctica la interdisciplinariedad.

Esto significa examinar las concepciones metodológicas y las formas de actuar de los profesores. "La introducción de la interdisciplinariedad implica una transformación profunda en los métodos de enseñanza y requiere de un cambio de actitud y de las relaciones entre docentes y entre los estudiantes"

Según Barros: "Metodología es la operacionalización, la sistematización del método mediante procesos y técnicas de que se vale el agente para realizar una intervención



---

en la realidad. El método es una visión abstracta del actuar, la metodología es una visión concreta de la operacionalización”.

Una metodología en sí misma no significa nada. Es preciso que ella sea desarrollada a partir de hechos concretos y principalmente que haya compromiso por parte de quienes la aplican. En el decir de Cardoso: “Tan importante como la adopción de un determinado método es la sensibilidad del educador para cada momento singular en que ocurre el fenómeno de aprender”

La presente investigación se desarrolló en la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Chone. Es un institución de educación superior pública donde prevalece un modelo educativo focalizado hacia el laicismo por lo general la población que asiste a esta institución es de bajos recursos.

Los autores en su experiencia práctica cotidiana, señalaron varias insuficiencias en el orden teórico y práctico en cuanto a la enseñanza de la lengua inglesa en la universidad, relacionadas con los escasos conocimientos previos del idioma inglés con que los estudiantes ingresan a la universidad, así como los diferentes niveles de conocimiento del mismo, el poco interés en el aprendizaje de este idioma y los contenidos impartidos no articulados con el aprendizaje de las asignaturas de las distintas carreras.

La carrera de Ingeniería en Marketing, actualmente en la Extensión Chone en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, cuenta con estudiantes en noveno semestre, tiene como objetivo de formación integral del profesional: Formar líderes emprendedores, creativos y humanistas, con valores éticos y morales, preparados con conocimientos científicos y tecnológicos capaces de aplicar las doctrinas del marketing en la evolución y mejoramiento continuo de las empresas comerciales, de producción y de servicios, que contribuya al mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad y al desarrollo integral del país en un mundo cambiante y globalizado.

La misión es contribuir al desarrollo de los sectores económicos, productivos, empresariales y sociales de la provincia de Manabí y el País, mediante la preparación de hombres y mujeres con valores éticos y morales, formando líderes emprendedores capaces de fomentar sus propias iniciativas empresariales y de negocios; guiados por educadores comprometidos con la excelencia académica y mediante una formación integral conforme a la realidad de nuestro medio y así formar profesionales idóneos que con un pensamiento crítico y humanista, sean capaces de diseñar estrategias de marketing creativas, exitosas y rentables, que permitan aprovechar al máximo los nichos de mercados y satisfacer plenamente las necesidades y deseos de sus consumidores y clientes.

---

La visión es ser en el corto plazo una Escuela con nivel de excelencia académica, que entregue los mejores profesionales expertos en Marketing al mercado laboral y a la sociedad.

En la malla curricular de la carrera de Ingeniería en Marketing hay cinco niveles de enseñanza de inglés, tres de conocimiento básico y dos de propósitos específicos. Los tres primeros ayudan a que los educandos adquieran y desarrollen las destrezas comunicativas del idioma inglés: escuchar, leer, hablar y escribir para favorecer la comprensión y producción de tópicos relacionados con situaciones cotidianas. Los dos específicos sirven para que fortalezca el conocimiento de su especialidad, incluyendo vocabulario y contenidos temáticos, lo que requiere realizar las actividades de adquirir, comparar y desarrollar los temas con los de las asignaturas, en este caso Marketing.

La asignatura Marketing contempla en sus contenidos generalidades relativas al marketing y la publicidad y sus definiciones, marketing mix y las cuatro Ps: Producto, plaza, promoción y precio; herramientas del marketing, marca, introducción al marketing de empresas y de servicios, entre otros. Muchos de los términos empleados en esta asignatura están expresados en inglés, por lo que se vuelve evidente la conexión entre las materias de Inglés y la materia de Marketing.

El diseño de la estrategia para cumplir con lo propuesto conlleva una secuencia de pasos para lograr una meta predefinida, es decir, es un camino para transitar de un punto dado, a otro deseado.

En el ambiente académico – universitario, las distintas áreas del conocimiento incluyen el concepto y los modelos de estrategia como parte de la formación profesional. De acuerdo con Zapata (2007) “Diseñadores, comunicadores sociales, publicistas, educadores, algunas áreas de ingeniería y, por supuesto, negociadores internacionales, economistas y administradores se ocupan de la estrategia en algún momento de su formación curricular.”

Las organizaciones gubernamentales, empresariales, como aquellas sin ánimo de lucro han adoptado esquemas y conceptos de estrategia como pilar de sus quehaceres organizativos.

“Toda estrategia transita por una fase de obtención de información (puede tener carácter diagnóstico), una fase de utilización de información y una fase de evaluación de esa información, además como su nombre lo indica, debe tener un margen para ir redirigiendo las acciones”. (Ruiz, 2001: 151).

---

Los autores mencionados coinciden al manifestar que a través de una estrategia se establece la vía apropiada, desde una perspectiva global, para plantear acciones dirigidas a resolver los problemas detectados.

Dentro de las diferentes tipos de estrategias, la estrategia metodológica es la que los autores proponen en este estudio. Rodríguez y Rodríguez la definen como "...la proyección de un sistema de acciones a corto, mediano y largo plazo que permite la transformación de la dirección del proceso de enseñanza aprendizaje tomando como base los métodos y procedimientos para el logro de los objetivos determinados en un tiempo concreto. Entre sus fines se cuenta el promover la formación y desarrollo de estrategias de aprendizaje en los escolares." En consecuencia con este planteamiento, en el proceso de interdisciplinariedad se hace necesaria la adopción de métodos que permitan enlazar los contenidos de las asignaturas de idioma Inglés y Marketing donde los principales beneficiados sean los estudiantes al tener un panorama más claro sobre su carrera y su futuro profesional.

Según Urresti (1995), citado por Palmer (2004) las dificultades que el profesor que imparte alguna asignatura en inglés puede encontrar se dividen en cuatro grupos: dificultades de actitud o disposición, de concepto, lingüísticas y metodológicas.

En tal virtud, la elaboración de la estrategia que a continuación se presenta, parte de los **fundamentos sociológicos**, relacionados con el carácter específico de la teoría histórico-cultural de Vygotsky, para quien el ser humano se caracteriza por una *sociabilidad primaria*. Henri Wallon (1959) en Ivic (1994), expresa la misma idea de modo más categórico: "El (individuo) es genéticamente social".

En la teoría de Vygotsky se hace uso de una serie de palabras y formulas clave, entre las que merecen mención las siguientes: Sociabilidad del hombre, interacción social, signo e instrumento, cultura, historia y funciones mentales superiores, detalladas en su teoría histórico-cultural.

El interés sociológico por la educación reside en sus características como institución que constituye identidades y posiciones sociales que condicionan la forma en que los individuos viven en sociedad, sus actitudes y formas de interacción y sus oportunidades vitales (Bonal, 1998). El análisis sociológico comprende el proceso de socialización y sus agentes; las relaciones del sistema educativo con otros sistemas sociales; las funciones sociales de la educación; el sistema escolar, sus agentes activos y relaciones sociales internas, con especial atención al alumnado, al

---

profesorado y al currículum; así como de las contradicciones y procesos de reforma que se desarrollan en el sistema educativo (Guerrero, 2002).

En el orden **psicológico**, los autores tomaron como referente a Vygotsky y su Zona de Desarrollo Próximo, donde manifiesta que “el aprendizaje despierta una serie de procesos evolutivos internos capaces de operar cuando el niño está en interacción con las personas de su entorno y en cooperación con algún semejante.” (Vygotsky, 1988), aunque este autor se refiere solo a la primera etapa de la vida esta es válida para otras porque en cada una de las acciones que se proponen en la metodología se parte del nivel de desarrollo actual de los estudiantes, -unido a la necesidad de comunicarse dentro su ambiente- y a través de cada una de las acciones propuestas en las etapas se buscaron niveles superiores del conocimiento.

En la **lingüística**, “la lengua ideal o idealizada de los lingüistas teóricos, no se define como modelo de competencia [en el sentido chomskyano, equivalente, pero no igual a la *langue* de Saussure] sino como modelo de comprensión, adecuación y propiedad, es decir, como modelo que tiene que ver con el uso y no con el conocimiento de una lengua.”(Demonte, 2001). Adicionalmente, Vygotsky (1995) manifestó que el aprendizaje de una lengua extranjera depende del grado de madurez que se tenga en la nativa.

Por otra parte, Rosaldo (2004) indica que todas las lenguas humanas son gramaticales y las gramáticas humanas tienen ciertos rasgos universales. La perspectiva lingüística es fundamental para la elaboración de una estrategia con enfoque interdisciplinario por ofrecer teorías y categorías asociadas a la comunicación, que a su vez rigen los principios de enseñanza y aprendizaje de la lengua inglesa.

Desde la **pedagogía** se asume los principios generales, específicamente los relacionados con la preparación integral del estudiante, donde se manifiestan los principios que promueven la creación de una cultura común en la diversidad y una situación en la que todas las clases puedan participar en los mismos términos. Como sostiene Estébanez (1992) “Por ser intencional, hay siempre en el proceso educativo algo o alguien que suscita en la persona el conocimiento de sí y del mundo circundante por medio de la activación de sus códigos cognoscitivos.”

En cuanto a la didáctica, y de acuerdo a lo expuesto por Guerrero (2002) uno de los objetivos de la **Didáctica del Inglés** es comprender los procesos, factores y situaciones implicadas con el aprendizaje de este idioma como lengua extranjera y explorar las aplicaciones de estos conocimientos teóricos a la práctica del aula.

---

La fundamentación teórica sienta las bases para la concepción de la estrategia metodológica, la cual está dirigida a cohesionar las asignaturas de inglés y marketing a fin de brindar un carácter significativo y práctico a la enseñanza-aprendizaje del idioma inglés.

El diseño de la estrategia metodológica se encamina a lograr la necesaria coherencia en el proceso de enseñanza aprendizaje para lograr la interdisciplinariedad. Los condicionantes para la aplicación de la estrategia, de parte de los docentes son: Manejo de la temática relacionada con el Marketing, conocimiento de vocabulario especializado en inglés y dominio de la expresión oral y escrita en el idioma inglés y en cuanto a los estudiantes: Predisposición para el aprendizaje de la lengua inglesa, conocimiento de la temática relacionada al marketing y conocimientos básicos del idioma inglés.

La estrategia metodológica está constituida por cuatro etapas que se detallan a continuación con sus acciones correspondientes:

La primera etapa es la valoración del proceso de interdisciplinariedad y su objetivo es determinar el estado actual del proceso de interdisciplinariedad entre las materias de inglés y marketing. Esta etapa es fundamental porque mediante ella se obtiene un diagnóstico de la situación actual de los docentes en la esfera de la interdisciplinariedad, para lo cual se recomienda aplicarles una entrevista. De igual manera es importante que se den a conocer los resultados a todos los docentes involucrados, a fin de establecer un punto de partida para los futuros cambios.

Para realizar la valoración del proceso de interdisciplinariedad se han establecido las siguientes acciones: Elaboración de los instrumentos que permitirán conocer las acciones de interdisciplinariedad que hoy realizan los docentes que imparten las asignaturas de marketing e inglés, (entrevista a los docentes), aplicación de los instrumentos, análisis y tabulación de los resultados, socialización en un taller metodológico de los resultados obtenidos y valoración de criterios de los docentes de inglés y marketing.

La segunda etapa es acerca de la preparación metodológica de profesores de Inglés y Marketing sobre interdisciplinariedad, cuyo objetivo es orientar a los profesores de inglés y marketing sobre interdisciplinariedad y su tratamiento desde el punto de vista metodológico. Las acciones son: Modelación de los contenidos de ambas asignaturas que pueden ser integrados (anexos), socialización de contenidos con los profesores de inglés y marketing mediante talleres y evaluación sobre la preparación metodológica realizada sobre la interdisciplinariedad.

El taller presencial se enfoca en la orientación a los catedráticos en la adopción de métodos para favorecer la interdisciplinariedad entre las asignaturas de inglés y marketing. El taller busca sensibilizar a los maestros de inglés y marketing sobre el uso de la interdisciplinariedad y la vinculación de los contenidos respectivos, proponer orientaciones metodológicas para facilitar la vinculación de las dos asignaturas, viabilizar el desarrollo de los métodos para la vinculación de los contenidos.

La tercera etapa se refiere al tratamiento metodológico de los contenidos de Inglés y Marketing con un enfoque interdisciplinario y su objetivo vincular los contenidos de las asignaturas de Inglés y Marketing. En esta fase se concretan actividades metodológicas con los docentes de Inglés y Marketing en lo referente al análisis de los contenidos por disciplina, presentación de las propuestas por cada disciplina y la elaboración de los nuevos contenidos y un glosario de términos utilizado en ambas asignaturas. Las acciones son: Selección de contenidos a trabajar con enfoque interdisciplinario, determinación del enfoque de objetivos en la clase, selección de los métodos y medios y la concepción de la evaluación de los contenidos desde un enfoque interdisciplinario.

La etapa cuatro comprende la ejemplificación de la estrategia para un tema. Su objetivo es demostrar a través del ejemplo de una clase cómo se da tratamiento a la interdisciplinariedad. En esta etapa se presenta el plan diario de clases con los contenidos de una lección de la asignatura marketing adecuado a la metodología y didáctica para la enseñanza del idioma inglés. Las acciones de esta etapa son: Diseño de un plan de clase con los contenidos de un tópico de marketing en función de la metodología aplicada para la enseñanza de inglés, utilización de medios audiovisuales para la realización de la clase demostrativa, ejecución de la clase demostrativa con un enfoque interdisciplinario y valoración de resultados.

### PLAN DIARIO DE CLASE

FECHA: Junio 20, 2012		LUNES: X	MARTES:	MIÉRCOLES:
		JUEVES:	VIERNES:	ESTUDIANTES: 32
SEMESTRE:	Séptimo			
PERÍODO:	14:00 AM- 15:30 AM.			
ASIGNATURA:	Inglés de Negocios			
TEXTO:	Marketing			
Unidad: 3	Lección: A	Número de clases: 2		
Nombre de la unidad:	<i>Planeando una estrategia de marketing (Planning a marketing strategy)</i>			
Nombre de la clase:	Marketing Mix			

<b>Participantes:</b> Pares y clase completa		<b>Lugar:</b> Aula de clases	<b>Hora:</b> 14:00
<b>Objective:</b>	Los estudiantes serán capaces de escribir acerca del marketing mix (Producto, precio, plaza y promoción) de una compañía.		
<b>RECURSOS</b>	Laptop, pen drive, proyector, libro de marketing, pizarra, marcadores, parlantes.		
<b>ESCENARIO Y OBJETIVO</b>	<b>INTERACCIÓN</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>	
<p>1.- <b>ANTICIPACIÓN</b></p> <p><i>Introduce a los estudiantes al lenguaje objetivo (marketing mix)</i></p> <p>2.- <b>TAREA</b></p> <p><i>Presentar el lenguaje objetivo.</i></p> <p>3.- <b>ENFOQUE EN EL LENGUAJE</b></p> <p><i>Para crear conciencia en los estudiantes</i></p> <p><b>SIGNIFICADO:</b></p> <p><i>Ayudar a los estudiantes a entender el significado de palabras relacionadas con las 4 Ps.</i></p> <p>4 <b>PRÁCTICA CONTROLADA</b></p> <p><i>Para permitir a los estudiantes practican y comiencen a usar el lenguaje objetivo.</i></p> <p>5.- <b>PRÁCTICA LIBRE</b></p> <p><i>Para dar la oportunidad de aplicar el lenguaje meta.</i></p>	<p><i>Clase abierta</i></p> <p><i>Profesor-estudiantes</i></p> <p><i>Profesor-estudiantes</i></p> <p><i>Clase abierta</i></p> <p><i>pares</i></p> <p><i>Profesor, estudiantes y trabajo individual</i></p> <p><i>Trabajo en parejas</i></p>	<p><i>La profesora anima a los estudiantes a predecir el tópico y lo presenta "Marketing mix" (5')</i></p> <p><i>La profesora pide que los estudiantes señalen algunos factores cuando diseñan un plan de marketing (10')</i></p> <p><i>Además les dice que escuchen y tomen notas acerca de las cuatro Ps del marketing. (15')</i></p> <p><i>La profesora dice a los estudiantes que estuchen nuevamente y completen las frases. (10')</i></p> <p><i>Además les explica el uso de nuevas palabras que están en el texto.</i></p> <p><i>Profesora indica que deben agrupar esas palabras en las categorías correctas (5')</i></p> <p><i>La profesora señala a sus estudiantes que completen las oraciones del párrafo. (15 min)</i></p> <p><i>Profesora solicita a los estudiantes que escriban acerca del marketing mix de una compañía (30 ')</i></p>	
<b>Conclusión</b>	Los estudiantes son capaces de escribir acerca del marketing mix usando las cuatro Ps del marketing: producto, precio, plaza y promoción.		
<b>RESPONSABLE</b>		<b>Firmas</b>	
<b>Profesora:</b> Ing. María Gabriela Mendoza Ponce			
<b>Director:</b> Dr. Fredy Zambrano Velásquez			
<b>Fecha de presentación:</b> 20 de junio de 2012			
<b>Recibido:</b>			

Luego de detallar la estrategia metodológica para la interdisciplinariedad del PEA del inglés en la carrera de marketing, se valoró la factibilidad de su aplicación a través del criterio de especialistas.

---

La composición de los especialistas por categoría docente se conformó de la siguiente forma: 21 Profesores licenciados (100%), 14 Profesores de nombramiento (67%) y 7 Profesores contratados (33%); del total 2 son Másteres en Educación (1%).

Cada especialista contó con el tiempo que necesitó para analizar los aspectos relativos a la estrategia metodológica propuesta, según las siguientes categorías: MA: Muy adecuado, BA: Bastante adecuado, A: Adecuado, PA: Poco adecuado. Sus respuestas sirvieron para hacer reflexiones y analizar posibles precisiones al modelo propuesto.

Para la valoración por los especialistas se ofrecieron seis aspectos que a continuación se relacionan:

1. La fundamentación de la estrategia metodológica diseñada.
2. Las consideraciones respecto al objetivo de la estrategia planteada.
3. Las características de la estrategia u otras para ser incluidas.
4. La evaluación de los requisitos propuestos u otros sugeridos para ser tomado en cuenta.
5. La evaluación del orden lógico de las etapas de la propuesta.
6. La evaluación del plan de clase propuesto en la etapa de ejemplificación de la estrategia.

Los cálculos correspondientes se realizaron con el paquete estadístico Excel. Los resultados del procesamiento estadístico de las respuestas dadas por los especialistas, la tabla que aparece en el Anexo No. 9 muestra que los aspectos sometidos a la consideración de los expertos todos se ubican en la categoría de MUY ADECUADOS.

Los resultados de la valoración obtenida de los especialistas evidencian la factibilidad de la estrategia metodológica para favorecer la interdisciplinariedad entre las materias Inglés y Marketing, revelada en el orden de las etapas en la modelación teórica y la pertinencia del proceso desarrollador, creativo y flexible que sugiere la propuesta metodológica.

## **CONCLUSIONES GENERALES**

La investigación realizada permitió reflexionar desde el punto de vista teórico sobre las principales concepciones existentes acerca del proceso de interdisciplinariedad, específicamente sobre la vinculación entre las asignaturas Inglés y Marketing.



---

Se realizó un análisis histórico de cómo ha ido evolucionando el proceso de interdisciplinariedad, donde se pudo constatar que el este proceso ha transitado de un enfoque tradicionalista, hacia un enfoque reflexivo y globalizador, especialmente en el ámbito universitario.

Los autores quienes han investigado sobre el proceso de interdisciplinariedad y la vinculación entre las materias de Idioma Inglés y Marketing han encaminado sus estudios fundamentalmente hacia una perspectiva integradora en un mundo interconectado, dentro de la cual la interdisciplinariedad tiene como una de sus múltiples ventajas que es de índole polisémica y que puede ser vista tanto como principio y como método de cooperación entre especialistas que a su vez promueve el desarrollo del pensamiento lógico y una concepción totalizadora de su entorno.

En lo referente al diagnóstico se identificaron varias dificultades, siendo las principales la disparidad en los niveles de conocimiento de la lengua inglesa, el poco interés en aprender inglés y los contenidos no articulados entre el inglés y las diferentes asignaturas. En el caso de los docentes se pudo constatar que los mismos no están preparados para ejecutar el proceso de interdisciplinariedad o vincular los contenidos de ambas asignaturas.

En la investigación se propone una estrategia metodológica cuya característica distintiva es el enfoque interdisciplinario, la misma que desde sus sistemas de acciones y etapas concebidas permitirá perfeccionar a través de la participación conjunta de los docentes el proceso de interdisciplinariedad entre las materias de inglés y marketing.

Se sometió la estrategia para su valoración empírica a criterio de especialistas, los cuales coinciden en su criterio en cuanto a la calidad y pertinencia de las acciones para su posible introducción en la práctica educativa.

## **BIBLIOGRAFÍA**

AGAZZI, Evandro. (2004) El desafío de la interdisciplinariedad: dificultades y logros. Revista Empresa y Humanismo, Vol. V, N° 2/02, pp. 241-242.  
<http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5877/1/EVANDRO%20AGAZZI.pdf>

BARBÓN, Olga. (2011) Pertinencia de una estrategia para el mejoramiento de la competencia comunicativa en inglés del colaborador. En Odiseo, revista electrónica de pedagogía. Año 8, número 16, enero-junio de 2011.

---

BONAL, Xavier. (1998) Sociología de la educación. Una aproximación crítica a las corrientes contemporánea. Editorial Paidós. Barcelona

CASTRO, José. (2009) La Interdisciplinariedad: Resultado Del Desarrollo Histórico De La Ciencia. En ArtículoZ. Directorio de artículos gratis.

CARBALLOSA, Ania. (2007) La enseñanza aprendizaje del Inglés con fines profesionales. Una propuesta interdisciplinaria para su contextualización. Tesis Doctoral. Universidad de Granada. ISBN 978-338-4304-3. <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/1489/1/16649801.pdf>

DEMONTE, Violeta. (2001) El español estándar. (ab suelto). Algunos ejemplos del léxico y la gramática. Segundo Congreso Internacional de la Lengua Española. Recuperado julio 2003.

ESTÉBANEZ, Cayetano. (1992). Un modelo pedagógico en la enseñanza del inglés. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, nº 15, 173-181. Disponible en [dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=618865](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=618865)

GARCÍA, Rolando (1994). Interdisciplinariedad y sistemas complejos. Ciencias Sociales y Formación Ambiental. Editorial Gedisa, UNAM. <http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/salud/dircap/mat/matbiblio/interdis.pdf>

GÓMEZ L.I. (1999). Análisis de los resultados del curso académico. Impresión ligera. MINED. La Habana.

GORE, Sylee. (2007) "English for Marketing and Advertising". Express Series. Oxford Press, New York. ISBN 978 0 19 4579193. Pg. 4

GUERRERO, A. (2002) Manual de Sociología de la Educación. Editorial Síntesis. Madrid.

IVIC, Iván. (1994) Revista trimestral de educación comparada. París, UNESCO, vol. XXIV, nº 3-4, 773-799.

KOTLER, Philip (2005). Los 10 pecados capitales del marketing: indicios y soluciones. Ediciones gestión 2000. pp. 155. [ISBN 9788496426290](http://ISBN_9788496426290)

---

KOTLER, Philip (2003). Fundamentos de Marketing (6ª edición). Pearson Educación de México, S.A. de C.V. pp. 712. [ISBN 970-26-0400-1](#).

MAQUEDA, Javier y LLAGUNO, José (1995) "Marketing estratégico para empresas de servicios" Ediciones Díaz de Santos, Madrid España. ISBN: 9788479781903. Pg.6

MORIN, Edgar. (2000). Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Editorial Cortez-UNESCO. Brasil.

OREJUELA, Johnny. (2009) Primero afirmar, luego integrar. La interdisciplinariedad y las ciencias sociales. En Revista Científica Guillermo de Ockham, Revista Científica. Vol. 7, No. 1. Enero-junio

PALMER, Juan. (2004) Factores de influencia en la docencia del inglés de especialidad: los ejemplos de las diplomaturas en ciencias empresariales y turismo, en *Linguistics Studies in Academic and Professional English*. Recuperado el 1 de junio de 2012 de <http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=pmuSCcCiMzgC&oi=fnd&pg=PA147&dq=interdisciplinariedad+entre+el+ingles+y+el+marketing&ots=cZQepc1dI5&sig=EYcSHtMGxdtzupelunS-xMwSiLE#v=onepage&q=interdisciplinariedad%20entre%20el%20ingles%20y%20el%20marketing&f=false>

PÉREZ, Amadeo. (2007) Historia y evolución del Marketing. El blog de Homero.

PÉREZ SOTO, Dayami, et al. (2010) La interdisciplinariedad: un desafío para la docencia contemporánea. En Odiseo, Revista Electrónica de Pedagogía, Año 8, número 15, julio-diciembre de 2010. ISSN 1870-1477.

RODRÍGUEZ, María y RODRÍGUEZ, Alvarina. La estrategia como resultado científico de la investigación educativa. Universidad Pedagógica "Félix Varela", Centro de Ciencias e Investigaciones Pedagógicas.

ROSALDO, Renato. (2004) Reflexiones sobre la interdisciplinariedad. *Revista de Antropología Social*, vol. 013, 197-215. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=83801309>

---

RUIZ, Magalys (2001) La competencia investigadora. Entrevista sobre tutoría a investigaciones educativas. México. Editorial Independiente.

SAAD, Martha. (2007) "Universidad y Producción de conocimiento científico con un enfoque transdisciplinar: Una experiencia dentro de la maestría en educación." En Educere, abril-junio, año/vol. 2011, número 037. Pg. 342.

TRIMBORN, Evelyn. (2010) "The Importance of English in the Modern Business World". En International Trade by Suite101.

VIGOTSKY, Lev. (1988). El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. México. Editorial Crítica, Grupo editorial Grijalbo.

VIGOTSKY, Lev. (1995). Pensamiento y lenguaje. Buenos Aires. Ediciones Fausto.

ZAPATA, Roberto. (2007). Olas Paradigmáticas de la Estrategia: enfoque Hermenéutico. Revista Ciencias Estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia, vol. 15, núm. 17, enero-junio, pp. 83-92.  
<http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=151320347005>

**Tema: Estrategia Metodológica para Perfeccionar el  
Desarrollo de la Competencia Comunicativa Oral en las clases  
de inglés, en los Estudiantes del Centro Educativo Particular  
"El Bejucal"**

**Autores:** Cecilia Chávez Zambrano

Plinio Vargas Zambrano

---

La comunicación es un proceso bilateral compuesto, por la expresión oral y la redacción o escritura, por la audición y la lectura. Ambas partes se complementan, no puede existir una sin la existencia de la otra. Esta es resultado de la representación mental de la realidad objetiva transmitida con elementos lingüísticos codificados y decodificados por las personas que participan en el acto comunicativo. El saber decir y saber comprender; es competencia de la producción y la actuación.

Después de la Segunda Guerra Mundial, surgió un gran interés por el estudio de las lenguas extranjeras, propiciado por la necesidad de poseer un buen dominio oral y auditivo de una lengua extranjera, por el desarrollo de las comunicaciones y los medios de comunicación masiva, la expansión imperialista y las migraciones constantes hacia países de habla inglesa. Se comienza a desarrollar más la metodología y como resultado, el gobierno de los Estados Unidos aumentó sus esfuerzos a fin de enseñar lenguas extranjeras, para que los americanos no se aislaran del desarrollo científico que alcanzaban otros países.

Por lo tanto se puede asumir que la competencia comunicativa es, la habilidad del hablante para comunicarse en dependencia de la situación comunicativa, del papel que le corresponda en el acto expresivo y del propósito que se plantee. Para ello debe emplear sus conocimientos lingüísticos, culturales y sociales y aplicar su preparación psicológica y estratégica para hacer una correcta selección de la función comunicativa apropiada a la situación y al tema en cuestión. A finales de los años 60 y principios de los 70, los lingüistas comenzaron a hacer un estudio más aproximado de la lengua y reconocieron la necesidad de focalizar la enseñanza en el dominio de la comunicación oral, más que en las estructuras, surgiendo así la enseñanza comunicativa.

Al respecto Baso Martínez. (1996) plantea: "El que ha primado en las últimas décadas, se caracteriza por enfoque comunicativo enfatizar en ideas y generalizaciones, más que en hechos aislados. Se destaca más en el significado que en la forma, y; en el nivel discursivo que en la oración. Hace especial énfasis en la competencia comunicativa, realizada en el lenguaje natural, mientras que los estructuralistas han

---

buscado perfección lingüística, mediante el sistema de sus reglas de pronunciación, estructuras morfosintácticas y vocabulario”. La comunicación posibilita la práctica de situaciones comunicativas simuladas y promueve el trabajo en parejas y pequeños grupos.

Con este antecedente el Ministerio de Educación considera que el aprendizaje del idioma Inglés es una parte esencial en el proceso de enseñanza que permitirá a los educandos prepararse para la vida en el presente siglo ya que ésta asignatura es de importancia en el Sistema de Educación Media, tiene un enfoque comunicativo mediante el cual se pretende que el estudiante desarrolle las destrezas receptivas del lenguaje escuchar y leer, y las destrezas productivas hablar y escribir. El aprendizaje del inglés, gracias a estas reformas, cambia totalmente su metodología de la tradicional, repetitiva, gramática memorística; a la comunicativa, que tiene una visión diferente del uso del lenguaje, manejándolo dentro del dominio de destrezas básicas en un contexto comunicativo basado en una diversidad de tópicos sociales, culturales y científicos.

Lamentablemente, esta propuesta tiene escaso éxito ya que para ello se requiere de cambios decisivos en la forma de concebir la enseñanza del Inglés especialmente la destreza comunicativa, además se requiere desterrar las convencionales formas de aprender, optimizar el papel de los docentes no descuidando la actividad del estudiante en el proceso y la construcción del aprendizaje y un mejor aprovechamiento de los recursos en el contexto de trabajo académico. Entre las causas encontradas que generan dificultad es la falta de estrategias de aprendizaje para desarrollar la destreza de hablar dando como efecto dificultad en la pronunciación, bajos niveles de captación y timidez al hablar.

Otro de los aspectos que agravan esta problemática se debe a que las personas responsables en la enseñanza del idioma Inglés, no han dado la importancia al desarrollo de esta lengua extranjera y la destreza de hablar, considerando que su rol fundamental es transmitir conocimientos y lejos de hacerlo lo único que hacen es traspasar informaciones y saberes, ya que para que una información se convierta en conocimiento requiere que los estudiantes hayan asimilado y comprendido los

---

conceptos esenciales, pero para ello deben haber sido partícipes dinámicos en la construcción de los saberes mediante técnicas que optimicen el aprendizaje desde la infancia para obtener mejores resultados en la adolescencia y juventud. En el caso específico los autores de esta investigación, a partir de su experiencia práctica con los estudiantes, han corroborado que en la educación se aprecian insuficiencias relacionadas como:

- Deficiencia en el desarrollo de las destrezas comunicativas en el aula.
- Insuficiente desarrollo en la habilidad de la audición y la expresión oral.
- Insuficiente motivación para el desarrollo de la competencia.
- Poco uso de las estrategias metodológicas que fortalezcan la comunicación.

En este contexto la Educación Ecuatoriana persigue la formación de jóvenes adolescentes de competencias académicas y propone como modelo educativo una educación centrada en el estudiante y su aprendizaje, este enfoque se ha orientado a conseguir que éste sea el protagonista de su propia formación profesional, convirtiéndose en entes activos y responsables de su aprendizaje, en esta óptica los maestros y otros agentes actúan como mediadores del conocimiento.

**PROBLEMA:** Las insuficiencias que presentan los estudiantes del nivel básico en el desarrollo de la competencia comunicativa oral, en las clases de inglés del Centro Educativo Particular “El Bejujal”.

**OBJETO DE INVESTIGACIÓN:** Lo constituye la competencia comunicativa del idioma inglés.

**OBJETIVO:** Elaborar una Estrategia Metodológica que contribuya al desarrollo de la competencia comunicativa oral, durante el proceso de aprendizaje del idioma inglés, en los estudiantes del nivel básico del Centro Educativo Particular “El Bejujal”.

---

**CAMPO DE ACCIÓN:** La competencia comunicativa oral.

**HIPÓTESIS:** Si se elabora una Estrategia Metodológica para el desarrollo de la competencia comunicativa oral, entonces se podrán perfeccionar las insuficiencias que presentan los estudiantes de nivel básico en el proceso de aprendizaje del idioma inglés.

**TAREAS CIENTÍFICAS:**

- Fundamentar teóricamente la estrategia metodológica para perfeccionar la competencia comunicativa oral.
- Diseñar la estrategia metodológica en base a un juego de rol.
- Valorar la estrategia metodológica en base al criterio de especialistas.

**MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN:**

Análisis y síntesis: Para la revisión bibliográfica sobre el tema, de manera que se actualizaran los conocimientos teóricos necesarios para ejecutar la investigación, en su situación a nivel nacional e internacional, y para analizar las principales concepciones que existen en las competencias comunicativas orales. Histórico y lógico: Para analizar la fase de desarrollo histórico siguiendo la lógica de la dialéctica del pensamiento y elaborando juicios, razonamientos y tareas para el tratamiento de las competencias comunicativas orales. Abstracción concreción: Para descubrir los nexos esenciales que existen en la teoría en cuanto a las competencias comunicativas orales y su importancia en el idioma inglés.

Inducción-deducción: Para la determinación de los elementos teóricos relacionados con las competencias comunicativas orales y llegar a nuevas conclusiones sobre el



---

aprendizaje de ésta habilidad, en los estudiantes del nivel básico del Centro Educativo Particular “El Bejucal”. Observación: Para el análisis de las dificultades de los estudiantes, en lo referente a las competencias comunicativas orales, y la valoración de la efectividad de la Estrategia Metodológica. Encuestas: Para determinar las insuficiencias que se presentan en clases en lo que se refiere a la competencia comunicativa oral en el idioma inglés. Entrevistas: Para la evaluación del aprendizaje de los estudiantes. Cuestionarios: Para la valoración del proceso de enseñanza y aprendizaje del idioma inglés.

**APORTE DE LA INVESTIGACIÓN:** Con el propósito de erradicar las insuficiencias de la competencia comunicativa oral del idioma inglés en los estudiantes del Centro Educativo Particular “El Bejucal”, se propone la aplicación de una estrategia metodológica como herramienta durante el proceso de aprendizaje de la lengua extranjera en la institución que se aplicará esta investigación.

## **DESARROLLO.**

### **ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA PERFECCIONAR EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA ORAL EN BASE A UN JUEGO DE ROL EN LAS CLASES DE INGLÉS.**

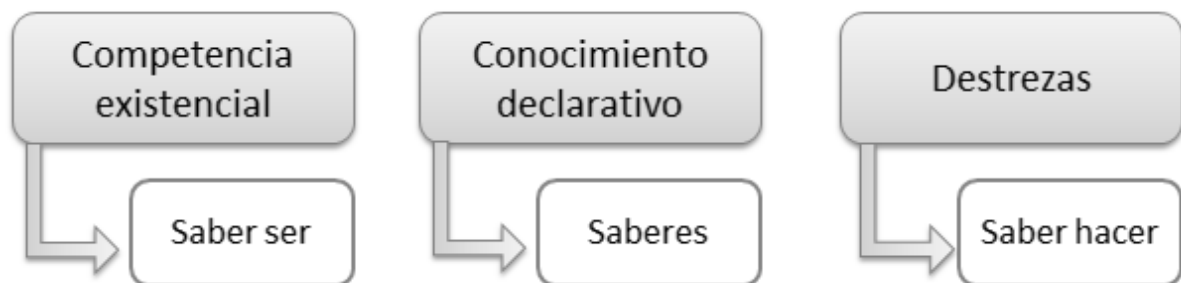
En el desarrollo se presenta la concepción y estructuración teórica de la Estrategia Metodológica; se aborda el tratamiento del idioma Inglés; se da a conocer el uso del juego de rol en las clases de este idioma y los resultados obtenidos en el proceso de aprendizaje del idioma inglés, destacándose las ventajas y utilización de la misma; y finalmente se realizan la valoración por criterio de especialistas.

#### **1.1 Fundamentación teórica de la estrategia metodológica para perfeccionar la competencia comunicativa oral.**

---

El inglés actual, desde el punto de vista lingüístico, es la suma de todas las formas de hablar y de escribir de aquellos pueblos que lo han adoptado como vehículo fundamental de la comunicación, teniendo en cuenta, además, los llamados préstamos lingüísticos que han pasado y pasan de una lengua a otra.

Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la comunicación en inglés contribuye a fijar estructuras lingüísticas que enriquecen esa lengua. A comienzos del año 2000, se retoma una nueva forma de analizar las competencias comunicativas en base a tres componentes con sus respectivos elementos; así se incluyen:



El desarrollo de competencias comunicativas en una segunda lengua conlleva el cumplimiento de algunos principios básicos de aprendizaje. Entre ellos, se destacan los siguientes:

Desde el punto de vista sociológico según Hymes (1974), la competencia comunicativa es el término más general para la capacidad comunicativa de una persona, capacidad que abarca tanto el conocimiento de la lengua como la habilidad para utilizarla. La adquisición de tal competencia está mediada por la experiencia social, las necesidades y motivaciones, y la acción, que es a la vez una fuente renovada de motivaciones, necesidades y experiencias.

Los autores retoman la idea a defender de Hymes ya que; lo importante es lo que se hace con la lengua extranjera como vehículo de comunicación, no solo como un código formal de carácter lingüístico condicionado para su finalidad sino también ésta debe ser considerada como parte de una teoría más general que aglutine comunicación y cultura. Es de importancia también para los autores tomar en cuenta

---

las experiencias y necesidades de los estudiantes, porque de éstas se parte para obtener un completo desarrollo de la competencia comunicativa tanto dentro del aula como fuera de ella.

Desde el punto de vista psicológico según la teoría de Ausubel, el aprendizaje sucede a través de un proceso significativo; consistente en relacionar conceptos nuevos con el conocimiento que el aprendizaje ya ha adquirido previamente. El motivo principal para aprender una lengua es la existencia de una necesidad comunicativa; esto hace que los estudiantes sientan que están aprendiendo a hacer algo útil con la segunda lengua.

La existencia de un ambiente socio-humanístico, impulsado por un profesor facilitador, le permite al aprendiz expresarse sin inhibiciones. El input (o material lingüístico al que se expone al estudiante) debe ser comprensible, relevante a los intereses inmediatos, no demasiado complejo y que tampoco esté estrictamente graduado y que sea interesante de manera que contribuya a crear una atmósfera relajada en el aula de clase.

La interacción que conlleve negociación del significado, facilita el proceso de adquisición de una segunda lengua. Los autores consideran que la concepción de todos estos principios pedagógicos y metodológicos en acción, da surgimiento a la noción de prácticas pedagógicas comunicativas, las cuales están llamadas a concretar en el contexto del aula de clase, unas condiciones propicias para el proceso de enseñanza y aprendizaje del inglés como lengua extranjera. La teoría de Ausubel permite obtener una vista globalizada de la importancia que juegan todos estos aspectos antes mencionados para permitir el desenvolvimiento del estudiante en la perfección de la competencia comunicativa oral.

Desde el punto de vista pedagógico según Pérez Martín (1996) entre las características que distinguen la importancia del diálogo interactivo, el cual ayudará al desarrollo de la competencia oral y a crear un ambiente de confianza e intercambio de ideas y aprendizaje están los juegos de roles; son muy distintivos y fortalecedores para el avance de la competencia oral y escrita. Por ser los temas escogidos por los docentes construyen un ambiente dinámico y motivador. En esta aportación los autores comparten la acertada connotación, en la cual este pedagogo pone énfasis en la importancia del intercambio de ideas de una forma directa mediante el uso de la lengua, lo que de una amplia ventaja a una de las destrezas o competencias del idioma inglés que es la oral colocando también como factor importante el ambiente en

---

el que se desarrolla el diálogo, dando una apertura a los estudiantes de escoger los roles que ellos desean practicar.

Desde el punto de vista didáctico según William Little Wood (1998) establece que la enseñanza comunicativa comprende dos grandes tipos de actividades:

Las actividades pre-comunicativas, basadas en la precisión y que presentan estructuras, funciones y vocabulario: Estas se subdividen en:

- Actividades estructurales.- Las estructurales tienen que ver con la mecanización y práctica de las estructuras; y,
- Actividades cuasi-comunicativas.- Las cuasi-comunicativas se basan en la comunicación y en la estructura de la lengua.

Las actividades comunicativas, basadas en la fluidez y que implican compartir e intercambiar información. La necesidad de que se enfoque desde un punto de vista comunicativo; en que la misma debe integrarse con otros aspectos del lenguaje como son estilo, función, discurso y con las habilidades de la lengua. En esta concepción los autores hacen una distinción entre la competencia organizacional y la competencia pragmática. La primera controla la estructura formal de la lengua, el dominio que se tenga de sus componentes para poder usarlos adecuadamente. La segunda, tiene que ver, con los aspectos funcionales de la lengua, la sensibilidad para manejarla de acuerdo con el contexto y a la función comunicativa, así como al manejo de registros y las referencias culturales.

Desde el punto de vista del inglés según Medina, A. (2006), la competencia comunicativa es una configuración de capacidades, conocimientos, habilidades y hábitos lingüísticos y extralingüísticos que se manifiestan durante el acto comunicativo en la lengua extranjera a través del uso apropiado de ésta para satisfacer las necesidades comunicativas individuales y colectivas, con ajuste a las normas lingüísticas, sociolingüísticas, discursivas y estratégicas que se requieran. Este es un acertado comentario en el cual los autores comparten la idea en la que Medina se refiere a la fusión de algunos elementos necesarios para que se produzca el acto de comunicarse en el idioma inglés para obtener el entendimiento entre el emisor y el receptor.

---

## ¿QUÉ SON LOS JUEGOS DE ROLES?

Un juego de rol es un juego interpretativo-narrativo en el que los jugadores asumen el rol de personajes imaginarios a lo largo de una historia o trama en la que interpretan sus diálogos y describen sus acciones. No hay un guion a seguir, ya que el desarrollo de la historia queda por completo sujeto a las decisiones de los jugadores. Por esta razón, la imaginación, la narración oral, la originalidad y el ingenio son primordiales para el adecuado desarrollo de esta forma dramática. El role playing está comprendido dentro de las dinámicas de grupo, con lo cual se puede aplicar los mismos principios teóricos para su organización.

Esta estrategia, que también se conoce como dramatizaciones o simulaciones, consiste en que dos o más personas representan una situación o caso concreto de la vida real, actuando según el papel que se les ha asignado y de tal forma que se haga más vivido y auténtico. Los juegos son altamente motivantes y entretenidos y dan a los estudiantes tímidos oportunidad para expresar sus opiniones y sentimientos. También ayudan a adquirir nuevas experiencias en una lengua extranjera, lo que no siempre es posible durante una clase tradicional. Los juegos proporcionan diversión a las actividades regulares del aula, "rompen el hielo". Pueden ser usados para introducir nuevas ideas. En esta atmósfera relajante que se crea cuando se usan los juegos, los estudiantes recuerdan las cosas más rápidas y mejor.

Para los investigadores y docentes en la enseñanza del idioma inglés el término "competencia" se ha convertido en un término bastante familiar, ya que se menciona en repetidas oportunidades dentro del objetivo general o específico en la mayoría de los programas de las asignaturas, si se parte de la afirmación de que en cuanto a lenguaje, la competencia es una aptitud para saber y saber-hacer que se actualiza o no según la intencionalidad del sujeto que habla o interpreta. Quienes se dedican a la enseñanza aprendizaje del idioma inglés, esperan de sus estudiantes que sepan hacer uso de las formas gramaticales y del vocabulario que han aprendido a lo largo de sus estudios, poniéndolos en práctica para comunicar sus conocimientos, experiencias y emociones, de forma coherente y cohesiva en diversas situaciones reales de comunicación.

### **1.2 Diseñar la estrategia metodológica para perfeccionar el desarrollo de la competencia comunicativa oral.**

---

A continuación se muestra como está estructurada la estrategia metodológica de la competencia comunicativa oral basada en el uso de un juego

### **REQUISITOS DE LA ESTRATEGIA:**

Entre los principales requisitos de esta estrategia metodológica los autores tienen a bien considerar que los docentes hayan sido formados para enseñar inglés como una segunda lengua y tengan el total dominio de la temática a tratar, por parte de los docentes un conocimiento previo de la tecnología ; ya que es de suma importancia en el campo de la educación en la actualidad, otro aspecto o requisito es la predisposición de los maestros para aplicar esta estrategia ya que requiere de tiempo y planificaciones previas para un mejor desempeño de la propuesta, a nivel de alumnado el conocimiento previo en relación con el idioma; y en cuanto a la institución también debe aportar con ciertos requisitos como la disposición del recurso humano, logístico y los implementos o materiales necesarios para desarrollar dichas destrezas.

### **CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DE LA ESTRATEGIA METODOLÓGICA:**

Las siguientes características de ésta estrategia metodológica van encaminadas a mejorar el diálogo interactivo entre estudiantes y a la vez permitir un avance a nivel provincial y cantonal del idioma inglés. Esta estrategia metodológica que se propone tiene un carácter de motivacional porque va a permitir obtener una mayor asimilación del idioma y desarrollo del mismo, a la vez por su actualidad, dinámico e interactivo; ya que a través de estas características se propone obtener una mayor captación de la atención de los estudiantes y tener como resultado un dialogo interactivo entre los mismos, tiene también un carácter flexible porque permite que el estudiante tenga un desenvolvimiento pleno de expresión siendo este un eje fundamental para perfeccionar la competencia; de la misma forma debe ser integradora porque admite la cohesión y participación directa opacando el temor y la timidez al intentar la comunicación.

En base a un diagnóstico realizado a través de las encuestas a docentes y estudiantes se pudo constatar la insuficiencia que presentan los estudiantes al no desarrollar y utilizar la competencia comunicativa oral, motivo por el cual se ve la necesidad de implementar una estrategia metodológica la cual pueda ayudar y permita la interacción entre los alumnos a través de la motivación de trabajar con temas de interés actual utilizando como medio el dialogo directo mediante la actividad de un juego de rol. Los autores proponen una estrategia metodológica que está conformada por cuatro

---

etapas, las cuales poseen una relación sistemática entre cada una de ellas según lo estipulado en la teoría del sistema, a continuación se describe cada una de ellas.

**ETAPA 1:** Determinación de las preconcepciones que tienen los docentes para perfeccionar la metodología que hasta la presente se ha utilizado en las clases del idioma inglés.

**OBJETIVO:** Analizar mediante una encuesta los criterios de los docentes y la disposición que ellos tienen para modificar la metodología que en la actualidad utilizan para enseñar el idioma inglés.

**DESCRIPCIÓN:** Para el desarrollo de esta etapa se toman en cuenta las versiones de los docentes en base a sus experiencias en el proceso enseñanza - aprendizaje del idioma y de diferentes estrategias utilizadas y a la predisposición que tengan los mismos para la implementación e innovación.

Además se pueden establecer los desatinos y fortalezas que se presentan en sus clases para lo cual, se aplicará una técnica sencilla en la que ellos podrán pronunciarse y opinar acerca de que caminos u opciones se deben valorizar para su mejoramiento.

#### **ACCIONES A DESARROLLAR**

- Encuestar a los docentes para conocer sus criterios en cuanto a la metodología que utilizan para enseñar inglés.
- Valorar desde el resultado de la encuesta aplicada las potencialidades y dificultades de la metodología actual utilizada por los docentes en la enseñanza del idioma inglés.
- Aplicar una lluvia de ideas para discernir las estrategias que pueden ser utilizados en la enseñanza del idioma inglés.

**ETAPA 2:** Análisis y selección de los diferentes tipos de juego de roles existentes.

**OBJETIVO:** Analizar y seleccionar los juegos de roles en según los objetivos del programa de inglés.

---

**DESCRIPCIÓN:** En esta etapa se hace referencia a la clasificación de los juegos de roles que los autores proponen en base al desarrollo de la competencia comunicativa oral, la misma que es la que se pretende fortalecer a través del conocimiento de sus ventajas y desventajas dentro del proceso de enseñanza aprendizaje del idioma inglés, también se implementará un taller metodológico para los maestros y así dar a conocer una idea precisa de la utilización de dicha técnica dentro de las clases de inglés.

### **ACCIONES A DESARROLLAR**

- Analizar las ventajas y desventajas de los juegos de roles en el proceso de enseñanza aprendizaje del inglés.
- Socializar con los maestros las ventajas de los juegos de roles y cómo pueden ser utilizados en el proceso de enseñanza aprendizaje del inglés.
- Analizar los contenidos del programa de inglés para valorar los juegos de roles que pueden ser incluidos.
- Socializar el juego de rol que se propone aplicar a través de un taller metodológico.

**ETAPA 3:** Tratamiento del juego de rol con regla predeterminada en las clases del idioma inglés.

**OBJETIVO:** Modelar el tratamiento metodológico para la aplicación del juego de rol con regla predeterminada en las clases del idioma inglés.

**DESCRIPCIÓN:** En esta etapa se propone conocer el desarrollo de las distintas concepciones sobre el tratamiento del juego de rol con regla predeterminada por parte de los docentes y su aplicación en las clases de inglés para mejorar el diálogo interactivo, de la misma forma encaminarlos hacia la meta que se quiere conseguir,



---

con la elección acertada del juego de rol y la implementación de ejercicios concernientes al tema a desarrollarse en el contenido.

#### **ACCIONES A DESARROLLAR**

- Valorar el contenido que se va a trabajar en el tema para la aplicación.
- Definir el objetivo según el contenido de la clase.
- Definir los ejercicios del juego de rol a utilizar en la clase de inglés.
- Ejecutar los ejercicios establecidos en el contenido desarrollado mediante el juego de rol con regla predeterminada.

**ETAPA 4:** Evaluación de la estrategia en base a la aplicación del juego de role con regla predeterminada en la enseñanza aprendizaje del inglés.

**OBJETIVO:** Valorar el resultado alcanzado con la utilización de la estrategia metodológica en base al juego de rol con regla predeterminada a través del criterio de maestros del área de inglés.

**DESCRIPCIÓN:** En esta etapa se propone conocer los resultados de la aplicación de la estrategia metodológica en base al juego de rol con regla predeterminada en las clases de inglés con la valoración por criterio de los maestros del área de ingles a través de un diálogo abierto con los mismos, para el conocimiento de los resultados obtenidos durante la aplicación del modelo propuesto dentro del proceso enseñanza-aprendizaje y recibir sugerencias para el desarrollo exitoso de la estrategia metodológica.

#### **ACCIONES A DESARROLLAR:**

- Verificar el proceso de aplicación de la estrategia metodológica.
- Socializar con los maestros de inglés los resultados existentes en el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Recibir sugerencias que aporten al desarrollo de la estrategia en el proceso enseñanza aprendizaje del idioma inglés.

#### **EJEMPLIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA:**

---

Como orientaciones generales en esta primera etapa se aplicará una encuesta a los docentes para obtener sus concepciones en cuanto a la forma en que se están desarrollando las actividades académicas en las clases de inglés, también se prevé conocer las potencialidades y dificultades de las metodologías utilizadas hasta la actualidad a través de una lluvia de ideas lo cual dará una guía más exacta acerca de los desatinos para así mejorarlas y de cuáles serían las estrategias más convenientes para el desarrollo de la competencia comunicativa oral.

En la segunda etapa se presentan como orientaciones generales el análisis de los pros y contras de la aplicación de los juegos de roles en el proceso de la enseñanza del inglés y a la vez socializar con los maestros de la institución para concientizarlos en la utilización e inserción de los mismos como medios adecuados en el desarrollo de diálogos interactivos que enriquezcan la competencia oral. De la misma forma también se debe puntualizar con exactitud y lógica los contenidos del programa a utilizarse conjuntamente con la gramática para ajustar de esta manera los juegos de roles, los cuales se clasifican en dos grupos: los juegos con reglas predeterminadas que se subdividen en: juegos dramatizados y creadores.

Los juegos de construcción que se subdividen en: juegos de mesa y de movimiento, para favorecer la interactividad de los estudiantes durante el proceso de enseñanza aprendizaje del idioma inglés; esta clasificación de los juegos de roles se da a conocer a los maestros a través de un taller metodológico que permite su descripción espontánea y práctica. Y como última cuarta etapa se tendrá la apreciación de la aplicación de la estrategia en el proceso de enseñanza- aprendizaje del inglés, también se realizará una socialización con los maestros sobre los resultados presentados con la utilización de la propuesta; logrando de esta forma el intercambio de sugerencias que aporten a el desarrollo u aplicación de la estrategia.

---

### 1.3 Valoración de la estrategia metodológica en base a criterios de especialistas.

Para valorar la estrategia metodológica propuesta por los autores fue seleccionado el método de criterio por especialistas lo cual permite realizar una valoración de la factibilidad de la investigación para su posible aplicación en la práctica. Para ello fueron seleccionados 15 especialistas pertenecientes a diferentes instituciones del cantón que han tenido una connotada experiencia en la enseñanza del idioma inglés aportando así a dicha propuesta. Entre los principales aspectos considerados para la selección de los especialistas se encuentran:

Años de experiencia

Título que posee

Dominio de la temática

A continuación se procede a analizar los principales resultados obtenidos.

En la pregunta 1 relacionada con la fundamentación teórica de la estrategia metodológica la misma que en base al criterio de 10 especialistas consideraron que era muy adecuada, 4 especialistas la ubicaron en el rango de bien adecuada y

1 especialista la ubicó en el rango de adecuado lo que corrobora que la misma aborda los aspectos fundamentales que desde la teoría deben tomarse en cuenta para trabajar el tema.

En la pregunta 2 concerniente al objetivo de la estrategia metodológica la cual en base al criterio de 11 especialistas consideraron que era muy adecuada y 4 dispusieron que era bien adecuada lo que confirma que la misma afronta los aspectos necesarios que desde la teoría deben tomarse en cuenta para complementar el tema.

---

En la pregunta 3 respecto a las características de la estrategia metodológica la misma que en base al análisis de 9 especialistas manifestaron que era muy adecuada y 6 especialistas situaron que era bien adecuada lo que corrobora que la misma contrapone los aspectos necesarios que desde la teoría deben tomarse en cuenta para desarrollar el tema.

En la pregunta 4 correspondiente a los requisitos de la estrategia metodológica la cual que desde el punto de vista de 13 especialistas ostentaron que era muy adecuadas y 2 especialistas asentaron que era bien adecuado lo que corrobora que la misma aborda los aspectos necesarios que desde la teoría deben tomarse en cuenta para trabajar el tema.

En la pregunta 5 respecto al orden lógico de las etapas propuestas de la estrategia metodológica la cual de acuerdo a las observaciones de 10 especialistas manifestaron que era muy adecuada y 5 especialistas consideraron que era bien adecuada lo que corrobora que la misma afronta los aspectos necesarios que desde la teoría deben tomarse en cuenta para trabajar el tema.

En la pregunta 6 respecto a la actividad para desarrollar la competencia comunicativa oral de la estrategia metodológica propuesta por los autores en base al criterio de 12 especialistas coincidieron que era muy adecuada y 3 especialistas establecieron que era bien adecuada lo que confirma que la misma aborda los aspectos necesarios que desde la teoría deben tomarse en cuenta para complementar el tema.

En la pregunta 7 concerniente a las acciones a desarrollar propuestas en la etapa 4 de la estrategia metodológica la misma que en base al análisis de 11 especialistas consideraron que era muy adecuada y 4 especialistas asentaron que era bien adecuada lo que confirma que la misma aborda los aspectos fundamentales que desde la teoría deben tomarse en cuenta para el desarrollo del tema.

Las observaciones realizadas por los especialistas permitieron perfeccionar la propuesta para ser implementada en la práctica.

---

Como conclusiones del desarrollo los autores tienen a bien considerar las siguientes: La estrategia metodológica está estructurada en cuatro etapas, la cual permitirá perfeccionar el desarrollo de la competencia comunicativa oral mediante la aplicación de un juego de rol, el mismo que ayudara a motivar y por ende a inducir al diálogo interactivo en los estudiantes para su perfeccionamiento en dicha destreza. Dicha estrategia fue sometida a criterios de especialistas para analizar la misma en función de su posible introducción en la práctica la cual servirá como una posible solución en el mejoramiento de la competencia comunicativa oral.

## **CONCLUSIONES.**

La competencia comunicativa se presenta ante la necesidad de involucrarse con el idioma inglés por su gran ayuda en todos los campos de accionar de la vida cotidiana, se manifiesta actualmente como un problema acuciante y todavía no resuelto; aun con las ayudas que se han prestado por parte de los organismos competentes para el desarrollo de las mismas es por esto que se plantea la creación de una nueva estrategia metodológica y que; con el desarrollo de esta investigación se puede concluir:

Se realizó un análisis histórico de cómo ha ido evolucionando la estrategia metodológica para perfeccionar la competencia comunicativa oral donde se pudo constatar que el proceso enseñanza aprendizaje de inglés.

El análisis de los autores que han investigado sobre la estrategia metodológica ha enfocado sus estudios fundamentalmente hacia el desarrollo de la competencia comunicativa oral en las clases del idioma inglés en el centro educativo El Bejucal.

Se realizó un diagnóstico de la situación actual de la evolución histórica del desarrollo de la competencia comunicativa oral en las clases de inglés en el centro educativo El Bejucal.

---

Se sometió la estrategia para su valoración empírica al criterio de especialistas, los cuales coinciden en su aporte en cuanto a la calidad y pertinencia de las acciones para su posible introducción en la práctica educativa.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ÁLVAREZ DE ZAYA, C. (1992). La Escuela en la Vida. Didáctica. Ciudad de la Habana Editorial Pueblo y Educación. 3ra.Edición, 1999
2. BASO MARTÍNEZ, P. et al. (1996). Supersam, Longman Group, UK, Limited.
3. BELINCHÓN, I y RIVIÈRE. (1994). Psicología del lenguaje: investigación y teoría Trotta Madrid: 261-262
4. BELYAYEV, B.V. (1963). *The Psychology of Teaching Foreign Languages*. Oxford.
5. BRANDT, R. (1987). Videodisc training. A cost analysis. Falls Church, VA: Future Systems, Inc.
6. BURWELL, L. (1991). The interaction of learning styles with learner control treatments in a videodisc lesson. *Educational Technology*, 31, 3. 37-43.
7. CABERO, J. (2004). "Reflexiones sobre las tecnologías como instrumentos culturales", en: F. Martínez y M. Prendes, *Nuevas tecnologías y educación*, Madrid, Pearson Educación, pp. 15-19.
8. CURRAN. (1976). Método de aprendizaje de Idiomas en la comunidad.
9. Dra. ANTICH, C. (1988). Método psicológico.
10. EDMUNDSON, W. (2003). The future of the English language approach: 14-8.
11. EDMUNDSON, W. (2003). La competencia comunicativa y su relación con la enseñanza del idioma inglés.
12. FISHMAN. (1970). Domains and the relationship between micro- and macro- linguistics

