

Factores socio-emocionales y el aprendizaje de inglés en estudiantes universitarios de una institución pública en Colombia

Giselle Cobo Ospina

Profesional en Lenguas Extranjeras y Negocios internacionales. Magister en Bilingüismo y Educación de la Unidad Central Del Valle del Cauca, UCEVA; Estudiante de último semestre del programa MBA de la Universidad Millennial University of Science And Technology, en USA. Docente universitaria en el campo de la enseñanza de Idiomas y los Negocios Internacionales

Correo electrónico: Giselle.cobo@fundes.edu.co

Filiación institucional: FUNDES

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0744-5435>

Artículo derivado de un proyecto de investigación “Factores socio-emocionales y el aprendizaje del inglés como parte del plan de articulación de contenidos del Área de Inglés del programa universitario Comercio Internacional de una Institución Universitaria de carácter público en el Valle de Cauca, Colombia”

Como citar:

Cobo-Ospina, G. (2024). Factores socio-emocionales y el aprendizaje del inglés como parte del plan de articulación de contenidos del Área de Inglés del programa universitario Comercio Internacional de una Institución Universitaria de carácter público en el Valle de Cauca, Colombia. *Revista Sinergia*, (16), 79-83. Recuperado a partir de http://sinergia.colmayor.edu.co/ojs/index.php/Revista_sinergia/article/view/140

DOI: 10.54997/rsinergia.n16a5

Enviado: 15 de septiembre de 2024

Aceptado: 20 de octubre de 2024

Publicado: 28 de diciembre de 2024

Correo principal: Giselle.cobo@fundes.edu.co

Editor: PhD Mario Heimer Flórez Guzmán

RESUMEN

Varios estudios han investigado los factores que influyen en la adquisición de un segundo idioma. Se ha encontrado que los profesores juegan un papel importante en la configuración de las emociones y las experiencias de aprendizaje de los alumnos, lo cual puede influir positivamente en la disposición de los alumnos a comunicarse en inglés. Otros factores identificados incluyen las experiencias de aprendizaje con profesores nativos, las experiencias previas de estudios en el extranjero y la disposición a comunicarse en inglés. Estos estudios resaltan la importancia de la motivación, las actitudes y el entorno educativo-familiar-cultural en la adquisición de un segundo idioma. Se destaca la necesidad de reconocer la motivación como un factor crucial en el aprendizaje de idiomas según modelos teóricos propuestos por algunos autores. Sin embargo, a pesar de la importancia del dominio del inglés en Colombia, el país ha tenido un bajo desempeño en este idioma. Por otra parte, aunque no existe un requisito obligatorio para enseñar inglés en las instituciones de educación superior, existen normas que fomentan el desarrollo de habilidades comunicativas en esta segunda lengua. Para los efectos del presente estudio, se ha considerado a la Unidad Central del Valle del Cauca (UCEVA) en donde desde el año 2015 se ha implementado un programa de reestructuración de contenidos curriculares y un sistema de acompañamiento y evaluación permanente al estudiante, para garantizar su éxito en el aprendizaje, sin embargo, se ha restado importancia a otros factores intrínsecos del sujeto en formación como lo son la motivación y el deseo de aprender. El presente estudio busca analizar la competencia en inglés de estudiantes universitarios y explorar la relación entre variables afectivas, motivacionales y actitudinales en el aprendizaje de segunda lengua inglés en el programa comercio internacional de LA UCEVA en Tuluá, así como realizar un análisis de los resultados de la aplicación de un test basado en las variables afectivas, de motivación y actitudes en el aprendizaje del idioma inglés en la misma población, localizada en el contexto universitario de la región del sur occidente colombiano. Los resultados demuestran que el docente y la relación estudiante – docente es crucial para el desarrollo de la motivación está directamente relacionada con el desempeño del estudiante, por otra parte se determina que más allá del desarrollo de estrategias de diseño curricular, control y evaluación se deben fortalecer las estrategias de motivación, las cuales garantizan un mayor número de tiempo en horas de dedicación por parte del estudiante, para el estudio de una segunda lengua, en conformidad con el número de horas consideradas la proyección del diseño curricular del programa.

PALABRAS CLAVE: AMTB, Motivación, Inglés, Segunda lengua, L2, Comercio Internacional.

ABSTRACT

Several studies have investigated the factors that influence second language acquisition. It has been found that teachers play a crucial role in shaping students' emotions and learning experiences, which can positively affect their willingness to communicate in English. Other identified factors include learning experiences with native teachers, previous study abroad experiences, and the willingness to communicate in English. These studies highlight the importance of motivation, attitudes, and the educational, familial, and cultural environment in second language acquisition. Despite the importance of English proficiency in Colombia, the country has underperformed in this area. Although there is no mandatory requirement to teach English in higher education institutions, there are regulations that promote the development of communicative skills in this second language. This study focuses on the Central Unit of Valle del Cauca (UCEVA), where, since 2015, a program for restructuring curricular content and implementing a permanent system of student support and evaluation has been in place to ensure learning success. However, intrinsic factors such as motivation and the desire to learn have been overlooked. This study aims to analyze the English proficiency of university students and explore the relationship between affective, motivational, and attitudinal variables in second language learning among students in the International Business program at UCEVA in Tuluá. Additionally, it analyzes the results of a test based on these variables within the university context of southwestern Colombia. The results show that the teacher and the teacher-student relationship are crucial for developing motivation, which is directly related to student performance. Furthermore, the study concludes that, beyond curricular design, control, and evaluation strategies, motivational strategies must be strengthened to ensure students dedicate more time to studying a second language, aligned with the curricular design's projected number of hours.

KEYWORDS: *AMTB, Motivation, English, second language, L2, International Business.*

INTRODUCCIÓN

Conforme al ordenamiento jurídico colombiano no existe norma que haga obligatoria la enseñanza del idioma inglés en las Instituciones de Educación Superior. Lo que sí se establece es que, para la obtención de su registro calificado, los programas académicos a ser ofertados deben garantizar el diseño de un currículo en donde se evidencie las estrategias que apuntan al desarrollo de competencias comunicativas en un segundo idioma. La UCEVA, dentro de su autonomía universitaria garantizada por el estado, frente a las condiciones que favorezcan la internacionalización del currículo y el desarrollo una segunda lengua, determina en sus políticas institucionales mediante el Acuerdo No. 016 de agosto 11 de 2004 y Acuerdo No.008, mayo 15 de 2007, Parágrafo, que para la institución “se entiende por idioma extranjero inglés”. De esta manera estableciéndose así el idioma inglés como segunda lengua para la UCEVA.

Seguidamente, el programa objeto del presente estudio, Comercio Internacional, aprobado por la resolución 0702 de 2015 (MEN) en su Documento Maestro especifica que “El inglés es el idioma internacional aceptado en los negocios y por tanto el programa privilegia el aprendizaje en esta dirección. La presencia de siete niveles dentro del programa con un total de 21 créditos académicos así lo hace notar” (p.39); Más adelante en el mismo año, se desarrolla al interior del programa la estrategia de enseñanza de esta segunda lengua, como se describe en el Plan de Articulación de contenidos de inglés del programa, en donde los tres primeros niveles de Inglés: Inglés I, II y III son enfocados hacia inglés internacional y los cuatro siguientes: Inglés IV, V, VI y VII se focalizan en inglés con propósitos específicos: Inglés de negocios. Esta nueva estrategia diseñada conforme a lo que el Ministerio de Educación formuló en el Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, que incluyó los nuevos Estándares de competencia comunicativa en inglés donde “El Marco Común Europeo fue el referente para fijar los niveles de dominio que se deben lograr” (MEN- Al tablero, 2005).

Por otra parte, la Ley 30 de 1992 en su ARTÍCULO 28 resalta la autonomía universitaria consagrada en la Constitución Política de Colombia y reconoce a las universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos, a crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, y a definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales; todo esto en observancia de la ley y los derechos fundamentales de toda la comunidad que pertenece al ente universitario.

Consecuentemente y en concordancia con la normatividad establecida en el país para las instituciones de educación superior, así como con los estándares internacionales, la Unidad Central del Valle del Cauca, UCEVA, institución en la que se desarrolla el presente estudio, dentro de su autonomía universitaria garantizada por el estado, en conformidad con su proyecto educativo y en pro de facilitar las condiciones que favorecen la internacionalización del currículo y el desarrollo de una segunda lengua, contempla dentro de sus políticas institucionales mediante el Acuerdo académico 009 de 2020, en su ARTÍCULO 1º: Establece los lineamientos de los módulos y examen de proficiencia en el idioma inglés en el nivel B2 que corresponde a la clasificación Usuario Independiente, de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia, MCER y especifica que este es un requisito para optar a un título de pregrado y posgrado en la institución.

De igual manera, y en respuesta a estos lineamientos, el programa Comercio Internacional al cual pertenecen los estudiantes sujetos del presente estudio, especifica en su Documento Maestro que el “Inglés es el idioma internacional aceptado en los negocios y por tanto el programa privilegia el aprendizaje en esta dirección. La presencia de siete niveles dentro del programa con un total de 21 créditos académicos así lo hace notar” (p.39).

METODOLOGÍA

Se decide realizar un estudio descriptivo, bajo la línea de características de los estudios descriptivos de encuesta, en donde se analizan las condiciones actuales de los estudiantes y se realiza una breve caracterización. Así como un análisis de las relaciones existentes entre los factores motivacionales, sociales y culturales y el aprendizaje de una segunda lengua, identificando las condiciones sociales, culturales, la actitud y la motivación que tienen una influencia directa en su aprendizaje de una segunda lengua.

En donde además de las preguntas de caracterización, se utiliza una versión adaptada del Attitude and Motivation Test Battery de Gardner, AMBT (1958) que se ajusta a la recolección acertada de información conforme a las 12 escalas comprendidas en el AMBT. Es así que como resultado se obtiene un instrumento con un total de 32 preguntas y un tiempo estimado de respuesta de 10 minutos.

RESULTADOS

Se analizaron los datos de las variables afectivas, culturales y socioeconómicas de la prueba. En donde los encuestados en el presente estudio son en su mayoría mujeres (52,24%) y hombres (47,76%), aunque se presentó en la encuesta otras opciones de identidad de género, estas no fueron seleccionadas. Los estudiantes encuestados son en su mayoría jóvenes entre los 18 y 20 años de edad (63,77%) y un grupo importante se encuentra entre los 21 y 23 años de edad (20,29%), esto quiere decir que la mayoría de la población (84%) es menor de 23 años.

Se observa que la mayoría de ellos se encuentra en el nivel B2 (33%), seguido de A2 (25%), B1(33%), C1(7%) y C2(1%). Dentro del grupo de estudiantes que se ubican en niveles C1 y C2 se pueden encontrar aquellos que son nacidos en el extranjero, bilingües, pero toman los semestres de inglés para aumentar su promedio y utilizar esta ventaja para concursar por las becas ofertadas por la institución.

De acuerdo con los datos socioeconómicos, estos se alinean con las clasificaciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que establece seis estratos, desde el nivel bajo-bajo (1) hasta el nivel alto (6). La mayor parte de los estudiantes pertenece a estratos bajos, lo que coincide con la naturaleza pública de la institución.

DISCUSIÓN

Conforme a los resultados obtenidos se puede observar que los estudiantes que reportan pertenecer a los estratos medio (4) y superior (5 y 6) son quienes alcanzan los niveles más altos en la escala de clasificación A1 a C2 según el MCER. Esto concuerda con estudios previos, como el de Pishghadam y Zabihi (2011), donde se comprueba que la alfabetización cultural y social es un indicador significativo de éxito académico.

CONCLUSIONES

Al realizar una ponderación de los resultados generales del test de motivación se pudo observar que la actitud general de la población encuestada frente a las variables estudiadas es positiva (45%), seguida por una actitud neutra (40%) y una pequeña parte de la población presenta una actitud negativa (15%). Es importante realizar investigaciones más profundas para determinar cuáles son los estudiantes que presentan esta actitud negativa frente al aprendizaje del idioma inglés y desarrollar programas de apoyo o estrategias que les permitan descubrir la importancia del estudio de esta segunda lengua en su carrera.

REFERENCIAS

- Departamento Administrativo Nacional De Estadística - Dane, Colombia: Una Nación Multicultural Su Diversidad Étnica. (2007) Dirección De Censos Y Demografía, Mayo De 2007. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/colombia_nacion.pdf
- Estratificación socioeconómica DANE Colombia. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-alcidudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica>
- Exámenes de inglés más populares: aprende a elegir la prueba correcta. (n.d.). Britishcouncil.Co. Retrieved September 11, 2021. Recuperado de <https://www.britishcouncil.co/blog/ielts-colombia/examenes-de-ingles-mas-populares>
- Gardner, R. C., & Lambert, W. E. (1972). Attitudes and motivation in second-language learning. Recuperado de <https://eric.ed.gov/?id=ED081270>
- Ministerio de Educación Nacional MEN, Altablero No. 37, OCTUBRE - DICIEMBRE 2005. Recuperado de <https://www.mineduacion.gov.co/1621/article-97498.html>
- Pishghadam, R., & Zabihi, R. (2011). Parental education and social and cultural capital in academic achievement. *International Journal of English Linguistics*, 1(2), 50. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/1b7c/a61dcdcee2ac40ba2a579827c8a4cd21f646.pdf>
- Unidad Central del Valle del Cauca UCEVA. (2020, December 1). Acuerdo Académico No. 009 UCEVA. Recuperado de [www.Uceva.Edu.Co https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles387348_archivo_pdf.pdfReferences](https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles387348_archivo_pdf.pdfReferences)