

Actitud de los estudiantes respecto a la lengua inglesa en una universidad privada de Paraguay

Students' attitude regarding the English language at a private university in Paraguay

Andrea Magali Benítez Centurión¹ ; Chap Kau Kwan Chung¹ ;
Laura Patricia Riquelme Passow¹ 

RESUMEN

La investigación tiene por objetivo analizar la actitud de los estudiantes respecto a la lengua inglesa en una universidad privada de Paraguay. Se trabajó con el enfoque cuantitativo de corte transeccional y descriptivo. Se encuestó a 53 estudiantes y los criterios de inclusión fueron: pertenecer como alumno activo en la asignatura de inglés (I, II, III o IV) y con participación voluntaria. Se utilizó el cuestionario desarrollado por Iriarte, compuesto por 33 preguntas y clasificadas en tres dimensiones (cognitivo, emocional y conductual) en agosto de 2022. Las dimensiones analizadas alcanzaron una media de cognitiva (\bar{x} :3,92), emocional (\bar{x} :4,17) y conductual (\bar{x} :4,21). Se llega a la conclusión que la mayoría de los participantes adoptaron una actitud positiva hacia el aprendizaje de la lengua inglesa.

Palabras clave: Lengua inglesa, Enseñanza-Aprendizaje, Universidad, Lenguaje.

Fecha de recepción: enero 2023; fecha de aceptación: marzo 2023

¹ Universidad Autónoma de Asunción, Asunción, Paraguay.

Autor de correspondencia: Chap Kau Kwan Chung. Email: wendy505@hotmail.com



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons.

ABSTRACT

The objective of the research is to analyze the attitude of students regarding the English language at a private university in Paraguay. We worked with the quantitative approach of transectional and descriptive cut. 53 students were surveyed and the inclusion criteria were: belonging as an active student in the English subject (I, II, III or IV) and with voluntary participation. The questionnaire developed by Iriarte was used, consisting of 33 questions and classified into three dimensions (cognitive, emotional and behavioral) in August 2022. The dimensions analyzed reached an average of cognitive (\bar{x} :3,92), emotional (\bar{x} :4,17) and behavioral (\bar{x} :4,21). It is concluded that most of the participants adopted a positive attitude towards learning the English language.

Keywords: English language, Teaching-Learning, University, Language.

INTRODUCCIÓN

La lengua es considerada como la fuente principal de comunicación del ser humano, es decir, un medio para compartir con los demás los pensamientos y las ideas. El aprendizaje del idioma inglés tuvo sus inicios desde décadas pasadas como un proceso de expansión debido al fenómeno conocido como la globalización. Su importancia trajo consigo un incremento en la cantidad de personas en querer aprender el idioma con el fin de obtener un mejor empleo u obtener progreso en el campo a que se encuentra (Chávez-Zambano et al., 2017). Y por consenso mundial, este ha sido elegido como el lenguaje de la comunicación internacional, es decir, su utilización abarca muchos campos, a saber: económico, educación, industria, negocios, comercio internacional, etc. (Biava & Segura, 2010). Al aprendizaje del idioma inglés, se lo ve como una herramienta clave para aumentar las oportunidades laborales y por ende mayores ingresos (Santana Villegas et al., 2016). El uso de un idioma tiene mucho que ver con la actitud de una persona para su adopción e implementación. Por lo tanto, el término actitud, que en latín se lo conoce como *actitūdo*, es definida como la exposición de un estado de ánimo (RAE, 2006), mientras que para otros está enfocada más hacia la acción (Thomas y Znaniecki, 1918; Chein, 1948), añadimiento de inclinaciones, conjunto de sentimientos, miedos, amenazas, entre otros (Thurstone, 1928; Krech y Crutchfield, 1948), o bien, una manera de reacción (favorable o desfavorable) fren-

te a una situación determinada (Sarnoff, 1960). Existen otros investigadores que lo considera como “un estado de disposición mental y nerviosa, organizado mediante la experiencia, que ejerce un influjo directivo dinámico en la respuesta del individuo a toda clase de objetos y situaciones” (Allport, 1935). En cuanto a las dimensiones de la actitud, se citan tres, a saber: cognitivo, emocional y conductual (Ibáñez et al., 2004; Méndez, 2007). Con respecto a lo cognitivo, es la manera de como es percibido el objeto actitudinal (McGuire, 1968), vale decir, suma de creencias y opiniones que el sujeto posee sobre el objeto de actitud (Hollander, 1978). A lo emocional se lo define como “sentimientos de agrado o desagrado hacia el objeto” (McGuire, 1968) y los indicadores que lo conforman son: motivación (conocido como conjunto de variables internos o externos que determinan las acciones de un individuo), predisposición (preparación y disposición de manera anticipada para un fin determinado) y, satisfacción (acción de cumplir y llenar ciertos requisitos y curiosidad) (RAE, 2006). Finalmente, lo conductual es el componente que conduce como resultado de los sentimientos formados al inicio (Méndez, 2007). Los indicadores que lo componen son: voluntad (inclinación del ánimo hacia un objeto), participación (ser parte en una sociedad o negocio) y compromiso (obligación contraída) (RAE, 2006). Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar la actitud de los estudiantes respecto al aprendizaje de la lengua inglesa en una universidad privada de Paraguay.

MÉTODO

Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental de corte transeccional y descriptivo. Se encuestó a 53 estudiantes del curso de inglés, turno mañana y noche bajo la modalidad presencial y virtual, de la Facultad de Ciencias Económicas y Em-

presariales de una universidad privada del Paraguay. Se utilizó un instrumento de recolección de datos desarrollado por Iriarte (2012) que consistía en 3 dimensiones y 33 preguntas, es decir, cognitivo (9 ítems), emocional (12 ítems) y conductual (12

ítems). El cuestionario fue enviado a los 53 estudiantes que tenía en su momento la materia de inglés I, II, III o IV. Las dimensiones e indicadores de la actitud se en-

cuentran descritos en la Tabla 1. Los criterios de inclusión fueron: pertenecer como alumno activo en la asignatura de inglés (I, II, III o IV) y con participación voluntaria.

Tabla 1. Dimensiones e indicadores de la actitud

Dimensión cognitiva	Dimensión emocional	Dimensión conductual
Entendimiento	Motivación	Voluntad
Conocimiento	Predisposición	Interés
Capacidad	Satisfacción	Participación
	Curiosidad	Compromiso

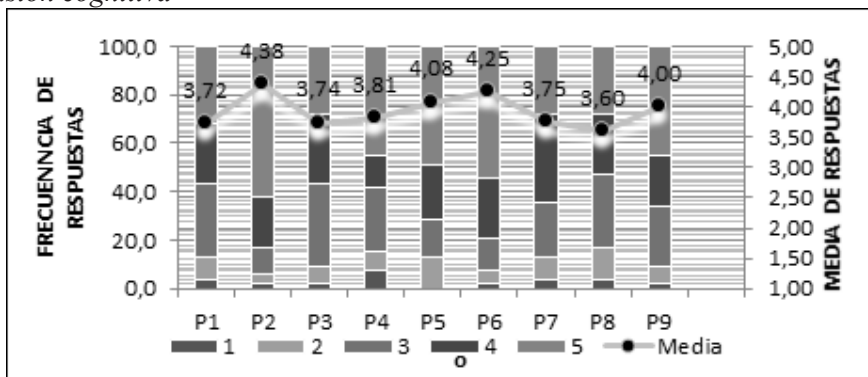
Fuente: Iriarte (2014)

RESULTADOS

Un total de 53 estudiantes del turno mañana y noche, modalidad presencial y virtual, de la facultad de ciencias económicas y empresariales de una universidad privada del Paraguay, participaron en dicha investigación. Las medias de puntuaciones generales de las tres dimensiones fueron: cognitiva (\bar{x} : 3,92), emocional (\bar{x} : 4,17) y conductual (\bar{x} : 4,21).

En la Figura 1, se visualiza a la P2 “Cuando mi profesor utiliza imágenes para presentar el tema, entiendo mejor” con la mayor puntuación (\bar{x} :4,38), seguido de la P6 “La información que obtengo, aumenta mi conocimiento en inglés” con (\bar{x} :4,25), mientras que la P8 “Comprendo el tema del inglés en forma precisa” alcanzó el menor promedio de respuestas (\bar{x} :3,60).

Figura 1. Frecuencia de respuestas de los estudiantes respecto a la lengua inglesa en la dimensión cognitiva



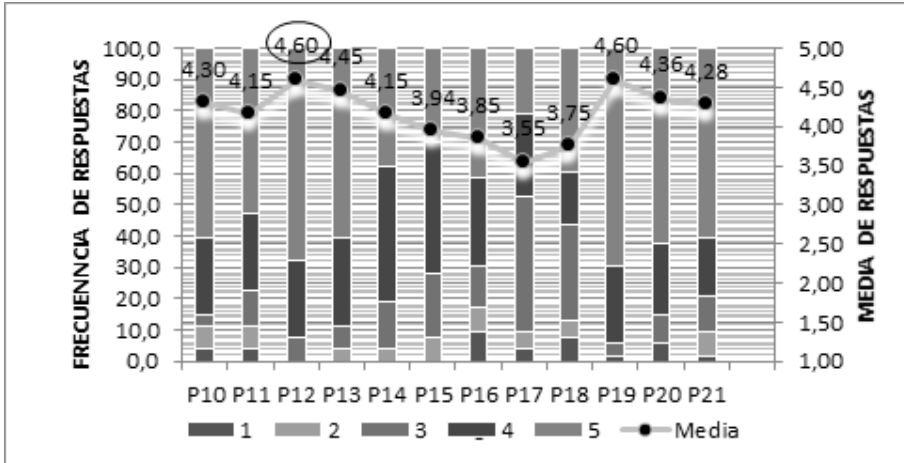
- P1 Entiendo con facilidad cuando mi profesor se expresa en inglés.
- P2 Cuando mi profesor utiliza imágenes para presentar el tema, entiendo mejor.
- P3 Entiendo con facilidad al leer un texto en inglés.
- P4 Veo películas en inglés, para aprender y conocer el idioma.
- P5 Los contenidos en el área del inglés son muy significativos.
- P6 La información que obtengo, aumenta mi conocimiento en inglés
- P7 Construyo una conversación en inglés respetando el orden lógico.
- P8 Comprendo el tema de inglés en forma precisa.
- P9 Analizo cada actividad al realizar en inglés.

Fuente: Adaptado de Kwan Chung et al. (2021) e Insfrán (2019)

En cuanto a la Figura 2, se observa que la P12 “El querer otras culturas me motivan para aprender mejor el inglés” posee igual promedio a la P19 “Siento curiosidad por descubrir el significado de nuevas palabras

en inglés para aumentar mi vocabulario” con (\bar{x} :4,6), sin embargo, la P17 “Me siento contenido cuando intervengo una y otra vez en la clase de inglés” obtuvo la menor media de respuestas (\bar{x} :3,55).

Figura 2. Frecuencia de respuestas de los estudiantes respecto a la lengua inglesa en la dimensión emocional



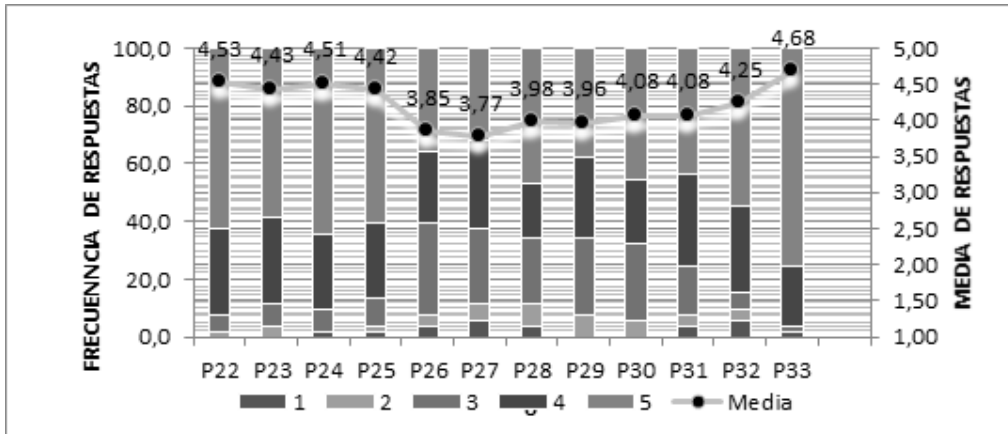
- P10 Las canciones en inglés me motivan para seguir aprendiendo idioma.
- P11 Cuando escucho hablar en inglés a mi profesora, me siento motivado para imitar las pronunciations del idioma
- P12 El querer otras culturas, me motivan para aprender mejor el inglés.
- P13 Siento que tengo predisposición para aprender el idioma inglés.
- P14 Me inclino más a aprender el idioma inglés que otros cursos, porque pienso que es importante.
- P15 Soy un buen alumno en el curso de inglés, a pesar de que es difícil para mí.
- P16 Me siento satisfecho cuando puedo cantar un karaoke en inglés.
- P17 Me siento contenido cuando intervengo una y otra vez en las clases de inglés.
- P18 Siento alegría cuando tengo conversaciones en inglés con mis amigos.
- P19 Siento curiosidad por descubrir el significado de nuevas palabras en inglés para aumentar mi vocabulario.
- P20 Cada tema presentado en inglés despierta mi curiosidad para seguir aprendiendo.
- P21 Investigo el significado de una nueva canción en inglés que escucho a través de emisoras locales.

Fuente: Adaptado de Kwan Chung et al. (2021) e Insfrán (2019)

En la Figura 3, se presentan los dos ítems con la media de puntuaciones más alta, la P33 “Asumo conscientemente el compromiso de aprender el inglés adecuadamente” (\bar{x} :4,68) y P22 “Tengo mucha voluntad

para aprender y entender las clases de inglés” (\bar{x} :4,53). Finalmente, la menor media de puntuaciones fue para la P27 “Es muy interesante si la clase de inglés se desarrolla con multimedia, DVD” (\bar{x} :3,77).

Figura 3. Frecuencia de respuestas de los estudiantes respecto a la lengua inglesa en la dimensión conductual.



- P22 Tengo mucha voluntad para aprender y entender las clases de inglés.
- P23 El querer hablar el inglés hace que mi esfuerzo día a día más por aprender.
- P24 Aunque me es difícil memorizar los verbos en inglés, tengo muchas ganas de aprenderlos.
- P25 Me interesan bastante los temas desarrollados en inglés.
- P26 Me interesa ser el mejor en el curso de inglés.
- P27 Es muy interesante si la clase de inglés se desarrolla con multimedia, DVD.
- P28 Participo voluntariamente en todas las clases de inglés.
- P29 La participación en clases me ayuda a superar mis temores y seguir aprendiendo mejor el inglés.
- P30 La participación es importante para mí, porque me permite tener fluidez en el idioma inglés.
- P31 Los trabajos de inglés que me dejan para casa me comprometen a hacerlo correctamente.
- P32 Siento el mismo compromiso con el curso de inglés que con otras asignaturas, como Matemáticas y Comunicación.
- P33 Asumo conscientemente el compromiso e aprender el inglés adecuadamente.

Fuente: Adaptado de Kwan Chung et al. (2021) e Insfrán (2019)

DISCUSIÓN

Luego de haber realizado la investigación sobre las actitudes de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, respecto al aprendizaje de la lengua inglesa en una universidad privada de Paraguay, se hace referencia a lo que Insfrán (2019) y Kwan Chung et al. (2021) han mencionado sobre la importancia de tener en cuenta algunas variables como la edad del estudiante, la motivación, facilidad lingüística y de aprendizaje, estilos cognitivos, actitudes y personalidad de la misma, y en cuanto al docente, el buen manejo de las tecnologías de informaciones

y comunicaciones (TIC) y la estrategia didáctica utilizada.

El uso del idioma inglés ha aumentado a través de los años (Delfín de Manzani-lla, 2007) y en la actualidad ya forma parte de la malla curricular de todas las carreras, siendo una de las materias vitales en los planes de estudios, especialmente en las carreras pertenecientes de la Facultad Económica y Empresarial. El idioma es considerado como uno de los criterios de calidad para la evaluación y acreditación de las carreras universitarias por la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación

de la Educación Superior (ANEAES). Un total de 540 horas (18%) entre las asignaturas optativas/electivas se tiene en cuenta como sugerencia la enseñanza de un segundo idioma (ANEAES, 2014).

En cuanto a la dimensión cognitiva, los estudiantes tienen mayor facilidad para entender el idioma, cuando el profesor utiliza imágenes para presentar el tema, que corresponde a la P2 (\bar{x} :4,38), es decir, cuando se estimula al estudiante a aprender y comprender el idioma por medio de imágenes, dibujos o gráficos resulta ser mucho más efectivo, siendo de este modo un complemento esencial a la hora de la enseñanza por medio de práctica oral y/o escrita del idioma inglés.

Con respecto a la dimensión emotiva, se tiene dos puntos destacables y que coincidentemente arrojan un mismo valor en promedio de respuesta (\bar{x} :4,60). La P12 querer otras culturas, me motivan a aprender mejor el inglés y la P19 sentir curiosidad por descubrir el significado de nuevas palabras en inglés, para aumentar mi vocabulario, demuestran que es de suma relevancia que el alumno encuentre cierta curiosidad e interés en conocer otras culturas, nuevos lugares y personas, sin tener dificultad en la comunicación con extranjeros, en este caso, hablantes del idioma inglés.

Por último, la dimensión conductual muestra que la P33 de asumir conscientemente el compromiso de aprender el inglés adecuadamente tiene el mayor porcentaje de respuesta (\bar{x} :4,68). Se demuestra que la mayor cantidad de los encuestados tienen la motivación suficiente para aprender el idioma inglés y se sienten capaces de aprender con compromiso y responsabilidad y, por ende, llevarlo en práctica en sus vidas laborales y cotidianas. Otro pun-

to importante a destacar es la P22 (\bar{x} :4,53) donde el participante tiene mucha voluntad para aprender y entender las clases de inglés, de este modo se refleja de que tan motivados se encuentran por aprender otro idioma y, consciente y libremente, se esfuerzan por sí mismos a comprender y aprenderlo.

En comparación con la investigación hecha por Insfrán (2019), el trabajo coincide en que la mayor frecuencia de respuesta recae en la P2 (\bar{x} :4,63) y (\bar{x} :4,38) respectivamente en la dimensión cognitiva; P12 (\bar{x} :4,61) y (\bar{x} :4,60) en la dimensión emocional y P33 (\bar{x} :4,61) y (\bar{x} :4,68) en la dimensión conductual.

Por lo tanto, existen dos grandes aspectos que coinciden con otras investigaciones indagadas. Primero, la mayoría de los estudiantes se sienten motivados, interesados y comprometidos en aprender un nuevo idioma con los medios actuales. Ej.: imágenes, canciones, clase totalmente hablada en el lenguaje inglés, uso del YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, etc.

Segundo, los docentes que enseñan idiomas extranjeros o nativo en las universidades deben tener en cuenta los siguientes detalles: actualización constante del contenido de la materia, utilización de recursos didácticos enfocados a las TIC e implementación de estrategias innovadoras y creativas en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Rosales-Romero et al., 2022), dejando de lado las clases tradicionales donde el alumno solo escuche lo que se enseña, si no que participe activamente e interactúe sin inconvenientes en la clase.

CONCLUSIONES

Se concluye que la lengua inglesa o lenguaje de los negocios es la más solicitada en el campo laboral y que existe una actitud significativa en los estudiantes encuestados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de una universidad privada, respecto al aprendizaje de este idioma extranjero. Sin duda alguna, el buen manejo o dominio del idioma inglés pueden abrir muchas puertas una vez culminado la carrera universitaria, dando a entender que

los estudiantes pueden salir siendo competitivos en el mercado laboral con el hecho de solo haber adquirido conocimientos en el idioma.

Además, el inglés es el idioma que arrasa en la red, puesto que más de la mitad de los contenidos de Internet están escritos en este idioma y, por tal motivo, las empresas nacionales y multinacionales lo utilizan para construir redes internacionales de negocios.

REFERENCIAS

1. ANEAES. (2014). Modelo Nacional De Evaluación y Acreditación de la Educación Superior. http://www.aneaes.gov.py/v2/application/files/1615/3356/6365/Criterios_de_calidad_Administracion.pdf
2. Allport, G. (1935). Attitudes. En Murchison, C. (ed.) *A handbook of social psychology* (pp. 798-844): Worcester, Massachusetts: Clark University Press
3. Biava, M. L., & Segura, A. L. (2010). ¿Por qué es importante saber el idioma Inglés? <https://karinarodrojas.files.wordpress.com/2014/09/por-que-es-importante-saber-inglc3a9s.pdf>
4. Chávez-Zambano, M. X., Saltos-Vivas, M. A., & Saltos-Dueñas, C. M. (2017). La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza. *Dominio de las Ciencias*, 3(3). Doi:10.23857/dc.v3i3 mon.707
5. Chein, I. (1948). Behavior theory and the behavior of attitudes: some critical comments. *Psychological Review*, 55(3), 175–188. <https://doi.org/10.1037/h0054019>
6. Delfin de Manzanilla, B. (2007). Actitud de los estudiantes universitarios hacia el aprendizaje del inglés. *RED-HECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*(2). <http://ojs.urbe.edu/index.php/redhecs/article/view/29/38>
7. Hollander, E. P. (1978). *Leadership dynamics: A Practical guide to effective relationships*. New York. Free Press
8. Ibáñez, T., Botella, M., Doménech, M., i Samuel-Lajeunesse, J., Martínez, L., Pallí, C., Pujal, M. y Tirado F. (2004). *Introducción a la psicología social*. Barcelona: Eureka Media.
9. Insfrán, M. (2019). Actitud de los estudiantes de la carrera de administración de empresas respecto al aprendizaje del inglés en la Universidad San Ignacio de Loyola -. *Revista Científica de Ciencias Sociales*, 1(1). http://www.upacifico.edu.py:8040/index.php/PublicacionesUP_Sociales/article/view/24/27
10. Iriarte, N. (2012). Las actitudes y su relación con el aprendizaje del inglés

en los estudiantes del quinto grado de secundaria del colegio experimental de aplicación Víctor Raúl Oyola Romero, Chosica, 2012. (Tesis de Licenciatura). <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1124/TL%20SH-Lx-ii%20I69%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

11. Krech, D., & Crutchfield, R. S. (1948). *Theory and problems of social psychology*. McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1037/10024-000>

12. Kwan Chung, C. K., Marín Monzón, R. E., Abente Gavilán, X. L., Molas Giménez, J. M., & Ruiz Díaz Vega, M. (2021). Análisis de actitudes con respecto al aprendizaje del inglés en estudiantes del primer semestre de la carrera de Licenciatura en Administración de empresas en una universidad privada del Paraguay. *Revista científica en ciencias sociales*, 3(2). Doi:10.53732/rccsociales/03.02.2021.49

13. McGuire, W. J. (1968). *Personality and attitude change: An information-processing theory*. *Psychological Foundations of Attitudes*, 171-196. Doi:10.1016/B978-1-4832-3071-9.50013-1

14. Méndez, R. (2007). *Las actitudes de los estudiantes hacia la universidad como indicador de calidad*. (Tesis de doctorado). <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=klfM-1YomdQC&oi=fnd&pg=PA89&dq=actitudes+de+los+estudiantes+hacia+la+universidad+como+indicador+calidad&ots=BxTJ52ZhZB&sig=dhYwXd8Unscnrx-foSNE7VVjBw#v=onepage&q=actitudes%20de%20los%20estudiantes%20hacia%20la%20universidad%20como%20indicador%20calidad&f=false>

15. RAE (2006). *Diccionario esencial de la lengua española* (22ª ed.). Real Academia Española. Madrid: Real Academia Española

16. Rosales-Romero, A., Pelaes-Chaveco, I. & Nassiff-Samón, A. (2022). Tratamiento a los estilos de aprendizaje en el proceso de enseñanza-aprendizaje del inglés. *IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria*, 7(Sup. 1), 66-75. <https://doi.org/10.25214/27114406.1465>

17. Santana-Villegas, J. d., García-Santillán, A., & Escalera-Chávez, M. E. (2016). Variables que influyen sobre el aprendizaje del inglés como segunda lengua. *Revista Internacional de Lenguas Extranjeras = International Journal of Foreign Languages*(5). Doi:10.17345/rile201679-94

18. Sarnoff, I. (1960). *Psychoanalytic theory and social attitudes*. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 251-279. <https://doi.org/10.1086/266948>

19. Thomas, K., & Znaniecki, F. (1918). *The Polish Peasant in Europe and America*. Universidad de Chicago Press.

20. Thurstone, L. (1929). *Theory of attitude measurement*. *Psychological Review*, 36, 222-241. https://brocku.ca/MeadProject/Thurstone/Thurstone_1929b.html

BIOGRAFÍA

Andrea Magali Benítez Centurión

Estudiante universitario de Lic. en Administración de Empresas. Gerente Administrativa de Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación de la Universidad Autónoma de Asunción.

Chap Kau Kwan Chung

Doctora en Economía y Administración de Empresas; Máster en Administración y Dirección de Empresas y Licenciada en Administración de Empresas. Editora General de la Revista Científica en Ciencias Sociales de la Universidad del Pacífico. Investigadora de tiempo completo y tutora de tesis de grado y postgrado.

Laura Patricia Riquelme Passow

Licenciada en Comunicación con énfasis en Periodismo por la Universidad Autónoma de Asunción (Paraguay). Masteranda en Historia del Paraguay periodo independiente. Coordinadora académica de los departamentos de Lenguas Modernas y Sociología en la Universidad Autónoma de Asunción. Trabajó en varios medios de comunicación como periodista y editora. Realizó publicaciones en revistas para público dirigido. Además, ejerce la docencia universitaria en varias instituciones del país.