

Desarrollo del pensamiento crítico a través de los anuncios publicitarios expresado en la producción de ILE

Syndy Yulieth Castellanos Castellanos¹

syndyyu@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-2210-0024>

Universidad de Pamplona

Ivan Dario Vargas González

idvargas@unipamplona.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-0775-0659>

Universidad de Pamplona

Carlos Alberto Jaimes Guerrero

cjaimes1@gmail.com

Universidad de Pamplona

RESUMEN

El pensamiento crítico tiene una crucial importancia en la vida de los seres humanos, ya que esta capacidad permite analizar y evaluar la consistencia de los razonamientos; discernir entre argumentos de baja calidad argumentativa, distinguir la información de valor, de la prescindible y desmontar prejuicios. Es por ello, que el presente estudio describe el desarrollo de la habilidad de escritura en inglés en los estudiantes de un curso B2 en una universidad pública en Colombia, a través de la implementación de los anuncios publicitarios americanos y británicos de la primera y segunda guerra mundial, centrada en el desarrollo de un párrafo argumentativo y crítico, como género discursivo. Esta investigación-acción contó con un diario de campo, una encuesta semiestructurada para el análisis de dos elementos que inciden a través de los anuncios en la población a la hora de escribir en una segunda lengua. Los resultados revelan la importancia de esta estrategia que favorece el desarrollo de la expresión escrita en inglés, el trabajo, la corrección entre iguales, y las prácticas docentes.

Palabras clave: *pensamiento crítico, anuncios publicitarios, argumentación*

¹ Autor principal:

Correspondencia: syndyyu@gmail.com

Development of critical thinking through advertisements expressed in the production of ILE

ABSTRACT

Critical thinking has a crucial importance in the life of human beings, since this ability allows analyzing and evaluating the consistency of reasoning; to discern between arguments of low argumentative quality, to distinguish valuable information from expendable information and to dismantle prejudices. For this reason, the present study describes the development of writing skills in English in students of a B2 course in a public university in Colombia, through the implementation of American and British advertisements of the First and Second World War, focused on the development of an argumentative and critical paragraph, as a discursive genre. This action-research included a field diary, a semi-structured survey for the analysis of two elements that affect the population through advertisements when writing in a second language. The results reveal the importance of this strategy that favors the development of written expression in English, work, peer correction, and teaching practices.

Keywords: *advertisements; argumentation; critical thinking; argumentation.*

Artículo recibido 16 mayo 2023

Aceptado para publicación: 16 junio 2023

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del pensamiento crítico más adelante PC cuenta con diversos enfoques pedagógicos que han permitido que las instituciones den el espacio necesario para el mejoramiento, formación y desarrollo del mismo. Todos estos de una u otra manera están conectados con el constructivismo cognitivo, que relaciona las estrategias de pensamiento plasmadas en el análisis, la reflexión, el razonamiento y la valoración (Delmastro, et al., 2012). El PC es entendido como la capacidad de pensamiento autónomo que se manifiesta en el momento en el que el estudiante decide pensar, evaluar los contenidos, las fuentes de información, diseñar soluciones, enfrentar problemas y aplicar los conocimientos previos. Además de ser una parte importante de la educación colombiana, y del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (2001) en adelante MCERL del cual nos apoyamos como docentes para enseñar de manera integral, en un aprendizaje donde se apoya al estudiante para mejorar su capacidad argumentativa que le permitirá de una u otra manera desenvolverse en su vida cotidiana, transmitir sus pensamientos, defender sus ideas, mantener diálogos abiertos y comprensivos con los demás, no solo en su lengua materna sino en este caso en un segundo idioma.

Las instituciones de Educación Superior incluyen el PC como parte esencial de su formación, al formar profesionales integrales que asumen retos de la sociedad. Pero aun así, en la actualidad, en la educación superior existen limitaciones e insuficiencias al momento de desarrollar el PC en los estudiantes, quizá por la poca claridad que poseen estos, o sus docentes. Lo que hace necesario la creación de diversas metodologías y estrategias que aporten para que al momento de su implementación favorezcan el desarrollo de habilidades comprendidas en esta forma de pensamiento.

Es por ello, que este trabajo de investigación acción, tiene por objetivo principal, establecer la influencia que tiene el uso de los anuncios publicitarios para el desarrollo del PC, y a su vez el mejoramiento de las competencias lingüísticas, especialmente la parte escrita en inglés, en los estudiantes de inglés nivel B2 de los cursos libres de inglés de la universidad de Pamplona.

A su vez, se pretende dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿De qué manera los textos cortos desarrollan la habilidad del PC y las competencias lingüísticas en los estudiantes de un curso de inglés nivel B2 de la universidad de Pamplona? ¿Cuáles aspectos caracterizan el PC de los estudiantes del nivel B2 de inglés en la Universidad de Pamplona y de qué manera se ve reflejado en

sus producciones escritas? ¿Qué consideraciones, a nivel didáctico y metodológico, surgen del desarrollo del PC a partir de los anuncios publicitarios británicos y americanos para el mejoramiento de la escritura? ¿Qué factores influyen en el desarrollo del PC de los estudiantes de los cursos libres de inglés de la Universidad de Pamplona? ¿Permite el PC desarrollar o influir las competencias lingüísticas en los estudiantes de inglés de los cursos libres?

METODOLOGÍA

Esta propuesta maneja el paradigma sociocrítico, que según Arnal (1992) adopta la idea de que la teoría crítica es una ciencia social que no es puramente empírica ni sólo interpretativa; sus contribuciones, se originan, “de los estudios co-munitarios y de la investigación participante”. Y a su vez, el paradigma cualitativo o interpretativo. Latorre (2003) lo define como el estudio de los diferentes significados de las acciones humanas y su interacción social. A su vez, el método de investigación que se plantea es el de investigación acción participativa. Fals y Brandao (1987), “Una de las características propias de este método, que lo diferencia de todos los demás, es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y la colectivización de ese conocimiento.” (p.18). Esta se presenta como proceso de búsqueda de conocimientos sociales y prácticos, con participación de los grupos y de agentes externos (investigador externo), que permite ligar la reflexión teórica con la práctica transformadora de una determinada realidad, con implicaciones ideológicas, teóricas y epistemológicas. En esta síntesis se destacan dos lugares comunes: el referente al proceso de producción del conocimiento y el propósito transformador mediante la participación de los grupos.

Además, este estudio está centrado bajo un enfoque de carácter cualitativo, la aproximación cualitativa evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación de la realidad (Corbetta, 2003). Y por su parte, Patton (2011) define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones.

Se optó por una investigación-acción donde la idea es mejorar las realidades, procesos en los que se desarrolla la misma. Además, Martínez (2016) manifiesta que “El fin principal de estas investigaciones no es algo exógeno a las mismas, sino que está orientado hacia la concientización, desarrollo y emancipación de los grupos estudiados y hacia la solución de sus problemas” (p.136).

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Que es en sí, lo que se pretende realizar con el grupo en donde existirá dicha intervención, es por ello, que se llevará a cabo la implementación de la secuencias didácticas como herramienta para el desarrollo del PC a través de la producción escrita en ILE mejora el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes. Donde el estudiante reflexiona acerca de lo que acontece en su medio y de esta manera ayuda a mejorar su producción escrita, además se conoció si la intervención pedagógica y la evaluación de la misma fueron percibidas de manera significativa o por el contrario no.

Con lo anterior, se realizó un diagnóstico que brinda mayor información del problema planteado en este estudio, luego de ello, el plan de acción a seguir, en donde se identificaron las necesidad y posterior a ello, se realizó la intervención pedagógica, seguido de ello la evaluación de la misma, y los resultados.

Población

Esta investigación se realizó como anteriormente se mencionó en la Unipamplona específicamente en el curso de Inglés nivel III, de los cursos que reciben todas las carreras de la institución, durante sus primeros semestres de formación. Un nivel por cada semestre que avanzan. Haciendo excepción de los estudiantes de economía que ven más niveles.

Muestra

La elección de la muestra para el desarrollo de la investigación, se realizó mediante la elección de 16 estudiantes. Siendo, 8 de un curso y los otros 8 de otro curso, cabe resaltar que del mismo nivel. Asimismo, la muestra representativa fue de 10 estudiantes.

Tipo de muestreo

Al realizar la elección de la muestra, se pensó en una no probabilística, definida por Hernández, Fernández y Baptista (2013) como “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (p. 176). Además, esta muestra de investigación fue de tipo homogéneo ya que para Hernández, Fernández y Baptista (2003) las muestras homogéneas son aquellas que “poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares” (p. 398).

De esta manera, para la elaboración de la muestra se tuvo en cuenta aquellos estudiantes que mostraban mayor interés, mayor participación y mejores resultados académicos en los dos cortes en las pruebas

orales y escritas de inglés, así mismo, aquellos que cumplían con los trabajos requeridos, y que siempre ingresaban a clase, ya que como sabemos por la contingencia a causa del COVID, se tuvo una educación remota, que muchos estudiantes aprovecharon para no ingresar a los encuentros sincrónicos de las clases, mientras otros ingresaron y participaron de la misma.

Esto para lograr los objetivos de la investigación del desarrollo del PCa través de la producción escrita en ILE nivel B2. Este nivel fue elegido, ya que de acuerdo al MCER los estudiantes están en la capacidad de leer artículos e informes relacionados con problemas contemporáneos en los cuales hay autores que tienen posturas o puntos de vista concretos. Además, son capaces de escribir textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con sus intereses. A su vez, escriben apoyando, refutando los puntos de vista concretos, y dan una importancia a determinadas experiencias y hechos, que es parte de lo buscando en la implementación de las secuencias didácticas y la puesta en marcha de los instrumentos.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Asimismo, en esta investigación-acción, se hizo una recolección de datos definida por Hernández, Fernández y Baptista (2003) como esta que “ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes” (p.409). Es por ello, que se realizaron una serie de encuestas, entrevistas, además, cabe resaltar una ventaja de la educación remota, que permite grabar la clase para luego ser analizada reflejada en el diario de campo.

La encuesta

Esta se utilizó para conocer la percepción de los estudiantes de acuerdo a las habilidades de interpretación y de lectura en relación a los anuncios publicitarios, a su vez al final de la implementación de las secuencias didácticas, se realizó otra para conocer qué tanta incidencia tuvieron y de qué manera les ayudó a mejorar su desarrollo de PC en la producción escrita en el inglés como lengua extranjera, así mismo, si existían recomendaciones o sugerencias de acuerdo a las mismas.

Es por ello, que Casas et al (2003) cita a Padilla et al (1998) al momento de dar una definición de la misma, y alegan pues que esta se entiende como un “documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta”. Estas encuestas, se realizaron por medio de Google Forms, ya que agiliza y permite la recolección de datos.

La primera encuesta contó con un total de 12 preguntas, con respecto a aquella sensibilización que tienen con ellos mismos, en el proceso de desarrollo del PC por medio de anuncios publicitarios británicos y/o americanos de la segunda guerra mundial, y la concepción para entender y mejorar su producción escrita.

La segunda encuesta que se hará al final de las implementaciones, hará entender si existió un cambio en su producción escrita por medio de la puesta en marcha de las secuencias o no, y qué recomendaciones, y percepciones tuvieron de acuerdo a todo lo planteado.

Es importante destacar, que la validación de los instrumentos se hará por medio de tres personas expertas en la didáctica de lenguas extranjeras, no solo del inglés sino del francés.

La entrevista

Esta entrevista buscó conocer la experiencia llevada a cabo al momento de realizar las secuencias, los sentimientos, las relaciones, opiniones, sugerencias y observaciones que surgieron en torno a la realización de las actividades propuestas (Ver Anexo F y Anexo G).

El diario de campo

Este según Martínez (2007) es un “principal instrumento de registro de procesos de observación etnográfica porque este va acompañado de un análisis con base en la cartografía social del contexto donde la acción, problema o estudio se desarrolla”. Fue importante, ya que permitió llevar un registro del contexto, del docente y los estudiantes, y cómo estos se desenvuelven en el medio.

Al final del diario de campo, se pretendía llevar a cabo una reflexión que permitiese concluir y analizar la implementación de las intervenciones pedagógicas. Ya que este tipo de instrumento permitió recolectar información con respecto a la metodología propuesta, y el desenvolvimiento del objetivo central de la investigación.

RESULTADOS

A través de un cuestionario diagnóstico realizado a los estudiantes de inglés B2, se establece una primera parte de los resultados con sus categorías, entre ellas, la importancia del pensamiento crítico, los estudiantes consideran que el PC puede ayudar a en la comprensión de una segunda lengua, ya que pasa de un proceso simple de comprender palabras a empezar a escribir analizar, lo que plantea diferentes tipos de vista y mejoras las habilidades como futuros profesionales, pero acompañado de un buen

proceso de enseñanza – aprendizaje que también fortalezca el cómo expresarse y enfrentarse a situaciones donde sea necesario.

Los anuncios publicitarios son vistos de forma abstracta pero que agregan un simbolismo que debe pasar por la comprensión del contexto, a su vez, deben acompañarse de actividades complementarias o elementos que complemente, sean discusiones, lecturas u otras herramientas de uso pedagógico.

Mejorar incentivando el PC a través de anuncios publicitarios puede ser provechoso si esto mejora la capacidad argumentativa tanto en escritura como en discurso oral, ya que hay verbos y palabras que quizás sean desconocidas o muy del contexto de la segunda guerra mundial, todo para poder mejorar competencias frente al Marco Común Europeo de Referencia (MCER), que para los estudiantes es poco conocido.

Los estereotipos son parte del contexto de los anuncios publicitarios, que en manos de los estudiantes tendrán variedad de significados, pero que debe ser constante la exposición a los mismos para incentivar la crítica y reflexión de dichos anuncios,

Las reflexiones establecidas en el diario de campo, y en las actividades propuestas para fomentar el PC, deja los puntos de vista planteados por los jóvenes asistentes a los cursos de inglés B2.

Reflexionar las actividades con uso de avisos publicitarios, acompañado de lecturas replantea saberes, reconocer la tendencia ideológica, la jerga usada, las expresiones de discriminación, xenofobia y la propaganda de guerra, son elementos resaltados por los estudiantes quienes afirman que para el época la moral y la ética se habían dejado de lado, ya que faltaba empatía, reflexión, a lo anterior, se agrega el debate en inglés para incentivar la reflexión y la discusión dado el curso De inglés ab2.

El discurso escrito en una segunda lengua se ve dificultado e incentivado por nuevas palabras que deben adaptarse para construir opiniones y reflexiones en torno a la segunda guerra mundial, pero se plantea una problemática general, se práctica poco el pensamiento crítico en la lengua nativa y acostumbrarse a realizar reflexiones y análisis de los contenidos audiovisuales y visuales es una complejidad de los educandos.

Romper lo sistemático de los ejercicios en una segunda lengua es parte de la problematización de los avisos publicitarios, agregar un contexto histórico, darle más fluidez a las ideas reconociendo realidades,

se aleja de la enseñanza gramatical y agrega elementos de situaciones que aquejan a la humanidad, y centrándose en situaciones de internos general.

Problematizar no solo ayuda a trabajar en una segunda lengua, sino que agrega reflexiones personales a la realidad que se vive, mejorando la comunicación, facilita abrirse con los compañeros, a veces aspectos olvidados por el afán de ir por las notas o aprobar un examen.

DISCUSIÓN

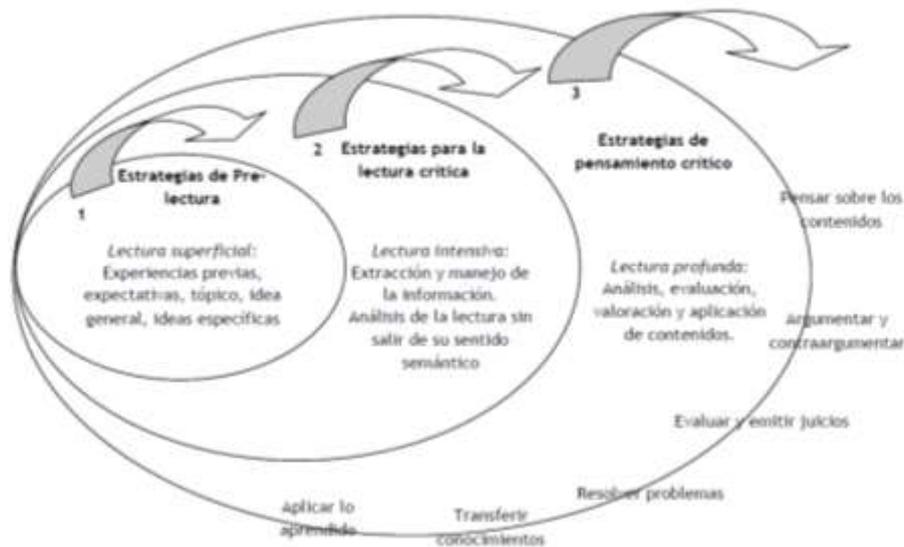
La producción escrita en contexto universitario con relación al pensamiento crítico cobra importancia es por ello, que en el trabajo de Pozzobón y Pérez (2015) denominado: *El docente, el pensamiento crítico y la escritura en inglés como lengua extranjera*, una investigación en la cual se trabajó el análisis de las habilidades de PC promovidas por el docente y empleadas por estudiantes al momento de producir textos escritos de orden argumentativo, y que a su vez menciona, estrategias para que sus estudiantes mejoren la habilidad de PC al momento de escribir en una lengua extranjera, en este caso la lengua inglesa.

Aquí, es importante resaltar que dado el diagnostico sobre los anuncios publicitarios los estudiantes no practican el PC en la lengua nativa, por lo que fomentarlo en los cursos de inglés es práctico y una estrategia que les incentiva a replantearse y ver de forma diferente el proceso educativo que están abordando.

El PC fomenta la generación de conocimientos desde las subjetividades de los estudiantes haciendo análisis y reflexión. Para Cárdenas, Rodríguez, Pérez y Valencia. (2022) es toda una disciplina que conlleva dominar unos niveles como el conocer, relacionar, contrastar, valorar, proponer e implicarse, todo basado en las metodologías establecidas en el currículo par genera el PC, estudios de caso, aprendizajes basados en problemas, trabajo cooperativo entre otros, se convierten en las formas de direccionar los aprendizajes al PC.

El debate y la reflexión alrededor de los avisos publicitarios también deben ir acompañados de lectura para qué fortalezca el desarrollo de PC en estudiantes, los ciclos pasan de básico a avanzado, esto para tener en cuenta en las actividades del docente.

Figura 1. *Modelo cíclico en tres fases para el desarrollo del pensamiento crítico*



Nota: La figura muestra los ciclos del modelo del pensamiento cíclico Fuente: Delmastro y Balada 2012. Con ello, plantear debates y ejercicios de escritura a pesar de las dificultades agregadas por nuevas palabras conceptos únicos de los contextos abre la posibilidad para comprender las ventajas y desventajas del uso de avisos publicitarios, de reflexión de los contextos y exposición de ideas propias, que plantean imaginarios, como un primer ciclo, dejando un segundo ciclo la redacción en inglés y el uso de ideas en el discurso escrito, para tener control en una tercer fase del discurso oral con toda la jerga del contexto de la segunda guerra mundial adquirido.

También, el pensamiento crítico puede partir de la educación problematizadora, Juan Díaz Bordenave (2005) propone el método del arco como una forma de hacer educación problematizadora, que pasa de observar la realidad como un diagnóstico, conoce los conceptos previos, agrega nueva teoría, y pasa a la discusión donde se propondrá soluciones que lleven al final a solucionar problemas encontrados en contextos.

Los estudiantes parten de la fase diagnóstica desconfiando de la metodología a usarse con los anuncios publicitarios, a su vez, se reconoce sus puntos de vista sobre los anuncios, sobre usarlo para el inglés B2, proponerle la teoría con lecturas y la problematización de los avisos publicitarios sea por parte de los aliados o el bando alemán de la segunda guerra mundial, de allí analizar para compartir ideas tomadas y proponer textos que conlleven esas subjetividades.

Figura 2



Nota: La figura muestra el método problematizador del arco basado en educación popular. Fuente: Díaz 2005.

Sumado a lo anterior, la investigación acción y la observación participante, son tanto metodología como técnica usadas para analizar las expresiones personales, lenguaje no verbal y verbal usado por los educandos quienes a partir de debates se sumergen en el razonamiento y exposición de ideas que contrastan o suman a las de otros. Aquí, Betancourth et al (2021), a través de la información subjetiva de las interacciones en el diálogo, logran establecer elementos que fomentan el PC, pasando una serie de fases desde romper el hielo, la flexibilidad hasta las toma de confianza, Convirtiendo dichos elementos en importantes para abordar debates en torno a la segunda guerra mundial y las alusiones de la publicidad de la época.

Desarrollar la competencia comunicativa a través de la producción oral y escrita tiene complejidades como la datación a los escenarios. Lomas y Tusón, (2013) considera que el lenguaje varía según el ambiente en el que se pueda encontrar y a su vez se desarrolla de forma verbal y escrita. Por ello, las dos vertientes no son más que el fruto que existe en cuanto a la variedad lingüística. Pero ambos, se ponen en funcionamiento para la creación de la forma de comunicación y de representación del mundo. En este orden de ideas, se considera necesario ofrecer una breve diferenciación entre la modalidad lingüística oral y la modalidad lingüística escrita, como parte esencial del fenómeno comunicativo.

Brown, D. (2001) indica que la producción oral se evidencia en la interacción entre el habla y la escucha a los cuales denomina modos de desempeño. El autor, habla de la existencia de seis (6) tipos de desempeño de habla en el aula: imitativo, intensivo, sensible, transaccional e interpersonal (*diálogo*) y extenso (*monólogo*). Además, de las habilidades de comunicación oral en la investigación pedagógica:

discurso conversacional, enseñanza de la pronunciación, precisión y fluidez, factores afectivos y el efecto de la interacción.

Para finalizar, los avisos publicitarios pueden desarrollar el PC, de forma directa e indirecta, dando a entender mensajes intencionales o escondidos visuales, audiovisuales, ya sea que partan de la xenofobia en la guerra, o la necesidad del reclutamiento como ayuda para un país, tienen la intención, que se asimila por los estudiantes, pero agregando el efecto de la segunda lengua, que conlleva conocer e interpretar los mensajes, ubicarlos en su contexto y proponer desde el imaginario para defender en el discurso tanto oral como escrito y que demuestre de forma crítica la defensa de los argumentos en inglés.

CONCLUSIONES

El uso de avisos publicitarios influye el PC, ya que existe una reflexión y una serie de acciones que surgen a partir de la misma, como el vocabulario, las expresiones, pronunciación y el discurso escrito que se adapta conociendo más a partir del reconocimiento del contexto de la segunda guerra mundial.

La segunda guerra mundial marca reflexiones críticas acerca de los simbolismos encontrados en los avisos publicitarios, de allí, el análisis de contexto de la realidad cultural vivida en Alemania, como la vista en los países aliados como Estados Unidos y la Gran Bretaña, la xenofobia, la discriminación, puestas en la realidad actual y vistas como un problema que podría volver sino se usa bien la información y no se fomenta un análisis de las problemáticas actuales.

El aumento de vocabulario y uso de este mismo es parte de la influencia que se da por parte de los anuncios publicitarios, esto condicionado al PC y de palabras y reflexiones propias que son complejas de abordar en una segunda lengua, pero que guiadas mejoran dicha escritura

Hay manifestaciones de que es la primera vez que se aborda un ejercicio pedagógico en el que se fomente el PC, esto ya que en su lengua nativa poco o nada se realizó, dificultando la reflexión escrita en una segunda lengua.

La problematización para generar PC no solo ayuda a mejorar la segunda lengua, también aporta para el abordaje de situaciones en el campo profesional y comprender contextos más allá de los imaginarios.

El diálogo que se desarrolla en los ejercicios de PC fortalecen la comprensión de la realidad, ayuda a compartir ideas entre quienes participan de la reflexión y contribuye a las habilidades comunicativas.

La construcción de nuevos escenarios de reflexión a partir la crítica a los avisos publicitarios, fomenta formas nuevas de actividades como el cine, el arte, la política y vistas desde sus contextos nativos y en lenguas distintas que dan comprensiones más profundas de lo que normalmente se percibe.

BIBLIOGRAFÍA

- Arnal, J., Ricón, D., y Latorre, A. (1992). *Investigación educativa, fundamentos y metodologías*. Editorial Labor.
- Betancourth, S., Martínez, V., y Tabarez, Y. (2021). Desarrollo del pensamiento crítico a través del debate crítico: una mirada cualitativa. *Revista interamericana de investigación*. 14(2), 373-400.
- Brown, D. (2001), *Teaching by Principles : an Interactive Approach to Language Pedagogy*, Pearson ESL.
- Cárdenas, J., Rodríguez, C., Pérez, J., y Valencia, X. (2022). Desarrollo del pensamiento crítico: Metodología para fomentar el aprendizaje en ingeniería. *Revista de ciencias sociales*, 28(4), 512-527.
- Casas, J., Repullo, J. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria* 31(8), 527-38.
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGrawHill.
- Delmastro, A., y Balada, E. (2012). Modelo y Estrategias para la Promoción del Pensamiento Crítico en el Aula de Lenguas Extranjeras. *Synergies* (7), 25-37.
- Delmastro, A., Romero, M., y Salazar, L. (2012). El pensamiento crítico en el desarrollo de destrezas lectoras en lengua extranjera: fundamentos teóricos y lineamientos para su evaluación. *Impacto Científico*, 7(1), 106-123.
- Díaz, J. (2005). El método del arco: una forma de hacer educación problematizadora. *Decisio* (10), 46-50.
- Fals Borda, O., y Rodríguez Brandao, C. (1987). *Investigación participativa*. La Banda Oriental.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Latorre, A. (2003) *La investigación acción, conocer y cambiar la práctica educativa*. Editorial Graó.

- Lomas, C., y Túson, A. (2013). Lingüísticas y educación lingüística. *Textos de didáctica de la lengua y la literatura* (63), 5-11.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista de investigación en psicología*, 9(1), 123-146.
- Pozzobón, c., y Pérez, T. (2015). El docente, el pensamiento crítico y la escritura en inglés como lengua extranjera. *Acción Pedagógica* 24(1), 32-40