

UNIVERSIDAD DE ALICANTE  
Facultad de Filosofía y Letras  
Departamento de Filología Inglesa

Memoria de Licenciatura  
presentada por  
Patricia-María Martínez Rico  
dirigida por el Dr. D. José Mateo  
Martínez

## **UNA APROXIMACIÓN EMPÍRICA A LA EDUCACIÓN EN VALORES EN LA CLASE DE INGLÉS. INSERCIÓN DE UN TEMA TRANSVERSAL EN EL CURRÍCULO DEL ÁREA.**

### **ABSTRACT**

Educar es entusiasmarse con los valores. Hacer que el hombre aprenda a vivir con alegría. El maestro lo que hace es ayudar a un sujeto para la mejor formulación y desarrollo de su proyecto personal. De ahí que toda esta tarea sea como una labor de artesanía.

Enrique Rojas. Catedrático de Psiquiatría.

Esta tesina consta de cuatro capítulos que a su vez podría agrupar en dos bloques: uno teórico y otro práctico. El primero comprende los tres primeros capítulos, que no son, en principio, obra de creación, sino de síntesis y divulgación; el práctico, el cuarto capítulo, es mi aportación al quehacer programático del profesor de Inglés, y la aplicación de esa programación a la clase.

El objetivo del capítulo I es proporcionar la base pedagógica de la educación en valores. A medida que se profundiza en la literatura se ve que esta educación en valores forma parte inseparable de la educación del desarrollo moral del alumno. El estudioso que mayores aportaciones ha hecho en este campo es Lawrence Kohlberg con su teoría del desarrollo moral y la división de éste en estadios, que veremos con detalle en las páginas 11 y 12. Piaget, tiempo atrás, había elaborado su teoría del desarrollo cognitivo, lo que supuso para Kohlberg un punto de partida. Acabaré el capítulo revisando las técnicas utilizadas por este último para medir y potenciar el desarrollo moral y haciendo una primera adaptación de estas ideas a la clase de inglés.

El capítulo II creo que puede resultar más polémico porque de hecho aborda un tema de reflexión constante entre el profesorado. Aquí se apunta ya la cuestión de los Temas Transversales, que, junto con los contenidos actitudinales, son los instrumentos que nos proporciona la ley para educar en valores.

El marco legal, que reviso en el tercer capítulo, es de gran relevancia. Yendo de lo general a lo específico, hago una lectura de las referencias a los valores que se hacen en la Constitución, en la Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE), en la Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE) y en los

tres niveles de concreción.

Es muy útil para todo profesor conocerlas, especialmente los tres niveles de concreción, para saber qué debe hacer y cómo hacerlo.

Ya he explicado cómo se despertó mi interés por la educación en general. En cuanto a la Educación del Consumidor, y especialmente de la publicidad, objeto del cuarto capítulo, debo decir que son unas cuestiones que siempre me han atraído. Desde pequeña, junto con mi prima Celia, memorizaba anuncios de televisión, que luego representábamos para recreo de nuestros padres. Posteriormente, a raíz de mi matrimonio con un profesional de marketing, empecé a ver los anuncios con otros ojos, y términos como *target* (público objetivo) y “posicionamiento” pasaron a serme muy familiares.

En otro orden de cosas, el tremendo poder de la publicidad sobre el consumidor lejos de hacerme sucumbir a su influjo despertaba, por el contrario, mi espíritu crítico. Por ello decidí potenciar esta actitud en mis alumnos de cursos superiores. Además, el material publicitario siempre ha sido muy atractivo para utilizarlo en la clase de inglés, porque se consigue comunicar, transmitir ideas con imágenes atractivas y mensajes escritos breves.

En este último capítulo presento una serie de tareas cuyo objetivo más general es despertar en los alumnos ese espíritu crítico hacia la publicidad que les ayude a utilizarla en su propio beneficio y a ser menos permeables a su influjo. Asimismo pretendo formarles para que tomen decisiones de consumo más responsables, racionales, y solidarias tanto con su medioambiente como con otras personas más necesitadas que ellos.