USO DE ESTEREOTIPOS CULTURALES PARA TRABAJAR LA COMPETENCIA INTERCULTURAL EN CLASE DE ELE

Using cultural stereotypes to work on intercultural competence in ELE classes

Antonio Delgado García
UNED Campus Sur (Islas Canarias, España)
antondelgar@hotmail.com
https://orcid.org/0000-0001-6343-2853

Resumen: Los manuales y materiales utilizados en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE), a menudo incorporan diversos estereotipos culturales. Estos estereotipos aluden a la identidad nacional, la cultura y la historia del país de referencia, abarcando no solo España, sino también las identidades nacionales y los pueblos de las Américas. Dicha inclusión constituye un recurso para el desarrollo de la competencia intercultural.
Palabras clave: Competencia intercultural, Elementos culturales, ELE, Identidad, Manuales.

Abstract: Manuals and materials used in teaching Spanish as a Foreign Language (ELE) often incorporate diverse cultural stereotypes. These stereotypes allude to the national identity, culture, and history of the reference country, encompassing not only Spain but also the national identities and peoples of the Americas. Such inclusion constitutes a resource for the development of intercultural competence.
Keywords: Cultural elements, ELE, Identity, intercultural competence, Manuals

INTRODUCCIÓN

El concepto de estereotipo suele comprenderse como "la imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable"[1]. Sin embargo, al hablar de estereotipo cultural, la acepción se profundiza, refiriéndose a un rasgo o característica cultural (es decir, producto de la creación humana) que encarna o aglutina elementos distintivos y representativos de un determinado grupo humano o social. Se asume que esta característica cultural es inherente a dicho grupo y lo define en su esencia, comportamiento o manifestaciones vitales; una convicción de que tal elemento configura la identidad o percepción externa de ese colectivo cultural. Aunque la imagen de un grupo social pueda presentar una dualidad (desde una perspectiva interna o externa), es posible hallar puntos de convergencia entre ambas visiones.

Estos estereotipos culturales con frecuencia condensan, a modo de componentes visuales, lo que convencionalmente denominamos identidad, o más específicamente, identidad nacional vinculada a un pueblo y una cultura propios. La identidad nacional, por su parte, debe ser analizada como un constructo histórico-cultural que ha emergido, evolucionado y mutado a lo largo del tiempo, en paralelo con los cambios experimentados por las sociedades y los pueblos. La comprensión de lo que se concibe como identidad puede abordarse desde una triple perspectiva o facetas:

> "*first, to individual human persons; second, to collectivities or groups of human beings that are imagined to be individuated somewhat as human persons are imagined to be discrete one from another; and tirad, to the relationship between these two –in particular, to the ways in which human persons are imagined to assimilate elements of collective identities into their unique personal identities*"[2].

Es a partir de la síntesis de esa imagen proyectada al exterior, la autoimagen cultivada internamente, y la interrelación entre ambas, donde se perfila una noción de cómo dicho elemento o rasgo cultural encapsula señas de identidad del grupo. Asimismo, se observa cómo estas mismas señas o ingredientes culturales son empleados, a veces de forma simplificada, e incluso, en ocasiones, de manera sumamente exagerada.

Tales componentes culturales, inherentes a la identidad, poseen una trayectoria definida y un uso compartido. Permiten dilucidar si los miembros de una sociedad se identifican con ellos, o si la identificación proviene del exterior de esa sociedad. La confluencia entre la imagen interna y la imagen externa que se tiene de estos rasgos culturales o distintivos identitarios es lo que revela su correlación. La utilidad inherente de estas representaciones prefabricadas o preconcebidas de cómo se percibe a ese grupo sociocultural específico, a ese "otro", nos brinda un punto de partida para el acercamiento, sirviendo como un 'gancho' cultural capaz de atraer a individuos de otros grupos sociales y culturas.

En parte, aquí reside el atractivo de esos rasgos interculturales: la posibilidad de reconocer y valorar en los demás aquello que nuestro propio grupo social no posee o no lo manifiesta de esa forma. A partir de este reconocimiento y de la comparación entre los rasgos culturales de los grupos sociales estudiados, se configura la competencia intercultural: el conocimiento, la destreza y la disposición hacia manifestaciones culturales distintas a las propias (Brandimonte, 2005).

Considerando estas premisas, diversos manuales destinados al estudio y la preparación de la enseñanza del español para extranjeros emplean ese conocimiento del "otro" de manera simplificada (Palapanidi, 2024: 101), o bien incorporan la imagen de la "identidad nacional" del país (Delgado García, 2023), así como la presencia de componentes culturales e interculturales (Níkleva, 2019). En este contexto, la identidad desempeña un rol crucial, dada su omnipresente categoría: *"la categoría de 'identidad' se muestra en el análisis como una estructura doble. Por un lado, se*

[1] Diccionario online de la RAE, disponible en https://www.rae.es/desen/estereotipo

[2] Handler, R., "Is 'Identity' a useful cross-cultural concept?". En Gillis, J. R., (coord.), (1994). *Commemorations. The Politics of National Identity*, Princeton, PUP. p. 28.

encuentran las identidades de los personajes que juegan un papel en los textos y, por otro, las identidades que, asociadas a menudo a los mismos, se proponen a los aprendientes" (Corti: 2019, 163).

En el ámbito de estudio del ELE, la competencia intercultural, según la definición del Instituto Cervantes, es: "la habilidad del aprendiente de una segunda lengua o lengua extranjera para desenvolverse adecuada y satisfactoriamente en las situaciones de comunicación intercultural que se producen con frecuencia en la sociedad actual, caracterizada por la pluriculturalidad"[1].

Esta adquiere una relevancia particular al abordar léxico y gramática, cuyos ejemplos temáticos o ejercicios se basan en elementos vinculados a esos rasgos de identidad cultural. Permiten, de esta forma, la adquisición y el desarrollo de destrezas tanto sociales como holísticas, generales de esa cultura, utilizando como vehículo cultural la lengua española.

Conforme a lo que revelan diversos estudios, la disponibilidad léxica de los estudiantes de español como lengua extranjera (Palapanidi, 2024: 103-104) se nutre de numerosos vocablos que, distribuidos en distintas categorías o agrupaciones, se inscriben dentro de temáticas culturales bien delimitadas, tales como la gastronomía, los viajes, el ocio o las festividades. Esto indica que un volumen considerable de vocabulario o repertorio léxico, junto con su frecuencia relativa de aparición, converge con diversos tópicos o estereotipos culturales presentes en el estudio de las lenguas (González Sánchez, 2011; Šifrar Kalan, 2020).

USO DE ESTEREOTIPOS CULTURALES

Esa imagen de los estereotipos culturales, aparentemente superflua, denota igualmente un componente de raigambre cultural, entre cuyas funciones destaca la "*identificación social del individuo e integración grupal: los individuos se perciben como miembros de ciertos grupos, dentro de los cuales algunas actitudes son aceptadas más o menos oficial*" (Níkleva, 2019: 213-4).

La valiosa contribución didáctica de este acervo de recursos radica en su capacidad de, mediante la familiaridad y el reconocimiento de esas particularidades culturales, captar el interés del estudiante y consolidar conocimientos léxicos, gramaticales y situacionales. En otras palabras, los estereotipos pueden funcionar como catalizadores culturales que simplifican y enriquecen la enseñanza de un idioma extranjero. Es precisamente aquí donde el elemento intercultural se integra en el currículo, impulsando el desarrollo de aspectos relevantes sobre la cultura y la sociedad actuales, o de las naciones cuya lengua es el español.

Es cierto que en España no todos, ni siquiera una mayoría significativa de la población, se dedican a la tauromaquia o al baile flamenco/sevillanas. No obstante, es frecuente que la imagen de España se asocie a estas manifestaciones culturales o a sus atuendos característicos, como un recurso didáctico. Del mismo modo, si bien no es una práctica masiva asistir a los Sanfermines con su indumentaria tradicional o a procesiones de Semana Santa con mantilla negra (imágenes que a menudo aparecen en manuales, sobre todo los de los años 80 y 90, cuando las costumbres culturales y religiosas eran más arraigadas), estos ejemplos sirven para ilustrar aspectos de la identidad nacional española, permitiendo a su vez destacar la singularidad de sus festividades, tradiciones y peculiaridades regionales.

DIVERSOS EJEMPLOS DE ESTEREOTIPOS USADOS EN MANUALES DE ELE

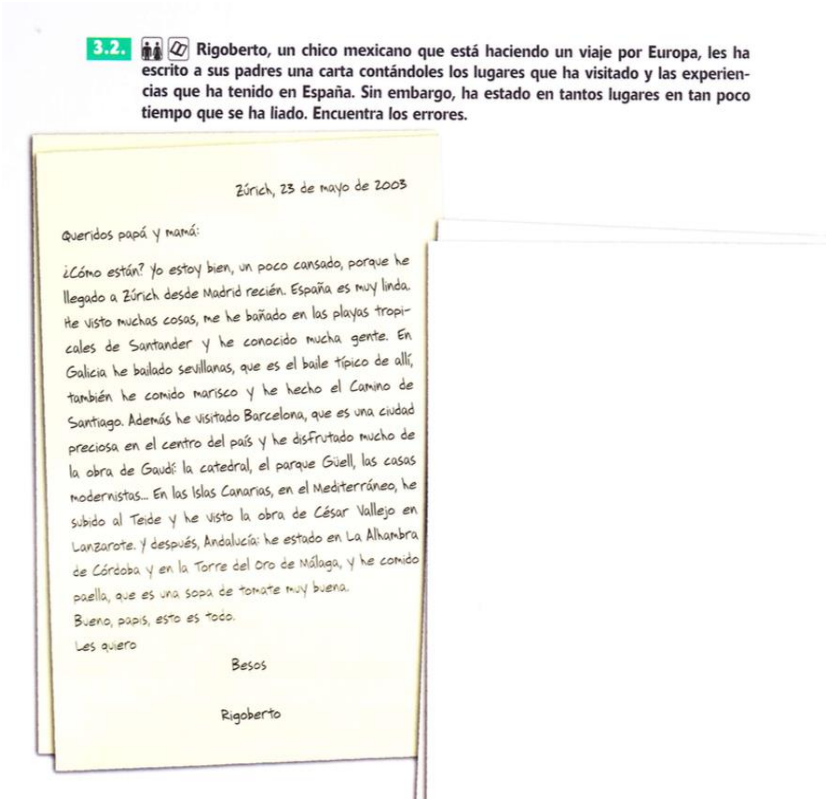
Dentro de los ingredientes visuales relacionados a la identidad de un país, se encuentra la categoría que trata de la geografía o de ese espacio geográfico donde se contiene la herencia cultural de España en este caso. Cabe destacar que dentro de esta sección es donde se hace la mención o la cita de los lugares característicos de la geografía nacional, de esos recursos turísticos que atraen a personas de todo el mundo y hacen que sean conocidos fuera de sus fronteras. Ejemplos de estos

[1] Diccionario de términos clave de ELE. Disponible en https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/compintercult.htm

como pueda ser el caso del Teide en el Parque Nacional Cañadas del Teide (lugar tan característico del imaginario popular como lo era el roque García o Cinchado, una bomba natural o huevo del Teide como se le conoce en geología, imagen señera del mismo Parque Nacional ya que en épocas pasadas aparecía en los billetes de mil pesetas en la época de los años 70 a 80). Si bien es el pico o punto más elevado de la geografía española, 3.718 metros sobre el nivel del mar, localizado en Tenerife, se halla bastante lejos de la geografía peninsular que es lo más conocido por el público extranjero cuando viaja a España.

Igualmente, resaltar las referencias a diversos monumentos del patrimonio histórico-artístico español, grandes hitos que se estudian en la Historia del Arte, como puedan ser la catedral modernista de la Sagrada Familia del arquitecto Antoni Gaudí, la Giralda de Sevilla, la Alhambra de Granada, el Museo Nacional del Prado en Madrid, la Catedral de Toledo o la de León, etc. cada uno de esos monumentos como imagen de un país a través de sus siglos de historia. Cabe destacar que igualmente que se usan esos iconos patrimoniales para ilustrar ejemplos en diversos manuales de ELE, igualmente se encuentran presentes, y es ahí en parte donde se les da su difusión, por medio de diversos carteles de promoción turística en cuyas fotografías suelen ser portada y suelen ser la imagen atractiva destinada al público extranjero para que su atención sea captada hacia esos recursos turísticos, y por ende empiecen a ser conocidos por el público extranjero. Podemos ver diversos recursos turísticos reconocidos de la geografía española en el ejemplo de la figura 1.

En esta labor las diversas campañas de difusión y promoción turística que desde los años 1960 en adelante, realizadas en consulados, Embajadas, y demás instituciones públicas del exterior, han sido de gran ayuda en esta difusión. Igualmente, hoy en día, esta tendencia se mantiene mediante políticas de Estado que crean y proyectan otra imagen de la conocida más recientemente como Marca País, en cuyas políticas estatales están las desarrolladas para difundir y divulgar el idioma español y su cultura por medio del Ministerio de Asuntos Exteriores, sus Embajadas, su Agencia de Cooperación, sus diversos Centros Culturales, o del mismo para las zonas extranjeras donde no se habla español, por medio del Instituto Cervantes.



3.2. **Rigoberto, un chico mexicano que está haciendo un viaje por Europa, les ha escrito a sus padres una carta contándoles los lugares que ha visitado y las experiencias que ha tenido en España. Sin embargo, ha estado en tantos lugares en tan poco tiempo que se ha liado. Encuentra los errores.**

Zúrich, 23 de mayo de 2003

Queridos papá y mamá:

¿Cómo están? Yo estoy bien, un poco cansado, porque he llegado a Zúrich desde Madrid recién. España es muy linda. He visto muchas cosas, me he bañado en las playas tropicales de Santander y he conocido mucha gente. En Galicia he bailado sevillanas, que es el baile típico de allí, también he comido marisco y he hecho el Camino de Santiago. Además he visitado Barcelona, que es una ciudad preciosa en el centro del país y he disfrutado mucho de la obra de Gaudí: la catedral, el parque Güell, las casas modernistas... En las Islas Canarias, en el Mediterráneo, he subido al Teide y he visto la obra de César Vallejo en Lanzarote. Y después, Andalucía: he estado en La Alhambra de Córdoba y en la Torre del Oro de Málaga, y he comido paella, que es una sopa de tomate muy buena.

Bueno, papás, esto es poco.

Les quiero

Besos

Rigoberto

Figura 1. Detalle de contenido cultural en manual *ELE, PRISMA. Nivel A2. Continúa,* página 56 correspondiente al ejercicio 3.2.

Si bien la construcción de la imagen país vista desde el exterior, ha sido un proceso dilatado a lo largo de los siglos, en buena parte la imagen cultural que desde la Europa transpirenaica se tiene de España está ligada a diversos estereotipos románticos de cuando los viajeros europeos hacían *le grand tour* o gran viaje hacia lo diferente y desconocido, eligiendo el lugar cercano de España tras cruzar los Pirineos. Una imagen de un país ligada en parte a lo folklórico donde de manera omnipresente se muestra a lo español de manera general ligado y confundido con lo andaluz, lo flamenco, o con las estampas o imágenes fijas típicas de un diseño de Goya, hoy pudiendo ser retratadas en escenas fílmicas en movimiento propias de un Carlos Saura, un Pedro Almodóvar o un Alejandro Amenábar. Si bien ya no predomina la imagen de una llamada *Leyenda Negra* tan polémica de los siglos pasados, todavía queda mucho por hacer para desprenderse de la imagen de una España de pandereta (con parte de sus clichés ligados a la siesta, un país de camareros y recepcionistas, o la fiesta y movida nocturnas, elementos que en parte se ven retroalimentados por el efecto del turismo *lowcost* europeo que baja al sur para usar y tirar los recursos de la industria nacional de sol y playa).

Esta serie de ingredientes culturales se pueden agrupar en toda una serie de categorías (Delgado García: 2023; 7), trabajadas bajo diferentes nombres pero que en parte todas confluyen en lo ya contenido en el *Plan curricular del Instituto Cervantes*. Diversos autore, como Níkleva (Níkleva, 2019: 217), las agrupan en: *identidad, vida y organización social, comportamientos socioculturales, historia y actualidad de Hispanoamérica, geografía países hispanoamericanos, y sobre herencia cultural*.

CONCLUSIONES

Encontramos en los ejemplos expuestos, diversos niveles de adquisición del componente cultural de la lengua que se estudia, de esa *competencia intercultural*, que están presentes en el *Plan Curricular del Instituto Cervantes*, PCIC, y son:

-Nivel básico o *monocultural*, ideas básicas sobre una cultura ajena a la nuestra.

-Nivel *intercultural* cuando se sabe tomar tanto posición como distancia entre la cultura propia y la ajena.

-Nivel *transcultural* donde las personas saben reconocer y mediar entre las dos distancias culturales.

En los mismos descriptores operativos de esa competencia se viene trabajando esa perspectiva intercultural, con diversos ingredientes y contenidos culturales, con temáticas que pueden variar desde la cultura audiovisual o cinematográfica, la gastronómica, la política, la historia y la geografía, así como elementos sociales y de modas y tendencias del momento (del momento de edición de ese manual que años más tarde puede parecer desfasado, como puedan ser citar la Ruta del Bakalao o la Movida Madrileña de la década de los 90, la Expo´92, el Príncipe de Asturias hoy ya Rey Felipe VI, o los diversos expresidentes de gobierno desde los años recientes de la democracia, etc.).

A la hora de referenciar elementos sobre la identidad cultural de ese pueblo cuya lengua se está estudiando, se nos presenta la identidad como algo dado en el presente estudiado, pero que en el fondo viene desarrollándose en el tiempo y representa tanto a individuos del pasado como del presente. Y aún acaso del futuro, con lo que plantea retos en su delimitación de una identidad cerrada, sino que es abierta en plena construcción, lo cual explica la actualización de muchos tópicos presentes en manuales solo comprensibles en función de los tiempos más recientes en los que se escribe esa obra, por ejemplo al citar elementos propios de modas más recientes que en época pasadas no estarían presentes o serían incomprensibles, piénsese en tratar temas de coches eléctricos o híbridos como pueda hacer ahora en el siglo XXI, pero algo impensable a finales del siglo XX en las décadas de los 80 o los 90.

Aunque la omnipresencia de estas imágenes arraigadas de la noción de España y lo español se aprovecha didácticamente como un recurso para el conocimiento cultural, dada su vasta difusión internacional (a menudo bajo la forma de clichés o estereotipos), su presentación en los manuales de ELE adopta un enfoque inverso. Se busca precisamente utilizar su familiaridad para desmantelar los falsos estereotipos y las representaciones fijas de una supuesta realidad nacional. En verdad,

esta realidad engloba una profusión de variedades regionales y diversas identidades que marcan la diferencia y confieren riqueza al concepto de España como nación. Estas variedades regionales, que acentúan la diversidad, requerirían un nivel de maestría en el dominio de las múltiples expresiones culturales inherentes al trasfondo del idioma español y su ámbito de uso y procedencia. Dicha variedad se expande exponencialmente al considerar el vasto universo hispanoamericano.

La inclusión de contenidos culturales, manifestados como elementos distintivos de la imagen del país en estudio, facilita la consolidación de léxico y expresiones de manera más orgánica, y amplía el repertorio comunicativo para interactuar con hablantes nativos, al establecer un imaginario común entre el foráneo y el nativo. El reconocimiento y la contextualización de estos componentes de la cultura hispánica permiten una comprensión no solo de la cultura, sino incluso de la idiosincrasia de los españoles. Desde una edad temprana, los españoles han tenido contacto o familiaridad, ya sea de primera mano o a través de impresiones y percepciones externas, con estos elementos culturales. Esto, les ha llevado a asimilar como propias, parte de estas referencias, considerándolas inherentes a su cultura y a su identidad nacional, y a su manera de ser español o de participar en la construcción de una identidad nacional que trasciende lo meramente regional o provincial.

BIBLIOGRAFÍA

Brandimonte, G. (2005). "Competencia pragmática e interferencias culturales en la enseñanza del español a estudiantes italianos". *Actas XVI*. ASELE. 196-207.

Consejo de Europa (2020), *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación. Volumen complementario.* Servicio de publicaciones del Consejo de Europa: Estrasburgo. www.coe.int/lang-cefr.

Corti, A. (2019). *La construcción de la cultura en el Español como lengua extranjera (ELE).* Münster: Wanxmann.

Delgado García, A. (2023). "Ingredientes de la imagen país en manuales de docencia del Español como Lengua Extranjera, ELE". Revista Científica De La Facultad De Filosofía, 18(2), 375–388. https://doi.org/10.57201/rcff.v18i2.3752

González Sánchez, J. F. (2011). "El estereotipo como mecanismo de desintegración de la identidad nacional". El caso de Mi gran boda griega. En *Fonseca, Journal of Communication*, n. 2 (2011), 2-17

Handler, R., (1994). "Is 'Identity' a useful cross-cultural concept?". En Gillis, J. R., (coord.), (1994). *Commemorations. The Politics of National Identity*, Princeton, PUP. pp. 27-40.

Instituto Cervantes, (2006). *Plan curricular del Instituto Cervantes*. Madrid: Biblioteca Nueva.

MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2002). *Marco Común Europeo de referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación*. Madrid: MECD.

Níkleva, D. G. (2019). "Componente cultura e intercultural". En Jiménez Calderón, F. & Rufat Sánchez, A. (Eds.). 2019. *Manual de formación para profesores de ELE*. Madrid: SGEL. 211-232.

Palapanidi, K. (2024). Estereotipos culturales sobre España en el léxico disponible de aprendices griegos de ELE. En El español por el mundo. 2024; VOL. 6. N° 1, 100-108.

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., (versión 23.8 en línea). https://dle.rae.es

Šifrar Kalan, M. (2020), "Estereotipos culturales sobre España en estudiantes universitarios extranjeros: el caso de los Erasmus eslovenos", *OGIGIA. Revista electrónica de estudios hispánicos*, 27, 213 – 234.

VV.AA. (2007). *PRISMA. Comienza. Nivel A1*. Madrid EdiNumen.

VV.AA. (2009). *Prisma Avanza. Método de español para extranjeros. Nivel B2*. Madrid EdiNumen.