# EL USO DE HISTORIETAS PARA TRATAR LA CULTURA ARGENTINA EN LA CLASE DE ELE

HANNE BONGAERTS
*Universidad de Salamanca*

RESUMEN: En esta comunicación se abogará primero por no perder de vista la pertenencia de la enseñanza de cultura, en particular de los referentes culturales, para alcanzar la meta del hablante intercultural. Si se aplica esta meta a los estudiantes que se quedarán por un tiempo en un determinado país, es razonable ir más allá que trabajar las competencias generales de descubrimiento, relevamiento y comparación de elementos culturales, competencias válidas para el aprendizaje de cualquier idioma extranjero.

Segundo, se evidenciará que el mercado de ELE en la Argentina justifica la preparación de material cultural específico. Por último, se demostrará por qué las historietas son consideradas un medio adecuado para hablar de referentes culturales argentinos.

Actualmente, en la clase de ELE se pretende armonizar la enseñanza de la lengua con la enseñanza de la cultura, sacando de la cultura la etiqueta de "telón de fondo", o "información adicional" para incluirla abiertamente en la clase de lengua y destacar también los elementos de cultura ya presentes en la lengua (Byram 1991, 17-30). Por ejemplo, al hablar de costumbres, como determinadas fiestas o la organización del tiempo, no es necesario abordarlas en clases separadas, porque el léxico relacionado con estos temas puede aparecer, de forma no forzada, en diálogos que el profesor en principio seleccionó por las estructuras gramaticales. Al hablar de lenguaje verbal y proxémica, es posible visualizar un video que tenga que ver con la temática que el profesor haya elegido tratar y que muestre, al mismo tiempo, los comportamientos de hablantes nativos en interacción, la distancia que existe entre ellos y los gestos que utilizan. Así, el profesor profundiza el tema elegido y, al ordenar que los estudiantes releven lo "típico" de los comportamientos expuestos, también se dedica a elementos culturales. Considerando

esos ejemplos, uno puede llegar a entender que la integración de la cultura en la clase de lengua no debe ser un obstáculo insuperable.

Sin embargo, también se puede pensar en los estudiantes que se han propuesto conocer a fondo un país hispanohablante específico, porque están cursando allí un curso intensivo de español que promete tales conocimientos[1], o porque les hace falta, ya que piensan permanecer durante mucho tiempo en ese país. En esos casos es menester ofrecer más información a los estudiantes y la integración de esa cantidad de *input* en la clase de lengua podría volverse más difícil de realizar. Es decir, el estudiante sentirá la necesidad de saber mucho más sobre el país pero incluir tantos datos culturales en la clase de ELE provocaría un desequilibrio de lengua-cultura. En tales casos, se puede defender la creación de clases destinadas a hacer conocer esos elementos de cultura que no tienen un vínculo muy estrecho con la lengua, y por ello, pueden ser tratados por separado.

La importancia de esos conocimientos culturales se señala en estudios de Duff (2001,2002) cuyos resultados son mencionados en un artículo de Norton y Vanderheyden (2003: 205-206):

> (…) she found that references to such TV shows as *Ally McBeal*, *The Simpsons, Seinfeld*, and *Friends* were common and that English language learners were unable to enter into discussions that assumed such cultural knowledge. (...) noting that if language learners wish to become active members of the classroom discourse community, their cultural knowledge may be as important as their academic proficiency.

Aquí hay que subrayar, empero, que el objetivo de esas clases de cultura sería ofrecer datos prácticos y útiles para el estudiante, como un "plus" importante, y no volver atrás, concibiéndolas como "telón de fondo" curioso y a menudo demasiado erudito, como se solía hacer en el pasado (Byram y Risager 1997, 59-60).

Este tipo de cursos dedicados a la cultura argentina resultan tener mucho sentido, dado que justamente (Pozzo, 2010: 1): "La profunda crisis económica que atravesara la República Argentina en el año 2001 ha tenido, entre sus nefastas consecuencias, una positiva: el aumento en la llegada de extranjeros que ante una moneda devaluada, encuentran al país muy accesible económicamente".

Es lo que se deprende también de los datos siguientes (Flores Maio y Carrera Troyano, 2009: 133 y 139):

1 Véase por ejemplo la propuesta de Libertad Valverde Merlo, para clases de cultura española en los Cursos Internacionales de la Universidad de Salamanca. <http://www.educacion.es/redele/Biblioteca2006/LibertadValverde.shtml>.

> (…) se observa claramente que Argentina es una competidora directa de España en el mercado global de ELE, puesto que los menores costes de los cursos alcanzan a compensar el mayor coste de desplazamiento para los europeos.

En el año 2007, el 49% de los estudiantes de ELE en Argentina se quedaban al menos 2 meses en el país mientras que los estudiantes inscritos en cursos de menos de un mes, solían acudir a cursos intensivos con una carga horaria alta (Flores Maio y Carrerra Troyano, 2009: 138).

Ahora bien, cuando se plantea la necesidad de cursos de cultura, es necesario también identificar bien el contenido y los métodos empleados en tales cursos.

El contenido presenta inmediatamente un gran problema, visto que el concepto de cultura es tan amplio que ha engendrado cuantiosas definiciones que dificultan elegir una definitiva. Además, mucho depende del enfoque y del propósito que uno tiene al acercarse al concepto, no es lo mismo ser un antropólogo o un sociólogo ni tampoco es lo mismo ser un periodista o un político.

Una definición que puede ser un punto de partida es la del antropólogo Goodenough (1957:167 en Iglesias Casal, 2003: 4):

> (…) la cultura de una sociedad consiste en lo que las personas [miembros de esta sociedad] necesitan saber o creer para poder operar en una forma aceptable para sus miembros. (…) lo que dicen y hacen las personas, su organización social, sus eventos: todos son producto o resultado de su cultura en la medida que la aplican a la tarea de percibir y responder a sus circunstancias.

Desde esta definición hay que intentar encontrar respuestas a las siguientes preguntas (Pozzo, 2010: 6): "¿Qué es lo más importante que debe saber sobre nuestro país, sus manifestaciones culturales, de nuestros hábitos?".

Para ello, es posible recurrir al extensivo Plan Curricular del Instituto Cervantes (2007, 2008) que provee un inventario muy elaborado de *Referentes culturales* y *Saberes y comportamientos socioculturales*. Este repertorio del Instituto Cervantes es fruto de un extensivo y minucioso trabajo y por tanto puede constituir una fuente de material para seleccionar los ítems de clases de cultura. Por ejemplo, en los *Referentes culturales* se proponen *Conocimientos generales* (la geografía, la economía, la política, la educación, el sistema sanitario, los medios de comunicación etc.), el conocimiento de *Acontecimientos y protagonistas del pasado y del presente* y de *Productos y creaciones culturales*. En el repertorio de *Saberes y comportamientos socioculturales* figuran *Condiciones de vida y organización social* (la familia, las comidas y bebidas, las fiestas, etc.), *Relaciones interpersonales* e *Identidad colectiva y estilo de vida*.

Sin embargo, teniendo en cuenta la magnitud del mundo hispanohablante, incluso utilizar el Plan Curricular tiene sus limitaciones porque carece de información más detallada para cada país de esa comunidad. De ahí que pueda ser de interés completarlo con materiales específicos sobre la cultura argentina. Gracias a la celebración del Bicentenario de Argentina, abundan las publicaciones recientes dedicadas a la historia argentina y a la argentinidad.

Por ese Bicentenario, el periódico argentino *Clarín* encargó una encuesta sobre la argentinidad al estudio Graciela Römer y Asociados[2], que indagó por el país entre argentinos de 18 a 70 años y publicó sus resultados en un especial el 23 de mayo de 2010, dos días antes del 25 de mayo, cuando se conmemoró la Revolución de Mayo que marcó el fin del Virreinato del Río de la Plata y el inicio de la independencia de Argentina.

Los resultados de esta encuesta ofrecen algunas pistas concretas para trabajar en clase, como se verá a continuación.

Acerca de la imagen que tienen de sí, se ve que la identidad argentina concebida como tal por los argentinos, contiene varias facetas, incluso discordantes entre sí:

> los argentinos sí nos reconocemos de manera contradictoria como verseros, chantas[3] y vivos criollos pero a la vez conmovedoramente solidarios. Trabajadores, e inmediatamente después haraganes y perezosos. (Miguel Wiñazki, Secretario de Redacción de Clarín)




Luego, con respecto a las preocupaciones de los argentinos, los tres principales problemas son la delincuencia, la desocupación y la economía. Como los argentinos sufren bastantes actos de delincuencia, no sorprende que le tengan mucho miedo aunque otros temores afectan más a sus seres queridos: a que un ser querido se enferme o que sus hijos no tengan futuro. Relacionados con la desocupación y la situación económica, caer en la pobreza y perder el trabajo son otros miedos importantes.

2 <http://www.romer.com.ar>

3 Versero: charlatán// mentiroso// persona que habla de un tema que no conoce.
Chanta: descarado, desvergonzado// informal, incumplidor// insolvente moral, persona que contrae deudas con las que no cumple <http://www.todotango.com/spanish/biblioteca/lexicon/lexicon.asp>.

Después del estallido de la crisis económica en el 2001, muchos argentinos no quisieron quedarse en la Argentina y decidieron emigrar en busca de un futuro mejor. Hoy en día, el 78% prefiere quedarse en la Argentina, a pesar de que este porcentaje disminuye cuando piensan en lo que sería lo mejor para sus hijos.

Así interpreta los datos Miguel Wiñazki en el suplemento del 23 de mayo de 2010:

> Los argentinos hemos hecho de la queja una práctica cotidiana. Eso nos ha llevado en distintos ciclos históricos, al compás del lamento de las letras de los viejos tangos, a mostrarnos pesimistas respecto del futuro. Sin embargo, el Bicentenario nos encuentra con cierto optimismo. (…)
>
> Tanto lo creemos que bajó el deseo de irse del país (…) Pero hay cierta decepción por cómo evolucionó la vida en la Argentina: el 65% cree que la generación de sus padres vivía mejor que la actual, y son menos los que piensan que sus hijos tendrán un mejor pasar que ellos.

Otro aspecto interesante en la encuesta de Clarín toca las costumbres argentinas, en particular sus consumos culturales. El internet gana en adeptos, pero la televisión sigue ocupando un lugar privilegiado como fuente de información, y el 84% de los argentinos mira la tele entre 1 y 5 horas por día. En contraste con lo anterior, a los argentinos no les gusta leer, visto que el 51% no ha leído ningún libro en el último año.

El papel de la televisión incide con las respuestas a la pregunta *¿Quién es la personalidad pública que más nos representa?*, dado que aparecen 3 presentadores entre los 12 personalidades elegida, a sabers: Marcelo Tinelli, que presenta ya la vigésima primera edición de su programa de entretenimiento *Showmatch;* Susana Giménez, ex modelo que comenzó en 1987 con su propio programa; y Mirtha Legrand, que lleva presentando 42 años el programa *Almorzando con Mirtha Legrand*. Los demás son deportistas (dos futbolistas, Diego Maradona y Lionel Messi, y un tenista, Juan Martín del Potro), y políticos (como el presidente Perón y su esposa Eva Perón, y la actual presidenta, Cristina Fernández de Kirchner). En la lista aparecen también dos personalidades con fama internacional, el cirujano que inventó la técnica del bypass, René Favaloro, y un compositor de tangos, Carlos Gardel. Al analizar las respuestas, el Secretario de Redacción de Clarín comenta en el suplemento en el que se presentó el sondeo: "Llama la atención por su notoria ausencia el Che Guevara: o no es concebido como representativo de los argentinos hoy o es concebido más como un sujeto global".

Examinando el sondeo realizado, es posible resaltar algunos ítems de interés.

En primer lugar, con respecto a la identidad argentina, salta a la vista la representación heterogénea que ha surgido en el sondeo: los argentinos se creen mentirosos y desvergonzados pero a la vez solidarios y generosos.

En segundo lugar, se desprende de las cuestiones relativas a los miedos y a las pasiones que la delincuencia y el estado de la economía son dos temas primordiales para los argentinos y que se preocupan por su familia, en particular por el futuro de sus hijos. A diferencia de hace 10 años, cuando solamente un 53% se quería quedar en el país, ahora hay más optimismo y hay más argentinos que prefieren permanecer en Argentina, aunque estiman que para sus hijos podría ser mejor emigrar. Si se combina este dato con la comparación de la calidad de vida de generaciones anteriores y futuras, se ve que tampoco hay tanto optimismo entre los argentinos. En otras palabras, y tal vez como consecuencia de la delincuencia y la situación económica, un futuro precario y la emigración como posible forma de escape son elementos muy presentes en la mente argentina.

Otro ítem llamativo es la preponderancia de la televisión en los consumos culturales de los argentinos, frente al 51% de los encuestados que no usan Internet y al 51% que no ha leído nada en el último año. De ahí que se revele fundamental hablar de personalidades de la tele, teniendo en cuenta la importancia que tiene la televisión en la vida cotidiana.

Para finalizar, habría que estudiar también las otras figuras notorias destacadas como representantes de la argentinidad o como próceres admirables.

Ahora que se ha ideado una lista de contenidos, hace falta seleccionar un método apropiado. Aquí se plantea que el uso de historietas puede ser ese método ya que últimamente se han producido varios trabajos que abogan por su uso en el aula, aunque no todos acentúan su utilidad para hablar de cultura.

En general, es posible afirmar que (Alonso García, 2005: 125)

> El humor ayuda a que la actitud ante las tareas y el proceso de aprendizaje sean más motivadores y eficaces, a que los contenidos se asimilen y retengan mejor pues su procesamiento se ha producido dentro una actividad placentera, que moviliza la creatividad, el pensamiento y las emociones.

En cuanto a conocimientos culturales en particular, también encontramos argumentos a favor del uso de historietas para obtenerlos (Norton y Vanderheyden, 2003: 209):

> Children new to North America who are struggling to understand the sociocultural practices of their new society find in comic books like Archie images of popular activities among young people. (...) some of the students felt that Archie comics were appealing because they could help students learn about their new society.

Además, en el caso de la Argentina, las historietas parecen más apropiadas aún debido a la cantidad y la calidad de lo producido en ese país (Martignone y Prunes, 2008:

37): "(…) existe desde principios del siglo XX una gran tradición de historieta y de tira argentina, inclusive reconocida internacionalmente (…)".

Conjuntamente, las tiras cómicas en la contratapa de periódicos nacionales importantes, como Clarín y La Nación, (Martignone y Prunes, 2008: 76)

> [toman] como una de sus principales temáticas la vida cotidiana del país, preocupándose por retratar nuestra sociedad [la argentina] y nuestros problemas políticos y económicos de manera más o menos transparente (de acuerdo a lo que permita la censura, cuando la hubiere), e incluso sin pelos en la lengua, como La Nelly o REP.

En definitiva, considerando la utilidad didáctica y el contexto particular de la creación de historietas en Argentina y su contenido, es evidente que se justifica plenamente usar historietas cuando se quiera impartir clases de cultura argentina.

Como verdadera ilustración de esa reflexión, se incluirán algunas muestras de historietas argentinas.

Así, si se quiere insistir de forma bien irónica en facetas negativas de la identidad argentina, como el hecho de ser *verseros*, egocéntricos y poco confiables, valdrían estos ejemplos:




Sendra - 14 03 2010 en *Clarín*




Sendra - 23 06 2010 en *Clarín*




Caloi - 06 03 2010 en *Clarín*

El primer autor seleccionado es (Ricardo) Sendra[4], es también el creador de *Yo, Matías* [y es] considerado por muchos como el sucesor de Mafalda (De Majo, 2009).

El segundo es de Caloi (Carlos Loiseau) y el personaje dibujado aquí se llama *Clemente*. En Argentina, es muy famoso aunque es (Martignone y Prunes, 2008: 44) "un personaje del que no se puede saber con seguridad qué es, salvo que es argentino. Su peculiar lunfardo, su amor por el fútbol y el tango, o hasta sus complejos psicoanalíticos, lo identifican a las claras como un habitante de este país [la Argentina]".

Durante el mundial de fútbol de 1978, se convirtió en un símbolo de protesta y de ahí en un símbolo cultural (ibidem).

Para hablar de la delincuencia y la preocupación por la economía, podrán ser muy útiles las siguientes muestras:




Nik – *Política*
20 08 2009 en *La Nación*




Nik – *Política*
24 11 2009 en *La Nación*

Seguramente Nik (Cristian Dzwonik) es el más conocido de los autores argentinos cuyas tiras se presentan aquí, ya que es el autor del famoso *Gaturro*. Lo que lectores de Gaturro tal vez no sepan, es que Nik publica todos los días en el periódico *La Nación* dos críticas a la actualidad llamada *la foto que habla* y *Política*. En realidad, el personaje de Gaturro comenzó a aparecer en los paneles de humor político de Nik, *como referencia al milagroso cambio pilar de Menem. "El gato de Menem" fue una caricatura recurrente del humor gráfico* de los '90 que aparecía en la revista Humor y en el periódico *Página/12* (Martignone y Prunes,

4 De él se conoce también una colaboración con un dibujante español en una historieta sobre una batalla histórica en el País Vasco.
<http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/mar_de_plomo_entrevista_con_mikel_begona.html>

2008: 85). En este artículo no aparecen ejemplos, pero las caricaturas del político Nestor Kirchner, anterior presidente y marido de la presidenta actual suelen ser pingüinos y "Nik fue el primero en verlo como un pingüino patagónico" (Martignone y Prunes, 2008: 146).

La inseguridad y la delincuencia señaladas anteriormente incitan a menudo a los argentinos a emigrar, como en esta viñeta de *Yo, Matías* del ya mencionado Sendra.




*Yo, Matías* – 23 05 2010 en *La Capital*

Finalmente, para tratar a unas personalidades argentinas, tanto a argentinos ilustres como a argentinos más populares y menos prestigiosos, es posible recurrir a historietas críticas, como las de Freddy, un autor no tan conocido o al personaje *La Nelly*:




Freddy - 05 05 2010 en *La Capital*




*La Nelly* - 17 05 2010 en *Clarín*[5]

5 En un viaje por el tiempo, al Tricentenario, Nelly se encuentra también con la personalidad que, según la encuesta citada, representa mejor a los argentinos, Diego Maradona. Cuando se refiere a lo que

Vale la pena presentar con más detalles a *La Nelly*, dada la frecuencia con la que trata temas de actualidad. *La Nelly* tiene dos autores: Sergio Langer es el dibujante y Rubén Mira es el guionista. En realidad, es curioso que esta tira tenga tanto éxito, porque los dibujos no agradan gráficamente, y, además, Nelly es "*una señora gorda, bastante mersa, fanática de Sandro y portavoz de opiniones políticas muy poco intelectualizadas*".

Esos autores también opinan (Martignone y Prunes, 2008: 108) que *La Nelly* adapta "bien a la filosofía argentina del "ir tirando" [a pesar de que] Nelly, una jubilada con pensión trucha que se cree más viva de lo realmente es, vive cayendo (a veces literalmente) de peripecia en peripecia".

Por lo demás, llama la atención que en 2004, el Wall Street Journal haya afirmado que esta tira cómica (Martignone y Prunes, 2008: 109) "era la mejor manera (y la más divertida) de entender el caos reinante en nuestra sociedad".

Con estas muestras se ha querido demostrar que ilustrar la cultura argentina con historietas es, aparte de ser un método divertido, una tarea factible. En este trabajo solamente se han integrado publicaciones muy recientes, pero recordamos que en Argentina existe una larga tradición de historietas, por lo cual pueden ser una fuente histórica, como concluyen los autores de *Historietas a diario* (Martignone y Prunes, 2008: 147).

Cabría imaginar un futuro en el que solo quedaran las tiras cómicas publicadas en la Argentina como testimonios para reconstruir el pasado: las tiras como fuente histórica (…) el resultado sería más convincente (o seguro más divertido y a menudo más inteligente) que el de un estudio a través de los programas de televisión, películas y documentales, o novelas y ensayos producidos durante el mismo período.

Un ejemplo histórico podría ser la historieta Bosquivia, publicada en 1982 en la revista HUM®, y que se puede entender como (Vázquez, 2003: 263) "una metáfora zoológica donde se reflejaron muchas de las cosas que pasaban todos los días".

A la vez, hay autores contemporáneos que ofrecen sus versiones de la historia argentina, como lo hace muy bien aquí Caloi (16 05 2010 en *Clarín)*:

dijo "el general", hace referencia a una frase muy famosa de Perón, Para un argentino no hay nada mejor que otro argentino, cambiada irónicamente para el contexto. Otro detalle, el acompañante de Nelly en este viaje al futuro es Neo, un chorizo que en otras viñetas se proclamó como la representación del Ser Nacional Argentino.




En resumen, se ha podido argumentar que, visto el auge de la enseñanza de ELE en la Argentina y el perfil de los estudiantes que acuden a las clases, hacen falta clases de cultura adicionales. Para determinar lo que se debe entender como "cultura argentina", se ha evidenciado que es posible apoyarse en el Plan Curricular del Instituto Cervantes, en libros editados en Argentina y, como se ha hecho concretamente en este trabajo, en una encuesta del periódico *Clarín*, realizada entre los argentinos.

Como método ha resultado muy valioso explotar historietas, dado su carácter motivador y su contenido, a menudo un reflejo lúdico de acontecimientos, costumbres y personajes concretos. Hay que insistir también en la cantidad y la calidad de la producción argentina de historietas que permite descubrir material apropiado de varios dibujantes, abordando varias temáticas.

En definitiva, se espera que la utilidad de historietas para hablar de cultura haya quedado demostrada y que, además, el presente artículo pueda inspirar a otros docentes a considerar utilizarlas en sus clases para ilustrar algunos temas culturales o incluso a considerar crear un especie de guía de la cultura argentina que incorpore historietas de forma sistemática.

## BIBLIOGRAFÍA

Alonso García, P. J. (2005): "Riendo se entiende la gente: el humor en la clase de ELE", en A. Álvarez *et al.* (eds.), *La competencia pragmática y la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (Actas del XVI Congreso Internacional de ASELE)*, Oviedo: Universidad de Oviedo, 124-132.

Byram, M. (1991): "Teaching Culture and Language: Towards an Integrated Model", en D. Buttjens y M. Byram (eds.), *Mediating languages and cultures. Towards an Intercultural Theory of Foreign Language Education*, Clevedon: Multilingual Matters, 17-30.

Byram, M. y K. Risager (1999): *Language Teachers, Politics and Cultures*, Clevedon: Multilingual Matters Ltd.

Carrera Troyano, M. y F. Flores Maio (2009): "La competencia internacional en la enseñanza de ELE. El caso de Argentina", en M. Carrerra Troyano y J. J. Gómez Asencio (dirs.), *La Economía de la enseñanza del español como lengua extranjera,* Barcelona: Ariel.

Clarín (2010): "Encuesta Bicentenario", [en línea]: <http://www.bicentenario.clarin.com/encuesta.php>

Majo, O. de (2009): "Historieta argentina. La segunda mitad del siglo XX", [en línea]: <http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/historieta_argentina_la_segunda_mitad_del_s_xx.html>

Duff, P. (2001): "Language, literacy, content, and (pop) culture: Challenges for ESL students in mainstream courses", *Canadian Modern Language Review* 58/1, 103-32 .

Duff, P. (2002): "Pop culture and ESL students: Intertextuality, identity, and participation in classroom discussion", *Journal of Adolescent and Adult Literacy, 45*/6, 482-7.

Instituto Cervantes (2007, 2008): *Plan Curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español*, Madrid: Biblioteca Nueva (3 volúmenes).

Martignone, H. y M. Prunes (2008): *Historietas a diario. Las tiras cómicas argentinas de Mafalda a nuestros días,* Buenos Aires: Libraria

Norton, B. y K. Vanderheyden (2003): "Comic book culture and sEcond language learners", en B. Norton y K. Tohey (eds.) *Critical Pedagogies and Language Learning*, Cambridge: Cambridge University Press, 201-221,

Pozzo, M.ª I. (2010): *La enseñanza de contenidos socioculturales a extranjeros no hispanohablantes Aportes para una educación intercultural* (inédito).

Pedroso, Osvaldo (ed.) (2007): *Debates en la cultura argentina,* Buenos Aires: Emecé Editores.

Valverde Merlo, L. (2006): *Propuesta didáctica para una clase de cultura*, red-ELE: Biblioteca virtual, [en línea]: <http://www.educacion.es/redele/Biblioteca2006/LibertadValverde.shtml>

Vázquez, L. (2003): "Bosquivia: La historieta en la dictadura militar argentina", en M. Barrero (coord.) *Tebeosfera*, Bilbao: Astiberri.