¿CÓMO USAR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA RECOPILAR DATOS INTERCULTURALES PERTINENTES PARA LA CLASE DE ELE?

Hanne Bongaerts
Universidad de Salamanca

RESUMEN: El interés por la interculturalidad sigue vivo. Basta con realizar una breve búsqueda en Google para que encontremos en este mismo año varios congresos, celebrados y aún por celebrar, dedicados a esta temática.

Se estudia la interculturalidad desde ángulos y en contextos muy diversos. Uno de estos ángulos es su relevancia para la enseñanza de ELE en países no hispanohablantes, tema del IV Congreso de FIAPE[1].

En la enseñanza de ELE contamos, afortunadamente, con el Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC) para guiarnos. Sin embargo, si bien sus inventarios de *Referentes culturales* y *Saberes y comportamientos socioculturales* son orientaciones muy útiles, necesitan ser completados con más datos. Solamente es posible fortalecer las *Habilidades y actitudes interculturales*, otro repertorio del PCIC, de los estudiantes de ELE si se trabaja a partir de estudios más detallados.

En el presente artículo se pretende aclarar que hoy en día, con la ayuda de las nuevas tecnologías, el profesor de ELE puede compilar su propio informe con facilidad.

El auge de la Interculturalidad

Si hoy mismo hiciéramos una búsqueda hoy en día con los términos *intercultural– congreso – 2011*, encontraríamos congresos de todo tipo[2].

El tema está de moda, incluso en disciplinas muy diversas, como la filosofía, la medicina, la antropología, la sociología, las ciencias de la educación, las ciencias de la comunicación, etc. Es posible añadir aún más congresos, sobre todo si incluimos con-

[1] http://www.fiape.org/IVcongreso/index.html

[2] Algunos ejemplos:
IX Congreso Internacional de Filosofía Intercultural (febrero 2011, Costa Rica)
***II Congreso Nacional sobre Convivencia y resolución de conflictos en contextos socioeducativos: Buenas prácticas en educación intercultural y mejora de la convivencia.* (marzo 2011, Málaga)**
Symposium international sur l'interculturalisme (mayo 2011, Québec)
XVII Congreso internacional del International Association for Intercultural Communication (IAICS) (junio 2011, Méjico)
V Congreso Internacional de Educación Intercultural (noviembre 2011, Almería)
II Congreso Internacional: Avances en Salud sexual, reproductiva e interculturalidad (noviembre 2011, Perú)

gresos celebrados en otros años y aquéllos ya anunciados para 2012. En el área de la enseñanza de idiomas, y en concreto para la enseñanza del español como lengua extranjera, observamos el mismo interés por la interculturalidad. Este año, por ejemplo, ya se celebró el *IV Congreso de FIAPE: La enseñanza del español en un mundo intercultural* (abril 2011, Santiago de Compostela) y tendrá lugar también el *XII Congreso Internacional de la Sociedad Española de la Lengua y la Literatura* con el área temática «Plurilinguismo e Interculturalidad» (diciembre 2011, Granada).

Si tenemos en cuenta que

> Cada cultura tiene su forma de llevar adelante una conversación, o cualquier tipo de interacción comunicativa.(...) Los individuos de cada cultura, dependiendo básicamente de factores de organización social, tienen su forma característica de gestualizar, de intercambiar los turnos de palabra, de organizar las conversaciones, de dirigirse a sus interlocutores, de abordar los temas delicados, etcétera. (Grupo CRIT, 2006: 26-27 en Santiago Guervós, 2010: 11-12).

se entiende que comunicarse está estrechamente relacionado con el conocimiento de códigos culturales, de costumbres de conversación particulares de cada cultura. Saber moverse dentro de otras culturas, saber de dónde viene uno y cómo es la cultura del otro, es una necesidad en cualquier situación de comunicación, y comunicarse (y mediar entre otros) es un tema que, como se ve por la enumeración de congresos, puede ser enfocado desde varios ángulos. Cuando la comunicación se desarrolla en otro idioma, se complica todavía más el buen entendimiento de los interlocutores y para los docentes es un verdadero desafío preparar a sus estudiantes adecuadamente.

En la enseñanza de idiomas, el interés por la integración de cultura en la clase de lengua ha ido aumentando desde los años '80 de ese siglo (Santamaría Martínez, 2010: 18). Este interés se ha incorporado visiblemente en

el Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER) y también en el Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC)[3]. Este último incluso ofrece al profesor un listado detallado del componente cultural en tres repertorios, a saber, *Referentes culturales*, *Saberes y comportamientos socioculturales* y *Habilidades y actitudes interculturales*. Con respecto al segundo inventario, el PCIC (2008[2]: 399) aclara que

> Las especificaciones que se incluyen se refieren solo a España y no a los países de Hispanoamérica (...). Ello es debido a la dificultad que conlleva realizar un análisis de la enorme variedad de aspectos que se dan en cada una de las sociedades de los países hispanos y ofrecer una presentación adecuada, ni siquiera sobre la base del enfoque adoptado en el tratamiento de los referentes del ámbito cultural.

Compilar datos socioculturales con nuevas tecnologías: marco teórico

En el presente trabajo se quiere mostrar que la búsqueda y la compilación de datos socioculturales sobre países hispanoamericanos puede ser rápida, sencilla, barata y hecha a distancia, gracias a las herramientas que están disponibles en la red, en particular las páginas web que permiten lanzar su propio cuestionario para obtener información sociocultural.

En ciencias humanas, como la sociología, la antropología, las ciencias políticas, etc., se están usando ya hace tiempo cuestionarios en línea y se están publicando artículos, revistas y libros que ayudan al investigador en el plano metodológico. En inglés,

son muy útiles los libros teóricos de Bryman (2008)[3], Dillman (2009), Salmons (2010), Bernard & Ryan (2010) y las revistas *Public Opinion Quarterly*, en especial el número 75:2[4], *Quality & Quantity*[5] y *Social Science Computer Review*[6]. En español son de gran ayuda los cuadernos metodológicos del CIS, el Centro de Investigaciones Sociológicas[7], en particular el cuaderno número 26, *Cuestionarios*, y el número 35, *La encuesta: una perspectiva general metodológica*.

Las ventajas de usar un cuestionario colgado en la red, a diferencia de un cuestionario administrado personalmente, por correo o por vía telefónica, atañen a su rapidez, su eficacia y su diseño flexible y visualmente atractivo:

> [the advantages are] cost-effectiveness, large samples, the ability to administer intricate graphics and multimedia to respondents, and efficiency of data management, among others. (Malhotra 2008: 914)
> [the advantages are] reductions in research cost, time required for implementation and transcription errors, and increased flexibility in the questionnaire design. (Barrios, Villaroya, Borrego 2011: 208-209)

Frente a esas ventajas, el uso de cuestionarios en línea conlleva el problema de la representatividad de los datos obtenidos: no es posible afirmar algo sobre una población completa, porque solamente se puede contactar a usuarios de Internet. Esos usuarios suelen tener también un determinado perfil socioeconómico y la exclusión de los demás constituiría un gran fallo en encuestas que justamente pretenden estudiar la influencia del perfil socioeconómico sobre, por ejemplo, algún fenómeno político. Además, es difícil determinar a cuántos usuarios uno tiene que proveer el formulario, porque usuarios de Internet suelen tener varios aliases y varias direcciones de email. Por otra parte no basta con tener una lista de direcciones IP de una casa, porque en un solo ordenador puede haber varias personas trabajando.

Strabac y Aalberg (2011: 175-176) formulan esos dos aspectos de la problemática de la representatividad así:

> The first is related to still incomplete Internet coverage of the general household population and systematic differences between that part of the population that has Internet access and that which does not (...). The second aspect is related to difficulties in drawing random samples required in the use of standard inferential statistical techniques in analyses of web samples.

Luego, incluso si uno se limita a enviar un cuestionario a determinadas personas por email, «no es posible saber a ciencia cierta si el cuestionario lo cumplimenta la persona a quien se dirige ni si lo ha rellenado solo o en compañía y cómo» (Alvira Martin 2011: 87).

Para algunos países hispanoamericanos, se ve que la cantidad de usuarios de Internet está aumentando tanto que es posible que la muestra conseguida con un cuestionario en línea sea progresivamente más representativa.

---

[3] Consultable en línea http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/
[4] http://poq.oxfordjournals.org/content/72/5/831.extract
[5] http://www.springerlink.com/content/0033-5177/
[6] http://ssc.sagepub.com/
[7] http://www.cis.es/cis/opencm/ES/3_publicaciones/colecciones/listaColeccion.jsp?coleccion=Cuadernos Metodológicos

Este podría ser el caso de Argentina, con un 66% de la población conectada al Internet[8], por encima del porcentaje de España (62,2%)[9].

En vez de intentar de contactar con una selección representativa de un país, o incluso de los usuarios Internet de tal país, se puede optar por entrar en contacto con **key informants**: «people who know a lot about their culture and are (...) willing to share all their knowledge with you.» (Bernard – Ryan, 2010: 370)

Ahora bien, en este artículo se aboga por que para la enseñanza los idiomas, y en especial la inclusión de datos socioculturales, tengamos posibilidad de informarnos gracias a 'conocedores privilegiados' de la cultura de otros países y, sobre todo, de aquellos elementos culturales que nos interesen como docentes.

Compilar datos socioculturales con nuevas tecnologías: propuesta para ELE

¿Quiénes serán nuestros interlocutores? La respuesta es muy sencilla: serán *otros docentes de ELE,* en otros países, a quienes podríamos enviar nuestras inquietudes culturales pertinentes.

Como recuerda Elisabet Areizaga (2002: 163), «*tenemos el problema de las fuentes fiables de las que extraer información sobre la cultura meta*», pero ¿quién entenderá mejor nuestras preocupaciones y nuestros intereses como profesor que un colega? Todos vivimos arraigados en una cultura y todos podemos comprobar cómo la cultura entra de forma natural en nuestras clases de cultura, y somos muy conscientes de ello. Seremos, por tanto, informantes ideales para los demás, como transportador de una cultura y, además, como interlocutores con una mente didáctica, sensible ante las necesidades de otro profesor.

¿Cómo contactar con ellos? Por un lado, es posible usar los foros relacionados con la enseñanza de ELE, como por ejemplo los foros de la Comunidad Todoele[10], una comunidad internacional; por otro lado, se puede pedir que se publique su cuestionario (o el link a la página donde se encuentra) en páginas web de asociaciones de profesores y/o escuelas de ELE. En el Portal del hispanismo[11], uno puede realizar una búsqueda por país para encontrar las asociaciones concretas.

Hoy en día contamos también con diversas redes sociales en Internet que pueden ser de utilidad a la hora de contactar con más usuarios aún y generar una divulgación mayor de su cuestionario. En concreto, puede publicitarlo en páginas dedicadas a ELE en Facebook (como la página en Facebook de la Comunidad Todoele ya señalada) y mencionarlo en Twitter. Si no tiene muchos profesionales de ELE que sigan su *tweets*, puede buscarlos y dirigirlos un mensaje con toda la información, esperando que ellos también expresen su interés en ello y que colaboren con la difusión de sus preguntas. Si no sabe por dónde empezar para elegir a quienes escribir, muchas instituciones ya, como el Instituto Cervantes y editoriales de ELE, poseen una cuenta en Twitter, y es posible verificar cuáles son las cuentas que ellos siguen con el fin de limitar un poco la lista de resultados de la búsqueda 'profesor de ELE', por ejemplo.

---

[8] http://www.exitexportador.com/stats2.htm#sur

[9] http://www.exitexportador.com/stats4.htm#ue

[10] http://www.todoelecomunidad.ning.com

[11] www.hispanismo.es/hispanistas_resultado.asp?t=Asociaciones

¿Qué preguntas hacerles? Eso depende obviamente de los intereses de los docentes y de los estudiantes a quienes se enseña. Si necesita material de inspiración, basta con seleccionar algún apartado del PCIC, como 'Viajes' y pensar en algunas preguntas relativas a las costumbres de los habitantes de un determinado país:

> ¿En qué época(s) del año se suele viajar?
> ¿Se permanece a menudo en el país o se suele viajar a otros países?
> ¿Cuáles son los destinos turísticos más frecuentados por los propios habitantes? ¿Y por los extranjeros?
> ¿Se suele viajar en familia o con amigos o en pareja o solo?
> ¿Se suele gastar mucho en viajes o poco?
> ¿Existen viajes de estudio? ¿Adónde van?
> ¿Existen asociaciones que organizan viajes para jóvenes, o para gente con necesidades especiales, o ...?
> etc.

Es posible permitir respuestas abiertas, para obtener más información, pero si uno no tiene mucho tiempo, puede intentar ya prever las posibles respuestas y ofrecerlas ya para que la revisión de ellas se haga enseguida.

Si trabaja con respuestas cerradas, podría probar su cuestionario remitiéndolo a sus colegas cercanos, para prever mejor las posibilidades que surgirán.

¿Cómo colgar un cuestionario en la red? Aquí tocamos una cuestión más bien técnica, que abarca varias facetas. En primer lugar, hay que decidir cuán 'profesional' tiene que ser el cuestionario y el relevamiento posterior de sus resultados. Si se prefiere hacer algo simple, algunas herramientas de Google cubren sin mayores problemas las exigencias básicas: <https://sites.google.com > ofrece la posibilidad de crear tu propio sitio web, donde uno puede copiar el link al formulario creado con <https://docs.google.com> y añadir más detalles, como más información sobre el cuestionario en sí – el porqué de ello y la selección de preguntas – y sobre el profesor/los profesores detrás de ello. Si no tiene tiempo para dar más información, puede referir directamente al link del formulario. Los resultados pueden ser exportados a Excel, pero Google tiene una función nueva <https://www.google.com/fusiontables> que permite cargar esos resultados y realizar cálculos con ellos u ordenarlos visualmente en gráficos.

La edición de formularios de Google incluye insertar casillas de verificación, incluir varias preguntas por página o una pregunta por página, prever espacios limitados para respuestas, y es una herramienta totalmente gratis.

LimeSurvey[12] es un programa de software que hay que descargar en su ordenador. Como los productos de Google es gratis, pero es un poco más complejo y completo de lo que presenta Google. No hay límite de preguntas, ni de respuestas, por lo cual es interesante si uno está pensando en realizar una encuesta extensiva.

Si prefiere editar un cuestionario con un guía en línea, hay varias empresas, con precios razonables, que ofrecen la posibilidad de construirlo con su software (que no hay que descargar en su propio ordenador, todo puede permanecer almacenado en la red), como Question Pro[13] o SurveyMonkey[14].

---

[12] http://www.limesurvey.org/en/about-limesurvey/features
[13] http://www.questionpro.com/pricing/index.html
[14] http://es.surveymonkey.com/pricing/?ut_source=header

Los cuestionarios de la primera empresa figuran como modelos para un manual muy práctico sobre la creación de encuestas en línea, de la colección popular 'for Dummies', *Online Surveys for Dummies*. En la página web de esa colección[15], es posible consultar algunas listas con blogs útiles, más programas, consejos concretos, etc.

En segundo lugar, hay que pensar en un diseño visualmente atractivo, no solamente del cuestionario en sí, pero también de la página donde cuelga el link a éste:

> (...) the researcher can create a videoclip or audio excerpt of the recruitment message to increase interest and make more personal contact with site visitors. Links to the researcher's academic institution or other publications can convey integrity and authenticity of the study. Provide means for contact, such as a link to an e-mail or messaging address. (Salmons, 2010: 114)

En cuanto al diseño de las preguntas vale la pena consultar la sugerencias ofrecidas por Don Dillman (2009: 89– 106) al respecto. En el mismo libro, *Internet, Mail and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method,* el capítulo 4 y el capítulo 5 contienen más consejos prácticos y concretos, relativos a la formulación de preguntas en general y la formulación de preguntas abiertas o cerradas en particular.

Finalmente, si el objetivo de la recopilación de datos socioculturales es la redacción de un artículo académico, incluso si se trata de obtener información que solamente será de utilidad para una clase específica, es menester tener en cuenta la dimensión ética de tal proceso. Hay que esclarecer quién es el interesado del estudio, y a quienes se divulgarán los resultados, sobre todo si se incluyen las observaciones expresadas públicamente en foros, donde la diferencia entre privado y público es menos evidente (Bryman, 2008: 654). «The Association of Internet Researchers recommends that researchers start by considering the ethical expectations (...) For instance (…) are there mechanisms that users can employ to indicate that their exchanges are private?» (Bryman, 2008: 654)

En el caso de que se quiera evitar sí o sí discusiones posteriores, es posible incluir una cláusula de protección de los datos en su formulario, o indicar claramente cuál es el procedimiento en la descripción de la encuesta en su página web. En todo caso, existen modelos de este tipo de cláusulas: en el documento 'Additional Resources' del capítulo 4 en el sitio web que acompaña *Online Interviews in Real Time*[16] están enumerados algunos ejemplos y más bibliografía relevante. Asimismo, en el sitio web que provee más materiales para *Social Research Methods* (Bryman, 2008), se pueden encontrar unos links[17] para el capítulo 5 que conciernen a la ética en todas las ciencias sociales.

Para garantizar la buena disposición de los participantes, es elemental de concluir el cuestionario no solamente con un mensaje que informa que uno ha llegado al final sino que *se agradece* también la colaboración (Dillman, 2009: 205).

Una vez que el cuestionario haya sido lanzado, hayan llegado las respuestas (dentro de un plazo elegido por el profesor) y hayan sido analizadas, cabe todavía decidir cómo abordarlos en clase. Y aunque este artículo no se concentrará en el tratamiento didáctico de los datos compilados, no olvidemos que

[15] http://www.dummies.com/how-to/content/online-surveys-for-dummies-cheat-sheet.html
[16] http://www.sagepub.com/salmonsstudy/chapters.htm
[17] http://www.oup.com/uk/orc/bin/9780199202959/01student/weblinks/ch05

> (...) lo más importante será el uso que se les dé, es decir, cómo se trabaja a partir de estos materiales y de qué manera se intenta ir más allá de la información superficial sobre hechos culturales y se favorece el desarrollo de un conocimiento consciente tanto de la propia cultura como de la cultura meta, así como de habilidades para la comunicación intercultural. (Santamaría Martínez, 2010: 171-172).

CONCLUSIONES

En resumen, esperamos que el presente trabajo haya abierto algunas puertas para docentes que quieran crear su propia base de datos socioculturales, acercándose a otros colegas a través de la red, por mail, por Facebook, por Twitter, con cuestionarios hechos conforme a sus necesidades y a las de sus estudiantes.

Una conexión a Internet y una buena dosis de ganas de experimentar con productos gratuitos – o aceptables de precio – son los únicos requisitos iniciales; luego, es mera cuestión de encontrar a otros docentes de ELE, y generar intercambios de información sociocultural. ¡Adelante!

BIBLIOGRAFÍA

ALVIRA MARTIN, Francisco (2011[2], 2004[1]): *La encuesta: una perspectiva general metodológica. Cuadernos metodológicos, 35*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

AREIZAGA, Elisabet (2002): «El componente cultural en la enseñanza de lenguas: elementos para el análisis y la evaluación del material didáctico», *Cultura y Educación*, 14, 2: 161-175.

AZOFRA MÁRQUEZ, Mª José (1999): *Cuestionarios. Cuadernos Metodológicos, 26,* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

BARRIOS, Maite, Anna VILLARROYA, Ángel BORREGO y Candela OLLÉ (2011): «Response Rates and Data Quality in Web and Mail Surveys Administered to PhD Holders», *Social Science Computer Review,* 29, 2: 208-220.

BERNARD, H. Russell y Gery W. RYAN (2010): *Analyzing Qualitative Data: Systematic Approaches,* Newbury Park, California, EE.UU. : Sage Publications

BHASKARAN, Vivek y Jennifer LECLAIRE (2010): *Online Surveys For Dummies*, Hoboken, New Jersey, EE.UU. : Wiley.

BRYMAN, Alan (2008[3], 2001[1]): *Social Research Methods*, Oxford University Press.

CONSEJO DE EUROPA (2002): *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, Madrid: Secretaría General Técnica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España y Grupo Anaya, traducido y adaptado por el Instituto Cervantes. [en línea] <http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/>

DILLMAN, Don A. et alii (2009[3]): *Internet, Mail and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*, Hoboken, New Jersey, EE.UU. : John Wiley.

Grupo CRIT (2006): *Culturas cara a cara. Relatos y actividades para la comunicación intercultural*, Madrid: Edinumen.

INSTITUTO CERVANTES (2006): *Plan curricular. Niveles de Referencias para el Español,* Madrid: Edelsa.

MALHOTRA, Neil A. (2008): «Completion Time and Response Order Effects in Web Surveys», *Public Opinion Quarterly*, 72, 5: 914-934.

SALMONS, Janet (2010): *Online Interviews in Real Time*, Thousand Oaks, EE.UU. : SAGE Publications.

SANTAMARÍA MARTÍNEZ, Rocío (2010): *La competencia sociocultural en el aula de español L2/LE, una propuesta didáctica. ASELE Colección Monografías nº 13,* Ministerio de Educación de España.

SANTIAGO GUERVÓS, Javier de (2010): «Comunicación e intercultura», *I Congreso Internacional en la red sobre interculturalidad y educación 2010*, [en línea] <http://letra25.com/ediciones/cii-viernes2/jdesantiago/>

STRABAC, Zan y Toril AALBERG (2011): «Measuring Political Knowledge in Telephone and Web Surveys: A Cross-National Comparison», *Social Science Computer Review,* 29, 2: 175-192.

Las revistas mencionadas

Public Opinion Quarterly	http://poq.oxfordjournals.org/
Quality & Quantity	http://www.springer.com/social+sciences/journal/11135
Social Science Computer Review	http://ssc.sagepub.com/

Los programas de software

http://www.google.es/intl/es/options : *Docs* y *Sites*
http://www.limesurvey.org
http://www.questionpro.com
http://es.surveymonkey.com

Más páginas web de utilidad

http://www.dummies.com/how-to/content/online-surveys-for-dummies-cheat-sheet.html
http://www.sagepub.com/salmonsstudy/chapters.htm
http://www.oup.com/uk/orc/bin/9780199202959/01student/weblinks/