CON C DE COLOMBIA: LAS VOCES DE «LOS OTROS»

Yunny Alma Andrade Cabrera
Universidad de Chipre

«La seule véritable exploration, la seule vraie fontaine de Jouvence, ne serait pas de visiter des terres étrangères mais de posséder d'autres yeux, de regarder l'univers à travers les yeux des autres»

MARCEL PROUST

RESUMEN: Se suele decir que una cultura se define como «el conjunto de valores, actitudes y comportamientos de una comunidad». Estas 3 dimensiones, que componen la base de la definición de una sociedad, son a menudo distorsionadas por una cada vez más mediática manipulación de la información. Vemos lo que nuestros ojos ven. Pero…¿qué ocurriría si... empezáramos a ver lo que ven los ojos de «los otros»?

La respuesta a esta pregunta constituye el objeto del presente proyecto, que parte de la imagen más comúnmente exportada de Colombia para acercarse, mediante un diálogo «con el otro», a una visión desmitificada y representativa de la cultura de este país. Se tratará, pues, de hacer *evidente*... aquello que no se ve.

INTRODUCCIÓN

La enseñanza de la cultura en el aula de E/LE siempre ha constituido un punto clave para el progreso en la comunicación en una nueva lengua, en tanto que una y otra están fuertemente ligadas y los cambios en una, producen, necesariamente, cambios en la otra. Sin embargo, a menudo se ha visto relegada a un segundo plano, a meras menciones puntuales o a la aparición de personajes emblemáticos representativos de la misma, asociada a niveles de lengua avanzados o como parte de estudios específicos de grado o posgrado. No hay que olvidar, además, que muchos de los países que conforman la 'realidad hispana', que deberían estar cada vez más presentes en los libros de texto de E/LE, ni siquiera son mecionados, no *existen* a ojos de los aprendientes de la lengua, más allá de donde un mapa los puede situar.

Si abriéramos un libro de texto y buscáramos entre las páginas las referencias que se hacen de Colombia, probablemente encontraríamos un sinfín de tópicos: desde el carácter festivo de los colombianos, siempre «rumbeando», a la prostitución y exportación de cocaína, pasando por la opresión del pueblo, el machismo, la guerrilla, la ignorancia, y el deseo vivo de alcanzar «el sueño americano», olvidando de esta manera multitud de realidades que conforman la verdadera esencia de este país.

Como profesores en un mundo donde el conocimiento está al alcance de todos y donde la información se actualiza a diario y se puede acceder a ella en cualquier

momento y lugar, contrastarla, cuestionarla... nuestro papel ha de tender más al de *guías* que al del *maestro* poseedor del conocimiento. De este modo, ya no se trata de instruir al alumno en ciertas destrezas, sino de proporcionarle medios fiables, de calidad y actualizados, que él mismo pueda *manipular* y a partir de los cuales pueda obtener conclusiones personales a través de un diálogo con el entorno. Esta metodología proporciona al alumno voz y voto, le abre la posibilidad de descubrir por sí mismo, de la mano de un especialista (el propio nativo), un mundo que desconoce.

Y, ¿dónde se produce ese diálogo? La Web 2.0 nos brinda el espacio perfecto para ello. Esta propuesta didáctica tiene su fundamento en la construcción del conocimiento mediante la cooperación y el diálogo con el entorno. El conocimiento de una cultura sólo se alcanza siendo partícipe de ella. Las NTIC constituyen un recurso único para romper las barreras espaciotemporales y nos permiten acercarnos a escuchar lo que «los otros» tienen que decir: nos permiten estar allí «aquí y ahora».

Con C de Colombia: propuesta didáctica

En esta propuesta se realiza un recorrido que parte de la «realidad mediática» colombiana para llegar a un encuentro «cara a cara» con el propio país, de forma que podamos ver lo que este nos tiene que mostrar y escuchar lo que tiene que decir.

Se observarán 5 etapas bien diferenciadas, si bien ligadas por un mismo tema y propósito.

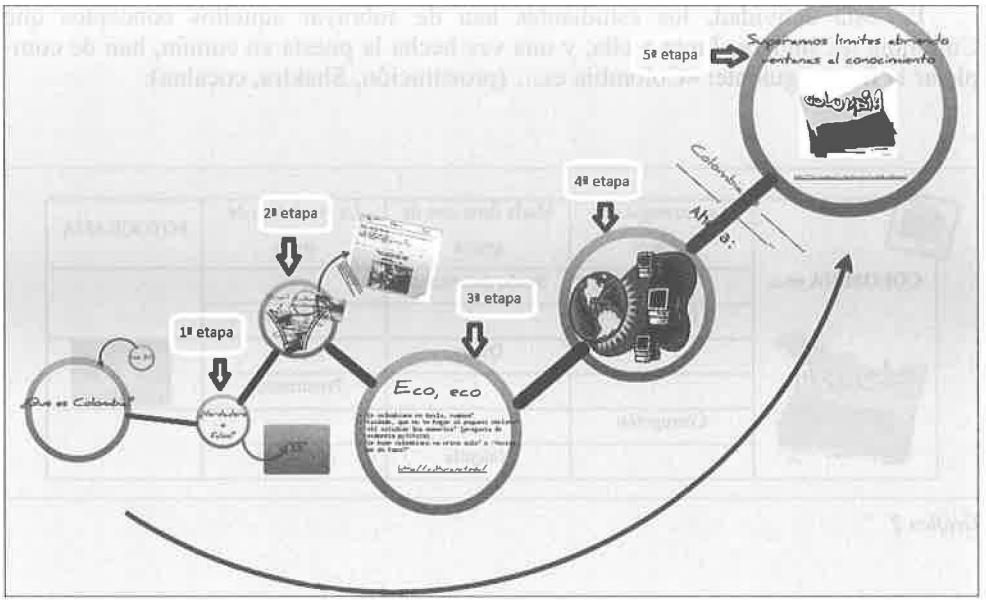
Primera etapa: *re-conociendo el terreno*. En ella, se promueve una relación *persona* (estudiante) – *país* (en su sentido más amplio): en esta etapa, el alumno llegará a cuestionarse que no todo lo que está escrito es necesariamente cierto y se dará cuenta de la importancia de las fuentes de las que se obtiene la información.

Segunda etapa: *re-calificando el terreno.* Los estudiantes tendrán la oportunidad de situar Colombia en el lugar que le corresponde entre los países de Latinoamérica. «¿Dónde situamos Colombia en nuestro mapa mental?» – será la pregunta que surgirá en esta etapa.

Tercera etapa: *y tú, ¿de quién eres?*. En ella se establece una relación *persona – cultura*: el alumno ha de profundizar un poco más en su acercamiento al país, discriminando lo que pertenece a la cultura colombiana de lo que es propio de otras culturas.

Cuarta etapa: *diálogo*. Constituirá un punto clave en el proceso de contacto con la sociedad, estableciéndose una relación *persona – persona*, a partir de la cual se originará una visión enriquecida de la cultura y sociedad que tratamos de conocer.

Quinta etapa: *re-construyendo Colombia* La última etapa es de propia «re-creación» por parte del alumno de la nueva realidad que ha descubierto: los estudiantes han de mostrar aquellos aspectos anteriormente ignorados que consideran relevantes de la sociedad colombiana.



RE-CONOCIENDO EL TERRENO

La primera pregunta que nos ha de asaltar al dar comienzo a una serie de sesiones encaminadas a descubrir la realidad que conforma la cultura de Colombia es: «*¿Qué es Colombia?*».

En esta propuesta parto de la imagen de Colombia que los alumnos ya conocen, apoyándome en una serie de tráileres de películas producidas en Colombia, galardonadas y muy conocidas fuera del propio país (gráfico 2), películas que allí se han quedado desfasadas, pero que se siguen utilizando en la clase de E/LE. Antes de pasar a ver dichos tráileres se hará una puesta en común de aquellos conceptos que asocian con Colombia (gráfico 1).

café	**pobreza**	**machismo**	**destino turístico**	**pintura**
dictadura	**Shakira**	**fiesta**	**terrorismo**	**progreso**
prostitución	**modernidad**	**naturaleza salvaje**	**cocaína**	**inseguridad**
familia	**cultura inca**	**guerrilla**	**tequila**	**trópico**
iglesia católica	**cine**	**corrupción policial**	**alegría**	**moda**

Colombia es...

Gráfico 1

En esta actividad, los estudiantes han de subrayar aquellos conceptos que Colombia les sugiere. Junto a ella, y una vez hecha la puesta en común, han de completar la frase siguiente: «Colombia es… (prostitución, Shakira, cocaína).

COLOMBIA es...	La estrategia del caracol	María llena eres de gracia	La vendedora de rosas	FOTOGRAFÍA
		Sueño americano		
	Injusticia		Pobreza	
		Droga		
			Prostitución	
	Corrupción			
		Valentía	Abandono	



Gráfico 2

Esta segunda actividad introductoria, se trata de una tabla en la que los estudiantes han de recoger conceptos que las películas reflejan y promueven como 'realidad colombiana'. Este trabajo será individual. Cada estudiante tiene asignadas las casillas correspondientes a la película que ha visto. Además, han de buscar en Internet una fotografía que sintetice o muestre claramente la idea de Colombia que la película quiere transmitir, y mostrarla a sus compañeros, explicando el porqué de esa elección.

Una vez situados en el punto de partida, es importante hacer a los alumnos cuestionarse la autenticidad de su enunciado, por lo que, recogiendo la frase que han elaborado previamente (gráfico 1), el profesor les plantea: «*¿Estáis seguros de que* Colombia es…?». Y, de esta manera, se abre ante ellos la posibilidad de descubrir una nueva realidad. ¿Cómo llegar a ella? Usando todos los recursos que las NTIC nos ofrecen.

La validez y fiabilidad de las fuentes de información es fundamental en un trabajo de investigación. A la hora de crearse una nueva imagen de un país desconocido, no bastan las consultas en una guía turística o las ideas que se desprenden de un documental de cine. En nuestro papel de *guías o mediadores*, podemos dirigir a los estudiantes hacia otros puntos de vista. Un juego sencillo, como «verdadero-falso», puede hacerles replantearse si lo que conocían de Colombia respondía sólo a una cara de la moneda:

«Los secretos de Colombia». ¿Verdad o mentira? Para romper el hielo, y crear un poco de expectativa, se puede empezar con una pequeña estrofa que versa:

«Colombia es primera...
en esmeraldas,
en flores,
en mujeres lindas, alegres y elegantes,
en calidad de café»[1]

[1] Información obtenida en el blog público: http://www.todacolombia.com/asiescolombia.html

Los estudiantes comentan los versos y comparan su visión del país con la que este colombiano ha dejado en su blog, para, a continuación, adentrarse en el descubrimiento de los secretos que esta tierra esconde.

1. **Colombia es el país con mayor índice de violencia (no por guerra) del mundo** ¿V/ F?
   Respuesta orientativa: no sabemos cuál es, pero según diversas fuentes podrían ocupar el primer puesto: México, Haití, Brasil, Venezuela o Jamaica.
   http://www.diariodelviajero.com/consejos/los-destinos-mas-peligrosos-en-2006[2]
   http://www.vanguardia.com.mx/mexicoentrelosseispaisesmasviolentosdelmundo-628426.html[3]

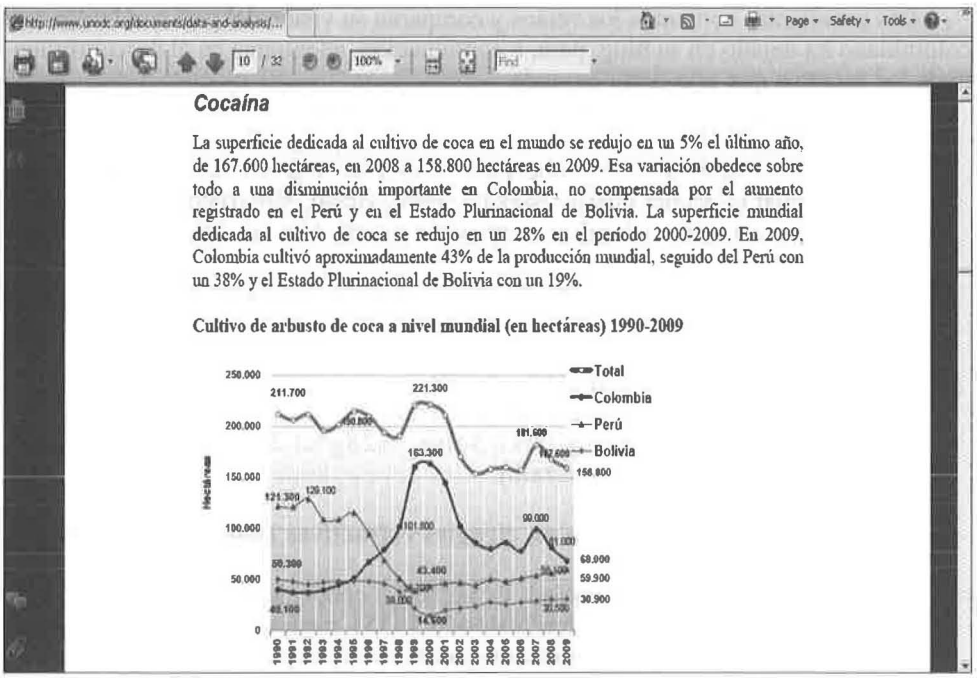
2. **La 'salsa' nació en Colombia** ¿V/ F?
   Respuesta orientativa: nació en New York.
   http://es.wikipedia.org/wiki/Salsa_%28g%C3%A9nero_musical%29#Or.C3.ADgenes (4.º párrafo).

3. **Colombia es 1.ª potencia en cirugías refractivas (miopía, astigmatismo, hipermetropía)** ¿V/ F?
   Respuesta orientativa: Verdad. Es un hecho conocido mundialmente.
   http://www.vanguardia.com/historico/14351-pareja-colombiana-gana-premio-mundial-a-investigacion-en-medicina-biologicaampquicktabs31 o
   http://www.jpnaranjo.com/cientificos.swf
4. **Colombia tiene el museo de oro más importante de Latinoamérica** ¿V/ F?
   Respuesta orientativa: Verdad.
   http://www.youtube.com/watch?v=X4aZDhAA2WM
5. **Colombia es la mayor exportadora mundial de cocaína** ¿V/ F?
   Respuesta orientativa: esto ha cambiado. Según las Naciones Unidas, México y Perú lideran el mercado en la actualidad (gráfico 3).
   http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/WDR2010/EXECUTIVE_SUMMARY_-_SP.pdf[4]

[2] Información obtenida en la lista FORBES 2006: http://www.forbes.com/2006/02/15/cx_sb_0216featslide2_6.html?thisSpeed=35000

[3] Información actual (10/01/11). La fuente es el diario mexicano «La vanguardia». Es importante hacer saber a los alumnos que las fuentes de información que se les proporcionan no son necesariamente verdaderas y muchas pueden estar distorsionadas por tendencias políticas diversas. Sin embargo, son aquellas de las que nos solemos fiar para obtener información cuando no tenemos contacto con el país en cuestión. De ahí la importancia del contacto «directo» con la realidad que nos interesa conocer.

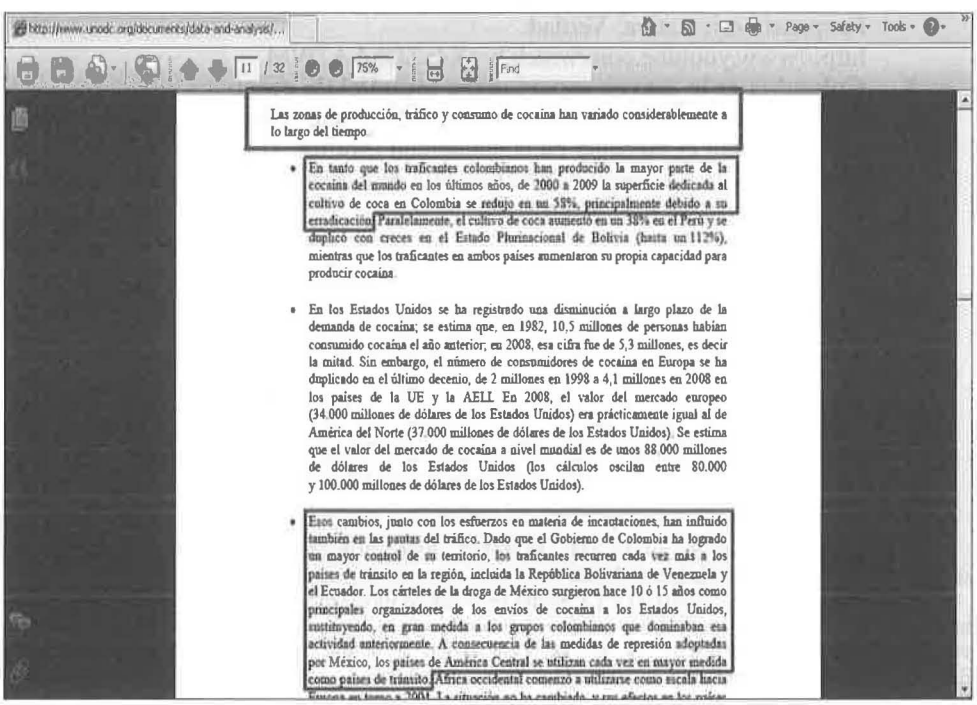
[4] Informe Mundial sobre las drogas 2010 (ONU). Aporto extracto preciso.



Cocaína

La superficie dedicada al cultivo de coca en el mundo se redujo en un 5% el último año, de 167.600 hectáreas, en 2008 a 158.800 hectáreas en 2009. Esa variación obedece sobre todo a una disminución importante en Colombia, no compensada por el aumento registrado en el Perú y en el Estado Plurinacional de Bolivia. La superficie mundial dedicada al cultivo de coca se redujo en un 28% en el período 2000-2009. En 2009, Colombia cultivó aproximadamente 43% de la producción mundial, seguido del Perú con un 38% y el Estado Plurinacional de Bolivia con un 19%.

Cultivo de arbusto de coca a nivel mundial (en hectáreas) 1990-2009



Las zonas de producción, tráfico y consumo de cocaína han variado considerablemente a lo largo del tiempo.

- En tanto que los traficantes colombianos han producido la mayor parte de la cocaína del mundo en los últimos años, de 2000 a 2009 la superficie dedicada al cultivo de coca en Colombia se redujo en un 58%, principalmente debido a su erradicación. Paralelamente, el cultivo de coca aumentó en un 38% en el Perú y se duplicó con creces en el Estado Plurinacional de Bolivia (hasta un 112%), mientras que los traficantes en ambos países aumentaron su propia capacidad para producir cocaína.

- En los Estados Unidos se ha registrado una disminución a largo plazo de la demanda de cocaína; se estima que, en 1982, 10,5 millones de personas habían consumido cocaína el año anterior; en 2008, esa cifra fue de 5,3 millones, es decir la mitad. Sin embargo, el número de consumidores de cocaína en Europa se ha duplicado en el último decenio, de 2 millones en 1998 a 4,1 millones en 2008 en los países de la UE y la AELL. En 2008, el valor del mercado europeo (34.000 millones de dólares de los Estados Unidos) era prácticamente igual al de América del Norte (37.000 millones de dólares de los Estados Unidos). Se estima que el valor del mercado de cocaína a nivel mundial es de unos 88.000 millones de dólares de los Estados Unidos (los cálculos oscilan entre 80.000 y 100.000 millones de dólares de los Estados Unidos).

- Estos cambios, junto con los esfuerzos en materia de incautaciones, han influido también en las pautas del tráfico. Dado que el Gobierno de Colombia ha logrado un mayor control de su territorio, los traficantes recurren cada vez más a los países de tránsito en la región, incluida la República Bolivariana de Venezuela y el Ecuador. Los cárteles de la droga de México surgieron hace 10 ó 15 años como principales organizadores de los envíos de cocaína a los Estados Unidos, sustituyendo, en gran medida a los grupos colombianos que dominaban esa actividad anteriormente. A consecuencia de las medidas de represión adoptadas por México, los países de América Central se utilizan cada vez en mayor medida como países de tránsito. África occidental comenzó a utilizarse como escala hacia Europa en torno a 2001. La situación ha cambiado y sus efectos en los países

Gráfico 3

Hasta aquí, algunos ejemplos. Los siguientes se les pueden sugerir para que ellos mismos busquen esta información.

6. Tiene la única montaña con nieve al pie del océano (Sierra Nevada de Santa Marta).

7. Colombia es tercera en producción de ropa interior femenina.

8. Colombia es segunda en variedad de mariposas.

9. Colombia tiene la mayor red de ciclo-rutas en Latinoamérica.

RE-CALIFICANDO EL TERRENO

Avanzamos un paso más en esta etapa y acercamos a los alumnos a una Colombia cada vez más tangible. Ahora Colombia ya tiene forma, ya tiene color. Ya podemos responder a la siguiente pregunta, que sin duda será... *«¿Dónde está Colombia?»*. El siguiente cuadro (gráfico 4), que los estudiantes han de completar, pretende hacerles conscientes del lugar que ocupa Colombia dentro del mundo hispano. Trata de abrir otra perspectiva desde la que aproximarnos al país.

Cuba o República Dominicana	*Brasil*	*Chile*
México o Perú	*Ecuador o Bolivia*	*COLOMBIA*

Si quiere conocer el Caribe, vaya a ..... o a .....

Si quiere conocer el Pacífico, vaya a .....

Si quiere conocer los Andes, vaya a ..... o a .....

Si quiere conocer la selva Amazónica, vaya a .....

Si quiere conocer las culturas precolombinas, vaya a ..... o a .....

Pero si quieres ver todas esas cosas reunidas ... ¡¡VEN A .....!!

UN LUGAR DONDE TODOS SON BIENVENIDOS Y DONDE TE SENTIRÁS COMO EN CASA*

¡¡¡QUE VIVA COLOMBIA !!!

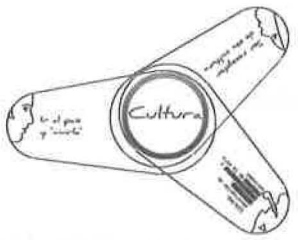


Gráfico 4

* Texto modificado, extraído del blog público: http://www.todacolombia.com/asiescolombia.html

Y TÚ, ¿DE QUIÉN ERES?

En este momento los alumnos ya están en disposición y con ánimo para conocer más a fondo la sociedad colombiana. Después de haber modificado su percepción sobre el país, se trata ahora de que se empiecen a romper los límites espacio-temporales y de que los estudiantes empiecen a formar parte de esa realidad. ¿De qué manera?



Existen tres modos de conocer una cultura ajena a la nuestra:

1. Ir al país y *vivir* esa cultura: no sólo conviviendo con los nativos, sino siendo partícipe en la construcción de la misma.
2. Ser receptor de esa cultura: a través de un familiar, una pareja…
3. El diálogo: observación, entendimiento y aceptación de las actitudes, comportamientos y valores de la otra sociedad.

El punto 3 es el más adecuado para aquellos profesores y alumnos que no tienen posibilidad de desplazarse al país o que no tienen contacto mediante otra persona con la realidad que quieren conocer. Y es aquí donde la *Web 2.0* juega un papel importante, dado que, como señalábamos en la introducción, nos permite estar allí, aquí y ahora.

Para esta etapa se propone un intercambio entre la universidad de origen y una universidad colombiana en la comunidad http://cultura.mit.edu/, donde se ha abierto un foro en el que los estudiantes tendrán la oportunidad de intercambiar información con otros estudiantes colombianos. ¿Por qué utilizar este foro y no otro grupo de discusión? El *proyecto cultura* lleva muchos años funcionando para el intercambio entre diferentes escuelas con el fin de promover el conocimiento y acercamiento de culturas, por lo que los encuentros que aquí se realizan suelen estar dirigidos por profesores con una disposición similar a la que se plantea en este estudio: dialogar para conocer. Existen en el *proyecto cultura* algunas líneas pedagógicas muy interesantes que seguir para dar comienzo a cualquiera de estos encuentros, información a la que cualquier interesado puede acceder en la *página web.*

Los estudiantes han de hacer una reflexión sobre las frases que a continuación se detallan y que aluden a maneras de entender la vida, la sociedad, el mundo… y se les pide que lancen una hipótesis sobre el significado que dichas frases conllevan. ¿Qué pueden querer decir en su contexto de origen? Las hipótesis se comentan en el foro creado al respecto, donde podrán intercambiar sus impresiones con otros estudiantes de origen colombiano. He aquí algunas de esas frases:

1. «Un colombiano no baila, rumbea.»
2. «Cuídate, que no te hagan el paquete chileno.»
3. «Cuando fui mamerto.» (titular de la entrada de un blog)
4. «Un buen colombiano no orina solo.»
5. «Vecina, ¿me da ñapa?»

Todas estas frases tienen un contenido cultural explícitamente referido a la realidad colombiana: a la familia, al papel del hombre y de la mujer en la sociedad, a las diferentes tendencias políticas, al patriotismo, a la concepción de la diversión, etc. Se

trata de descubrir el significado que esconden estas afirmaciones, deducir cuál es la actitud de un colombiano en estas situaciones (desconfianza, enfado, rechazo, machismo, respeto...), comprobar posteriormente sus hipotesis en el foro, y hacer una reflexión sobre cómo actuarían ellos mismos en esos casos y por qué. ¿Es muy ajena la realidad colombiana a la nuestra? ¿Compartimos valores?

DIÁLOGO

Quizá la etapa más interesante. Ahora que ya están más motivados, y que se ha realizado una primera comunicación de forma asincrónica, los estudiantes prepararán un cuestionario para la comunicación sincrónica. En esta etapa, harán una entrevista a los jóvenes colombianos participantes en el proyecto. Los alumnos decidirán sobre qué temas les interesa hablar, qué aspectos del país quieren conocer,... y, sobre todo, experimentarán la hospitalidad de la gente colombiana. Las preguntas del cuestionario pueden variar, desde: «¿cómo es el barrio dónde vives?», «¿qué actividades puedes hacer ahí en tu tiempo libre?», «¿qué música *se lleva* ahora en Colombia?» ... hasta «¿qué opinas de la política de tu país?»o «¿qué personajes de la historia colombiana son importantes para ti?». Esto dependerá del interés personal y el grado de implicación que los estudiantes tengan. Los resultados de la entrevista serán comentados en la clase y será labor del profesor extraer la información subyacente tras los datos recogidos (en el caso de que los alumnos no lo hagan por sí mismos) y hacerla *evidente* a los estudiantes.

RE-CONSTRUYENDO COLOMBIA

Es el momento ahora de volver a completar aquella primera frase que se les planteó, que decía: «Colombia es...». Por supuesto, es de esperar ahora una variación en sus respuestas. Según la información que se recoja en la misma, se podrá valorar en qué medida la actividad ha tenido éxito y si ha establecido unas pautas para un cambio de percepción de la realidad. No se trata de que ahora sólo vean la *otra* cara de la moneda, sino de que amplíen su visión y conocimiento del mundo lo suficiente como para ver que *hay dos caras, o tres, o más...* y que estas irán variando a medida que se involucren más y más en el diálogo con «el otro».

Como tarea final y, a modo de recopilación de la información, se les propone la creación de un «glog»[5] (un póster interactivo) en el que podrán dar rienda suelta a su creatividad y plasmar mediante imágenes, palabras, vídeos, música o *podcasts* aquello que simboliza Colombia para ellos. Esta herramienta, de manejo intuitivo y con múltiples posibilidades, tiene la ventaja de estar a un solo *click*, de ser accesible a toda la comunidad de usuarios, y de estar abierta a los comentarios del grupo. El título del glog será: «10 razones para vivir en Colombia» y, por supuesto, en la elaboración del mismo podrán contar con la ayuda de los estudiantes del intercambio. Quizá conociéndolos un poco mejor...puedan encontrar esos *10 motivos* para vivir allá.

[5] http://edu.glogster.com/

Bibliografía

AA.VV. (2004): *A quality education for all shared by all. Proposals for the debate,* Madrid: Secretaría General de Educación.

AA.VV. (2004): *Praxis organizativa de las redes de aprendizaje,* Madrid: Grupo editorial universitario.

AA.VV. (2005): *Changing the way you teach: creative tools for management educators*, Oviedo: SEPTEM Ediciones.

ARIEL, H. Y SANTILLÁN, R. (2004): *El gestor cultural. Ideas y experiencias para su capacitación*, Barcelona: Plaza y Janés.

BARBERÀ, E. (2004): *La educación en la red*, Barcelona: Paidós.

BARCELÓ, B. (2004): *Crecer en grupo. Una aproximación desde el enfoque centrado en la persona*, Bilbao: Desclée de Brouwer.

BARRÓN, A. (1991): *Aprendizaje por descubrimiento. Análisis Crítico y Reconstrucción Teórica.* Salamanca: Universidad.

BARTOLOMÉ, A. (1995): *Algunos modelos de enseñanza para los nuevos canales*, Barcelona: Departamento de Didáctica y Organización Educativa. Universidad de Barcelona.

BAUTISTA, A. (1994): *Las nuevas tecnologías en la capacitación docente*, Madrid: Aprendizaje Visor.

CABERO ALMENARA, Julio (2003): «La videoconferencia. Su utilización didáctica», *Las nuevas tecnologías en los centros educativos*, Mérida: Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología de la Junta de Extremadura, 99-115, [en línea:
http://www.uaa.mx/direcciones/dgdp/defaa/descargas/tecnologia_educativa/la_videoconferencia.pdf]

FERNÁNDEZ SILVA, Claudia (2002): «La programación de cursos y el desarrollo de la competencia pragmática», *XI Encuentro práctico de profesores de español LE*, Barcelona: Internacional House– Difusión, [en línea: http://www.encuentro-practico.com/pdf/cfernandez2.pdf].

HARRISON, R., y THOMAS, M. (2009): «Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning», *International Journal of Emerging Technologies & Society*, vol. 7(2), 109-124, Faculty of Life and Social Sciences, Swinburne University of Technology, Hawthorn, Victoria, Australia, [en línea: http://en.scientificcommons.org/51861582].

MCBRIDE, Kara (2009): «Social-Networking Sites in Foreign Language Classes: Opportunities for Re-creation», *The Next Generation: Social Networking and Online Collaboration in Foreign Language Learning*, CALICO Monograph Series, vol. 8, chapter 3. Texas State University-San Marcos. ISSN: 1085-2999.

O'DOWD, R. and WAIRE, P.(2009): «Critical issues in telecollaborative task design», *Computer Assisted Language Learning* , vol. 22:2,173 – 188. Taylor & Francis Group, Routledge, [en línea: http://www3.unileon.es/personal/wwdfmrod/TBL.pdf]

STEVENSON, M. y LIU, M. (2010): «Learning a language with Web 2.0: Exploring the use of social networking features of foreign language learning websites», *CALICO Journal*, vol. 27(2), 233-259, The University of Texas at Austin.