Elementos socioculturales e interculturales (portugués/español): algunos aspectos importantes en el aprendizaje de ELE para estudiantes universitarios de la carrera de turismo

Angela Maria Felipe de Souza
(Facultad Machado de Assis)

En esta comunicación presentamos una pequeña parte de la investigación que realizamos en el «Máster en Enseñanza de Español para Profesores Brasileños», propuesto por el Instituto Cervantes y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Partimos de una investigación realizada en una institución de enseñanza superior (FAMA) en Río de Janeiro, Brasil. Sus resultados nos llevaron a constatar que los alumnos con los que trabajamos presentan dificultades con relación a algunos referentes socioculturales e interculturales.

BREVES CONSIDERACIONES

Concepto de competencia comunicativa

El concepto de competencia comunicativa surgió a partir de la ampliación que Hymes (1972) hizo del concepto propuesto por Chomsky (1965) de «Competencia Lingüística». Este autor define la competencia lingüística como el conocimiento de la lengua del hablante-oyente ideal en un contexto lingüístico considerado homogéneo. En este contexto, el hablante oyente organiza su producción lingüística de modo perfecto, no llevando en cuenta las imperfecciones características de un mundo real. Ese concepto no tiene en cuenta, por ejemplo, las limitaciones de la memoria, los errores de producción gramatical, los aspectos afectivos, entre otros, que fueron observados, posteriormente, por Hymes.

Hymes 1972 señala que lingüistas generativistas utilizan la gramática generativa y transformacional como soporte para analizar una comunidad homogénea de hablantes y con niveles de conocimientos también homogéneos de la lengua, lo que para este especialista es algo insuficiente, ya que él considera que factores como los ya mencionados deben ser también incorporados, pues cuando se analiza la lengua en una comunidad se integran los problemas existentes, entre los que están las diferencias socioculturales.

Con el propósito de contribuir a la discusión sobre el alcance de la competencia lingüística, buscamos reflexionar sobre un ejemplo presentado por Hymes acerca del hablante ideal. En un estudio sobre la competencia del hablante, basado en la competencia lingüística, el niño ideal sería el ser que nace con la capacidad de hablar y comprender lo que escucha; ese niño es diferente del niño real

que encontramos a diario, que es afectado en su producción por sentimientos, dificultades de todo orden, el niño que utiliza el gesto y otros recursos no verbales para compensar la dificultad de acordarse de un término.

Acerca de la teoría de la competencia lingüística y la teoría de actuación observamos el comentario que Hymes (1995: 29) hace sobre ambas:

> Esta teoría acerca de la competencia propone unos objetivos ideales abstrayéndolos de los rasgos socioculturales que podrían entrar en su descripción. La adquisición de la competencia se contempla también como esencialmente independiente de los rasgos sociales, requiriendo tan sólo para su desarrollo la existencia adecuada del habla en el entorno del niño. La teoría de la actuación es el sector que podría poseer un contenido sociocultural; pero, aunque equiparado a una teoría de la utilización del lenguaje, versa esencialmente sobre productos laterales del análisis gramatical, y no por ejemplo, la interacción social.

Concepto de competencia sociocultural

No pretendemos llamar la atención de todos los factores que están relacionados con los variados conceptos de cultura, sino observar, brevemente, como estos son tratados desde la óptica sociocultural e intercultural en la enseñanza aprendizaje de una lengua extranjera, ya que siguiendo a estudiosos, como Sánchez Lobato (1999: 9), entendemos que:

> ... la cultura posibilita comprender todas las circunstancias que puedan aparecer en la comunicación: dos o más individuos de la misma o diferente cultura pueden dominar el mismo código lingüístico, pero si no poseen parecidos conocimientos socioculturales (tanto el hablante como el oyente), difícilmente podrán compartir los mismos presupuestos y los mismos sobreentendidos.

Recordamos que, durante siglos, se tenía la preocupación de transmitir al aprendiente de LE los elementos culturales a través de la lectura de textos literarios, gastronómicos, musicales, políticos, históricos, artísticos, entre otros. Ese tipo de abordaje no favorecía en el aprendiz el entendimiento del comportamiento de un pueblo, de tal forma que él no sabía casi nada sobre los hábitos, las costumbres, etc., de la sociedad que hablaba la lengua que estudiaba. Así, le faltaban elementos para ejercitar su competencia comunicativa en un contexto auténtico de LE.

Los primeros estudios sobre competencia sociocultural ocurren en la década de los años 70, en los Estados Unidos. A partir de entonces, hubo una preocupación en el sentido de facilitar el entendimiento sociocultural de los que iban a viajar, es decir, se les trasmitía «recetas» concretas y prácticas de características culturales

de los países en cuestión (Oliveras, 2000: 30), con el propósito de que pudieran manejarse adecuadamente en contextos sociales desconocidos. Sin embargo, esas «recetas» orientadas, inicialmente, no tenían en cuenta los elementos diferenciadores del ámbito social entre los países en cuestión.

Durão 1999 defiende la idea de que un hablante se inserte en un proceso comunicativo real. Para la autora mencionada es importante que, además de dominar el código lingüístico, se dominen, también, elementos socioculturales. Estamos plenamente de acuerdo con eso y afirmamos que el alumno que está estudiando una LE debe conocer el código lingüístico y los procedimientos de la vida diaria, convenciones sociales, relaciones personales, valores, creencias, actitudes, lenguaje corporal, etc. *(Marco común europeo de referencia para lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación, 2001)*.

Concepto de competencia intercultural

De acuerdo con Oliveras (2000: 30), inicialmente, el enfoque intercultural se utilizaba en el área empresarial. Actualmente, los estudios sobre interculturalidad se han extendido a varios otros contextos, una vez que son diferentes los contextos donde el individuo actúa, utilizando un idioma que no es el materno. En el ámbito de la competencia intercultural, «las personas que entran en contacto con una nueva cultura son personas con un bagaje cultural propio, con una identidad y un status social» (Byran, apud Oliveras, 2000: 34).

El individuo empieza su proceso de socialización en la infancia, en el ámbito de su propia familia, ora atendiendo las normas dictadas por su familia, como por ejemplo, dividir el espacio físico, cumplir horarios, etc., ora participando de actos sociales, entre otras cosas. A continuación, se amplía ese elenco de procedimientos en el contexto de la escuela, de la vecindad, de los amigos, al sector de trabajo, en fin, en su actuación como uno de los miembros de la comunidad donde está insertado.

El individuo aprende a interpretar expresiones y adquiere experiencias y, sobre todo, el lenguaje hablado, aprendiendo a convivir con las diversas situaciones realizadas en grupo. Este individuo, también, adquiere su propia visión social y la compara con la visón del otro y con la del grupo de la comunidad en cuestión. En ese sentido, para que pueda proceder a un proceso de interculturalidad, el individuo que aprende una LE, tiene que conocer y saber analizar ese proceso de socialización, para poder comprender y comparar el suyo con el del otro grupo. Hay que tener presente que los procedimientos de socialización se estructuran dentro de un contexto, de una comunidad y, también, que son diversos los factores que contribuyen para hacerlos efectivos.

Español: área de turismo

El profesional o futuro profesional del área de Turismo, necesariamente, tiene que dominar más de un idioma. El español es una lengua importante en ese campo. Se la considera la segunda lengua en el ámbito de los negocios, después del inglés. Sin embargo, el profesional que quiere buscar una comunicación adecuada en esa lengua, necesita estudiarla de forma especial, lo que requiere el conocimiento de un vocabulario específico, de un contenido gramatical ajustado a las reales necesidades de su ámbito profesional y del conocimiento de referentes socioculturales e interculturales. El lenguaje del profesional del turismo está constituido de términos de otras áreas de conocimiento y del lenguaje técnico. Ese es un campo nuevo, y demanda investigaciones sobre el trabajo interno y externo de las agencias de viajes. El profesional que acompaña grupos de turistas tiene que aprender a describir el aspecto físico de un monumento, hablar de hechos históricos, saber los términos relacionados con el entorno de la ciudad, ser cortés, saber usar, lingüísticamente, la cortesía: «tú» y «usted», «gracias», «por favor», «agradecer», de los saludos característicos de cada nación, de acuerdo con la clase social, el sexo, la edad, entre otros aspectos.

El docente que imparte clases de lengua extranjera, debe conocer algo de la profesión, enterarse de los tipos de funciones que la carrera ofrece, saber sobre el turismo en Brasil y en el mundo, observar qué hacen los alumnos en su labor en relación con la profesión, visitar locales de trabajo de los profesionales y alumnos, ir a la agencia de Turismo, aeropuertos y hoteles para conocer las actividades internas y externas, participar de eventos organizados por los estudiantes, leer obras específicas del turismo como libros, revistas, periódicos, ver programas de turismo en la TV, etc. Creemos que es importante que el docente conozca de estos elementos, no para ser un especialista en la carrera de turismo, sino para tener más conocimientos de la profesión, para poder analizar las necesidades de los aprendices y adquisición de herramientas para que puedan contribuir en la elaboración de materiales con elementos reales para sus clases.

Modelo de referente sociocultural

A continuación presentamos un ejemplo de referente sociocultural trabajado en la investigación:

Algunos datos importantes sobre los países Brasil y España

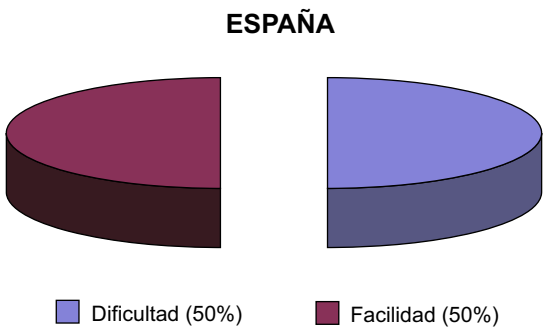
Se presentan datos básicos de identificación de ambos países (Brasil y España) cuyas culturas son objetos de estudio en esta investigación. Veamos algunos de ellos:

PAÍSES	CARACTERÍSTICAS
BRASIL	Nombre oficial: República Federativa del Brasil. El nombre Brasil proviene de palos Brasil encontrado en este país. Régimen: República Federativa. Capital: Brasília Lengua oficial: portugués. Moneda: Real. Localización: América del Sur. Código telefónico: 55 Dominio de Internet: .br Himno nacional: Himno Nacional Brasileño. División Geopolítica: 26 estados y 1 distrito federal. Lema: «Ordem e Progresso»
ESPAÑA	Nombre oficial: Reino de España. Régimen: Monarquía Parlamentaria. Capital: Madrid Lenguas oficiales: español, vasco, gallego y catalán. Moneda: Euro. Himno nacional: Marcha Real. Localización: sureste de Europa Occidental y ocupa 6 séptimas parte de la Península Ibérica. Código telefónico: 34 Dominio de Internet: .es División geopolítica: 17 comunidades autónomas y 2 ciudades. Lema: «Más allá»

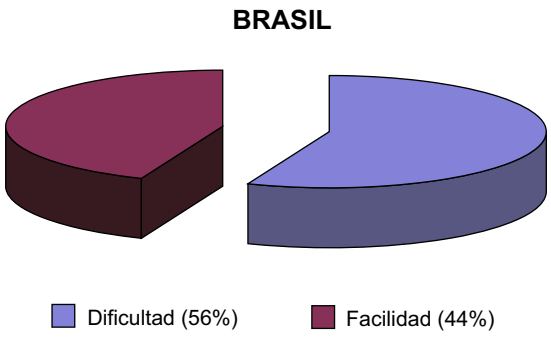
Resultados y análisis

Se presenta, a través de gráficos, los análisis de algunos resultados de los datos recolectados que muestran las dificultades y las facilidades presentadas por los informantes de la carrera de turismo con los que trabajamos en esta investigación, al describir los referentes socioculturales e interculturales (España Brasil), en las actividades que están relacionadas a diferentes temas como se presenta a continuación:

a) Nombre oficial del país



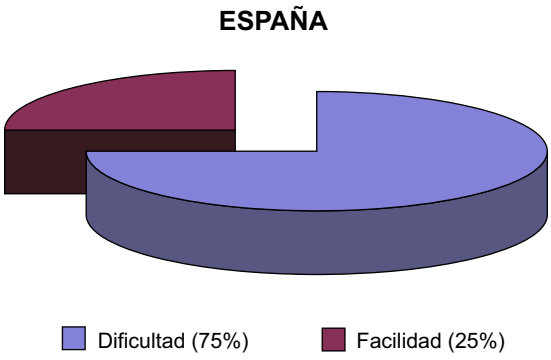
Como se puede observar las dificultades son del 50% y las facilidades del 50%.



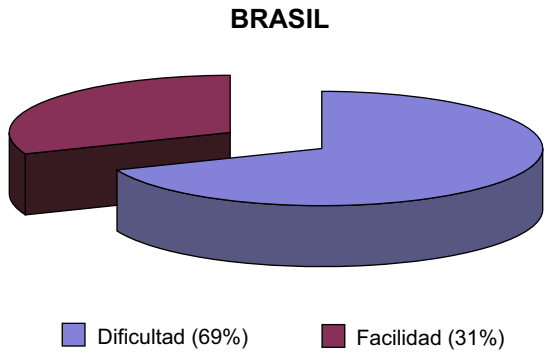
En este referente la dificultad es el 56% y el 44% de facilidad.

El nombre oficial de España es «Reino de España» y de Brasil es «República Federativa do Brasil»

b) División político-administrativa



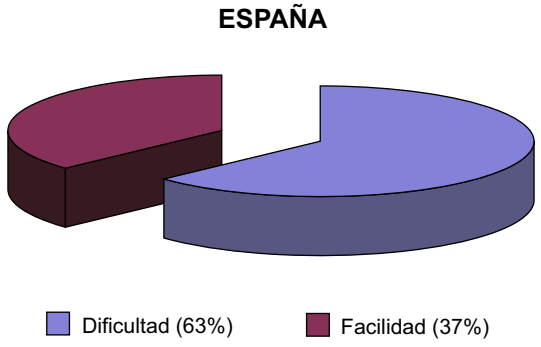
La dificultad que reúne este apartado suma una cifra del 75% y del 25 % de facilidad.



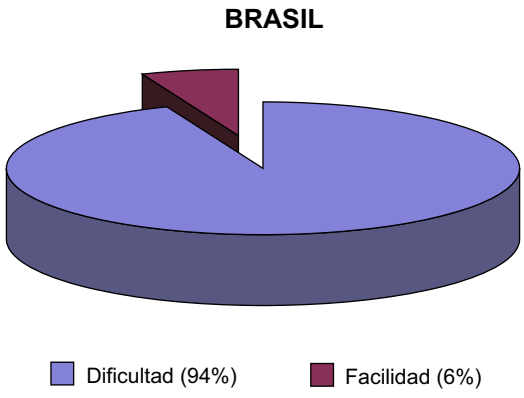
En este ejercicio las dificultades son del 69% y la facilidad el 31%.

La división política-administrativa de España es de 17 comunidades autónomas y 2 ciudades, Brasil se divide en 26 estados y 1 distrito federal.

c) Descripción de «Buenas tardes»



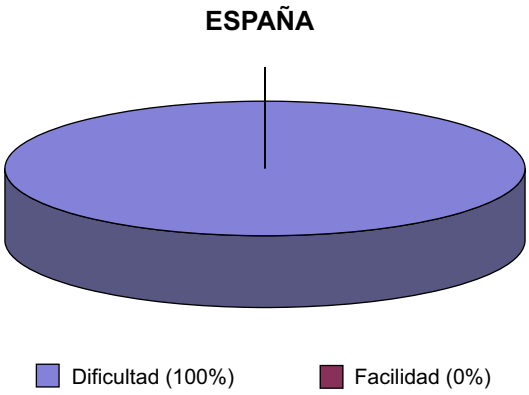
Registramos un 63% de dificultad y un 37% de facilidad en el uso de ese exponente comunicativo por parte de los aprendices.



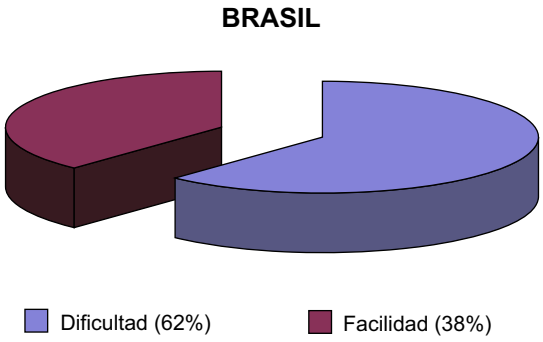
Las dificultades presentadas en este apartado, representan un 94% y las facilidades un 6%.

Creemos que los informantes tuvieron dificultades para percibir que el uso de los saludos en España difiere del uso en Brasil. La división en España no se pauta en la «división solar», sino que está mucho más en relación con las horas de las comidas, las cenas, la vuelta a casa, si el saludo se realiza en la calle, o en terreno de uno o de los dos interlocutores, etc. (Miquel y Sans, 1992: 20).

d) Describir tres platos típicos



Este apartado suma la cifra del 100% de dificultad.



Este referente presenta un 62% de dificultad y un 38% de facilidad.

En España, la comida se sirve: primer plato, segundo plato y postre. En Brasil, el orden de los platos es: la ensalada, el plato principal y el postre.

Consideraciones finales

En la presente investigación se ha observado, de acuerdo con los resultados del corpus analizado, que los informantes aprendices de LE de la carrera de turismo presentan dificultades a la hora de describir e interpretar elementos socioculturales, hábitos sociales y normas culturales en su propia cultura y en la cultura de acogida.

En diferentes momentos los aprendientes tienden a transferir los elementos de la cultura materna (brasileña) a la cultura objeto de estudio (española), debido a algunas similitudes tipológicas existentes entre ambas culturas. Lo que se propone como estrategias de enseñanza de tales elementos, es que se utilicen diferentes

instrumentos, tales como identificar las dificultades de los alumnos; concienciarlos de que deben desvincular los referentes por comunidades, regiones y países; elaborar actividades con aspectos contrastivos entre las culturas española, hispanoamericana y brasileña, entre otras posibilidades más.

BIBLIOGRAFÍA

Durão, A. B. A. B., 1999, «A importância da explicitação de matizes culturais particulares no ensino de línguas estrangeiras». *Revista Signum, 2: 139-154*.

Gargallo, I. S., 1999, *Lingüística aplicada a la enseñanza-aprendizaje del español como lengua Extranjera*, Madrid, Arco/Libros.

Hymes, M. H. et alii., 1995, «Acerca de la competencia comunicativa», *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras,* Edelsa, Madrid, pp. 27-46.

Iglesias Casal, I., 2003, «Construyendo la competencia intercultural sobre creencias, conocimientos y destrezas, *Carabela,* 54: 5-28.

Lickorish, L. J. y Jenkins, C.L., 1997, *Una introducción al Turismo,* Editorial Síntesis, Madrid.

Marco común europeo de referencias para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación, 2001, Traducción y adaptación del European Framework. http://cvc.cervantes.es/obref/marco/indice.hrml

Oliveras, A., 2000, *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una extranjera. Estudio del choque cultural y los malentendidos*, Madrid, Edinumen.

Sánchez Lobato, J., 1999, «Lengua y cultura. La tradición cultural hispánica», *Carabela,* 45: 2-26.