

ARTÍCULO ORIGINAL

Percepción de algunos estudiantes extranjeros sobre los cubanos. Experiencia desde la Facultad de Español para no Hispanohablantes de la Universidad de La Habana

Perception of Some Foreign Students about Cubans. Experience from the Faculty of Spanish for non-Spanish Speakers at the University of Havana

MSc. Grisell Concepción Timor

Facultad de Español para No Hispanohablantes, Universidad de La Habana, Cuba

RESUMEN: El artículo reflexiona sobre la imagen desfavorable que sobre los cubanos se construyen algunos estudiantes de los Cursos de Español de Corta Duración (CCD) en la Facultad de Español para No Hispanohablantes de la Universidad de la Habana (FENHI). Se identifican las causas de este fenómeno y se valora de positivo la necesidad de un enfoque multidisciplinar para obtener resultados totalmente satisfactorios de diversos campos de las ciencias sociales tales como la comunicación social, la pedagogía, la antropología sociocultural y otros que tributen a la solución del problema.

PALABRAS CLAVE: Cursos de Corta Duración, imagen, identidad, cultura, comunicación.

ABSTRACT: The article reflects on the unfavorable image that some students of the Short Term Spanish Courses (CCD) in the Faculty of Spanish for Non-Spanish Speakers of the University of Havana (FENHI) are building on Cubans. The causes of this phenomenon are identified and the need for a multidisciplinary approach to obtain totally satisfactory results from diverse fields of the social sciences such as social communication, pedagogy, sociocultural anthropology and others that contribute to the solution of the problem.

KEYWORDS: Courses of Short Duration, image, identity, culture, communication.

Cuba recibe en sus universidades educandos de diversos países y la Facultad de Español para No Hispanohablantes de la Universidad de La Habana no permanece al margen. Su Departamento de Lingüística y Comunicación ofrece Cursos de Corta Duración (CCD) para estudiantes de procedencia cultural diversa, cuya estancia en la isla oscila entre una semana y tres meses. La autora ha podido identificar que muchos de estos alumnos se construyen una imagen desfavorable sobre los cubanos y pretende contribuir con este artículo a esclarecer las posibles causas del fenómeno.

Métodos utilizados

De los métodos empíricos se utilizó la observación participante abierta (el observador no se oculta y los sujetos saben que son observados) realizada sistemáticamente durante el proceso docente educativo.

También se utilizó el juego de roles simulando personajes, lugares, problemas, basado en vivencias de los propios estudiantes encaminadas a conocer sus opiniones acerca de cómo son los cubanos a partir de sus experiencias con diferentes actores y espacios sociales. Este método se aplicó a estudiantes de cursos de diferentes niveles (desde principiante hasta avanzado) y cuya estadía en Cuba varía desde días, hasta meses.

Las situaciones más recurrentes se relacionan con:

- Personas: amigos, novios, gente del barrio, desconocidos, profesores de baile, vendedores ambulantes, religiosos y “*jinetes*”, con prevalencia de estos últimos.
- Lugares: instalaciones turísticas, medios de transporte, agromercados, playas y lugares para bailar salsa los cuales tienen gran demanda.
- Lo que otras personas les han dicho acerca de cómo son los cubanos: familia con la que conviven, amigos, conocidos, desconocidos.

La información obtenida se trianguló con la obtenida por el uso de entrevistas a profundidad en aproximaciones sucesivas a ex estudiantes fuera del contexto pedagógico.

Los resultados parciales que se han venido obteniendo y que sustentan el presente artículo comprenden diez años consecutivos de investigación en la cual además, se tuvo en cuenta no solo lo que dijeron verbalmente los estudiantes, sino también su lenguaje no verbal.

Criterios ofrecidos por los estudiantes

Entre las respuestas dadas por los participantes, basados en su experiencia personal, en la interacción, e incluso, en cómo los cubanos con los cuales se relacionan se ven a sí mismos se destacan las siguientes:

1. Criterios predominantes:
 - a. Los cubanos piensan que los extranjeros son ricos. Les piden que les regalen cosas o que los inviten a lugares que ellos no pueden pagar.
 - b. Los cubanos, de los extranjeros, solo quieren el dinero o que los lleven a su país (por matrimonio o por contrato de trabajo) y para obtenerlo hacen cualquier cosa: mentir, servir, prostituirse.
 - c. Los cubanos (novios, amigos) son muy afectivos, aduladores y enamorados.
2. Los lugares más frecuentados por ellos en La Habana son: el Malecón habanero, el 1830, la Casa de la Música de Playa y la de Centro Habana; las playas del Este, lugares turísticos en la Habana Vieja y negocios particulares (bares, paladares).
3. Entre las opiniones que otras personas les han dicho sobre cómo son los cubanos se destacan:
 - a. Entre los aspectos positivos: que son buenos padres y madres, buenos hijos, buenos amigos, buenos amantes, solidarios, compartidores, buenos bailadores y optimistas.
 - b. Entre los negativos: que los cubanos son impuntuales, desorganizados, indolentes, incumplidores, irresponsables e infieles.

Las personas con las que interactuaron utilizaron, por regla general, el concepto de idiosincrasia como sinónimo de cultura e identidad. El problema se acrecienta cuando se establecen relaciones de comparación entre los cubanos y ciudadanos de otros países.

Como rasgos que caracterizan al cubano, que generalizan -sin tomar en cuenta que se relacionan mayoritariamente con marginales que frecuentan los espacios en los cuales se mueven durante su estancia en la isla- resaltan:

- Entre los positivos: las excelentes aptitudes para el baile y la música; la simpatía; la preocupación por la apariencia incluida la limpieza personal; la comunicación.
- Entre los negativos: la holgazanería; el consumo de bebidas alcohólicas (en lugares en que son prohibidos en sus países a cualquier hora y día de la semana), la indisciplina social; la ausencia del

cuidado y protección del medio ambiente; la desorganización; la ineficiencia; la falta de educación formal, el tratamiento en extremo familiar entre desconocidos donde se destacan las palabras: *mamita* y *papi* y no quedan afuera las obscenas; la falta de atención en lugares de servicio; la proxemia (para ellos, no se respeta el espacio íntimo) y la cultura de contacto (el tocar insistentemente a la persona cuando se habla); el ruido (música y el hablar muy alto); la farsa y el embuste; la superstición; la infidelidad; contradicciones en cuanto a que por ejemplo, personas extremadamente pobres tienen en sus manos móviles de última generación; la prostitución y el “*jinetismo*”.

Se aprecia, en los estudiantes, un profundo desconocimiento de los aspectos positivos de la realidad cubana actual tales como, los logros en materia de arte, ciencia, deportes y otras esferas, que en muchas ocasiones resultan de relevancia internacional y actual.

Existe un predominio de rasgos negativos sobre los positivos; no obstante, repiten su visita a Cuba porque aquí se sienten relajados, sin estrés, sin presión por el tiempo; pueden hacer cosas que en sus países nunca harían, por ejemplo, tener novio o novia de otra raza o con una diferencia de edad de más de 30 años; no se necesita un motivo para beber, bailar, celebrar; se sienten adulados, importantes, pueden hacer todo o casi todo y jerárquicamente hablando, se sienten por encima de cualquier cubano en cuanto a posibilidades económicas lo cual les otorga muchos beneficios entre los que se destacan: la credibilidad, la preferencias como clientes y como compañeros en relaciones amorosas.

Actores sociales

Es sabido que la caída del campo socialista junto al fortalecimiento del embargo y el Período Especial han producido cambios en la estructura social entre los que se encuentra la proliferación de grupos e individuos que desarrollan estrategias de supervivencia para obtener bienes materiales aparejados al reconocimiento social cuyas praxis no se sustentan en principios éticos; han ganado espacios para interactuar y han devenido actores sociales cuyos códigos y estilos constituyen prácticas de todo tipo utilizadas como alternativas que invaden, mediante el uso de las nuevas tecnologías, los medios de comunicación y divulgación de manera que su difusión y accesibilidad les garantiza una gran visibilidad.

Estos productos, audiovisuales en su gran mayoría, muchas veces desde los medios de comunicación, muestran estereotipos – el latin lover, el macho latino, etc. – pertenecientes a una identidad comercial que responde a intereses ajenos a los mejores valores de la cultura cubana, y favorece la construcción de una imagen descentrada del cubano. En muchos lugares públicos estatales (piscinas, gimnasios, cafeterías, restaurantes, taxibus, bares y tiendas, entre otros) predomina el tipo de música conocido como reggaetón -cuyos textos aprenden y repiten- incluso en lugares turísticos donde debería haber, únicamente, música de excelente calidad sea cubana o internacional.

Entre los factores que intervienen se pueden mencionar:

- Un paulatino proceso de reestructuración de la red de relaciones sociales y de las visiones del mundo, en el que los conceptos y los valores han cambiado para importantes segmentos de la sociedad. La realidad y su subjetividad asumen nuevos espacios de producción y consumo en la cultura, por lo que pudiera afirmarse, que ha habido una transformación en los códigos utilizados por grupos de actores sociales que impregnan con su impacto social, modelos de conducta, de consumo y de reproducción cultural a gran escala; esto puede apreciarse específicamente en los gustos y comportamiento de grupos etarios vulnerables como niños, adolescentes y jóvenes.

- Las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación tienen entre sus fortalezas la democratización de la cultura, pero tiene entre sus debilidades que no necesariamente promueven sus mejores exponentes.

Cultura, identidad e imagen

Es necesario realizar un acercamiento hacia la manera en que se configuran las identidades y cuáles son los argumentos que permiten reconocer los aspectos culturales para distinguir y delimitar qué pertenece y qué no a la identidad del cubano, lo cual, según esta investigación, es objeto frecuente de confusión.

Los estudiantes vienen a aprender el idioma, pero este no se puede aprender sin que medie la cultura. La comunicación como fin lleva un proceso de construcción de sentido y para esto necesitan valerse del universo referencial el cual es una matriz de significado individual que tiene una fundamentación social; es decir, aunque la construcción de sentido está enraizada en la socialización de competencias colectivas, la interpretación, aunque con una base social es, en esencia, un acto individual.

La socialización es un factor determinante en la construcción del universo referencial; este se va conformando de forma individual de acuerdo con los materiales socioculturales significantes que están al alcance pero, la creación de sentido es una operación compleja donde intervienen, además de lo cognitivo y lo afectivo (vivencias y experiencias, gustos, preferencias, intereses) otros factores, no menos importantes, como son: el propio universo referencial (el background), los prejuicios, los estereotipos y la memoria.

La cultura como constructora identitaria apela a lo cognitivo, a lo emotivo y a lo conductual para marcar fronteras entre el "nosotros" y la alteridad, por tanto, genera procesos comunicacionales en el transcurso de los cuales los receptores de la información construyen imágenes subjetivas de la realidad.

La socialización es el mecanismo básico por el cual se obtiene la información necesaria para la construcción de imágenes de la realidad y los principales agentes de la socialización en el contexto de la investigación son los propios estudiantes, la familia con que conviven, la comunidad, las instituciones educativas, los medios de comunicación y muy especialmente los espacios de ocio y recreación donde se relacionan con representantes de estratos sociales que portan atributos identitarios distorsionados y les posibilitan construirse imágenes ajenas a la identidad del cubano actual.

Por lo general, todos ellos cumplen la función de transmitir a los visitantes su propia visión de la realidad en la que los valores y las creencias de su mundo son extrapolados a una realidad mayor, así como los significados otorgados a las relaciones interpersonales y a los objetos.

Igual que la socialización comienza con el nacimiento y transforma a los individuos hasta convertirlos en una persona autónoma, capaz de desenvolverse por sí misma, los estudiantes extranjeros necesitan ser guiados acertadamente de manera que puedan conocer cómo es, en realidad, la cultura en que están inmersos.

La socialización es un proceso complejo que va más allá de la trasmisión de palabras, la destreza para escribir e incluso el lenguaje no verbal; incluye otras muchas habilidades vinculadas a personas, objetos, hábitos, valores, comportamientos y sentido común pertenecientes a un universo referencial con su simbolismo donde muchos de los significados dependen de diferentes niveles de registro, códigos y connotaciones culturales tanto individuales como colectivas.

Por su parte, la cultura es la cuna de la identidad cultural compuesta a su vez, entre otros, por las reglas, las normas, los valores, las estructuras sociales, los niveles de socialización, la ideología

(concepciones del mundo), la política, el status económico, la etnicidad, la religión, la educación, los roles de género y la familia, las subculturas, la comunidad, el barrio, entre otros. Estos conforman además de la identidad cultural, la nacionalidad, y por ende, el estado o nación.

Autores consultados como Carolina de la Torre (2008), Maritza García Alonso y Cristina Baeza Martín (1996) coinciden en que la identidad es dialéctica y dinámica pues está en constante proceso de creación y reconstrucción y, de hecho, contradictoria; en este sentido puede apreciarse que el concepto de lo que somos emerge de una comparación y comprobación siempre antitética, referida a las diferencias y a las similitudes.

En la tesis de Rolando Zamora (1994), especialista del Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”, se expone una serie de proposiciones que constituyen ideas básicas para comprender la profundidad que encierra el proceso identitario, se destaca el concepto de identidad cultural de un grupo social determinado el cual es entendido por este autor como la producción de respuestas y valores de una cultura contextualizada por parte de sus autores y actores lo cual ve como consecuencia del principio sociopsicológico de diferenciación–identificación en relación con otro(s) grupo(s) o sujeto(s) culturalmente definido(s) y su comportamiento sistémico; aspectos también referidos por M. García Alonso y C. Baeza Martín (1996) y con los cuales la autora coincide.

En cuanto al proceso de formación y desarrollo de una identidad, la lengua juega un papel vital. El fenómeno, tal como lo expresa el lingüista Sergio Valdés (1998, p. 116):

No es sencillamente un fenómeno natural, es un hecho histórico-social, es un instrumento (...) esto significa que el lenguaje humano es necesario analizarlo desde el punto de vista natural, modificado históricamente por el trabajo social. A diferencia de la acción animal, el lenguaje, toda lengua, depende de principios, reglas, normas y valores relacionados con la organización de la sociedad que la utilice. Por ello la lengua es parte de la cultura.

La utilización individual de la lengua, en este caso, no puede ser arbitraria, pues se rige bajo el control de la conciencia y de la experiencia social. Toda lengua manifiesta la fusión entre la actividad comunicativa y cognitiva, por eso se define el lenguaje como indicador de identidad y depósito o salvaguarda de las experiencias del pensamiento humano, de la historia y de la cultura.

El concepto de cultura según M. García Alonso y C. Baeza Martín (1996) constituye un pilar básico en la cosmovisión, pues es asumido como:

Un sistema vivo que incluye a un sujeto socialmente definido que, actuando de manera determinada en una situación histórica y geográfica específica, produce objetos materiales y espirituales que los distinguen. La cultura en este sentido amplio surge (se forma) conjuntamente con el sujeto actuante e incluye su actividad y los productos de ésta. (p. 16)

Luego, estas mismas autoras, agregan que la relación y funcionalidad de estos componentes, en torno al proceso de formación y desarrollo de la identidad cultural

se expresa a partir de la interacción comunicativa entre un sujeto de cultura (grupo humano, socialmente organizado en cualquier nivel de resolución sociológica, que se comporta como heredero,

autor, actor y trasmisor de una cultura geográfica e históricamente condicionada) y el otro significativo (otro sujeto de cultura), que al actuar como alter en el proceso comunicacional y generar los de diferenciación-identificación propicia el desarrollo de la actividad identitaria (un complejo proceso de acciones materiales y espirituales, que lleva a cabo el sujeto de cultura en el proceso de comunicación con otros sujetos de cultura). (p. 19)

Resulta imposible hablar de identidad sin hablar de cultura y viceversa, pues son categorías inseparables. Ambas tienen un amplio significado y conceptualización en los que tienen en cuenta: reglas, normas, valores, estructuras sociales, niveles de socialización, ideología (concepciones del mundo), política, status económico, matrimonio, etnicidad, religión, sistemas de creencia, educación, roles de género, familia, subcultura, clase, comunidad, barrio, etc. Y su contexto dimensional, es decir, espacio y tiempo.

Es cierto que tanto la cultura como la identidad tienen componentes diversos, variables, en los que hay predominio de unos sobre otros; hay subculturas. Su carácter dialéctico permite cambiar lo que se constata en la praxis y nutrir ambas con todos los elementos imprescindibles; esto constituye una prioridad.

Carolina de la Torre (2008) avizora como todo lo relacionado con la identidad de las personas y los grupos humanos tienen su expresión en la cultura material de los pueblos y lo concibe íntimamente relacionado con la identidad en el ámbito del mercado y la identidad de las empresas.

La Facultad de Español para No Hispanohablantes (FENHI)

La FENHI es doblemente importante porque además de ser una facultad de la Universidad de La Habana -la cual goza de un gran prestigio y reconocimiento- con proyección hacia la excelencia en el campo académico, adquiere, a criterio de la autora, una connotación singular por el tipo de estudiantes que recibe. Para muchos visitantes, es la cara y para otros, funciona como factor atenuante.

La influencia que ha tenido y tiene la FENHI en el proceso de construcción de la imagen que de los cubanos se llevan los extranjeros, a criterio de la autora, no debería ser desestimada por lo que se debería recurrir a especialistas e investigadores que desde la multidisciplinariedad trabajaran en fortalecer aún más la imagen que como institución y país se quiere promover; aspecto de suma importancia si se tiene en cuenta lo expuesto en cuanto al terreno que ha venido ganando el tipo de actores sociales a los que ya se ha hecho referencia.

La carga cultural e identitaria no se debe dejar a la libre espontaneidad, tiene que ser diseñada sinérgicamente para que sea funcional; solo así será capaz de mostrar al resto del mundo (competitivo) sus valores, perpetuar su espacio y brindar un producto no solo instructivo, sino ampliamente educativo donde la excelencia académica abra ventanas hacia lo sociocultural visto desde las experiencias de los propios estudiantes. Mucho se ha hablado acerca de la importancia en proceso de aprendizaje de la unión entre lo cognitivo y lo afectivo; esto último no se logra si no se tienen en cuenta los intereses de los estudiantes y si no se les ofrece la posibilidad de tener sus propias vivencias.

Los estudiantes están en un proceso de inmersión y el aprendizaje de una lengua y una cultura no se restringe a una institución. Hay muchos factores externos a ésta que influyen grandemente en la formación de su universo referencial y, por tanto, en sus valoraciones; entre estos se destacan: las visitas a lugares de interés sociocultural, por ejemplo, los museos; los proyectos comunitarios; las presentaciones, como la del Ballet Nacional de Cuba; las exposiciones de pintura y fotografía; ferias,

como la del libro; festivales, como los de cine, guitarra, jazz; los recorridos por lugares históricos; las visitas a fábricas de tabacos y de ron, y otras que emergen según el momento, el tipo de grupo, y que ellos solicitan.

Todo esto se hizo por más de 20 años porque fue tenido en cuenta cuando se diseñaron los Cursos de Corta Duración los cuales fueron pensados para estudiantes- clientes-turistas y de ahí, su nombre original, "*Cursos de Turismo*". Comenzaban el primer lunes de cada mes y tenían una duración de cuatro semanas lo que equivale a 80 horas de clase presencial (esto se mantiene en la actualidad). Los cursos tenían muy en cuenta los gustos y necesidades de los estudiantes sin desatender el programa. Las visitas a lugares (actividad docente) eran programadas después de una conciliación entre el profesor y los estudiantes. El último viernes se hacía una excursión (actividad recreativa para marcar el cierre del curso); todas tenían garantizado el transporte.

Los estudiantes tenían un brindis de bienvenida el primer viernes de cada mes y en él participaban todos los profesores; uno les daba oficialmente la bienvenida y les deseaba una feliz estancia; una pareja de profesores de baile hacía una demostración de los bailes típicos cubanos y luego los sacaban a bailar a ellos. Los estudiantes que querían aprender a bailar ritmos cubanos se acercaban al profesor y planificaban sus clases. Esta actividad gustaba mucho, como otra forma de socialización, duró más de 20 años, sobrevivió al Período Especial y también desapareció. Estuvieron años sin esta posibilidad; ahora recién se retoma en Extensión universitaria y se anuncia pegando pegatinas en lugares visibles (nótese la diferencia). Todo esto, unido a las visitas que se realizaban les otorgaba a los cursos una identidad, un sello distintivo que al caracterizarlos, los hacía totalmente diferentes de otros cursos, aspecto al que especialistas de diversos campos de las ciencias sociales como los psicólogos, los sociólogos, los antropólogos y los comunicadores sociales, en particular los especialistas en Comunicación Organizacional le atribuyen gran importancia. Estudiantes que conocieron todo lo que existía, al volver han expresado su frustración; otros, le han confesado a la autora, haber abandonado los cursos por preferir estudiar español en lugares donde encuentran además de un clima distendido, oportunidades y espacios donde socializar (incluyendo la cafetería).

Los recursos que les eran asignados a los profesores en particular (como era la merienda gratuita y la disponibilidad de un buen café) y que les facilitaban un buen desempeño, también desaparecieron y según los especialistas y estudiosos del tema, como lo son Verónica de Casas, Virginia Iguacel y Gabriela Scalabroni (en Comunicación Organizacional) lo más importante para transmitir una buena imagen es sentirse a gusto y seguro; esto es considerado una "*regla de oro*". No es solo con colores, plegables y logotipos que se logra; el proceso es de adentro hacia afuera. No se trasmite lo que no se siente y se tiene; por tanto, es por aquí por donde habría que empezar.

CONCLUSIONES

Desde la interdisciplinariedad, se debe investigar y luego diseñar sinérgicamente la imagen corporativa que sería deseable para la FENHI y llevarla al destinatario meta, en este caso los estudiantes, en especial lo de los Cursos de Corta Duración, así como los medios y vías a utilizar de manera que no se deje nada a la libre espontaneidad y así contribuir a ofrecer, además de una mejor imagen, más oportunidades al estudiante de conocer la verdadera cultura en la que se encuentra inmerso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Valdés Bernal, S (1998). Lengua nacional e identidad cultural del cubano. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.
- García Alonso M. & C. Baeza Martín, C. (1996). Modelo teórico para la identidad cultural. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural "*Juan Marinello*".
- de La Torre, C. (2008). Las identidades: una mirada desde la Psicología, 2da. Ed. La Habana: Fundación Fernando Ortiz, 2008.
- Zamora R. (1994). Notas para un estudio de la identidad cultural cubana. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural "*Juan Marinello*".

RECIBIDO: 25/01/2017

APROBADO: 12/02/2017

MSc. Grisell Concepción Timor. Facultad de Español para No Hispanohablantes, Universidad de La Habana, Cuba. Correo electrónico: grisell.ct@fenhi.uh.cu