



Zona Próxima

ISSN: 1657-2416

ISSN: 2145-9444

Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte

Fonseca Mendoza, Clara Inés

Negociar en el caribe colombiano: aproximaciones a la comprensión del texto y del contexto de un pregón callejero*

Zona Próxima, núm. 28, 2018, Enero-Junio, pp. 1-13

Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte

DOI: <https://doi.org/10.14482/zp.28.9331>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85359532001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Negociar en el caribe colombiano: aproximaciones a la comprensión del texto y del contexto de un pregón callejero*

*Negotiating in the Colombian
Caribbean region: approaches
to the comprehension of the
text and the context of a street
pregon*

Clara Inés Fonseca Mendoza

Como citar este artículo

Fonseca, C. (2018). Negociar en el
caribe colombiano: aproximaciones a la
comprensión del texto y del contexto de un
pregón callejero. *Zona Próxima*, 28, 1-13.

zona próxima

Revista del Instituto de
Estudios en Educación y del
Instituto de Idiomas
Universidad del Norte
nº 28 enero-junio, 2018
ISSN 2145-9444 (electrónica)

<http://dx.doi.org/10.14482/zp.27.10978>



CARLA CELIA
Junior tu papá!

* Este artículo de investigación forma parte de un
proyecto avalado por la Vice-rectoría de investigaciones
de la Universidad de Cartagena, mediante la resolución
04379 del año 2014.

CLARA INÉS FONSECA MENDOZA

Magister en Lingüística de la Universidad Nacional de
Colombia.

Filiación: Universidad de Cartagena.

Correo: texcultura@hotmail.com

FECHA DE RECEPCIÓN: 27 DE NOVIEMBRE DE 2016
FECHA DE ACEPTACIÓN: 15 DE MAYO DE 2018

<p>Presentamos una propuesta dirigida a desarrollar competencias interculturales en estudiantes de español como lengua extranjera. Se examinan las relaciones entre el texto y el contexto de un pregón entonado en las calles de Cartagena (Colombia), para aportar indicios que permitan comprender los modos de negociar en el caribe colombiano. El análisis se realiza a partir del enfoque basado en géneros textuales (Eggins, 1994; Feez & Joyce, 2002) y las dimensiones propuestas por Hall (1976) para evaluar culturas nacionales y con ello facilitar la comunicación intercultural. Las primeras conclusiones muestran que el conocimiento del contexto de situación es lo único que permite recuperar significados. Respecto al contexto de cultura, se muestra que la cartagenera es una sociedad de contexto alto, afincada en actitudes y tradiciones duraderas, en el uso de múltiples formas de comunicación y en la negociación de significados implícitos en las relaciones y las situaciones.</p> <p>Palabras claves: Cartagena; contexto de cultura, contexto de situación, estructura textual, pregón.</p>	<p>RESUMEN</p> <p>ABSTRACT</p>	<p>This is a proposal for developing intercultural competences in students of Spanish as a foreign language. It examines the relationship between the text and the context of a pregon in the streets of Cartagena, Colombia, in order to understand the ways of negotiating in the Colombian Caribbean. The analysis is based on the genre-based approach (Eggins, 1994; Feez & Joyce, 2002) and the dimensions proposed by Hall (1976) to evaluate national cultures and thereby facilitate intercultural communication. The early conclusions show that the knowledge of the context of the situation is the only one that allows to recover meanings. Regarding the context of culture they show that the cartagenera is a society of high context, rooted in lasting attitudes and traditions, in the use of multiple forms of communication and in the negotiation of meanings implicit in relationships and situations.</p> <p>Keywords: Cartagena, context of culture, context of situation, textual structure, pregon.</p>
--	--------------------------------	--

INTRODUCCIÓN

En este informe se presenta un primer resultado de un proyecto cuyo objetivo es diseñar materiales didácticos dirigidos a profesores de lenguas, entre ellos, de español como lengua extranjera. Esto con el fin de ofrecer una perspectiva sobre cómo desarrollar en los estudiantes competencias interculturales, entendidas como habilidades para usar estructuras lingüístico-discursivas y relacionarlas con los modos de vida, las identidades colectivas, las formas específicas de organización social, los aspectos de la vida cotidiana, etc. de *la otra* comunidad (Instituto Cervantes, 2006). Se propone que un modo de acceder a las lenguas y a las culturas es mediante el examen del texto y del contexto de sus productos textuales, puesto que es en la gramática, el vocabulario y los modismos, entre otros, en donde se pueden codificar las improntas socio-culturales de la lengua, especialmente si se presentan bajo la forma de textos y discursos genuinos y no como productos artificiales inventados en el aula. Se hace necesario, entonces, que los docentes de lenguas extranjeras integren a sus prácticas académicas esos productos y que, además, puedan describirlos.

UNA DIDÁCTICA PARA COMPRENDER Y PRODUCIR TEXTOS

Algunos autores proponen una didáctica para comprender y producir textos en lengua materna y extranjera que hace énfasis, por una parte, en el reconocimiento del contexto en conexión con la estructura textual y, por otra, en la interacción cercana entre profesores y estudiantes. Se trata del diseño de ciclos de enseñanza y aprendizaje que configuran fases de actividades sobre los textos, llevadas a cabo por el profesor y los estudiantes con diferentes niveles de responsabilidad (Butt, Fahey, Feez, Spinks, & Ya-

llop, 2001; Feeze & Joyce, 2002; Martin & Rose, 2005). El enfoque que orienta esta perspectiva es el basado en textos o géneros textuales, el cual se caracteriza por reconocer que una lengua se aprende manipulando textos completos, los cuales “están incrustados en los contextos sociales en los cuales se usan” (Feez & Joyce, 2002, p.3); el propósito es lograr que el aprendiz, acompañado por el profesor, gradualmente controle los textos que lee y escribe.

Feeze y Joyce, en particular, proponen que el ciclo de enseñanza y aprendizaje de una segunda lengua, consiste de cinco etapas cada una de las cuales busca diferentes propósitos: (1) Construcción del contexto, (2) Modelamiento y deconstrucción del texto, (3) Construcción conjunta del texto, (4) Construcción independiente del texto y (5) Vínculos con textos relacionados. De estas, nos referiremos solo a las dos primeras, las que también fueron las dos etapas aplicadas; sugerimos que el profesor tome esta propuesta como instrucción previa que le provea de información suficiente para suministrar apoyo a los estudiantes.

En la etapa de construcción del contexto, los estudiantes reciben información y se involucran en el contexto general de cultura y en el inmediato de situación de un texto auténtico; el objetivo es que el profesor y el estudiante compartan conocimiento contextual suficiente que les permita avanzar en las siguientes etapas. La noción de contexto deviene de lo que entendamos por texto; si se asume como “una pieza de lenguaje en uso (...) una colección armoniosa de significados apropiados a sus contextos” (Butt, et al., 2001, p. 3), estaremos aceptando que los textos, más que estar ‘incluidos’ en los sistemas lingüísticos o ser resultantes de ellos, son representaciones de las prácticas sociales llevadas a cabo por la gente en determinados contextos

(van Leeuwen, 2008). El contexto o, mejor, los contextos, pueden ser de diferente naturaleza –sociales, culturales, situacionales, cognitivos– pero todos tienen la función de aportar a la construcción del significado: los textos adquieren sentido cuando sus significados tanto manifiestos como latentes se leen en conexión con el conocimiento del mundo (‘modelos de contexto’, ‘conocimiento compartido’, ‘memorias colectivas’, ‘resonancia’) (Wodak, 2010, 2011).

En nuestras propuestas, tendremos en cuenta las nociones de contexto de cultura y contexto de situación. El primero puede referirse a las características y actitudes de una cultura que inciden en sus modos de comunicación. Se trata de patrones de comportamiento que hacen énfasis en fines diferentes y distinguen culturas de bajo y de alto contexto. La comunicación en culturas de bajo contexto hace uso de mensajes verbales explícitos, mientras que las de alto contexto comunican sus significados mediante factores como los roles y la posición social, las experiencias y conocimientos compartidos y los canales no verbales como las pausas, los silencios y el tono de voz (Spencer-Oatey & Franklin, 2009, referenciando a Hall, 1976). Por su parte, el contexto de situación hace referencia a los factores que afectan las estructuras del texto como, por ejemplo, el tipo de acción que se lleva a cabo y de la cual el texto es reflejo, los roles

de los participantes y el canal de comunicación usado (Halliday, 1978).

En la etapa de modelamiento y deconstrucción del texto, los estudiantes, orientados por el profesor, investigan el patrón estructural y los rasgos lingüísticos del texto modelo y, de ser posible, lo comparan con otros modelos del mismo tipo de texto.

METODOLOGÍA

En la página <https://www.youtube.com/watch?v=qYcpYE8NiSw>, aparece un video filmado por Adolfo Palacio denominado “El Wayaa pilas que llegó el sancochoo” y que forma parte de lo que el autor denomina “Artistas vendedores que pasan por mi casa Cartagena”. El video muestra a un vendedor empujando una carreta y pregonando los productos que lleva; la escena es totalmente espontánea aunque el pregonero nota que lo están filmando¹.

Para el análisis de este texto (construcción del contexto y modelamiento y deconstrucción del texto), acudiremos a su transcripción, como se muestra en la Tabla 1, en donde aparece, también, un resumen del análisis.

¹ Para no influir en la percepción de los profesores y de los estudiantes, los invitamos a ver el video y reparar en el personaje y la actividad que lleva a cabo, antes de leer nuestro análisis.

Tabla 1. Transcripción del pregón y resumen del análisis

<p>FOCO Aguacate, aguacate, plátano amarillo, papaya, agucateeee. Aguacate, la yuca, el ñame, verdura, plátano verde. Tomate, cebolla, maí vicheee. Llevo frijolito, la ahuyama, papaya, plátano verde, amarillo madurooo.</p> <p>ANUNCIO DE LLEGADA: Pilas que llegó el sancoco;</p> <p>FOCO Yuca, ñame, plátano verde, amarillo, tomate, cebolla, maí vicheee. Llevo el ñame, la yuca, plátano verde, amarillo, tomate, cebolla, corozo, maí vichee. Llevo la verdura, naranja, la papa, la ahuyama, aguacate, aguacate, aguacatee.</p> <p>ANUNCIO DE SALIDA: Pilas que se va el Waya; pila que llegó. Plátano maduro, plátano verde amarillo, la yuca, el ñame, tomate, cebolla, maí viiche. Pilas que se va; pilas que llegó.</p> <p>FOCO Plátano verde, amarillo, la yuca, el ñame, verdura. Llevo el tomate, la cebolla, maí viche, plátano verde. Aguacate aguacate. Llevo la ahuyaama</p>	<p>1. Estructura textual</p> <p>1.1. Estructura genérica:</p> <p>Anuncio de llegada ^ Foco</p> <p>^ Anuncio de salida ^ Foco</p> <p>^ Anuncio de llegada...</p> <p>1.2. Nivel de las cláusulas:</p> <p>(a) estructuras nominales simples; (b) procesos verbales: procesos materiales de desplazamiento que señalan cambios de estado.</p>
<p>Contexto general de cultura: alto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso de prácticas y tradiciones culturales respecto a las formas de comprar y vender productos. - Uso de múltiples formas de comunicación al mismo tiempo. - Valor a la gastronomía tradicional. - Negociación de significados implícitos en las relaciones y en las situaciones cotidianas. 	<p>Formas de relacionarse con los otros: (a) apelativos; (b) relaciones metonímicas; (c) relaciones de contraste; (d) marcador de distancia: anunciarse en segunda persona.</p>
<p>Contexto inmediato de situación.</p> <p>1. Propósitos del texto: Relaciones hablantes - finalidad del pregón</p> <p>1.1. Transaccional: (i) persuadir para actuar; (ii) cohesionar el grupo; (iii) ofrecer - obtener bienes materiales</p> <p>1.2. Lúdica: deleitar</p> <p>2. Tema: venta callejera de productos en Cartagena (Col.); abundante uso de cláusulas nominales que corresponde a los nombres de los productos; escaso uso de estructuras verbales.</p> <p>3. Relación entre participantes: actuación monológica de un participante definido que se dirige a otro participante indeterminado; marcas de actitud emotivas que predicen una relación [+ -] equitativa (no distante) entre los participantes.</p> <p>4. Canal de comunicación: oral, [+ -] espontáneo, cadencioso, cíclico, acompañante de acción.</p>	<p>Marcadores textuales: (a) cadencias sonoras para dar a entender que termina una frase: alargamiento vocálico; (b) repeticiones; (c) tiempo pasado-presente</p>

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS

Contexto general de cultura

El oficio de los pregoneros² es reconocido desde la antigüedad; los primeros seguramente fueron *los heraldos*, presentes en los cantos homéricos. Más tarde, eran indispensables en épocas en que no se conocía la imprenta para

² Puede asociarse a este vocablo otros como town criers, baditore, bellmen, praecones, heraldos.

anunciar los bienes y servicios de los comerciantes europeos (Cox, 2013). En España y sus colonias, comunicaban los informes, mandatos o prohibiciones de los consejos municipales. En Cuba, por su parte, el pregón se volvió canción, entre ellas *El manisero* y *Frutas del caney*.

En la ciudad de Cartagena y, en general, en toda la costa atlántica, entre las 6:30 y las 7:00 de la mañana comienzan a escucharse los pregoneros, en todos los barrios desde los populares y pobres hasta los exclusivos y ricos. Son voces de

hombres y mujeres acompañadas de gritos, cadencias, cantos y silbidos que anuncian los productos que venden; transportan carretas o palanganas con productos de distinta clase: frutas, verduras, tubérculos, helados, bolsas plásticas, panes, pescados, pasteles, peto, loterías, periódicos, bollos, dulces, alegrías... Los pregoneros forman parte de la rutina de las ciudades del caribe lo cual es índice de la conservación de prácticas y tradiciones afincadas en lo cotidiano. Por ejemplo, el wayya, nuestro pregonero, vende productos para preparar el almuerzo que forman parte de la cocina criolla; la mayoría de ellos se cultivan en la región; lleva un cuchillo para vender solo la parte que necesite su potencial comprador; no hace uso de las pesas o balanzas, como se hace en los supermercados, sino que vende "al ojo".

Estos pregoneros forman parte de una amplia población que acude al subempleo y la informalidad como medio de sobrevivencia en ciudades en las que, como en Cartagena, un 43% de la población se declara entre negro, mulato y mestizo y ostenta altos indicadores de pobreza: un 20.29% de sus habitantes se encuentra por debajo de la línea de pobreza. Son personas que residen en los barrios más pobres de la ciudad y tienen logros educativos bajos (Pérez & Salazar, 2009). Como se deducirá, es también una ciudad en donde se manifiestan formas flagrantes de racismo (Fonseca, 2011). Curiosamente, estas personas, excluidas de la sociedad, son acogidas como parte de un turismo étnico, por ejemplo, la "clásica" palenquera y su palangana de frutas; Cunin (2003, p. 180) refiriéndose a este hecho en la ciudad de Cartagena dice:

Si la diferencia racial es aceptada, si el otro encuentra su lugar en la ciudad, es porque está en un espacio limitado, predefinido y reservado. Entonces no resulta sorprendente

descubrir a una palenquera en forma de estatua, entre las chivas coloridas y los paquetes de café (...) El "negro", domesticado y controlado, es aceptado como tal bajo la forma exclusiva de la palenquera, imagen apacible y exótica de la "mujer de color" vendiendo frutas a los turistas en la playa.

Contexto de situación

La situación que se lleva a cabo es la venta callejera de productos; por ese motivo, es abundante el uso de cláusulas nominales que corresponden a sus nombres. Las estructuras verbales, por su parte, están estrechamente ligadas con las actividades que el vendedor-pregonero desempeña: anuncia su llegada (*pilas que llegó el sancocho*); pregona lo que lleva (*llevo la yuca...*) y, por último, anuncia su salida (*pilas que se va*).

Son dos los participantes: el pregonero y quienes lo escuchan. Entre los participantes se establece una relación transaccional: el pregón tiene la finalidad de anunciar una serie de productos con el fin de establecer un evento de compra-venta. Se produce la actuación monológica de un participante definido que establece relación con un conglomerado: amas de casa; empleadas del servicio que se disponen a preparar el almuerzo, por tanto esto ocurre en las horas de la mañana; luego, uno de estos últimos puede individualizarse para efectuar la transacción; en ese momento, el pregón cesará de oírse.

El canal de comunicación usado incide en las formas de relación social establecidas entre los participantes; este canal es oral, [+ -] espontáneo, cadencioso, cíclico, acompañante de acción. El pregonero usa marcas de actitud emotivas, en un registro informal y cotidiano que establecen una relación [+ - equitativa], no distante, entre los participantes (***pilas** que llegó; **pilas** que se*

va). Los productos se ofrecen casi mediante un canto o emisión de sonidos regulares. Dado que la motivación del pregón es pragmática (tiene un objetivo transaccional más que interpersonal), se reconoce en él una estructura cíclica. Estas características hacen posible que el pregón tenga también una función lúdica.

En suma, el contexto de cultura y de situación que enmarca la producción y comprensión del evento comunicativo que tratamos, explica por qué éste forma parte del cuerpo de mensajes producidos por la cultura y, con ello, reflejan y construyen identidades (Goddard, 1998). Son mensajes altamente contextualizados que exigen reconocer y negociar algunos significados implícitos en las relaciones y en las situaciones cotidianas, así, por ejemplo, el uso de prácticas y tradiciones culturales respecto a las formas de comprar y vender productos (pregoneros callejeros); el uso de múltiples formas de comunicación al mismo tiempo (tono de voz, cadencias sonoras, metonimias) y el valor de la gastronomía tradicional. Estas características son propias de culturas de contexto alto; realizar negocios en este tipo de sociedades implica, entre otros, establecer relaciones personales interactivas con los clientes o los compañeros de trabajo, con explícitas referencias a la tradición o al pasado, acudiendo a significaciones que solo pueden entenderse por el contexto y a formas de expresión cargadas de emoción (Wansink, Sonka & Cheney, 2002).

Modelamiento y deconstrucción del texto

Estructura genérica. El texto que analizamos corresponde a una actividad, en consecuencia, tiene la estructura misma de esa actividad³, es

3 "The staging of the text reflects the activity which the text is accompanying or reporting on" (Whittaker, O'Donnell & Hidalgo, 2010)

decir, como lo vimos, es de carácter transaccional pero interactivo (no estrictamente textual como lo sería un anuncio en un medio impreso). Como tal, su estructura genérica incluye (1) un foco o estadio en donde se anuncian los productos; (2) un anuncio de llegada; (3) el desarrollo del foco; (4) un anuncio de salida y (5) de vuelta al foco:

Foco¹ ^ Anuncio de llegada ^ Foco² ^ Anuncio de salida ^ Foco¹ ^ Anuncio de llegada...

El estadio (1) se organiza alrededor de un producto: el aguacate (*Aguacate, aguacate, plátano amarillo, papaya, agucateeee. Aguacate, la yuca, el ñame, verdura, plátano verde. Tomate, cebolla, maí vicheee; Llevo frijolito, la ahuyama, papaya, plátano verde, amarillo madurooo*). Luego, en ciertos espacios conocidos por los pregoneros como esquinas de barrio o frentes de edificios de apartamentos, se realiza el estadio (2): mediante una metonimia, el pregonero-vendedor se trasnomina como el *sancocho* (*Pilas que **llegó el sancocho***) y ocurre el estadio (3), es decir, el vendedor anuncia los productos. Luego se produce el estadio (4) o de salida (*Pilas que **se va el Waya**; pilas que **llegó***) y, finalmente, (5), se retorna a (1). Se trata, entonces, de un texto de estructura cíclica simple, organizado alrededor del foco o anuncio explícito de los productos.

Nivel de las cláusulas, formas de relación entre participantes y marcadores textuales. El foco del texto maneja cláusulas nominales simples presentadas en forma de listado (¿Cómo un asíndeton⁴?), es decir, sin nexos conjuntivos que las unan. Para hacer notar que un grupo de estas cláusulas termina y comienza otra, el pregonero acude a una cadencia sonora caracterizada

4 Se eliminan los elementos de enlace entre las palabras.

por alargamiento vocálico (maí vicheee) y la introducción de un verbo de movimiento (maí vicheee. **Llevo** frijolito, la ahuyama, papaya, plátano verde, amarillo madurooo).

La función expresiva del lenguaje, centrada en el emisor, va a la par de la referencial en este evento comunicativo; esa función expresiva se manifiesta de varias formas: en el grito cadencioso y los alargamientos vocálicos, en los llamados a la atención (**Pilas** que...), en la contraposición de sentidos con los que, además, el pregonero se anuncia a sí mismo en segunda persona (*Pilas! que se va, pilas que llegó*); con todo ello, logra establecer un grado de distancia social mínimo con sus potenciales compradores. Estos rasgos expresivos son los que otorgan un carácter lúdico al evento; de hecho, muchos pregoneros se reconocen por sus cantos.

En suma, el pregón que describimos es un texto estructurado de acuerdo al proceso social que realiza en un determinado contexto; se trata de un evento interactivo común en la cultura del caribe colombiano y, por esa razón, es socialmente reconocido y aceptado; no producen molestias los gritos, los cantos cadenciosos, las formas cercanas de trato, entre quienes escuchan al pregonero. Seguramente, no ocurriría lo mismo en otras culturas; de hecho, a los turistas que se pasean por Cartagena se les hace inescrutable el mensaje y, en ese sentido, no pueden reconocer el rango de significados que se producen; por este motivo ven el evento como exótico al punto de tomar fotografías o de grabar a estas personas que están llevando a cabo su oficio.

*Actividades para las fases construcción del contexto y modelamiento y deconstrucción del texto*⁵

⁵ En este apartado seguimos principalmente a Feeze y Joyce, 2002.

En las líneas anteriores, hemos analizado las fases de construcción del contexto y modelamiento y deconstrucción del texto propuestas en el ciclo enseñanza aprendizaje, con referencia al pregón callejero que tomamos como dato; es, además, una tarea previa que el profesor de lengua extranjera puede llevar a cabo. En lo que sigue, relacionaremos algunas actividades que se pueden desarrollar para esas fases en el aula de lenguas. En este punto, cabe anotar el carácter asistido del ciclo, es decir, el papel de la interacción entre el profesor y los alumnos; en estas dos primeras fases, el profesor se muestra como el par mejor informado que ejerce máximo control de las actividades que permiten la construcción del texto y del contexto; ese control será menos visible a medida que los alumnos gradualmente asimilen lo involucrado en esa construcción (Hyland, 2007).

En la fase de construcción del contexto, se pretende conocer el tema del texto y la actividad social que lo produce; en nuestro caso, es anunciar productos en las calles de la ciudad de Cartagena dentro del tema *formas de negociar en la cultura caribe*⁶. Se busca también entender los roles y relaciones entre las personas que usan el texto; en nuestros datos, solo contamos con una de esas personas —el pregonero—, pero sus formas de acción predicen de qué manera se relaciona con sus interlocutores o con sus potenciales compradores. Buena parte de las actividades que se hagan en esta fase pueden llevarse a cabo en la lengua nativa de los estudiantes. Esas actividades pueden ser las siguientes:

- Presentar el texto y el contexto a través de material audiovisual, fotografías u observación directa.

⁶ Nótese que a partir de esa misma actividad social el tema podría ser otro, por ejemplo, formas del subempleo en la ciudad de Cartagena.

- Aproximarse al vocabulario a partir de lo observado.
- Discutir la actividad reflejada por el texto y el contexto comparándola con la cultura de origen de los estudiantes.
- Entrar en contacto directo con el pregonero.
- Descripción del pregonero y predicción de sus potenciales compradores.
- Predicción del modo como los potenciales compradores entablarán la negociación de los productos.
- Elaborar informes acerca de esta actividad.

Por otra parte, para determinar las actividades que pueden llevarse a cabo en la fase de modelamiento y deconstrucción del texto en nuestros datos, la intervención del profesor se puede hacer sobre el texto oral o sobre su transcripción verbal. En el primer caso, las actividades se centrarán en el nivel de la expresión; en el segundo, en los del texto y la cláusula.

- Tanto a nivel de la expresión como en el del texto impreso una primera actividad es la de revelar la estructura, es decir, los estadios y sus funciones. Esto puede hacerse dividiendo el texto en secuencias; en el caso del registro oral se puede hacer uso de las *language master cards*.
- Hacer notar y discutir la no aparición de procesos materiales de transferencia como “comprar” o “vender” (“compre plátano; vendo aguacate”) y, en cambio, la presencia de procesos materiales de desplazamiento: llegar, ir, llevar.

- Mediante ilustraciones, identificar los nombres de los productos.
- Comparar la estructura con otras; en el nivel de la expresión sugerimos “El manisero” y “La palenquerita”:

Maniiii, maniiii
 Si te quieres por el pico divertir
 comete un cucuruchito de maní
 Qué calentito, y rico está
 ya no se puede pedir más
 ay, caserita no me dejes ir
 porque después te vas a arrepentir
 y va a ser muy tarde ya
 Manisero se va, manisero se va

Alegría con coco y anís
 casera cómpreme a mí
 que vengo del barrio Getsemaní.

Más sancocho

Finalizaremos este artículo comparando el pregón que analizamos con un texto impreso; para ello contamos con un ejemplo especialmente ilustrativo: se trata del siguiente anuncio, el cual corresponde a una promoción hecha por el supermercado *Olimpica*⁷ a nivel nacional (Figura 1).

7 Conocer la historia de la creación de esta cadena de supermercados y de la influencia de los ciudadanos sirio-libaneses que llegaron a Colombia, y en especial al caribe, a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, también forma parte del contexto de cultura que explicaría algunos modos de negociar en el caribe colombiano. Ver: <http://revistas.elheraldo.co/latitud/la-cadena-olimpica-nacio-del-almacen-de-barrio-el-olimpico-88942>. Restrepo, I. (2010). Encuentro entre dos mundos: la migración árabe en Colombia. en: <http://www.embajadadellibano.org.co/studios/studio1.pdf>.



Figura 1. Anuncio impreso tomado de El Heraldo, diciembre 14 de 2015, p2

Las similitudes de este anuncio impreso con el pregón que tratamos podrían parecer sorprendentes si no caemos en cuenta de que se trata de dos textos producidos en el mismo contexto de cultura y comparten algunos rasgos del contexto de situación; por ejemplo, el tema y la actividad social desarrollada son los mismos: presentar una versión de las formas de negociar en el caribe colombiano y anunciar productos alimenticios; también hay cierta similitud en la forma como se establecen relaciones entre los participantes, aunque ellos mismos son diferentes a los del pregón. Obviamente, la mayor diferencia radica en el canal de comunicación: pareciera que la situación fuera inversa, un 'pre-

gonero' no especificado (el almacén) dirigiéndose a unas personas que se acercan; en un caso, el vendedor busca el comprador; en este, el comprador puede ser un cliente que busca al vendedor.

Al igual que la carreta del Wayaa, en el anuncio se ven los productos unos junto a otros; al igual que nuestro pregonero, se menciona la finalidad de la venta: preparar el sancocho. Sin embargo, la carreta del Wayaa se muestra más suculenta y, con seguridad, él no ofrece papa ni arracacha y con razón: esos productos no son propios del caribe colombiano (Figura 2).



Figura 2. Fotografía de los elementos ofrecido por el pregonero. Fotografía de la autora

Para describir este texto, acudimos a Hasan quien propone un grupo de categorías para la construcción de significados experienciales en los anuncios impresos: Captura, Foco y Justificación. La función de la categoría Captura es "atraer la atención... se realiza en la escritura a través del manejo del diseño gráfico, el tipo de letra y/o la presencia de imágenes (...) el Foco singulariza lo que se anuncia (...) (Hasan citada en Cheong, 2004); la Justificación refuerza el foco.

La Captura en el anuncio lo constituye la fotografía de los elementos, la cual ocupa más de la mitad del espacio del impreso; este paso posibilita centrarse en el Foco el cual se realiza mediante otros elementos de carácter verbal que varían en tamaño, tipo de letra y color: (1) la especificación de que se trata de "productos

para sancocho", (2) los productos promocionados, y (3) otras características relacionadas con la promoción. La Justificación la constituye el descuento prometido por la compra de los productos.

CONCLUSIONES

En este informe ofrecimos una propuesta de enseñanza de lenguas extranjeras fundamentada en las relaciones del texto y el contexto con el desarrollo de competencias interculturales. Enseñar una lengua extranjera no consiste solo en transmitir estructuras lingüísticas, sino también en aprehender la cultura, y un modo de hacerlo es mediante el examen de sus productos textuales; en este informe, en particular, ofrecimos un análisis de un evento social de compra-venta de productos. Se concluye que

dado que el alumno de lengua extranjera es también un agente social (Instituto Cervantes, 2006), necesita conocer los rasgos de uno de los modos de negociar en el caribe colombiano (importantes por lo frecuentes y cotidianos), para ejercer ese papel de mediador cultural.

REFERENCIAS

- Butt, D., Fahey, R., Feez, S., Spinks, S. and Yallop, C. (2001). *Using Functional Grammar: An Explorer's Guide*. Sidney: National Centre for English Language Teaching and Research, Macquarie University.
- Cox, J. (2013). *Radio Journalism in America: telling the news in the Golden age and beyond*. Jefferson, N.C.: McFarland & Company
- Cunin, E. (2003). *Identidades a flor de piel*. Bogotá: IFEA-ICANH.
- Cheong, Y. (2004). The construal of Ideational meaning in print advertisements. In: K. L. O'Halloran (Ed.), *Multimodal discourse analysis: systemic-functional perspectives* (pp. 163-195). London and New York: Continuum.
- Eggins, S. (1994). *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. Continuum
- Feez, S. & Joyce, H. (2002). *Text-based syllabus design*. Sydney: National Centre for English Language Teaching and Research, Macquarie University.
- Fonseca, C. (2011). Cómo se perciben valoradas y cómo se auto-valoran las personas negras en Cartagena de Indias. *Discurso y sociedad*, 5(4), 645-676
- Goddard, A. (1998). *The language of Advertising*. London: Routledge.
- Hall, E.T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Doubleday.
- Halliday, M.A.K. (1978). *El lenguaje como semiótica social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hyland, K. (2007). Genre pedagogy: language, literacy and L2 writing instruction. *Journal of Second Language Writing*, 16. Available online at www.sciencedirect.com
- Instituto Cervantes. (2006). *Plan curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español A1, A2, B1, B2, C1, C2*. Madrid: Editorial Biblioteca nueva.
- Martin, J.R. & Rose, D. (2005). *Design Literacy Pedagogy: Scaffolding democracy in the classroom*. En: aall.org.au/sites/default/
- Pérez, G. & Salazar, I. (2009). La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. *Documentos de trabajo sobre economía regional*, N° 24. Cartagena: Banco de la República.
- Spencer-Oatey, H. & Franklin, P. (2009). *Intercultural interaction. A Multidisciplinary Approach to Intercultural Communication*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Van Leeuwen, T (2008). *Discourse and practice. New tools for critical discourse analysis*. Oxford: UniversityPress.
- Wansink, B., Sonka, S., Cheney, M. (2002). A cultural hedonic framework for increasing the consumption of unfamiliar foods: soy acceptance in Russia and Colombia. *Review of Agricultural Economics*, 24(2), 353-365
- Whittaker, R., O'Donnell, M. & Hidalgo, L. (2010). *English discourse analysis. Topic 4: Context of culture: Genre*. Available at <http://web.uam.es/departamentos/filoyletras/filoinglesa/Courses/DA2011/DA-2011-class4-v2.pdf>
- Wodak, R. (2010). *Critical Discourse Analysis. Some important concepts and considerations*. En: [http://accept-pluralism.eu/Documents/Events/2010-11-2ndMeetingACCEPT/presentations/CRITICALDISCOURSE\(ANALYSIS\)RUTHWODAKPRESENTATION.PDF](http://accept-pluralism.eu/Documents/Events/2010-11-2ndMeetingACCEPT/presentations/CRITICALDISCOURSE(ANALYSIS)RUTHWODAKPRESENTATION.PDF)
- Wodak, R. (2011). Critical Discourse Analysis. In: K. Hyland & B. Paltridge (eds.). *The Continuum Companion to Discourse Analysis* (pp. 302-317). London: Continuum.

