



UNIMINUTO

Universitaria Minuto de Dios

“Ser colombiano en otro contexto”

Experiencia de movilidad internacional en la ciudad de Niterói - Brasil

PRESENTADO POR:

Gloria Natalia Sandoval Cruz

DIRECTORA:

Martha Cecilia Bohórquez Isaza

Docente Investigadora

Programa de Comunicación Social - Periodismo

Centro Regional Soacha

Programa Comunicación social y periodismo

Soacha, Noviembre de 2015

“Ser colombiano en otro contexto”

Experiencia de movilidad internacional en la ciudad de Niterói - Brasil

Trabajo presentada(o) como requisito parcial para optar al título de: **Comunicadora Social**
– Periodista

Línea de Investigación:

Sistematización de la experiencia de Movilidad Internacional

Universidad Minuto de Dios

Centro Regional Soacha

Programa Comunicación social y periodismo

Soacha, Noviembre de 2015

Agradecimientos

El presente documento no es solo resultado del trabajo personal que como estudiante de Comunicación Social y Periodismo logré; sino que es la culminación de un proceso que gracias al apoyo de diferentes personas fundamentales para la ejecución de este proceso, hoy se ha logrado.

Principalmente, quiero agradecerles a mis padres por su apoyo incondicional, quienes son los pilares de cada éxito en mi vida y que ahora, son parte de este logro que estoy culminando. También agradezco a la Universidad Minuto de Dios y su Oficina de Internacionalización, que desde un principio ofrecieron su interés en brindar posibilidades de intercambio que fortalecen el crecimiento profesional de cada viajero.

Al mismo tiempo, agradezco sinceramente a la Docente Martha Bohórquez, tutora de este documento quien con sus conocimientos y experiencia en el campo de la Identidad Cultural, mantuvo siempre su inseparable colaboración e importante interés en desarrollar este proyecto, pues si no fuera por su aporte este documento no se hubiese logrado.

Por último, debo resaltar el papel de los docentes de la Universidad Minuto de Dios, que sin saberlo también construyeron bases para alcanzar esta Sistematización, entre ellos gracias a Germán Bustos, Paola Vásquez, Diana Socha y Faber Moreno.

Resumen

Esta reflexión acerca de la identidad cultural del colombiano en el exterior se fundamenta en la sistematización de la Experiencia de Movilidad Internacional en la ciudad de Niterói, Estado de Rio de Janeiro en Brasil y tiene como propósito de establecer los aprendizajes personales, académicos y profesionales que son resultado del proceso.

Por medio de la experiencia de intercambio académico se reconoce la manera cómo se construye la identidad del colombiano en otro contexto y la influencia que tienen los medios de comunicación en esa construcción.

Palabras clave

Identidad – Cultura – Colombia – Brasil- Reconocimiento – Sistematización – Medios de comunicación

Resumen

Esta reflexão sobre a identidade cultural do colombiano no exterior é baseada o sistematização da Experiência de Mobilidade Internacional na cidade de Niterói, Estado de Rio de Janeiro no Brasil e tem como propósito das aprendizagens pessoais, acadêmicas e profissionais abaixo os que são do ajuste de processo.

Por meio da experiência de troca acadêmica o modo é reconhecido como é construída a identidade do colombiano em outro contexto e a influência que têm as mídia naquela construção.

Palavras teclam

Identidade – Cultura – Colômbia – Brasil - Reconhecimento - Sistematização - Mídia

Abstract

This reflection brings over of the cultural identity of the Colombian in the exterior is based on the systematizing of the Experience of International Mobility on Niterói's city, State of Rio of Janeiro on Brazil and has as intention of establishing the personal, academic and professional learnings that are a result of the process.

By means of the experience of academic exchange the way is recognized how the identity of the Colombian is constructed in another context and the influence that the mass media have in this construction.

Key words

Identity - Culture - Colombia - Brazil - Recognition - Systematizing - Mass media

Introducción

Este documento tiene como finalidad realizar una reflexión acerca de la identidad cultural del colombiano en el exterior mediante la sistematización de la Experiencia de Movilidad Internacional en la ciudad de Niterói, Estado de Rio de Janeiro en Brasil

Atendiendo las pautas del proceso de sistematización establecidas por la Universidad Minuto de Dios en su documento Opción 3. Documento de Sistematización de la Práctica Profesional y Movilidad Internacional de la Universidad Minuto de Dios esta reflexión tiene como propósito de establecer los aprendizajes personales, académicos y profesionales que son resultado del proceso.

Teniendo en cuenta lo anterior en el **Capítulo 1 Diseño del Proceso de Sistematización** se definen los parámetros para construir la reflexión, estableciendo los objetivos y metodología.

En el Capítulo **2 La Experiencia: ordenar y reconstruir** se describe el proceso de Movilidad Estudiantil con los principales momentos que facilitaron la reconstrucción de la experiencia y que son claves para llevar a cabo la reflexión acerca de la identidad cultural.

Más adelante, en el **Capítulo 3. Interpretación Crítica** Por medio de la teoría se reconoce la manera cómo se construye la identidad del colombiano en otro contexto y la influencia que tienen los medios de comunicación en esa construcción.

Finalmente, en el **Capítulo 4. Aprendizajes, necesidades y recomendaciones** se presentan las conclusiones en los aspectos personal, académico y profesional producto de esta reflexión.

Tabla de contenido

Resumen

Introducción

Capítulo I: Diseño del Proceso de Sistematización

- 1.1 Objetivo General
- 1.2 Objetivos Específicos
- 1.3 Justificación
- 1.4 Metodología: el conocimiento situado

Capítulo II. La Experiencia: ordenar y reconstruir

- 2.1 Una ciudad... Niterói – Brasil
- 2.2 Cariocas
- 2.3 Universidad Federal Fluminense: El espacio de lo inolvidable
- 2.4 El Idioma como puente de Comunicación
- 2.5 La Práctica Profesional

Capítulo III. Hacia una interpretación crítica

- 3.1 Identidad y Cultura
- 3.2 Identidad personal
- 3.3 Identidades colectivas
- 3.4 Sentido de pertenencia
- 3.5 Reconocimiento
- 3.6 Identidad del Espejo
- 3.7 Producción del sentido e imagen globalizada

Capítulo IV. Aprendizajes, necesidades y recomendaciones

Bibliografía

Capítulo I: Diseño del Proceso de Sistematización

De acuerdo con las pautas estipuladas en el documento Opción 3. Sistematización de la Práctica Profesional y la Movilidad Internacional *“La sistematización de la práctica profesional y de la internacionalización en el Programa de Comunicación Social – Periodismo son procesos de investigación durante los cuales, tanto el estudiante como los actores involucrados en ella, exponen una reflexión, que se expresa en la intención de develar las múltiples significaciones de lo estudiado dentro de contextos situacionales y teóricos que permiten la reorganización y recreación conceptual”* (Documento de Sistematización de la Práctica Profesional y Movilidad Internacional de la Universidad Minuto de Dios, Opción 3, 2014).

En este sentido, como lo establece el lineamiento, la Sistematización *“debe presentar una interpretación crítica de la experiencia de la práctica profesional o de la internacionalización, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, desde donde se establecen relaciones y significados entre los conocimientos previos, los conocimientos adquiridos y los aprendizajes significativos que dan cuenta de una transformación que le apunta a tres condiciones: la académica, la profesional y la personal.*

Lo anterior, con el cumplimiento de tres etapas fundamentales que más adelante se detallarán: 1). Ordenar y reconstruir el proceso; 2), Realizar una interpretación crítica, soportada en lo conceptual; 3). Exponer los aprendizajes, las necesidades, las posibles recomendaciones”

Teniendo en cuenta lo anterior, los objetivos establecidos para cumplir con el propósito del proceso de sistematización de la experiencia de movilidad internacional son los siguientes:

1.1. Objetivo General

Interpretar la Experiencia de Movilidad Internacional en la ciudad de Niterói, Brasil para generar una reflexión desde la comunicación, acerca del reconocimiento de la identidad cultural de una colombiana en el exterior.

1.2. Objetivos específicos

- a) Describir la experiencia como estudiante colombiana en proceso de movilidad internacional la Universidad Federal Fluminense de Niterói-Brasil.
- b) Identificar los aspectos centrales de la experiencia en los ámbitos personal, académico y profesional para el proceso de sistematización.
- c) Reflexionar acerca de la experiencia de movilidad internacional desde los aspectos personal, profesional y académico, teniendo en cuenta la identidad cultural como soporte de la interpretación.
- d) Generar aportes que permitan enriquecer este tipo de procesos desde el campo de la comunicación social.

1.3. Justificación

La importancia de sistematizar recae en el proceso mismo, pues sólo a través de esta se logra exponer significativamente los aprendizajes, las reflexiones y demás aspectos que contribuyeron a la experiencia de movilidad internacional, con el propósito de establecer una reflexión crítica en los ámbitos: personal, académico y profesional.

Desde el ámbito personal puedo observar como la experiencia contribuyo a mi independencia, a mejorar mi formación, a afianzar mi autonomía por las responsabilidades que debía asumir como el manejo del dinero, el desempeño académico y la supervivencia en una país con un idioma y culturas diferentes. También el desprenderme de miedos como estar sola o descubrir algo nuevo.



Vista desde el Pao de Acucar (Rio de Janeiro)

Desde el ámbito profesional, describir el proceso es clave para dar a conocer la idea que se tiene de los colombianos en el exterior, que ha sido apropiada por los productos audiovisuales ofertados por el mercado y que considero deben ponernos en alerta acerca de los mensajes que se crean en otros contextos.

Desde el ámbito académico, la pregunta por la Identidad Cultural nos orienta a la idea que sobre Colombia sostiene la visión internacional. El conocer de cerca opiniones, críticas y pensamientos de personas ajenas al contexto Colombiano, genera diferentes visiones importantes de profundizar a la luz de la teoría. Es importante indagar desde la academia sobre la experiencia que toco mis diferentes aspectos de mi vida.

Desde el estudio que se plantea aquí todos los colombianos en algún momento de su vida hemos ignorado o renegado de su país en momentos de crisis, angustias y desánimo; ¿pero qué sucede cuando se está fuera de este? ¿Cuál es el comportamiento y el reto que debe asumir ante el intercambio con otras culturas? ¿Existe un estigma de los colombianos en el exterior? ¿Cómo se ha creado esas ópticas? ¿Qué tanto conocemos de nuestro país? ¿Cómo se reconoce la identidad colombiana en el exterior?

1.4. Metodología: el conocimiento situado

Desde la epistemología, el Conocimiento Situado evidencia otra forma de construir conocimiento. Esta propuesta nace de la mirada feminista acerca del conocimiento, que cuestiona esas concepciones positivistas que se basan en la universalidad y neutralidad del sujeto y que han permitido sacar a la luz e investigar las problemáticas que no tenían voz o se encontraban en la oscuridad de los paradigmas dominantes. (Fernández Turrado et al, 2003)

Como lo señala Bohórquez (citando a Fernández y Magallón):“Esa supuesta condición de neutralidad en la que se basa el paradigma positivista niega la subjetividad del sujeto investigador y por lo tanto hace que la ciencia no reconozca la autoría femenina o la inclusión de la diferencia sexual como variable significativa (Fernández Turrado et al, 2003) Las críticas feministas han develado los sesgos sexistas en la tradición científica y la forma cómo se construye el conocimiento que tiene consecuencias importantes en el proceso de transmisión de ese nuevo saber, que luego va a cumplir una labor pedagógica”. (Magallón, 2001)

Por esto, escribir desde un nuevo punto de vista, desde el punto de vista de lo situado significa quebrantar una norma, cuestionar la manera cómo se interpreta la realidad e incluso despertar sospechas acerca del conocimiento existente. Todo conocimiento como afirman las epistemólogas feministas es **Situado**, es decir se encuentra en un contexto

especifico y quien participa en la investigación como investigador no solo cumple el papel de observado sino que interviene en la manera como se produce ese conocimiento.

Al estar inmersa en la experiencia, yo elaboro un punto de vista propio de lo que luego definiré como el conocimiento producto de esta experiencia, por eso la idea de neutralidad es cuestionable.

Desde esta perspectiva, en la escritura se refleja mi identidad como mujer, como investigadora, como protagonista, como estudiante y como comunicadora, pues como lo señala Magallón “¿acaso se puede vivir/actuar/pensar desde fuera del propio lenguaje, la propia cultura, la propia circunstancia histórica? (Magallón, 2001)

Capítulo II: La Experiencia: ordenar y reconstruir

Inicié mi postulación al programa de movilidad internacional, desde la Universidad Minuto de Dios, Centro Regional Soacha cuando me encontraba en VIII Semestre de Comunicación Social y periodismo al conocer las facilidades que existían para viajar al exterior. Durante el mes de Septiembre del año 2014, comencé a reunir los documentos pertinentes para participar, y seleccioné los países en los cuáles quería tener la oportunidad de realizar mi último semestre académico.

Después de detallar cada una de las opciones, entre ellas: México, Argentina y Brasil; opté por un país con un idioma diferente al mío, porque aprenderlo me permitiría avanzar en mi formación profesional.

Brasil, fue el lugar seleccionado, no solamente por el aprendizaje de un idioma nuevo como el portugués sino el acercamiento a una cultura que llamaba mi atención, por su música, su gastronomía; pero esencialmente por la historia del cine nuevo, que contribuyo al fortalecimiento del cine latinoamericano en los años 80.



Escaleras de Cerón (Rio de Janeiro)

Es así como logré participar en la beca del programa educacional y financiero entre Brasil y Colombia, llamado 'BRACOL'; empezando el mes de diciembre del año 2014, recibí la carta de aceptación de la Universidad Federal Fluminense (UFF) la institución pública que escogí por el alto nivel en cuanto a calidad en educación que sostiene en el país.

Durante el mes de febrero del 2015 llegué a la ciudad de Niterói (Brasil) en el estado de Rio de Janeiro. Por medio de la Oficina de Internacionalización de la UFF logré conocer el campo de acción donde desarrollaría mi experiencia como estudiante y tutora de aulas de español para brasileiros.



Ciudad Rio de Janeiro

Con una gran afluencia de estudiantes extranjeros, el panorama en la Universidad era multicultural (personas de diferentes partes del mundo – diversidad de idiomas); llenaban cada día las aulas de Portugués. Así comienza esta reflexión acerca del reconocimiento de la identidad cultural de una colombiana en el exterior, con la que finalmente pretendo aportar al campo de la comunicación, mediante la sistematización de la experiencia que viví durante cinco meses consecutivos en la ciudad de Niterói.

La experiencia de intercambio es un pretexto para mirar como la academia y su teoría acerca de la identidad cultural es aplicable a la interpretación de esas vivencias, que conectan los ámbitos personal y profesional.

Con la reflexión que en este documento planteo, se explica cómo la identidad y la cultura son temáticas que desde su definición constituyen la columna vertebral de la Sistematización para establecer la forma en que se distingue nuestra identidad como colombianos en un contexto diferente.

Esta idea central se reconoció gracias al entorno particular de la ciudad de Niterói donde se desarrolló la experiencia de intercambio cultural, con personas del mismo país y de diferentes nacionalidades, lo cual hizo posible conocer en profundidad las opiniones acerca de los colombianos en otro lugar.



Estudiantes de intercambio de la UFF

Colombia era un país peligroso para los extranjeros con quienes tuve la oportunidad de establecer contacto en el intercambio por los casos de narcotráfico y el conflicto armado y otros grupos armados en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali. Este hecho, me obligó a identificar las ideas que existen a nivel mundial respecto a nuestro país, como punto de partida a lo que sería una reflexión más profunda acerca de cómo transformar esas percepciones.

Algunas de esas ideas acerca de Colombia la señalaban como “un territorio en alerta roja”, “en conflicto” categorizando las ciudades como Bogotá, Medellín y Cali como centros de

delincuencia y drogadicción producto de un desequilibrio social; aspectos que se exaltaban e incluso se exageraban.

Ante estos prejuicios, nació en mi la intención de rescatar la identidad cultural, que se refleja en lo que es propio de nuestro país y de esta forma me propuse organizar acciones para modificar las visiones negativas y proponer espacios de reflexión acerca de por qué se crea esta idea del colombiano en el mundo.

Las personas interesadas en este documento podrán entender cómo la Movilidad Internacional se convierte en una alternativa de crecimiento tanto personal, como profesional y académico; desde mi punto de vista es la praxis, la fuente principal, que facilita la comprensión entre lo que se observa en la experiencia y el aprendizaje académico, que contribuirá al desempeño profesional.

Para describir el proceso, es importante clasificar las diferentes etapas o hechos significativos que según Gilberto Giménez, citando la obra clásica de la sociología ‘La interpretación de las culturas’ de Clifford Geertz construyen la “telaraña de significados que nosotros mismos hemos tejido a nuestro alrededor y dentro de la cual quedamos ineluctablemente atrapados”...

2.1. Una ciudad... Niterói -Brasil

Niterói está ubicada en el Estado de Río de Janeiro en Brasil. Tiene una población de aproximadamente 495.000 habitantes, cuyas áreas reúnen gran cantidad de playas, entre ellas Gragoatá, das Flechas Icaraí, Sao Francisco, Charitas, y otras bahías caracterizadas por sus paisajes y el azul de los mares.

Situada del otro lado de la bahía de Guanabara, se encuentra la hermosa y tranquila Niteroi, unida a Río de Janeiro por el famoso puente del Río-Niteroi que tiene 14 kilómetros de extensión.



Tomado de: Google maps - Ubicación de Niterói

En idioma tupi-guaraní Niterói significa “agua escondida” y ofrece algunas de las más impresionantes vistas de la “ciudad maravillosa” es decir Rio de Janeiro.



Morro de Itacotiara. Archivo personal

Entre los lugares más llamativos e históricos se encuentra el Museo de Arte Contemporáneo de Niterói, un símbolo de la ciudad, que fue diseñado por el conocido arquitecto brasileño del Movimiento Moderno Oscar Niemeyer.



Museo de Arte Contemporáneo de Niterói. Archivo Personal.

En la actualidad, con la unificación del Estado de Río de Janeiro y del Estado de Guanabara, Niterói se ha convertido en la tercera ciudad con mayor calidad de vida de todo Brasil, con elegantes barrios, hermosas playas, amplia vida cultural y mucha historia que contar.

2.2 Cariocas

El "carioca" es el gentilicio más conocido en el Estado de Rio de Janeiro. La palabra "carioca" es originaria de la lengua Tupí (etnia que vivió en la zona de Rio de Janeiro desde el 8000 antes de Cristo y que desapareció a finales del siglo XVII por la enfermedad y la esclavitud) y viene de la unión de dos palabras: *kari-oca*, significa *casa-del blanco*, la cual hace referencia a una construcción en el Barrio Flamengo que representa el período de la colonización de Brasil por los portugueses.

La sencillez, generosidad, simpatía y la alegría son aspectos que caracterizan a las personas que viven en esta región y que posibilitan una cercanía con quien llega de otro lugar. En esta zona del país, particularmente, las personas son cálidas, no generan distancia con los visitantes y por esto es más fácil conocer sus tradiciones.

En pocas palabras, cuando llegué a la ciudad de Niterói me sentí impactada por los espacios que tenía; esos lugares que construye Augé (2009), significativos desde el escenario de la modernidad, notaba que encontrarse en espacios como la cafetería, las plazas o inclusive las mismas playas, era algo poco habitual para los cariocas; mientras que para mí se convertían en espacios con algo por descubrir.



Playa de Ipanema (Rio de Janeiro) Archivo Personal

Me sorprendía como las hermosas playas, se encontraban desoladas mientras que los centros comerciales tenían una gran afluencia de personas, más que todo habitantes de Niterói.

Augé, establece que la sobremodernidad es productora de “no lugares” espacios que no son identitarios, ni relacionados y mucho menos históricos. Es decir, las personas no caen en cuenta del significado que tiene los lugares como las playas, las calles, las plazas, los parques, los centros históricos... cargados de sentido acerca de quiénes son.

Esos “no lugares” los centros de concentración pública han captado la atención de las personas haciendo que ese sentido se pierda, tal como lo especifica Marc Augé. La monotonía genera un acoplamiento humano que sin notarlo propicia desinterés en las actividades humanas que se realizan a diario. Pero no hablemos solo de hechos; nuestras ciudades han transformado su ritmo de vida y la identidad que caracteriza su entorno.

¿Por qué se pierde el valor de nuestros espacios de anonimato? Como bien lo habíamos mencionado anteriormente, Augé establece que la antropología es capaz de compartir los espacios de contemporaneidad de manera que el conocimiento sea base del beneficio común.

Es decir, los espacios tienen una connotación histórica es determinada por aparatos publicitarios. De aquí, que los centros comerciales sean más visitados, y que el consumismo y el capital mercantilista sean más llamativos para las ciudades que un día en los parques temáticos de Rio de Janeiro.

Estos aparatos publicitarios crean una idea de libertad individual, te dicen: “si usas estos jeans te sentirás más libre” cuando en realidad la libertad se encuentra en esos lugares: un rincón en la plaza, un día de campo en los parques, un día de sol en la playa... que contienen la historia de quienes somos, en este caso de quienes son los cariocas.



Campus de la UFF. Tomada de: UFF oficial

Creo que este no sólo pasa en Brasil y a los brasileros, considero que globalmente la sociedad está inmersa en contextos deshumanizadores, donde las relaciones sociales son casi nulas y donde las identidades se reinventan.

Entonces, cuando obtenemos la oportunidad de una experiencia en espacios desconocidos, aprendemos de estos lugares, aunque para los residentes sean zonas de monotonía. Por ello, la cultura crea una definición de identidad que nos permite reconocer lo que es distinto a lo nuestro. Augé llamaría a esto la diferencia entre lo local y lo global y allí encontramos otro aspecto que determina la identidad.

2.3. Universidad Federal fluminense: El espacio de lo inolvidable

La Universidad Federal Fluminense (UFF) es una institución pública de enseñanza superior con sede principal en Niterói. Fue Fundada en 1960, cuando la ciudad aún era la sede del Estado de Río de Janeiro y se llamaba Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (nombre que hoy designa a la UNIRIO, otra universidad del mismo estado). En 1975 adoptó el nombre actual UFF.



Universidad Federal Fluminense (Sede Rectoría) Tomada de: UFF oficial

En la Universidad amplios lugares como el campus y el comedor universitario son espacios para compartir y apreciar la importancia de esta Universidad en la ciudad y el Estado de Río de Janeiro pues está conformada por más de 137 colegios y universidades en el estado de Río de Janeiro.

Tenía claro que la vivencia era temporal y que cada uno de los lugares que me rodeaban momentáneamente, marcarían esta experiencia de forma significativa, porque representaban a Brasil en todas sus dimensiones.

En este sentido, observaba cómo cada vez que ingresaba al comedor en la UFF estaba dispuesta a conocer a alguien diferente; a brindar conocimiento acerca de mi nacionalidad y reconocer la de los otros; era un espacio para el enriquecimiento diario; al mismo tiempo, me daba cuenta que cada plato de comida era una representación cultural totalmente desconocida e inclusive exótica para mí, que me enseñaba algo y representaba un valor agregado a mi experiencia. El hecho de saber que mi estadía era corta generaba una apreciación mayor de todo lo que allí vivía.



Restaurante Universitario de UFF.

Conocer estos lugares, me permitió consolidar la idea de poner a prueba conocimientos previos en el campo de la comunicación social; compartir con estudiantes de la institución; además, enfrentar el conjunto de sensaciones, como ansias, nervios, miedo pero también alegría, pues es inevitable apartar las emociones y sentimientos ante un cambio de contexto tan radical. En este sentido, es importante exaltar que el aprendizaje personal es invaluable porque logre afianzar identidad personal: me reconocí como una mujer capaz, emprendedora, decidida, pero sobre todo valiente para vivir plenamente esta experiencia.

Estudiar en el exterior es una aventura realmente enriquecedora, pero siempre existía la incertidumbre ante las situaciones que podía encontrar en el día a día: ¿cómo serán las clases? ¿Lograré que me entiendan? ¿Cómo me recibirán mis compañeros y profesores?

¿Podré entender las clases dictadas en portugués? Y otras tantas eran las preguntas que pasaban por mi mente.

Sin embargo, muchas experiencias me mantuvieron consciente de mis fortalezas y capacidades. Por ejemplo, en el campo académico fue interesante la oportunidad de presentar y compartir en los inicios de las actividades realizadas en Colombia en materia de periodismo y comunicación social, las cuales facilitaron el acercamiento con docentes e incluso compañeros de aula, dando un abre bocas de las competencias que tiene la Universidad de Minuto de Dios, Centro Regional Soacha en esta área.

Para ilustrar lo anterior, retomé el producto audiovisual del Diplomado en Realización Documentaria adelantado en la Universidad Minuto de Dios en enero del 2014 y que se concluyó a mitad del mismo año. Este documento audiovisual, llamado ‘Explosión Urbana’ revela la importancia que tiene el Grafitti en el Municipio de Soacha (Cundinamarca) y lo presenté en la asignatura de Realización Audiovisual en la Universidades Federal Fluminense, dentro de las cátedras que debía cursar en el intercambio.

2.4 El Idioma como puente de Comunicación

Dentro de la misma Universidad (UFF) existía la facilidad de mejorar el idioma el portugués, su aprendizaje se convirtió en un aspecto fundamental para comunicarme cada día. Así que no solamente en las clases era importante hablarlo y comprenderlo.

Como este era mi principal reto, nunca tuve duda en lograr aprender el idioma y apropiarlo como parte de mi educación. Este reto determinaría mi estadía pues desde que me baje del avión tenía que comunicarme con las personas que me rodeaban. Así logre construir una comunicación directa tanto con mis compañeros, profesores, amigos y todas las personas en el cotidiano.

Es impresionante como un lenguaje se convierte en la herramienta para lograr una comunicación clara y que permita la construcción de lazos sociales e inclusive la interpretación de un determinado contexto: desde una señal de tránsito, el menú, el aviso del bus... y en este orden de ideas, el lenguaje ayuda a comprender el significado que posee todo lo que se encuentra en ese contexto, es decir en Niterói.

Al aprender portugués todo a mi paso hablaba de la identidad cultural colectiva de los brasileños: los recintos, las plazas históricas; los museos representativos de la cultura nacional y los monumentos representativos de las ciudades...

En estos espacios, no sólo se logró socializar con personas de Colombia sino también con personas de diversas nacionalidades: alemanes, mexicanos, chilenos, españoles, franceses; entre otros países, determinando el portugués como puente de comunicación entre todos, sin importar las raíces o los diversos idiomas que se encontraban en el mismo lugar.

La multiculturalidad que existía en estos espacios (Universidad, playas, casas, sitios de reunión social) adquirieron una importancia para la comunicación entre todos los extranjeros. Aunque los dialectos en su mayoría tenían orígenes opuestos y casi incomprensibles para quienes hablaban solo su idioma natal, el portugués se convirtió en el común denominador de los diálogos entre los compañeros, además del inglés que era la segunda opción para lograr la comunicación en caso de que no conociéramos el primero.



Intercambio cultural –multiculturalidad-

Sin embargo, esto obligó a aprender rápidamente el idioma y aplicarlo a nuestro diario vivir. Un ejemplo de ello, fue mi relación con los estudiantes provenientes de Francia, con quienes al pasar de los días logramos interactuar y comprendernos mejor gracias a las conversaciones que sosteníamos en portugués y que crearon lazos de amistad que nos llevaron a intercambiar información acerca de nuestras culturas.

Es así, como después de tres meses de radicarme en este lugar, logré aprender ágilmente el idioma que ahora manejo como segunda lengua. No solamente por la posibilidad de hablar el idioma, sino por otros logros como: obtener mi práctica profesional, tener la aptitud de comunicarme con un brasilero en su idioma y el regreso a Colombia con una fortaleza en mi currículum que genera mayores alternativas de vida.

2.5 La Práctica Profesional

Para inicios del semestre logré ser la tutora de las aulas de español para brasileros licenciados en lengua castellana, quienes querían perfeccionar el español. El hecho de permanecer y participar en clases de mi lengua natal, significó un reconocimiento propio a la complejidad de mi idioma nativo y al valor desde la semiología que sostiene en su expresión.

Este punto, considero que cumplió una función primordial en mi aprendizaje profesional, pues el compartir el conocimiento de mi idioma me brindó la posibilidad de crecer y comprender que tenía en mis manos una herramienta pedagógica que motiva el interés de los brasileros a comunicarse en un lenguaje tan diverso.

De hecho, la docente que dirigía la clase era de nacionalidad española y llevaba más de 15 años viviendo en Brasil, por lo tanto, su manejo con la lengua portuguesa ya le era familiar. La comunicación con esta profesora facilitó el desarrollo en la programación de clases y contribuyó a proponer nuevos temas que consolidarán los diferentes modos que se podrían encontrar en el español. Por ejemplo, en cuanto a la gramática los pronombres personales variaba: “vosotros” de España, se explicó en la clase que era diferente al “ustedes” para los países de habla castellana.

En este sentido, también se logró ilustrar en profundidad la cultura colombiana. En una de las clases, la docente a cargo me propuso exponer en español sobre mi país y sus características propias. Aunque compartí con personas de diferentes partes del mundo, logré comprender las similitudes entre las opiniones de los compañeros y conocidos sobre la palabra COLOMBIA, que no solamente es Cumbia y personajes artísticos como nobel de literatura Gabriel García Márquez; sino también la asociación con nombres como Pablo Escobar y El Capo. Muchos al final de la presentación me preguntaban por el “famoso narcotraficante” Pablo Escobar, hecho que evidentemente tuve que explicar.

El mundo del espectáculo ha conformado códigos de representación mundial. Miremos por ejemplo, referentes del futbol como Maradona o Ronaldinho, cuyas nacionalidades – argentina y brasilera- establecen un estereotipo que por años se fortalece a nivel mundial. Estos países se caracterizan por tener prácticamente los mejores triunfos y jugadores del futbol, como hoy Messi y Cristiano Ronaldo. Para Colombia no existe duda alguna de que existe un reconocimiento en cuanto a la historia del futbol y los logros de personajes como el famoso jugador de futbol ‘El Pibe Valderrama’. Sin embargo, en Latinoamérica hay un patrón que califica la historia de Colombia y son las producciones para televisión colombianas el referente de este tema, establecen hechos, que personalmente, me generaron impotencia porque ante los ojos de quienes nos miran afuera todos somos “Escobar”.

Los medios de comunicación le exportan al mundo historias como por ejemplo: “Pablo Escobar: el patrón del mal” se observa en la producción para televisión con una gran mezcla ficción como un personaje marcó la historia del país creando toda un cartel de Capos, que como él son los autores intelectuales de numerosos asesinatos de políticos, periodistas e inclusive a socios de la mafia, además de ser el propulsor de carteles de droga y narcotráfico en el país del siglo pasado.

En este sentido es curioso cómo las personas de otros países imitan el acento “paisa” como si todos los habitantes del país hablaran de la misma forma a como lo hacen las personas de los Departamentos de Antioquia o Caldas. En este caso, nuestra identidad se encuentra en estado lamentable. Además, eran más quienes hablaban del famoso “Escobar” que quienes sabían de Gabriel García Márquez.

Con todo, mi respuesta siempre hablarles de Colombia y su diversidad de sitios y de su cultura y la invitación a conocer nuestro país para que lograran trascender esas ideas acerca de quiénes somos.

Es así como la identidad cultural, cumplió un papel fundamental al conocer aspectos que no debían generalizar; y desde ese momento inicié un proceso más ilustrativo para los

compañeros de las tutorías. Por medio de diapositivas y videos que contextualizaron una Colombia como yo la reconocía, colorida en sus paisajes, colonial, segura, con calidez humana, belleza, riqueza natural... en fin con todos los aspectos que eran esenciales para mí. Desde ese día las impresiones acerca de Colombia que sostenían los estudiantes en el aula cambiaron, se evidenció una a cercanía mayor a lo que antes definían como 'peligrosa'.

Capítulo III: Hacia una interpretación crítica

Para profundizar académicamente en el proceso de Internacionalización, acudiré a la fundamentación teórica desde el autor Gilberto Giménez, investigador mexicano y doctor en Sociología de la Universidad de la Sorbona, Licenciado en Ciencias Sociales, quien a través de su texto “La Cultura como identidad y la identidad como cultura” permite abordar con profundidad cada una de las dimensiones que reconozco como parte mi experiencia; sin dejar a un lado los autores que he consultado para complementar cada uno de los siguientes apartados:

3.1 Identidad y Cultura

Desde la sociología, la identidad es considerada como una construcción social que está determinada por el contexto y ese contexto tiene una historia. Para Giménez, la cultura es un todo social conformado por significados inherentes a las prácticas que desarrollan los individuos en determinados contextos (2004).

El autor señala que ambos conceptos (identidad – cultura) son interdependientes en la medida en que: “La primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos”

En este sentido, Brasil es el escenario que guarda un sin número de tradiciones y comportamientos culturales que por generaciones han simbolizado sus procesos históricos. La cultura reflejada en sus habitantes es parte de la construcción social de su identidad; es así, como siendo colombiana me puedo distinguir de los cariocas observando sus particularidades culturales que limitan su identidad brasilera ante personas que no pertenecen a ese país, como yo.

De acuerdo a su origen, las personas estas unidas a una historia, que las hace identificarse con como miembros de un colectivo, en este caso de un país, desarrollando en ellos un sentido de pertenencia, que les permite establecer los límites para diferenciarse de quienes no son como ellos.

En este sentido, la cultura recrea un mar de significados compuestos por imágenes y símbolos observables por los sujetos en un mismo espacio, pero son los sujetos quienes determinan su identidad, mediante un proceso subjetivo.

Vale la pena aclarar cómo se construye ese proceso subjetivo, es mediante ideas; es decir mientras como individuo voy desarrollando mis procesos vitales como: el crecimiento de mi cuerpo, la adquisición de conocimientos, mis relaciones personales, el reconocimiento de normas y valores entre otros, voy definiendo quien soy, es decir mi identidad.

Para el autor, la identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores.

La cultura es la base para que la identidad se establezca porque de ahí tomamos aspectos que van a definir nuestra identidad y que nos van a otorgar un sentido de pertenencia a ese contexto.

Es así como logré reconocer mi propia identidad como colombiana y diferenciarla de los demás, en la medida en que se intensificaban mis costumbres colombianas en Brasil; al mismo tiempo, notaba como era la otra en la medida en que yo no hablaba igual a ello, como por ejemplo cuando notaba mi curiosa pronunciación al hablar portugués. De esta manera los cariocas, me identificaban como ‘extranjera’ y desde su mirada yo era la otra: la extranjera, la que no era como ellos.

Giménez, define que desde los límites se pueden identificar patrones culturales propios de cada un individuo. Por ejemplo, podemos establecer que un africano no tiene las mismas características de un alemán empezando por el lenguaje, la historia y sus rasgos físicos.

Por lo anterior, al observar mi proceso en Niteroi empecé a reconocer esos límites: no soy brasilera, soy colombiana; porque nací en Bogotá y no en Rio de Janeiro; porque hablo español y no portugués; porque como tamal y no salgados; porque en mi país hay comunas y no favelas; porque bailo cumbia y no samba. Esta es una forma de comparar estos dos contextos culturales que marcan la diferencia entre cada uno.

Giménez establece que “la existencia de fronteras simbólicas y culturales, es una forma de reconocimiento de sí mismo y de la existencia de un “otro”; de la diferencia de lo que se concibe como “local” (o inmediato, familiar) en relación con “lo global” (externo, amplio, abstracto)”.

Siendo así, es necesario exaltar también que al encontrarse en un entorno diferente al habitual (en este caso ajeno a Colombia) el contacto con otras personas, permite esclarecer la identidad no sólo como individuo sino a nivel colectivo; es decir, soy colombiana y pertenezco a un colectivo que se define de la misma manera.

A los colombianos en Brasil se nos caracteriza por ser personas con un entusiasmo llamativo, por tener un alma emprendedora, por ser amantes de la música y el baile, por nuestra puntualidad, por sonreír sin importar las tristezas y por ser personas perseverantes y productivas laboralmente.



Cristo redentor en Rio de Janeiro

Durante la experiencia de intercambio, junto a los otros estudiantes colombianos éramos considerados las personas más comprometidas en cuanto a las labores académicas.

Giménez establece que: “La cultura es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en “formas simbólicas”, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados, porque para nosotros, sociólogos y antropólogos, todos los hechos sociales se hallan inscritos en un determinado contexto espacio-temporal.”

Para ilustrar este aspecto relacionado con la temporalidad y el espacio, el cambio de contexto al movilizarme de un Municipio como Soacha a una ciudad como Niterói me hizo notar cómo era reconocida en un espacio diferente por ser diferente, pues en Colombia todos somos iguales, mientras que al estar en un espacio diferente se exalta quienes somos. Es como si la cotidianidad nos convirtiera en sujetos “comunes” sin reconocimiento. Esa monotonía de la que habla Augé, en su libro *Los No lugares*, la cual hace que nos perdamos en el anonimato.

3.2 Identidad personal

El antropólogo francés Marc Augé realiza desde la antropología una reflexión acerca de lo que determina “la individualidad absoluta” afirmando que “La etnología como método investigativo sitúa la necesidad en el corazón mismo de la individualidad e impide separar la cuestión de la identidad colectiva de la individual”, en este sentido la representación del individuo es una construcción social que le interesa a la antropología, porque toda representación del individuo es una representación del vínculo social.

Siguiendo a Augé, es imposible separar la identidad personal de la identidad colectiva porque ambas van con nosotros, son los aspectos que nos caracterizan y nos identifican. Por ejemplo, de mi experiencia en Niterói cuando viví con una familia brasilera los primeros cuatro meses logré construir una confianza especial, compartí historias y me sentí parte de este hogar; mientras que se resaltaba mi identidad personal, la familia demostró un aprecio especial, que según ellos me diferenciaba del resto de colombianos que antes habían conocido.

Esa identidad personal va con nosotros así se esté haciendo referencia a la identidad colectiva, otro ejemplo de ello es cuando me estaba preparando en Colombia para el proceso de intercambio, una de las principales recomendaciones que la Universidad Minuto

de Dios nos hizo a los estudiantes fue que siempre recordáramos que todas nuestras acciones personales, se verían reflejadas en lo que éramos como ciudadanos colombianos y estudiantes. En este sentido como lo señala Augé, la identidad individual es una categoría dependiente de la colectiva.

Giménez dice que la identidad individual se constituye a partir de atributos culturales como la pertenencia social que establece una identificación en común con un grupo u otra persona que comparte los mismos intereses, gustos, objetivos, etc.

Durante el tiempo de Intercambio también logré observar la unión que existía con personas del mismo país al compartir los mismos hábitos, lugares e incluso costumbres alimentarias, aspectos que unen por el hecho de pertenecer al mismo entorno cultural; pero al mismo tiempo, evidencian la identidad individual en la medida en que cada persona piensa y actúa de forma diferente.

Al mismo tiempo, el sujeto puede ser único al diferenciarse de los demás. Este es un aspecto más personal y que refleja el “yo” con el “mío”, otorgando una pauta esencial para ser visto como distinto, según Giménez

3.3 Identidades colectivas

Esto es un ejemplo de una cita que citó Gilberto Giménez (como se cita en Giménez, 2003) “Las pasiones y los sentimientos, el amor y el odio, la fe y el miedo forman parte de un cuerpo que actúa. Este nivel cognitivo no implica necesariamente, según Melucci, un marco unificado y coherente. Las definiciones pueden ser diferentes y hasta contradictorias colectivamente, de modo particular en áreas de la vida social menos institucionalizadas, como aquellas donde se mueven los movimientos sociales” – dice Melucci (p. 70-71).

Cuando hablamos de identidad colectiva entendemos que las personas se unen en torno a un objetivo común buscando un beneficio común. Vale la pena aclarar que mi intención al citar a Melucci es traer a colación ese ser parte de un grupo, que también está relacionado con las emociones. Según este autor para hacer parte de un colectivo es necesario mantener un involucramiento emocional que incentive a los partícipes.

Generalmente el sentirse identificado es una cuestión importante, ese considerarse “yo hago parte de” que define ser parte de una lucha constructiva por ‘quienes somos’.



Estudiantes de intercambio de la UFF provenientes de Colombia (2015)

Durante la Copa América de Fútbol en Chile, todos los estudiantes en Brasil nos reunimos para asistir a los diferentes partidos. De acuerdo con nuestros países de origen se busco representar rasgos de nuestra cultura en los colores de nuestras banderas, camisetas e inclusive los himnos nacionales; este tipo de actividades reflejaban lo que Giménez define

como pasión, sentimientos y fe refiriéndose a como estas emociones no vinculan a una identidad colectiva, que buscaba el reconocimiento por parte de los otros estudiantes.

En este caso, en una oportunidad entre los estudiantes intercambistas optamos por realizar una comida donde cada uno preparo un plato típico de su país, con la idea de compartir la tradición culinaria. Junto a un compañero colombiano preparamos las conocidas ‘Arepas rellenas’ y también ‘Arepuelas’, observé que en el momento de la preparación, ambos conocíamos la receta y este es un claro ejemplo acerca de cómo la identidad colectiva nos dio esa idea común de cómo hacerlo.



‘Comida internacional’ entre estudiantes de intercambio de la UFF

3.4 Sentido de pertenencia

Antony Cohen, especifica que “ser miembro de” es evocar para “ellos”, que no significa para los “otros”. En este mismo orden de ideas, podemos incluir que no solo somos conscientes de nuestra cultura sino que le atribuimos valor, ya sea de manera positiva o negativa. De aquí que exista una razón para proponer el cuestionamiento de la imagen en otro contexto de un colombiano en el exterior, pero cabe preguntarse primero cómo nos reconocemos interiormente o colectivamente para luego cuestionar la perspectiva de los otros.

“La distintividad se da por la valoración del mismo” según Cohen. En este sentido mi reflexión se orienta hacia los cuestionamientos que constantemente nos hacemos de quienes somos como colombianos, a esa indiferencia, a esa falta de historia, a esa desinformación acerca de nuestro potencial como colectivo, lo que nos caracteriza y diferencia parece perdido y solo lo vemos cuando estamos fuera en otro lugar.

No identifico aquí la solidaridad, la tolerancia, la memoria, la historia... lo que sea que nos haga falta para sentirnos colombianos y actuar de manera más propositiva para buscar un bien común.

3.5 Reconocimiento

Gilberto Giménez dice que “El fenómeno del reconocimiento (la *Anerkennung* de Hegel) es la operación fundamental en la constitución de las identidades. En buena parte – dice Pizzorno – nuestra identidad es definida por otros, en particular por aquellos que se arrogan el poder de otorgar reconocimientos “legítimos” desde una posición dominante. “En los años treinta lo importante era cómo las instituciones alemanas definían a los judíos, y no cómo éstos se definían a sí mismos” (Pizzorno, 2000: 205 y ss.)

Siendo así, podemos decir que las identidades son base de reconocimiento tanto colectivo como individual, por lo tanto se puede decir que siempre existirá la idea de destacar un valor significativo que diferencia a un sujeto de los demás; o estigmas que descalifiquen un individuo o grupo.

Al momento de dialogar con diferentes compañeros de la misma nacionalidad sobre el trato que han tenido en el exterior, la mayoría concluyó que en los aeropuertos a nivel mundial han sufrido algún tipo de discriminación, ya sea por viajar con la camiseta de Colombia, por llevar algún tipo de alimento o en 'peor' de los caso, salir del país es un motivo que se suma para recibir este tipo de tratos discriminatorios en el mundo.

En cuanto a la perspectiva que se tiene Colombia en el exterior las generalizaciones cumplen con la función de calificar a todas las personas por información suministrada por los medios de comunicación que relacionan a todos los colombianos como narcotraficantes o paramilitares.

¿Por qué existe este prejuicio? No negaré que existe un periodo que marco la historia de Colombia en los años ochenta, pero, considero que la generalización de estos hechos no debe calificar colectivamente a los colombianos. Sin duda el papel de los medios de comunicación como “cajas de resonancia” emiten información sin profundizar en el contenido de los mensajes, ocasionando desinformación y prejuicios a nivel mundial que afectan nuestra identidad colectiva y el reconocimiento que todo grupo merece.

3.6 Identidad del espejo

Giménez nombra a Max Weber (2003), incluye que todo actor social es un personaje que tiene una posición dentro de la sociedad, ya sea económica, política, educacional o social; al mismo tiempo dice que este actor social no existe sin la interacción con otras personas y que por naturaleza tiene un poder ya sea sobre otros o sobre sí mismo. Es así como la

identidad de un actor social es distintiva por la imagen que otros tienen de él; y que por último, todo actor se encuentra en un proceso de socialización y constante aprendizaje.

Ya hemos hablado que es necesario ser percibido como distinto para mantener esa identidad y cultura que denomina ser un actor social; sin embargo la forma en que nos vemos será la misma en la que nos verán en el exterior, de ahí el valor que nos den los “otros”.

Ante este apartado creo que puede ser un problema más de cómo somos los colombianos y lo que hemos hecho para que exista una evaluación en ocasiones con adjetivos negativos. Pero considero que no parte únicamente de lo que hablan los colombianos; sino de la imagen que expresan los medios de comunicación del país. Las producciones y las noticias se encargan de otorgarle un significado a nuestra cultura y es de esta manera se da un valor en la manera en que los “otros” observan los hechos colombianos.

Estos contenidos en particular vienen cargados de temas como: narcotráfico, violencia, delincuencia, inseguridad, prostitución, entre otros que contribuyen para la producción global de mensajes negativos, más no de la idiosincrasia de los colombianos.

Giménez, nuevamente permite aclarar y profundizar en este aspecto fundamental de la imagen del colombiano en el exterior, que borra de los otros su identidad: “La autoidentificación del sujeto tiene que ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente, porque, como dice Bourdieu: “el mundo social es también representación y voluntad, y existir socialmente también quiere decir ser percibido, y por cierto ser percibido como distinto” 14 (1982: 142). En términos interaccionistas diríamos que nuestra identidad es una “identidad de espejo” (looking glass self:), es decir, que ella resulta de cómo nos vemos y cómo nos ven los demás. Este proceso no es estático sino dinámico y cambiante.” Lamentablemente, ellos nos ven así, porque nosotros nos mostramos así.

3.7 Producción del sentido e imagen globalizada

Según *Manuel Castells en su texto Globalización, identidad y estado en América Latina (2004)* afirma que la comunicación se convierte en herramienta de lazo social y al mismo tiempo de desigualdad: *“Incluyente de todo lo que tiene valor según los códigos dominantes en los flujos y excluyente de todo aquello que, según dichos códigos, no tiene valor o deja de tenerlo.”*

Existe una batalla de poderes y estos poderes dominan nuestras mentes a través de unos códigos de comunicación que dominan nuestras emociones y sentimientos como espectadores. Esa relación entre el poder y la comunicación es un escenario donde se están construyendo alianzas, donde el miedo es el que maneja el mundo.

Este poder genera un pesimismo, estado de resignación y fatalismo a nivel global y se está cambiando “el optimismo histórico” por “el pesimismo histórico” que como podemos reflexionar es lo que le está a Colombia, teniendo en cuenta mi reflexión acerca de cómo nuestra identidad que sería ese “optimismo histórico”, esta pérdida a los ojos del mundo por ese “pesimismo histórico” que han creado los medios de comunicación.

Los medios se están sesgando hacia el espectáculo, haciendo que lo humano se convierta en farándula y en escándalo porque resulta lo más rentable y es la manera para quitarle poder a los espectadores frente a esas situaciones, que al reflexionar son graves, haciéndolas pasar como “realitys” con un componente de ficción que le quita su sentido y lo frivoliza.

Eso pasa cuando los medios de comunicación y las empresas productoras audiovisuales con la idea de adquirir más público y dinero acuden a este tipo de productos que sesgan a las personas vendiéndoles prejuicios y generándoles ideas desfavorables como el miedo, el conformismo, la inseguridad, el pesimismo que borran la historia de quienes somos.

Para Castells, el principio identitario dominante en América Latina es la identidad nacional, pero esta identidad se ha perdido. Al llegar lo privado, el estado ha desconocido lo propio del país. Lo privado pasó a la identidad religiosa y lo público a la política, lo que ha hecho que en Colombia en los años 90 se creara una crisis de identidad, que fue el principio de cohesión social.

En este sentido, la identidad cultural es desplazada por la política, por la separación entre el estado y la nación, donde la identidad nacional se convierte en un principio débil, no público, ni propio. Así la identidad nacional es suplantada por el individualismo manejado por el mercado y reafirmando por la idea de una nación abandonada por su estado. En resumen, dice Castells “la ideología del mercado ha sustituido la ideología nacional”

Desde Augé, en el texto “Los no lugares” nadie expresa mejor este punto de vista que Pierre Nora, en su prefacio al primer volumen de los *Lieux de mémoire*: “Lo que buscamos en la acumulación religiosa de los testimonios, de los documentos, de las imágenes, de todos los *"signos visibles de lo que fue"* dice fundamentalmente, es nuestra diferencia y *"en el espectáculo de esta diferencia el destello súbito de una inhallable identidad. Ya no una génesis sino el desciframiento de lo que somos a la luz de lo que ya no somos"*.

Capítulo IV. Aprendizajes, necesidades y recomendaciones

- La experiencia de intercambio es un pretexto para mirar como la academia y su teoría acerca de la identidad cultural es aplicable a la interpretación de esas vivencias, que conectan los ámbitos personal y profesional.

- Con la reflexión que en este documento planteo, se explica cómo la identidad y la cultura son temáticas que desde su definición constituyen la columna vertebral de la Sistematización para establecer la forma en que se distingue nuestra identidad como colombianos en un contexto diferente.

- La cultura crea una definición de identidad que nos permite reconocer lo que es distinto a lo nuestro. Entonces, cuando obtenemos la oportunidad de una experiencia en espacios desconocidos, aprendemos de estos lugares, aunque para los residentes sean zonas de monotonía. Por ello, la cultura crea una definición de identidad que nos permite reconocer lo que es distinto a lo nuestro. Augé llamaría a esto la diferencia entre lo local y lo global y allí encontramos otro aspecto que determina la identidad.

- Es impresionante como un lenguaje se convierte en la herramienta para lograr una comunicación clara y que permita la construcción de lazos sociales e inclusive la interpretación de un determinado contexto: desde una señal de tránsito, el menú, el aviso del bus... y en este orden de ideas, el lenguaje ayuda a comprender el significado que posee todo lo que se encuentra en ese contexto.

- Desde la sociología, la identidad es considerada como una construcción social que está determinada por el contexto y ese contexto tiene una historia. Para Giménez, la

cultura es un todo social conformado por significados inherentes a las prácticas que desarrollan los individuos en determinados contextos.

- Como señalan los autores: “La cultura es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en “formas simbólicas”, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados, porque para nosotros, sociólogos y antropólogos, todos los hechos sociales se hallan inscritos en un determinado contexto espacio-temporal.” De ahí que la identidad sea definida desde la sociología como una construcción social, es decir determinada por un contexto, lo cual determina su carácter histórico.
- Cuando hablamos de la identidad colectiva, generalmente el sentirse identificado es una cuestión importante, ese considerarse “yo hago parte de” que define ser parte de una lucha constructiva por ser ‘quienes somos’.
- Las identidades son base de reconocimiento tanto colectivo como individual, por lo tanto se puede decir que siempre existirá la idea de destacar un valor significativo que diferencia a un sujeto de los demás; o estigmas que descalifiquen un individuo o grupo.
- En este mismo orden de ideas, podemos incluir que no solo somos conscientes de nuestra cultura sino que le atribuimos valor, ya sea de manera positiva o negativa. De aquí que exista una razón para proponer el cuestionamiento de la imagen en otro contexto de un colombiano en el exterior, pero cabe preguntarse primero cómo nos reconocemos interiormente o colectivamente para luego cuestionar la perspectiva de los otros.

- Los medios de comunicación y las empresas productoras audiovisuales con la idea de adquirir más público y dinero acuden a este tipo de productos que sesgan a las personas vendiéndoles prejuicios y generándoles ideas desfavorables como el miedo, el conformismo, la inseguridad, el pesimismo que borran la historia de quienes somos.

- Cuando hablamos de identidad lo que buscamos es resignificar el sentido de quienes somos por medio de nuestra historia para transformar lo que podemos llegar a ser.

- Esta experiencia me permitió conocer la teoría de la identidad cultural y hacer un proceso de reflexión que me permitió interpretar esa situación que no era solo mía, sino que involucraba a más personas: el ser colombiano.

- Respecto a los medios de comunicación considero que las nuevas generaciones y los futuros profesionales en el campo de la comunicación tiene el reto de ser críticos ante esos medios y proponer alternativas que permitan afianzar la identidad cultural de Colombia.

- Nuevas estrategias requieren los medios de comunicación para cambiar los prejuicios que crean con sus productos orientados al mercado.

- Como comunicadora social – periodista he aprendido que la misión de los medios de comunicación no debe limitarse al hecho de informar sino educar por medio de contenidos que contribuyan al reconocimiento de quiénes somos y a la exaltación de nuestra cultura.

Bibliografía

- Augé, Marc (2000) *“Los no lugares, espacios del Anonimato”* Editorial Gedisa. Barcelona.
- Bohórquez Isaza, Martha (2012) *“Del andar... huella y memoria” Procesos de Construcción de autonomía de las integrantes de la Federación Departamental de Mujeres Campesinas de Cundinamarca (FEDEMUCC)* Tesis Inédita Maestría en Estudios de Género. Bogotá.
- Castells, Manuel (1999) *“Globalización, identidad y estado en América Latina”* En: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Cuadernillo temas de desarrollo humano sustentable. Santiago de Chile.
- Castells, Manuel. 2000. “Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad red” En *La era de la información* volumen II: el poder de la identidad. México, Fondo de Cultura Económica, pp 27-90.
- Ferreira Jennifer, Heredia Alejandra y Leaver Cristina (2015) *“Imagen país: Conociendo y entendiendo las percepciones y asociaciones de los brasileños frente a Colombia”* Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA- Maestría en Dirección de Marketing (Tesis) Bogotá.
- Flórez, Ivonne (2005) *Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio social: una discusión teórica. México.*
- Giménez, Gilberto (2003). *“La cultura como identidad y la identidad como cultura”*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Instituto de investigaciones sociales de la UNAM. México.

- González, Catalina (1998) *Identidad, Violencia y Mala imagen de Colombia*. Revista Signo y Pensamiento No. 32. Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación. Pág. 71-82.
- Magallón Portolés, Carmen (2011) *Ciencia, pensamiento y necesidades humanas: una reflexión desde la responsabilidad*. Seminario de investigación para la paz. www.seipaz.org. Zaragoza
 Disponible en:
<http://www.seipaz.org/documentos/15.MAGALLON%20PORTOLESciencia,%20pensamiento%20y%20necesidades%20humanas.pdf>
- Magallón Portolés, Carmen (2002). *Del pasado al futuro: anotaciones feministas para una ciencia democrática*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Universidad Minuto de Dios. Documento No. 3: Sistematización de la Práctica Profesional y la Movilidad Internacional.