

Aspectos emocionales de la percepción del español en estudiantes universitarios franceses

José Carlos de Hoyos
Université Lumière Lyon 2

RESUMEN

Con el objetivo de conocer los motivos que conducen a los estudiantes universitarios a elegir la lengua española dentro de su *curriculum*, hemos llevado a cabo una encuesta consistente en dos cuestionarios: el primero dedicado a preguntas relacionadas con su recorrido académico, con los intereses que les orientan hacia ciertas lenguas y culturas, con su futuro profesional y con otros aspectos relativos a su elección lingüística; el segundo consagrado a preguntas de orden estrictamente cultural.

El resultado de estos análisis nos proporciona la información necesaria para conocer, por un lado, al público universitario de nuestras clases de lengua y, por otro, su percepción cultural de los países donde se habla español. Gracias a las respuestas obtenidas, hemos podido “radiografiar” un universo que abarca desde el primer año de Licence (LLCE y LEA) hasta el primer año de Master.

Este trabajo pretende ahondar en las múltiples reflexiones que desde hace unos años se elaboran en el seno del Ministerio de Asuntos Exteriores español en torno al concepto “Imagen de España”, continuar nuestras investigaciones (« *Soleil versus difficile, mais intéressant*. Enquête auprès des étudiants d’espagnol et d’allemand à l’Université de Valenciennes », in J. C. Herreras (dir.), *L’enseignement de l’espagnol en France : réalités et perspectives*, Presses Universitaires de Valenciennes, Valenciennes, 2008, p. 111-123) y, al mismo tiempo, establecer un diálogo con encuestas similares a la nuestra, como la presentada en el primer congreso de la APFUE-SHF (N. Auger y S. Clerc, « Les représentations de l’hispanité chez des élèves français : constat et urgence d’une pédagogie interculturelle », Sevilla, 2005).

Aspectos emocionales de la percepción del español en estudiantes universitarios franceses

José Carlos de Hoyos
Université Lumière Lyon 2

“Hay ciertos países que, por así decir, están obligados o condenados a suministrar cierto tipo de fantasías a los demás, aunque sean sólo fantasías destinadas a hacerse visibles en el prospecto de una agencia de viajes, y España, no cabe duda, es uno de ellos”
Javier Marías, “No pareces español” (1990)¹.

Introducción

El hecho de que el español sea la segunda lengua de estudio del alumnado francés (en los niveles de la enseñanza secundaria y universitaria²) y que el hispanismo francés sea uno de los más desarrollados a nivel mundial (por su tradición, número de profesores universitarios o presencia de instituciones como el Instituto Cervantes en su suelo), hace que la enseñanza de la lengua y la cultura hispánica no pueda considerarse como meramente anecdótica o instrumental. Una enseñanza de esta envergadura y con las consecuencias económicas para las relaciones franco-españolas, merece ser analizada desde el punto de vista de la representación cultural que el otro establece de la lengua estudiada.

Para el caso de Francia, podemos considerar que la cita que abre este trabajo del escritor Javier Marías representa un exceso de percepción y que asignar el valor de creador de fantasías a la cultura española no se ajusta a la realidad. Sin embargo, sí es cierto que aunque no seamos fuente de tales fantasías, al menos España puede considerarse como un destino privilegiado de la sociedad francesa para sus vacaciones, lo que al menos podría justificar el segundo término del razonamiento: el turismo. En cualquier caso, es un hecho incontestable que los franceses se interesan por la cultura y por la lengua de los países hispanohablantes, ya sea por sus desplazamientos turísticos, por sus intercambios comerciales, por su literatura o por el simple estudio de la lengua. Estos variados contactos crean en la sociedad francesa una imagen de la cultura extranjera que, sin corresponderse exactamente con la intuición de Marías, sí suscitan cierta inquietud entre los investigadores que se han ocupado de ella; así podemos comprobarlo por investigaciones recientes, como la presentada en el Congreso *La cultura del Otro*, APFUE-SHF, Sevilla, 2005, por Nathalie Auger y Sthéphanie Clerc, donde

¹ Artículo publicado primeramente en *El Europeo*, septiembre de 1990, y luego recogido en Javier MARÍAS, *Pasiones pasadas*, Barcelona: Anagrama, 1991, p. 116. Agradezco a la profesora Isabel VÁSQUEZ DE CASTRO que me proporcionara la referencia exacta del artículo citado.

² Para la enseñanza secundaria se calcula que un 38 % de los estudiantes escogen el español como primera, segunda o tercera lengua (datos del año 2004-2005), además en la enseñanza universitaria se considera que un total de 35930 estudiantes habían escogido la especialidad LLCE o LEA en su versión española (datos del año 2000-2001), número de alumnos superior al de alemán, pero inferior al de inglés. Datos procedentes de José Carlos HERRERAS, “La place de l’espagnol dans l’enseignement secondaire et supérieur en France”, en José Carlos HERRERAS (dir.), *L’enseignement de l’espagnol en France: réalités et perspectives*, Valenciennes: Presses Universitaires de Valenciennes, p. 11-26.

reclamaban con urgencia una nueva pedagogía intercultural para comunicar más eficazmente la *hispanidad* a los estudiantes franceses³.

Inquietudes similares a las evocadas, han llevado a investigadores españoles a preocuparse por esta imagen, concluyendo que el español es sentido internacionalmente con un cargado aspecto emocional. Así nos lo recuerdan Emilio Lamo de Espinosa y Javier Noya para el caso de los estudios hispánicos en Francia y Alemania:

la fuerza de lo expresivo [del español] se encauza hacia aspectos cálidos o emocionales, poniendo el acento en el español como lengua de tradición literaria, de arte y de cultura –frente al inglés o el alemán como lenguas frías, de trabajo y de economía–, lo expresivo puede ser una ventaja competitiva, y no un obstáculo endógeno al crecimiento. Se trataría una vez más de la estrategia clásica de la imagen de España: el español como lengua de cultura o incluso de civilización en un emergente mercado de civilizaciones (paralelo a su eventual conflicto), con un aura singular de prestigio, lo cual va más asociado a lo expresivo que a lo económico⁴

Con el objetivo de estudiar esta expresividad, consustanciada en una imagen cálida y emocional, que incita a nuestros estudiantes su elección española para la lengua y la cultura estudiada en los niveles universitarios, hemos llevado a cabo una encuesta consistente en dos cuestionarios: el primero dedicado a preguntas relacionadas con su recorrido académico, con los intereses que les orientan hacia ciertas lenguas y culturas, con su futuro profesional y con otros aspectos relativos a su elección lingüística; el segundo consagrado a preguntas de orden estrictamente cultural.

El análisis de estos datos nos proporciona la información necesaria para conocer, por un lado, al público universitario de nuestras clases de lengua y, por otro, su percepción cultural de los países donde se habla español. Gracias a las respuestas obtenidas, hemos podido “radiografiar” un universo que abarca desde el primer año universitario hasta el primer año de Master. Explicar esta problemática será el principal empeño del trabajo que presentamos en esta publicación.

Universo de la encuesta

Los datos aquí presentados han sido recopilados en dos momentos diferentes y con públicos diferentes en cada fase. En un primer momento, la encuesta fue distribuida a los estudiantes de español y de alemán de la Faculté de Langues, Lettres, Arts et Sciences Humaines de la Universidad de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis durante el primer semestre del año escolar 2005-2006⁵. El número de estudiantes para la primera fase de la encuesta se divide de la siguiente forma:

Alumnos de alemán: especialistas de alemán (futuros *filólogos alemanes*⁶), 13 estudiantes para el primer año, 8 en segundo, 9 en tercero; alumnos matriculados en

³ Nathalie AUGER y Stéphanie CLERC, « Les représentations de l’hispanité chez des élèves français : constat et urgence d’une pédagogie interculturelle », in Manuel BRUÑA *et alii* (éds.), *La cultura del otro: español en Francia, francés en España*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 2006, p. 980-992.

⁴ Emilio LAMO ESPINOSA y Javier NOYA, “El mercado de las lenguas: la demanda de español como lengua extranjera en Francia y Alemania”, *Anuario 2002*, Madrid: Instituto Cervantes, última consulta enero 2007: http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario_02/lamo.

⁵ Los intentos de encuestar en todos los niveles y a todos los estudiantes de español y de alemán fueron vanos, razón por la que tuvimos que conformarnos con un número de encuestados representativo y no, como hubiera sido nuestro deseo, con un número exhaustivo que se correspondiera con el número de estudiantes matriculados en ambas lenguas.

⁶ Retomamos la terminología española de las Facultades de Filología (Filología alemana, Filología hispánica), a pesar de que en el sistema francés la denominación *filólogo* tenga poco sentido aplicada a las lenguas extranjeras, nos ayuda a presentar coherentemente los datos en español.

Langues Étrangères Appliquées (LEA), 11 alumnos en primero, 13 en segundo, 10 en tercero; 63 estudiantes de alemán como materia opcional.

Alumnos de español: especialistas de español (futuros *filólogos hispánicos*), 75 alumnos en primer año, 20 en segundo, 25 en tercero; alumnos matriculados en *Langues Étrangères Appliquées* (LEA)⁷, 21 estudiantes en primero, 13 en tercer año; 31 estudiantes de español como materia opcional.

La segunda fase de la encuesta se realizó en la Universidad de Lyon durante el primer semestre de los años académicos 2006-2007 y 2007-2008, concentrándose el trabajo de recogida de datos en los estudiantes especialistas de español (futuros *filólogos hispánicos*), sin tener en cuenta esta vez los estudiantes de alemán. Esta es la distribución del alumnado para la especialidad de Filología Hispánica: 144 alumnos en primero⁸, 53 en segundo, 60 en tercero, 9 en Master 1.

Encuestas

En las dos fases de nuestro trabajo, se utilizaron los mismos cuestionarios, consistentes, por un lado, en una batería de preguntas abiertas y cerradas no sólo sobre su recorrido académico sino también sobre las motivaciones que impulsan la elección de la lengua, y, por otro, en una lista cerrada de personalidades íntimamente ligadas al ámbito cultural de la elección lingüística. Ambos objetivos se concretaron en dos cuestionarios diferentes, presentados a los estudiantes de modo consecutivo. El primer cuestionario contenía 14 puntos, donde alternaban preguntas abiertas y cerradas, y el segundo cuestionario estaba formado por una vasta lista de 40 personalidades donde el alumno tenía que señalar únicamente aquellas que reconocía y, si era capaz, asignarles un marcador del tipo *futbolista, cantante, político, pintor, escritor...*, dejando que en cada caso el alumno tuviera libertad absoluta para elegir el marcador, esto es, sin proponer ni una lista preestablecida, ni una serie de marcadores idóneos.

Dado que los cuestionarios fueron ideados inicialmente para cruzar los datos con los estudiantes procedentes de la especialidad de alemán⁹, presentaremos a continuación su formulación original, añadiendo en cada caso al sintagma “mundo hispánico”, “mundo germánico”, o variantes similares. A continuación, presentamos el primer cuestionario¹⁰:

Preguntas cerradas:

1. ¿Qué tipo de BAC tiene?:

Opciones: S; ES; L; STT

⁷ Los datos de los estudiantes de segundo año de LEA presentaban ciertos problemas formales que nos han conducido a evitarlos a lo largo de la encuesta.

⁸ Los 144 estudiantes encuestados sólo son una *cala* representativa del primer año universitario en la Faculté des Langues, aproximadamente un 60 % del total de alumnos de español para esta especialidad.

⁹ Fruto parcial de ese trabajo son los datos presentados en el congreso de la Universidad de Valenciennes sobre “L’enseignement de l’espagnol en France: réalités et perspectives” (décembre, 2005), que tuvo como consecuencia la publicación de los datos españoles de nuestra encuesta en la siguiente publicación: José Carlos DE HOYOS, “*Soleil versus difficile, mais intéressante*. Enquête auprès des étudiants d’espagnol et d’allemand a l’université de Valenciennes”, in José Carlos HERRERAS (dir.), *L’enseignement de l’espagnol en France: réalités et perspectives*, Valenciennes: Presses Universitaires de Valenciennes, 2008, p. 111-123.

¹⁰ Los cuestionarios estaban redactados en francés y fueron presentados asimismo en esa lengua a los estudiantes, aquí presentamos su traducción al español para respetar la coherencia con la lengua de redacción del artículo, a pesar de que somos conscientes de las dificultades derivadas de tal traducción. Sirvan como ejemplos de la misma, los inconvenientes que plantea la traducción de la palabra *sympathique* en la pregunta 5, con una solución un tanto forzada en español; del mismo modo, la pregunta 13 plantea problemas de traducción debido a la presencia de *dépaysant*.

2. ¿El alemán/español es su 1ª/2ª/3ª lengua extranjera?
3. ¿Ha viajado alguna vez a un país germanohablante/hispanohablante?
Opciones: Sí; No.
4. ¿En qué momento de su formación decidió hacer estudios universitarios de alemán/español?
Opciones: en el colegio; en el instituto; después del BAC; otra opción_____.
5. Seleccione las dos afirmaciones que mejor expresan su motivación para realizar estudios de alemán/español.
Opciones: la lengua y el país me parecen simpáticos; la lengua me parece útil; me interesa la cultura; es una lengua importante para Europa; la lengua me sirve para mis proyectos profesionales.
6. En el marco de sus estudios universitarios, ¿ha considerado la posibilidad de realizar estudios en un país germanohablante/hispanohablante?
Opciones: Sí; No.
7. ¿En qué ámbito desearía trabajar en un futuro?
Opciones: enseñanza primaria; enseñanza secundaria (CAPES o AGREGATION); enseñanza universitaria e investigación; otras oposiciones de la función pública (administración...); empresa privada; otra opción _____; no sabe, no contesta.
8. ¿Cómo estima sus posibilidades de encontrar un empleo al finalizar sus estudios universitarios?
Opciones: muy buenas; buenas; mediocres; malas; no sabe, no contesta.
10. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre el mundo germanohablante/hispanohablante?
Opciones: Internet; películas; periódicos; radio; libros; televisión; contacto con germanohablantes/hispanohablantes; otra opción_____; ningún medio.
12. ¿Cuánto tiempo dedica, fuera de los estudios universitarios, al mundo germanohablante/hispanohablante?
Opciones: 8 horas o más por semana; 5 horas o más por semana; 2 horas o más por semana.

Preguntas abiertas:

3. ¿Ha viajado alguna vez a un país germanohablante/hispanohablante? Si se elige la opción SÍ, precise la duración y la naturaleza de su estancia_____
9. Escriba cinco palabras que asocia de modo espontáneo al adjetivo alemán/español
11. Escriba espontáneamente el nombre de 5 personalidades del mundo germánico/hispánico
13. ¿Cuáles son los aspectos del mundo germánico/hispánico que le parecen más diferentes en relación con su cultura?¹¹
14. ¿Qué símbolos representan, en su opinión, el mundo germánico/hispánico?

La segunda encuesta está relacionada con la permeabilidad de la cultura francesa –o, para ser más exactos, de la cultura de nuestros estudiantes- a las realidades procedentes de culturas extranjeras. Para ello nos servimos de una lista de 40 nombres de artistas, escritores, políticos, deportistas u otras categorías sociales, con un reconocimiento manifiesto por su relevancia nacional o internacional. En el estadio de diseño de esta lista, los encargados de la

¹¹ La formulación de la pregunta original en francés presenta dificultades de traducción evidentes por el uso de un adjetivo sin traducción fácil, *dépaysant*. Con el objetivo de que se entienda correctamente la pregunta, la añadimos en su versión original: “13. Quels sont les aspects du monde germanophone / hispanophone qui vous semblent les plus dépaysants ?”.

encuesta, para el español (J. C. de Hoyos) y para el alemán (R. Wolf), nos ajustamos a las mismas categorías (Política, Literatura, Bellas Artes, Deporte, Cine, Música, Varia), extrayendo el mismo número de personalidades relevantes para cada ámbito en ambas lenguas¹². Estas fueron las listas establecidas en cada caso:

Cuestionario español

Política: Francisco Franco, José Luis Rodríguez Zapatero, Augusto Pinochet, Felipe González, Vicente Fox, Eva Perón

Literatura: Pablo Neruda, Jorge Luis Borges, Miguel de Cervantes, Gabriel García Márquez, Camilo José Cela, Isabel Allende, Manuel Vázquez Montalbán

Bellas Artes: Francisco Goya, Salvador Dalí, Frida Kahlo, Antoni Tapiès

Deporte: Ángel Nieto, Diego A. Maradona, Arantxa Sánchez Vicario, Raúl, Miguel Indurain, Pau Gasol

Cine: Pedro Almodóvar, Alejandro Amenábar, Victoria Abril, Marisa Paredes, Penélope Cruz, Luis Buñuel

Música: Manuel de Falla, Rocío Jurado, Ricky Martin, Julio Iglesias, Plácido Domingo, Joaquín Sabina

Varia: José Ortega Cano, Emilio Botín, Amancio Ortega, José Ortega y Gasset, Carmen Sevilla

Cuestionario alemán

Política: Angela Merkel, Erich Honecker, Franz-Josef Strauß, Kurt Waldheim, Gerhard Schröder

Literatura: Bernhard Schlink, Elfriede Jelinek, Günter Grass, G. E. Lessing, J. W. Goethe, Novalis, A. v. Droste-Hülshoff

Bellas Artes: C. D. Friedrich, Ernst Barlach, Gabriele Münter, Gustav Klimt, Joseph Beuys

Deporte: Franziska v. Almsick, Henry Maske, Katrin Krabbe, Steffi Graf, Sven Hannawald

Cine: Marianne Sägebrecth, Moritz Bleibtreu, Romy Schneider, Werner Herzog, Wim Wenders

Música: A. Schönberg, F. Mendelssohn-Bartholdy, J. S. Bach, R. Schumann, Tote Hosen, Nina Hagen, Marius Müller-Westerhagen, Wolf Biermann

Varia: Ernst Reuter, O. v. Bismarck, Fürst Metternich, Wilhelm Tell, Paracelsus

Cuatro análisis

El análisis detallado de 1630 cuestionarios nos permite algunos análisis importantes para el título de este artículo. No intentaremos, en cambio, agotar en los apartados que proponemos a continuación el contenido de todo el universo de nuestra encuesta, sino tan sólo algunos aspectos relacionados con cuatro ideas recurrentes en nuestro trabajo: la motivación, la

¹² No se nos escapa un cierto desequilibrio entre cada lista, ya que ambas culturas no son equivalentes. Por poner un ejemplo de desequilibrio, nos referiremos aquí únicamente a la desproporción existente entre los nombres seleccionados para la categoría Música: mientras que para el alemán no encontramos ninguna dificultad en aportar nombres relacionados con la música clásica, en cambio, para el español, nos vimos forzados a escoger nombres que luego no tuvieron apenas reconocimiento por nuestros estudiantes. Al mismo tiempo, la lista de músicos *pop* española acusó un mayor éxito que su correspondiente alemana. Todo ello nos podría conducir a análisis cruzados inestimables para la visibilidad de ambas culturas que, en esta publicación, hemos evitado.

estancia en el país cuya lengua se estudia, las asociaciones y símbolos relacionados con las culturas estudiadas y las personalidades. Para ello, en cada caso analizaremos las respuestas de una serie de preguntas del cuestionario: preguntas 5, 6, 9, 14, 11 y la lista de personalidades relevantes.

Motivación

A la pregunta 5 “Seleccione las dos afirmaciones que mejor expresan su motivación para realizar estudios de español”, el alumno podía responder con dos de las siguientes afirmaciones:

- la lengua y el país me parecen simpáticos
- la lengua me parece útil
- me interesa la cultura
- es una lengua importante para Europa
- la lengua me sirve para mis proyectos profesionales

El siguiente cuadro resume de forma apretada el resultado de nuestra encuesta¹³:

Motivation	e trouve la langue et le pays sympathiques	la langue me semble utile	e m'intéresse à la culture	c'est une langue importante pour l'Europe	la langue me sert pour mes projets professionnels	TOTAL
Cursus universitaire						
LLCE 1 E	27,4% (40)	7,5% (11)	23,3% (34)	9,6% (14)	32,2% (47)	100% (146)
LLCE 2 E	32,4% (24)	8,1% (6)	24,3% (18)	21,6% (16)	13,5% (10)	100% (74)
LLCE 3 E	22,4% (22)	14,3% (14)	32,7% (32)	12,2% (12)	18,4% (18)	100% (98)
LEA 1 E	30,8% (24)	12,8% (10)	15,4% (12)	7,7% (6)	33,3% (26)	100% (78)
LEA 3 E	24,0% (12)	32,0% (16)	12,0% (6)	12,0% (6)	20,0% (10)	100% (50)
Option 1 E	58,3% (14)	8,3% (2)	33,3% (8)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (24)
Option 2 E	46,7% (42)	28,9% (26)	8,9% (8)	4,4% (4)	11,1% (10)	100% (90)
L2 LCE 1	28,6% (79)	10,5% (29)	25,4% (70)	7,6% (21)	27,9% (77)	100% (276)
L2 LCE 2	23,1% (24)	9,6% (10)	41,3% (43)	0,0% (0)	26,0% (27)	100% (104)
L2 LCE 3	19,5% (23)	11,9% (14)	37,3% (44)	5,9% (7)	25,4% (30)	100% (118)
L2 LCE M1	23,5% (4)	11,8% (2)	41,2% (7)	5,9% (1)	17,6% (3)	100% (17)
TOTAL	28,7% (308)	13,0% (140)	26,2% (282)	8,1% (87)	24,0% (258)	100% (1075)

La primera opción *a) La lengua y el país me parecen simpáticos/Je trouve la langue et le pays sympathique*, es la opción preferida (28 %¹⁴) en los estudiantes de español de forma general, seguida por *c) me interesa la cultura/Je m'intéresse à la culture* (26 %), *e) la lengua me sirve para mis proyectos profesionales/La langue me sert pour mes projets professionnels* (24 %) y, en último lugar, las opciones b y d relacionadas con la utilidad de la lengua y su importancia de la misma para Europa. Agrupando las respuestas por disciplinas universitarias y por localización geográfica, extraemos cuatro grupos de trabajo: Filología Hispánica en la Universidad de Valenciennes (Espagnol V), LEA en la Universidad de Valenciennes (LEA V), el español como materia opcional (Option E) y Filología Hispánica en la Universidad de Lyon (Espagnol L),

¹³ Explicación de las abreviaturas de la tabla: las siete primeras filas de la primera columna representan los resultados de la Universidad de Valenciennes, allí donde aparece LLCE se refiere a la especialidad de Filología Hispánica acompañado del número correspondiente al curso (1-primero, 2-segundo, 3-tercero), a continuación LEA 1-3 es la especialidad de *Lenguas Extranjeras Aplicadas* y, por último, Option 1-2 se refiere a los estudiantes que escogen el español como materia opcional. Las cuatro últimas filas de la primera columna contienen los datos de las encuestas realizadas en la *Université Lumière Lyon 2* (L2) a los estudiantes de especialidad (*filólogos hispánicos*), desde el primer año de carrera (1) hasta el Master 1 (M1).

¹⁴ Por comodidad expresamos los porcentajes sin decimales, para información más precisa de los mismos remitirse a las tablas recapitulativas.

Motivation	e trouve la langue et le pays sympathiques	la langue me semble utile	e m'intéresse à la culture	c'est une langue importante pour l'Europe	la langue me sert pour me projets professionnels	TOTAL
Cursus universitaire						
Espagnol V	27,0% (86)	9,7% (31)	26,4% (84)	13,2% (42)	23,6% (75)	100% (318)
LEA V	28,1% (36)	20,3% (26)	14,1% (18)	9,4% (12)	28,1% (36)	100% (128)
Option E	49,1% (56)	24,6% (28)	14,0% (16)	3,5% (4)	8,8% (10)	100% (114)
Espagnol L	25,2% (130)	10,7% (55)	31,8% (164)	5,6% (29)	26,6% (137)	100% (515)
TOTAL	28,7% (308)	13,0% (140)	26,2% (282)	8,1% (87)	24,0% (258)	100% (1075)

Según esta agrupación, los resultados son los siguientes:

- Español Valenciennes: opción a) simpatía 27 %, c) cultura 26 %, e) proyecto profesional 23 %;
- Español Lyon: c) cultura 31 %, e) proyecto profesional 26 %, a) simpatía 25 %;
- LEA V: a) simpatía y e) proyecto profesional 28 %, b) utilidad 20 %;
- Option Espagnol: a) simpatía 49 %, b) utilidad 24 %;

Realmente es en los estudiantes de español como materia opcional donde la simpatía juega un papel más arrollador (casi un 50 %), mientras que en las demás formaciones la simpatía forma parte de aproximadamente un cuarto de la motivación de la elección del estudiante, hermanado con los aspectos culturales y los proyectos profesionales.

Proporciones similares a las evocadas para el español pueden constatarse en la elección del alemán, pero con jerarquizaciones diferentes. Así en alemán, también aparece la simpatía entre las tres primeras motivaciones pero con matizaciones importantes: es el motor esencial de los alumnos que la siguen como opción, pero nunca de los estudiantes de Filología ni de LEA, donde aparece relegada a un tercer plano, con valores siempre inferiores al 25 %. Si eliminamos los valores de Alemán opcional, la motivación de los “germanistas” es Europa (opción d) y el proyecto profesional (opción e). En cambio si eliminamos, para el español, a los no especialistas, los valores se mantienen estables para la simpatía, ya que sigue teniendo un cuarto de la motivación, aunque no se mantenga en primer lugar, pasa al segundo con una cuantificación de 26 % frente a 27 % la opción cultural.

Estancia en el extranjero

En este segundo apartado analizaremos la pregunta 6 “En el marco de sus estudios universitarios, ¿ha considerado la posibilidad de realizar estudios en un país germanohablante/hispanohablante?”, cuyas opciones de respuesta se reducían a la afirmación (Sí) o a la negación (No). En caso de responderse positivamente, esta pregunta tenía un desarrollo posible, con respuesta abierta, que solicitaba al alumno precisiones sobre la duración de su posible estancia en el extranjero. Veamos, a continuación, la tabla recapitulativa con los datos de nuestras encuestas¹⁵:

¹⁵ Las siete primeras filas de la primera columna son los datos de los estudiantes de español de la Universidad de Valenciennes, las filas 8-15 son los datos de los estudiantes de alemán de la Universidad de Valenciennes (LLCE 1-3 A es la abreviatura correspondiente a los estudios de Filología Alemana del primer al tercer año, LEA 1-3 A es la abreviatura para *Langues Etrangères Appliquées* y Option 1-2 A para los alumnos que escogen el alemán como materia opcional), las últimas filas de la primera columna agrupan los datos de los estudiantes de Filología Hispánica de la Universidad de Lyon (L2 LCE 1-3, M1).

Pays hispanophone	oui	non	TOTAL
Cursus universitaire			
LLCE 1 E	68,0% (51)	32,0% (24)	100% (75)
LLCE 2 E	73,7% (28)	26,3% (10)	100% (38)
LLCE 3 E	83,3% (40)	16,7% (8)	100% (48)
LEA 1 E	61,9% (26)	38,1% (16)	100% (42)
LEA 3 E	84,6% (22)	15,4% (4)	100% (26)
Option 1 E	57,1% (8)	42,9% (6)	100% (14)
Option 2 E	50,0% (24)	50,0% (24)	100% (48)
LLCE 1 A	84,6% (22)	15,4% (4)	100% (26)
LLCE 2 A	87,5% (14)	12,5% (2)	100% (16)
LLCE 3 A	100% (18)	0,0% (0)	100% (18)
LEA 1 A	81,8% (18)	18,2% (4)	100% (22)
LEA 2 A	92,3% (24)	7,7% (2)	100% (26)
LEA 3 A	80,0% (16)	20,0% (4)	100% (20)
OPTION 1 A	85,1% (80)	14,9% (14)	100% (94)
OPTION 2 A	87,5% (28)	12,5% (4)	100% (32)
L2 LCE 1	69,4% (100)	30,6% (44)	100% (144)
L2 LCE 2	83,0% (44)	17,0% (9)	100% (53)
L2 LCE 3	96,7% (58)	3,3% (2)	100% (60)
L2 LCE M1	100% (9)	0,0% (0)	100% (9)
TOTAL	77,7% (630)	22,3% (181)	100% (811)

La necesidad de viajar al país o a los países hablantes de la lengua que estudiamos parece una condición *sine qua non* del éxito académico. La mayoría de los estudiantes “especialistas” perciben de este modo su futura orientación. En esta pregunta lo sorprendente es aquellos estudiantes que persisten en su idea de mantenerse alejados del mundo hispanohablante en los últimos cursos de su formación (en Valenciennes 16 % L3, en Lyon 3 % L3, ninguno en Máster), más cuando se compara con los resultados de la formación de alemán, donde los especialistas de tercer año han proyectado en su totalidad un desplazamiento universitario.

Por otra parte son significativos del entusiasmo de nuestros estudiantes los valores numéricos que atribuyen a su futura estancia en un país de habla española –esta vez ya estamos con los estudiantes que SÍ quieren ir al país, por tanto en principio con gran motivación y un proyecto más o menos meditado-. Al juntar los datos de todos los estudiantes de español la media aritmética de duración de la estancia es de 7,74 meses. Muchas de las respuestas tienen poca relación con la realidad de los intercambios que suelen organizarse en semestres (uno o dos), mientras que algunos estudiantes responden con valores numéricos aproximados, como un año (12 meses), o fuera de las posibilidades universitarias (1 o dos meses). A pesar de ello, es representativo de su entusiasmo, ya que si se compara con los valores generales para el alemán (una media de 4,7) o incluso específicos (en ningún caso superior al valor 6, ni en LCE 5,7 para L1, 4,3 L2, 4,3 L3 ni en LEA 4,7 L1, 4,5 L2, 5,3 L3), los estudiantes de español anhelan una estancia en el país de la lengua que los de alemán, quizás, vean más como una obligación que como un momento placentero.

Asociaciones y símbolos

En este apartado procederemos al estudio de dos preguntas de carácter abierto, la número 9 “Escriba cinco palabras que asocia de modo espontáneo al adjetivo español”, donde nos concentraremos en las asociaciones de nuestros estudiantes, y la número 14 “¿Qué símbolos representan, en su opinión, el mundo hispánico?”, donde se obtendrán respuestas sobre la representación simbólica que se hacen nuestros estudiantes de los mundos culturales que estudian.

En nuestro análisis de las asociaciones evitaremos palabras excesivamente vagas como *culture*, *langue* o *histoire*, que forman un buen contingente de respuestas en nuestros cuestionarios, pero que, por su carácter extremadamente abstracto, general y transferible a cualquier otro campo de estudio dentro de las lenguas extranjeras, no aportan gran información a nuestro estudio. A continuación listamos en tres columnas las asociaciones de cada nivel de estudios de la sección de Filología Hispánica, de primero a tercer año universitario, organizándolas jerárquicamente según su orden de frecuencia en las encuestas:

LCE 1	LCE 2	LCE 3
Soleil Chaleur Corrida Flamenco Fête Vacances	Soleil Paëlla Flamenco Fête Corrida	Soleil Corrida Flamenco Plage Vacances Sympathie Voyage Madrid

Puede haber diferencias entre los cuestionarios, pero para la mayoría de nuestros alumnos las asociaciones son las mismas: *chaleur-soleil*, *taureaux-corrída*, *flamenco*, *fête* o palabras pertenecientes al campo semántico de las vacaciones. Al mismo tiempo no observamos una evolución en las asociaciones, del primer año al último las asociaciones son similares.

Pasemos ahora a una tabla similar a la presentada para los estudiantes filólogos, pero relativa al alumnado de la formación *Langues Étrangères Appliquées* (LEA):

LEA 1	LEA 3
Fête Chaleur Soleil Agréable Convivial Flamenco Sympathie	Paëlla Soleil Corrida Chaleur

El análisis realizado en la primera parte de esta presentación para los estudiantes de Filología Hispánica, puede reproducirse para los estudiantes de LEA, ya que si para aquellos decíamos que el campo semántico prioritario en las respuestas era el de las vacaciones, aquí podemos afirmar que la conexión semántica es la misma o una variación de la misma, por ejemplo: el turismo en España.

En último lugar, los estudiantes de español como materia opcional responden de la siguiente manera:

Option
Soleil Paëlla Madrid Musique Barcelone Vacances Chantant

En estos resultados encontramos algún cambio con respecto a los datos anteriores, aunque, en ningún caso, podemos suponer un salto hacia otro campo diferente del de las vacaciones. Gracias a los estudiantes de opción, se registran entre las asociaciones espontáneas nombres de ciudades españolas que no aparecían entre los estudiantes que podríamos llamar especialistas de español. En parte, el hecho de que Madrid surja entre las primeras asociaciones se debe a su intervención.

El objetivo de las asociaciones era ver cuáles son las reacciones espontáneas (asociativas) de nuestros estudiantes frente a los símbolos, considerados como un apartado más reflexivo del cuestionario. Al ver los resultados hemos observado que lo asociativo espontáneo y lo simbólico meditado comparten espacios en la mente de los estudiantes. La jerarquización es diferente en ambos casos, pero la lista es prácticamente la misma.

Esta situación plantea dos problemas: por un lado, el mundo hispánico no tiene símbolos institucionales (como en la cultura francesa pudieran considerarse la Marsellesa, la bandera, Marianne) reconocidos mundialmente y, por otro, la amalgama subjetiva de nuestros estudiantes en su consideración del mundo hispánico les permite no diferenciar entre lo que es asociativo (por tanto personal) y lo que pudiera ser simbólico (colectivo). Las percepciones asociativa y simbólica se juntan para darnos como resultado una lista de palabras relacionadas más con el turismo que con la cultura, más con lo emocional que con lo institucional.

Asociaciones	Símbolos
1. soleil	1. flamenco
2. corrida	2. corrida
3. culture	3. taureaux
4. paëlla	4. paëlla
5. flamenco	5. fête
6. chaleur	6. soleil
7. fête	7. tapas
8. vacances	8. sombrero
9. Madrid	9. royauté
10. musique / plage	10. tortilla

Personalidades

En los dos cuestionarios repartidos entre el alumnado había preguntas dirigidas a recopilar información sobre las personalidades reconocibles de las culturas estudiadas. La pregunta 11 del primer cuestionario (“Escriba espontáneamente el nombre de 5 personalidades del mundo germánico/hispánico”) perseguía el objetivo de establecer una lista de nombres sin ningún tipo de guía y, por ello, una lista abierta dependiente del nivel cultural del estudiante. En cambio, el segundo cuestionario planteaba una lista cerrada de 40 personalidades, donde se pretendía detectar cuáles eran los campos más estudiados por el estudiante y cuáles eran aquellos que merecían menor interés por parte del profesorado que enseña en Francia.

Los resultados cruzados de la pregunta número 11 para el mundo hispánico y germánico son los siguientes:

5 Personalidades Hispánicas	5 personalidades Germánicas
1. Juan Carlos de Borbón (45,4 %)	1. G. Schröder (76,4 %)
2. P. Cruz	2. Goethe
3. P. Almodóvar	3. Hitler
4. A. Banderas	4. A. Merkel
5. P. Picasso	5. M. Schumacher
6. F. Castro	6. H. Kohl
7. E. Che Guevara	7. F. Kafka
8. J. L. Rodríguez Zapatero	8. K. Adenauer
9. F. García Lorca	9. Beethoven
10. J. Iglesias	10. Einstein

Cuando los estudiantes hispanistas responden espontáneamente, sin ninguna dirección, las listas que nos proporcionan adquieren tintes cinematográficos (Cruz, Almodóvar), revolucionarios (Castro, Che Guevara), políticos (Zapatero), culturales (Picasso, Lorca) y de música popular (Iglesias) que conforman un conjunto variopinto. En cambio, los estudiantes de alemán configuran listas más adecuadas con la idea que podemos hacernos de lo que representa una personalidad para el mundo germánico: todos ellos son personalidades de primera fila en sus dominios respectivos (Einstein, Beethoven, Goethe, Kafka) y que probablemente no levantarían ninguna suspicacia por parte de un público alemán. Además, las personalidades políticas evocadas son las esperables de un público preocupado por los temas germánicos (Adenauer, Merkel, Kohl). Sólo la referencia al período de la II Guerra Mundial con Hitler podría suscitar ciertas susceptibilidades, o la alusión a un campeón de F-1, dos elementos de la lista frente al resto. Para la lista española no creemos que muchos hispanohablantes se sientan identificados con ella, excepto en dos o tres personalidades.

En el segundo cuestionario, de las 40 personalidades propuestas de los diferentes campos del mundo hispano listaremos en la siguiente tabla aquellas que se han introducido entre los 10 primeros puestos. Para una mayor capacidad comparativa, contrastamos la lista establecida a partir del trabajo de campo en la Universidad de Valenciennes y en la Universidad de Lyon:

Orden Valenciennes	Orden Lyon
1. P. Cruz	1. P. Cruz
2. R. Martin	2. R. Martin
3. J. Iglesias.	3. J. Iglesias
4. A. Pinochet	4. A. Pinochet
5. S. Dalí	5. S. Dalí
6. V. Abril	6. Almodóvar
7. Maradona	7. Franco
8. Franco	8. Abril
9. Goya	9. Zapatero
10. Almodóvar	10. Maradona

Los reyes de nuestro *top ten* particular, son el triunvirato conformado por Penélope Cruz, Ricky Martin y Julio Iglesias, que obtienen porcentajes de reconocimiento superiores al 97 % de las encuestas. Un poco más abajo, aunque siguen estando en porcentajes superiores al 90 %, aparecen los nombres de un dictador (A. Pinochet) y de un artista (S. Dalí). A continuación, siempre por debajo de la barrera del 90 %, pero superior en cualquier caso al 70 %, aparecen personalidades ordenadas de forma diferente según la geografía del estudio,

pero coincidentes en muchos aspectos: V. Abril, Maradona, F. Franco, F. Goya, P. Almodóvar y J. L. Rodríguez Zapatero. El detalle esencial que, en nuestra opinión, diferencia ambas listas es la presencia en las respuestas de Lyon de un político moderno español (Zapatero), con una presencia estimada del 87 % (frente al tímido 66 % de Valenciennes), debido, quizás, a que la encuesta tuvo lugar tras las elecciones francesas en las que el político español fue citado en varios debates políticos (principalmente por el candidato Sarkozy). Salvo el presidente español, los demás nombres pertenecen a campos del mundo político pasado, y curiosamente siempre de tipo dictatorial, al mundo del arte en sus versiones cinematográfica o pictórica, y al mundo del deporte (el fútbol). Quedan con decepcionantes porcentajes elementos de la cultura hispánica como el escritor Miguel de Cervantes (más de 50 estudiantes no sabían quién era, o al menos eso afirmaban en sus cuestionarios), miembros del mundo económico como el fundador de Zara (Amancio Ortega) o el presidente del Banco Santander (Emilio Botín), un compositor como Manuel de Falla (cuyo porcentaje de reconocimiento oscila entre un 1 % y un 4 %), o políticos contemporáneos como Felipe González o Vicente Fox, el primero reconocido en sólo un 20 % de las encuestas y el segundo únicamente por apenas un 15 %.

Con el objetivo de facilitar análisis personales de los lectores de este trabajo, copiamos la tabla que recapitula la información procedente del segundo cuestionario con 40 personalidades:

Orden Valencienes ¹⁶				Orden Lyon ¹⁷			
Cursus universitaire	Espagnol V	Espagnol L2	TOTAL	Cursus universitaire	Espagnol V	Espagnol L2	TOTAL
Personnalités				Personnalités			
Penélope Cruz	99,5% (185)	100% (196)	99,5% (381)	Penélope Cruz	99,5% (185)	100% (196)	99,5% (381)
Ricky Martin	98,9% (184)	98,0% (192)	98,2% (376)	Ricky Martin	98,9% (184)	98,0% (192)	98,2% (376)
Julio Iglesias	97,3% (181)	98,0% (192)	97,4% (373)	Julio Iglesias	97,3% (181)	98,0% (192)	97,4% (373)
Augusto Pinochet	95,2% (177)	96,9% (190)	95,8% (367)	Augusto Pinochet	95,2% (177)	96,9% (190)	95,8% (367)
Salvador Dalí	91,4% (170)	96,4% (189)	93,7% (359)	Salvador Dalí	91,4% (170)	96,4% (189)	93,7% (359)
Victoria Abril	89,8% (167)	88,8% (174)	89,0% (341)	P. Almodóvar	74,2% (138)	94,4% (185)	84,3% (323)
Diego A. Maradona	83,3% (155)	86,7% (170)	84,9% (325)	Francisco Franco	80,6% (150)	89,3% (175)	84,9% (325)
Francisco Franco	80,6% (150)	89,3% (175)	84,9% (325)	Victoria Abril	89,8% (167)	88,8% (174)	89,0% (341)
Francisco Goya	78,5% (146)	86,2% (169)	82,2% (315)	J. L. Rodríguez Zapatero	66,1% (123)	87,2% (171)	76,8% (294)
P. Almodóvar	74,2% (138)	94,4% (185)	84,3% (323)	Diego A. Maradona	83,3% (155)	86,7% (170)	84,9% (325)
Miguel de Cervantes	66,7% (124)	85,7% (168)	76,2% (292)	Francisco Goya	78,5% (146)	86,2% (169)	82,2% (315)
J. L. Rodríguez Zapatero	66,1% (123)	87,2% (171)	76,8% (294)	Miguel de Cervantes	66,7% (124)	85,7% (168)	76,2% (292)
Raúl	58,1% (108)	71,9% (141)	65,0% (249)	Pablo Neruda	52,2% (97)	80,1% (157)	66,3% (254)
Pablo Neruda	52,2% (97)	80,1% (157)	66,3% (254)	G. García Márquez	35,5% (66)	74,5% (146)	55,4% (212)
Frida Kahlo	48,9% (91)	65,3% (128)	57,2% (219)	Raúl	58,1% (108)	71,9% (141)	65,0% (249)
J. L. Borges	45,2% (84)	59,2% (116)	52,2% (200)	Isabel Allende	38,2% (71)	70,4% (138)	54,6% (209)
Isabel Allende	38,2% (71)	70,4% (138)	54,6% (209)	Frida Kahlo	48,9% (91)	65,3% (128)	57,2% (219)
G. García Márquez	35,5% (66)	74,5% (146)	55,4% (212)	Luis Buñuel	17,7% (33)	64,8% (127)	41,8% (160)
M. Indurain	32,8% (61)	35,2% (69)	33,9% (130)	J. L. Borges	45,2% (84)	59,2% (116)	52,2% (200)
A. Amenábar	26,3% (49)	52,6% (103)	39,7% (152)	A. Amenábar	26,3% (49)	52,6% (103)	39,7% (152)
Camilo José Cela	23,1% (43)	47,4% (93)	35,5% (136)	M. Vázquez Montalbán	9,1% (17)	50,5% (99)	30,3% (116)
Eva Perón	21,0% (39)	38,3% (75)	29,8% (114)	Camilo José Cela	23,1% (43)	47,4% (93)	35,5% (136)
Felipe González	21,0% (39)	24,5% (48)	22,7% (87)	Eva Perón	21,0% (39)	38,3% (75)	29,8% (114)
Luis Buñuel	17,7% (33)	64,8% (127)	41,8% (160)	M. Indurain	32,8% (61)	35,2% (69)	33,9% (130)
Vicente Fox	11,3% (21)	14,8% (29)	13,1% (50)	J. Ortega y Gasset	3,2% (6)	25,0% (49)	14,4% (55)
A. Sánchez Vicario	9,7% (18)	9,7% (19)	9,7% (37)	Felipe González	21,0% (39)	24,5% (48)	22,7% (87)
Plácido Domingo	9,1% (17)	12,8% (25)	11,0% (42)	Marisa Paredes	2,2% (4)	20,4% (40)	11,5% (44)
M. Vázquez Montalbán	9,1% (17)	50,5% (99)	30,3% (116)	Carmen Sevilla	2,7% (5)	16,3% (32)	9,7% (37)
J. Ortega y Gasset	3,2% (6)	25,0% (49)	14,4% (55)	Antoni Tapiès	1,1% (2)	15,3% (30)	8,4% (32)
Pau Gasol	3,2% (6)	8,2% (16)	5,7% (22)	Vicente Fox	11,3% (21)	14,8% (29)	13,1% (50)
Amancio Ortega	3,2% (6)	2,6% (5)	2,9% (11)	Joaquín Sabina	2,2% (4)	14,3% (28)	8,4% (32)
Carmen Sevilla	2,7% (5)	16,3% (32)	9,7% (37)	Plácido Domingo	9,1% (17)	12,8% (25)	11,0% (42)
Marisa Paredes	2,2% (4)	20,4% (40)	11,5% (44)	Rocío Jurado	1,1% (2)	10,7% (21)	6,0% (23)
Joaquín Sabina	2,2% (4)	14,3% (28)	8,4% (32)	A. Sánchez Vicario	9,7% (18)	9,7% (19)	9,7% (37)
Manuel de Falla	1,6% (3)	4,1% (8)	2,9% (11)	Pau Gasol	3,2% (6)	8,2% (16)	5,7% (22)
Antoni Tapiès	1,1% (2)	15,3% (30)	8,4% (32)	Manuel de Falla	1,6% (3)	4,1% (8)	2,9% (11)
Rocío Jurado	1,1% (2)	10,7% (21)	6,0% (23)	Ángel Nieto	0,5% (1)	3,6% (7)	2,1% (8)
Emilio Botín	1,1% (2)	0,5% (1)	0,8% (3)	Amancio Ortega	3,2% (6)	2,6% (5)	2,9% (11)
Ángel Nieto	0,5% (1)	3,6% (7)	2,1% (8)	Emilio Botín	1,1% (2)	0,5% (1)	0,8% (3)
J. Ortega Cano	0,0% (0)	0,5% (1)	0,3% (1)	J. Ortega Cano	0,0% (0)	0,5% (1)	0,3% (1)
TOTAL	100% (2795)	100% (3922)	100% (6717)	TOTAL	100% (2795)	100% (3922)	100% (6717)

Conclusión

Después de haber analizado una cantidad nada desdeñable de datos sobre la situación de la lengua española y de su cultura en la enseñanza francesa y en la cultura de nuestros estudiantes, nos gustaría subrayar, en último lugar, algunos aspectos esenciales de nuestra encuesta.

Las opiniones de ciertos investigadores sobre la imagen de la cultura hispánica o de la cultura germánica, que consideran la primera como *cálida y simpática* y la segunda como *fría y difícil*, se confirman en nuestro trabajo. Al analizar preguntas como la número 9 *Escriba cinco palabras que asocia...*, la 14 *¿Qué símbolos representan...* o el cuestionario sobre las personalidades, observamos que aspectos típicamente cálidos y simpáticos aparecen

¹⁶ En esta primera tabla recomendamos para una mayor legibilidad, fijarse únicamente en los datos de la segunda columna: Espagnol V, correspondiente a los estudiantes de español (especialistas y no especialistas, filólogos y no filólogos) de la Universidad de Valencienes.

¹⁷ En esta segunda tabla recomendamos para una mayor legibilidad, fijarse únicamente en los datos de la tercera columna: Espagnol L2, correspondiente a los estudiantes de español (filólogos) de la Universidad de Lyon.

prioritariamente. Si volvemos a las personalidades, vemos cómo el triunvirato Julio Iglesias, Ricky Martin y Penélope Cruz reina sobre nuestra cultura, mientras que en alemán encontramos nombres de personajes bastante más serios (Schröder, Bach, Goethe).

Cuando un estudiante se acerca a una cultura extranjera necesita algún aspecto emocional que lo vincule con la misma. Así los estereotipos en los primeros años de estudio juegan un papel esencial. Tanto los estudiantes de alemán como los de español conservan una percepción cultural plagada de aspectos emocionales que pueden hacer que aparezcan estereotipos en sus respuestas, pero, al mismo tiempo, como estudiantes “profesionales” de estas culturas se les pide que progresivamente se vayan desprendiendo de los mismos para adquirir una visión más justa de las respectivas culturas.

En el caso del alemán, se observa un fuerte componente emocional en los primeros años de formación que va depurándose según se acercan a los niveles superiores del recorrido universitario. En cambio, en español la carga emocional se mantiene casi intacta, dando así como resultado unos datos bastante homogéneos del primer año al último de Licenciatura, si pensamos, por ejemplo, en las asociaciones: *sol, paella o fiesta*. El problema que se le plantea al profesor de español nativo, como es nuestro caso, es que esa imagen podría corresponderse con una antigua imagen española, pero que en la actualidad ya no tiene ninguna vigencia.

La situación analizada tampoco tiene muchos visos de cambiar, ya que cuando los estudiantes hispanohablantes deciden desplazarse a España para profundizar en su cultura, observamos cómo se precipitan a las zonas más turísticas y menos representativas de una cultura “seria” española, como Lloret de Mar o Rosas, que no ayudan a cambiar su imagen de postal de los años 70, aunque venga barnizada con algún toque de música *tecno*. El español no es capaz, en definitiva, de progresar en su imagen; más bien retrocede, alimentando su percepción cultural con estereotipos constantes y, en consecuencia, desajustados con la actual realidad.

Para concluir podemos decir que el español no desencadena un movimiento consistente en pasar de una cultura estereotipada a otra percepción más intelectual o abstracta, como hace el alemán en sentido contrario (del frío, la profesionalidad y la rigidez pasa más fácilmente a la simpatía). Nuestra cultura, en la percepción de nuestros estudiantes, se mantiene, desde el principio hasta el fin, como una cultura simpática y cálida, olvidando otros muchos aspectos de la misma.