¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseñanza de lenguas extranjeras?

Anna Győri
Escuela Superior de Comercio Exterior de Budapest

"Encore quelques tours de roue, je vais peut-être perdre une de mes illusions, et voir s'envoler l'Espagne de mes rêves, l'Espagne du romancero, des ballades de Victor Hugo, des nouvelles de Mérimée et des contes d'Alfred de Musset. (...) je me souviens de ce que le bon et spirituel H. Heine me disait au concert de Liszt, avec son accent allemand plein d'humour et de malice: "Comment ferez-vous pour parler de l'Espagne quand vous y serez allé? "
(T. Gautier: Tra los montes, Voyage en Espagne, 1843).

"¿Cómo hará usted para eso de hablarnos de España cuando ya haya viajado allí?"

En el libro donde Théophile Gautier cuenta su viaje a España se trata, desde el comienzo hasta el fin, la diferencia que hay entre su visión sobre la España real y la imagen que tenía del mismo país, sin haberlo visitado antes. Son muy acertadas las irónicas palabras de Heine. El entusiasmo, la afición idealizadora de Gautier, formados a base de las más diversas fuentes: lecturas, cuentos de otros viajeros, etc., tuvieron que someterse a la prueba de la realidad. Enfrentarse con la realidad que el escritor francés, como viajero en una diligencia, turista del siglo XIX, pudiera experimentar. Aquella realidad justificaría sus expectativas de algún modo, sin embargo, sería de signo contrario con respecto a la visión francesa de la época y también sería muy diferente de la imagen que tuviera el mismo escritor, persona sumamente interesada y afinada por el tema de España, el pueblo español y la "españolidad".

Como resultado de un viaje lleno de vicisitudes nació un grueso libro con el título *Tra los montes,* que con justicia pudo alinearse al lado de las baladas de Victor Hugo, los cuentos de Mérimée o de Alfred de Musset para orientar o desorientar, pero, de todas formas, servir de fuente de información para los sedientos de la cultura y realidad españolas.

Estereotipos (clichés), prejuicios, representaciones y realidad

Lo que hoy llamamos cliché o estereotipo, lo describió primero Walter Lippmann, en el año 1922, como „una imagen que existe en nuestra cabeza". No obstante, si la **imagen** que tiene uno en la cabeza coincide con la que tienen otros en la suya, ya se puede hablar de una **"imaginación" colectiva**, parte de las **representaciones** de la sociedad. Las representaciones dependen de sus respectivas épocas y de las culturas: en realidad no son sino la interpretación de los fenómenos de la realidad, en el nivel de los individuos y de diferentes grupos sociales. A los fenómenos del mundo real se asocian diferentes ideas que, sean rele-

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

vantes o no, siempre servirán de puntos de orientación para los grupos de la sociedad. Las mismas asociaciones se fijan, y guiñándose unos a otros, a los miembros de sendos grupos se les ocurren las mismas ideas en torno a un fenómeno determinado.

La fuente de las representaciones es la misma cultura, los productos culturales, y su punto final también es la cultura, en la que, después de unas modificaciones relativamente lentas, vuelven a incrustarse.

Los estereotipos son la obsesión de la modernidad, como dice Ruth Amossy[1]. Los estereotipos forman una valiosa base para los análisis sociológicos, y al mismo tiempo, pueden servir para la investigación de la opinión pública y el comportamiento de diversos grupos sociales. Las investigaciones realizadas con el fin de dar con los estereotipos han contribuido considerablemente a revelar y denunciar las actitudes discriminatorias y el racismo.

Servirse de estereotipos equivale a ser banal, simple, falto de originalidad. Luchar contra los estereotipos parece un comportamiento bien visto pero por varias razones poco eficaz. Una de estas razones es que vamos a contracorriente, pues nuestro entorno, tanto el de los países desarrollados como el de los demás, está saturado, impregnado de ellos. La prensa, la radio, la televisión, los anuncios publicitarios, las películas derraman clichés, nos inundan de ellos, y lo que es muy extraño, al mismo tiempo, profesan su voluntad de acabar con ellos, puesto que tanto los productores de la industria publicitaria como los del mundo cinematográfico son muy conscientes de que al público no le gusta sentirse timado.

A todos los niveles se formula la exigencia por lo original, lo real, lo auténtico; sin embargo, la proliferación de los clichés parece imparable.

¿Cuándo y cómo recurrimos a los clichés? Cuando necesitamos expresar o caracterizar algo breve y acertadamente. Pensemos en algunos juegos de sociedad en los que los jugadores tienen que adivinar el nombre de un personaje famoso, el de un objeto, o una noción, haciendo deducciones sólo de los gestos del presentador. Los mismos jugadores van proponiéndose pistas, interpretando y descifrando los movimientos del cuerpo, las manos, y el rostro del presentador. Al tratar de adivinar la nacionalidad del personaje dado, se preferirá „gesticular" las especificidades estereotipadas de las diferentes naciones que son puras creencias, supersticiones, y suelen carecer de cualquier fundamento real.

Cuanto más lejana sea la cultura en cuestión para los jugadores tanto más estereotipados serán los signos aplicados para "caracterizar" a sus miembros.[2]

En cambio, ocurre algo muy raro. Se puede observar en el caso de personas con unos conocimientos bastante profundos de la cultura en cuestión cómo, a la petición de resumir brevemente sus características, de repente, "se olvidan" de lo aprendido y con mucha facilidad recurren a enumerar los mismos clichés que utilizarían otras personas menos o nada versadas en dicha materia. Es posible que piensen precisamente facilitarles a los no-conocedores el acceso a la comprensión.

Representaciones y estereotipos

Todo el mundo forma parte de un sistema de ideas, construidas de un modo coherente, alrededor de un núcleo de la realidad. Algunas de estas representaciones revisten una forma excesivamente simplificada para que se las pueda aplicar con facilidad en diversos contextos y sin que el mismo sistema de ideas pierda de su coherencia. Esto es el estereotipo, la forma fijada, el cliché utilizado en las imprentas para poder reproducirlo cuantas veces se desee.[3]

[1] Amossy, Ruth, Les idées re(ues. Sémiologie du stéréotype, Coll. dirigée par H. Mitterand, Nathan, Paris, 1991.

[2] Ladmiral, Jean-René, Lipiansky, Edmond-Marc, La communication interculturelle, Armand Colin, Paris, 1989, 204.

[3] Poirier, Fran(ois, L'enseignement de la civilisation, langues vivantes, second cycle, Albane Cain, Coll. Lycée, Lycée, INRP, Paris, 1988, pp. 34-35.

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

Los rasgos característicos de los estereotipos son los siguientes:
1) el estereotipo tiene un pasado;
2) muchos de ellos generalizan lo que es individual;
3) muchos de ellos no diferencian los rasgos innatos y los adquiridos;
4) muchos estereotipos toman una parte por el todo;
5) muchos de los que usan los estereotipos lo hacen no para aclarar las cosas sino para evitar cualquier explicación;
6) muchas veces se describe un país con algunos estereotipos sin considerar el factor humano o minimizándolo.

La clave del aprendizaje de los idiomas extranjeros: la lengua y la cultura, conjuntamente

Tal como nacemos en el seno de una lengua materna, también nacemos dentro de la cultura a la que pertenece dicha lengua. En el entorno familiar, en el marco del proceso de socialización, nos hacemos con la lengua materna sin darnos cuenta de que vamos adquiriendo conocimientos. Al llegar a la edad de la escolarización, la adquisición de la lengua materna sigue en el marco de varias asignaturas especialmente desarrolladas para esta finalidad, mientras que la cultura materna se estudiará en otras asignaturas, mayormente en literatura pero también en geografía, historia, etc.,- y como tal , ya no aparece.

En la enseñanza/adquisición de las lenguas extranjeras el procedimiento es diferente. No sólo se enfrenta uno con las diferencias de un sistema lingüístico, sino que también hay que comprender la cultura extranjera para poder aplicar -y de una manera eficaz- el sistema lingüístico recién conocido. Asimilar una cultura/civilización diferente a la nuestra es una tarea mucho más compleja que aprender a percibir y producir otros sonidos, comprender y pronunciar otras palabras, captar la lógica de otras estructuras gramaticales y crear mensajes más o menos toscos dando a conocer lo que estemos necesitando, pensando, preguntando, etc. Moverse en una cultura diferente a la nuestra no significa una transposición automática de la situación de partida -la cultura materna-, incluso, la cultura en la que hayamos nacido se nos convierte en una referencia del subconsciente, basándonos en la cual vamos enmarcando, interpretando, relativizando la cultura extranjera y nuestra interpretación muchas veces no corresponde a la realidad.

Además de nuestras propias experiencias, aplicamos las de otros cuando frente a la otra cultura procuramos descifrar sus fenómenos y estímulos desde los aspectos cognitivos o afectivos, consonantes o disonantes, agradables o desagradables. Al obtener la primera experiencia personal, directa , todos ya „sabemos" mucho más.

Nos apoyamos sin querer, sin darnos cuenta, en nuestras „informaciones", ideas recibidas a lo largo de la adquisición de la lengua y cultura maternas, en los clichés y representaciones que conllevaban, a veces explícita, otras veces implícitamente, acaso nunca en forma verbalizada.

Por tanto, en el aprendizaje de las lenguas y culturas extranjeras las ideas hechas que "tengamos en la cabeza", las imaginaciones y representaciones, los clichés o estereotipos tendrán que ser confrontados con la realidad de las culturas extranjeras.[4]

Existen, de todas formas, algunos peldaños intermedios, al menos, en el aprendizaje escolar o institucional, puesto que en la mayoría de los casos el proceso no empieza con una visita al país de la lengua meta.[5] Se trata de las condiciones objetivas y subjetivas que

[4] AMOSSY, Ruth, op. cit., p. 11.

[5] COSTE, Daniel,, Vingt ans dans l'évolution de la didactique des langues: 1968-1988, (Coste, D., Adam, M., Besse, H., et al.(Hatier-DIDIER: CREDIF, Paris, 1994, p. 206.

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

apoyan o transmiten el aprendizaje: el profesor y los medios, los manuales, modernos o tradicionales. Estos intermediarios serán los responsables en el futuro de confirmar si las ideas que tengamos en la cabeza coinciden con la realidad y en este caso, consolidarlas, o si es al contrario, rectificarlas.[6]

Si los profesores y/o los manuales buscan mantener y reforzar los clichés sobre el país cuya lengua aprendamos, nos llevaremos grandes sorpresas al poner a prueba nuestros conocimientos, cuando comuniquemos con sus habitantes.

En la Escuela Superior de Comercio Exterior de Budapest, en la filial de Comunicación Internacional, tenemos muchos estudiantes que habían empezado sus estudios de español varios años antes. En la Escuela Superior tienen como asignatura la comunicación intercultural en español y en la(s) otra(s) lengua(s) extranjera(s) que estudian. Al desarrollar esta asignatura procuramos que nuestros estudiantes realmente aprendan a comunicar con eficacia en dichas lenguas. Que no sólo adquieran la comunicación verbal sino que conozcan la realidad de España y de otros países de habla y cultura hispanas. Como en su mayoría tienen una experiencia considerable en el aprendizaje del español, sus conocimientos se nutren de varias fuentes, a veces del contacto personal con nativos. Hay que ver en qué medida se aproxima su saber sobre España, los españoles, la españolidad a la realidad, cuáles son los puntos en los que sus representaciones son espejismos y las causas de esto último.

Partiendo de los métodos de un grupo francés de investigadores ya en el curso anterior empecé a reunir datos y sacar conclusiones al respecto, implicando también en el trabajo a los más afectados, a mis estudiantes.[7] El objetivo sería, pues, sacar a la luz los estereotipos, darse cuenta de su existencia y concienciarse de que su uso nos desvía tanto en los procesos cognitivos como en la aplicación de nuestros conocimientos: la comunicación.

España y los españoles

Les pedí a mis estudiantes que escribieran las 5-10 primeras palabras que se les ocurrieran al pensar en España, los españoles o en la españolidad.

En seis grupos hice la „lluvia de ideas"; entre ellos había dos de principiantes o de nivel básico, los otros se componían de estudiantes de español de muy buen nivel que estudian diferentes asignaturas en español.

Los 64 estudiantes de los seis grupos escribieron 564 asociaciones -palabras o expresiones- , 8,8 de media. (Cuadro núm. 1)

Después clasifiqué las palabras y expresiones según campos semánticos, tratando de que cada cual figurara sólo en un sentido. Procediendo así, llegué a tener once categorías semánticas; el grupo número 12 contiene aquellas palabras o expresiones que por alguna razón, por ejemplo, por la mala interpretación de la tarea, no eran clasificables.

Los estudiantes tienen entre 19-23 años, y en su mayoría todavía no han visitado España. Unos pocos pasaron allí 7-10 días, de viaje turístico, una estudiante, de niña, vivió algunos años en España, otra trabajó allí un par de meses de canguro, y había tres británicas estudiando en la Escuela Superior en el marco de un intercambio, que habían veraneado muchas veces en España, tantas veces que no se acordaban del número de sus visitas.

Todos optaron por el estudio del español como LE/1 o LE/2 y se están preparando para especialistas de economía internacional, y de la española, en especial.

De todas las producciones destaca una cierta afectividad, las palabras y expresiones son

[6] ZARATE, Geneviève, Les Représentations de l'étranger et didactique des langues, Paris, Didier, 1993, p.27.

[7] CAIN, Albane, et BRIANE, Claudine, Comment élèves de collèges et lycées fran(ais voient les pays dont ils apprennent la langue, Représentations et stéréotypes, Paris, INRP, 1994.

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

de cargo positivo, se siente una motivación muy fuerte por los estudios de español que corresponde a cierta atracción de lo exótico. Esto último está relacionado con el estatus del español en Hungría: normalmente no se estudia como primera o segunda LE, y no se estudia por su utilidad sino más bien por su belleza, melodiosidad o exotismo.

Las categorías creadas a raíz de la clasificación son las siguientes:

1. PAISAJE NATURAL, CLIMA
2. PAISAJE CONSTRUIDO (monumentos)
3. CULTURA
   - 3.1 Conocimientos culturales (historia, política, sociología, economía, artes)
   - 3.2 Conceptos geográficos
   - 3.3 Famosos
   - 3.4 Personajes de la literatura
4. LOS ESPAÑOLES
   - 4.1 Rasgos físicos
   - 4.2 Carácter, actitudes
5. MANERA DE VIVIR
   - 5.1 Comer, beber, gastronomía
   - 5.2 Pasatiempos, ocio
6. IMPRESIONES POR PERCEPCIÓN
7. NO CLASIFICABLE

Del cuadro global se desprende que de las 564 respuestas 119 (un 21%) se referían a la subcategoría *Pasatiempos, ocio* de MANERA DE VIVIR. Para nuestros estudiantes los españoles en su tiempo libre se divierten, bailando sevillanas, o asistiendo a espectáculos de flamenco, escuchan música, de noche van de una sala de fiestas a otra, tocando la guitarra, de día frecuentan corridas de toros, partidos de fútbol o bares, celebran tradiciones populares, o se dedican a la juerga, tocando las castañuelas y la pandereta, en suma, viviendo una vida mediterránea efervescente. (Cuadro núm. 2)

La segunda categoría en cuanto al número de respuestas es la que afecta al carácter y las actitudes de los españoles (84, 14,8%).

Esta es la categoría cuyas respuestas necesitan ser explicitadas: sin duda aquí se encuentra el mayor número de estereotipos. El apasionado español (impetuoso y de sangre caliente) irradia la alegría de vivir, es sonriente, amistoso, hospitalario, feliz y orgulloso, en su vida la familia ocupa una parte importantísima (buen padre de familia), al mismo tiempo es religioso, despreocupado, no le importa el tiempo, galantea y hace negocios, aunque sea ruidoso en cuanto que grita y habla farfullando. (Todos, indiscriminadamente).

El tercero en el ranking de los temas es el de PAISAJE NATURAL, CLIMA, que sería ideal para ostentar conocimientos adquiridos con sangre y sudor, si en la mente de los estudiantes no se impusieran unas asociaciones denotando los accesorios de unas vacaciones muy agradables: la playa, la costa, el sol, el calor, características de todas las costas al sur de Hungría, no sólo de las de España. Tal como en el caso del ocio, aquí también se manifiesta el afán por unas sensaciones agradables, con la añoranza -justificable- de los habitantes de un país del interior, a mediados de un invierno de 5-6 meses de largo (80 respuestas, 14%).

Es muy correcto que haya tantas respuestas en la categoría MANERA DE VIVIR, subcategoría *Comer, beber, gastronomía* (63, 11%). Se trata de unos conocimientos que corresponden a la realidad, casi no hay elementos estereotipados.

44 respuestas nacieron en la categoría de *Famosos*. Figuran en ella personajes del pasado y del presente, actores, escritores, cantantes de ópera, directores de cine, pintores, políticos, deportistas y el mismo rey.

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

37 y 40 (6,5 y 7%) son las respuestas de las categorías *Conceptos geográficos* y *Conocimientos culturales*, respectivamente. La mención de equipos de fútbol, de los Juegos Olímpicos de Barcelona, y de la naranja como producto particularmente español, aquí aparecen como los conocimientos de peso pesado.

También es satisfactorio el número de respuestas de la categoría *Paisaje construido* (27, 4,8%). Se enumera una gran cantidad de monumentos.

Afortunadamente no se enumeran demasiados rasgos "típicos" del hombre español, los mismos elementos se repiten: *bigotes, pelo negro, sombrero* (18 respuestas, 3%).

No es nada saludable, sin embargo, que hayan asociado sólo dos personajes de obras artísticas: y mucho menos que se trate de dos figuras emblemáticas que son *Carmen* y *Don Juan*. Dos estereotipos por excelencia. Tal vez sean sus creadores o el éxito de estos autores, la rápida y amplia propagación de sus obras los "culpables" por asociar nociones como *pelo negro, (vestido) rojo, amor, pasión, galanteo*, con los españoles.

Las palabras y expresiones no clasificables proceden de algún malentendido o de la instrucción mal interpretada.

¿Cómo proceder, pues, con los estereotipos? ¿Qué clase de conocimientos poseen nuestros estudiantes de español? ¿Qué cuadro hay delante de nosotros? Viéndolo, ¿tenemos motivos para enorgullecernos o más bien para desesperarnos?

Los sociólogos que investigan la extensión y propagación de los conocimientos diferencian entre conocimientos *ligeros* y *pesados*.[8] Toda la población está en posesión de algunos conocimientos mientras que de otros conocimientos sólo dispone una minoría. Es de suponer que la adquisición de los conocimientos va dirigida por las necesidades prácticas de cada individuo y de cada grupo. La diferencia de los conocimientos ligeros y pesados no es cuantitativa sino cualitativa. La distribución de los conocimientos de los miembros de la sociedad sobre la nación es desequilibrada. (Cuadro núm. 3) La identidad nacional natural es el nivel umbral de estos conocimientos y los posee la gran mayoría de la sociedad. Es igualmente considerable el número de personas que utilizan de muy buena gana y con frecuencia los auto-estereotipos y los hetero-estereotipos.[9]

Es muy estrecha la franja de los que, disponiendo de los conocimientos pesados además de los elementos del saber, tratan de interpretarlos, enmarcarlos o relativizarlos tanto en el caso de su propia identidad como en el de otras naciones (5-30%).

Nuestros estudiantes, al optar por el español, prosiguiendo unos estudios especializados en la lengua y la sociedad españolas, son un público interesado en el tema. Es natural que satisfagan su curiosidad por los paisajes natural y construido, por la cultura y manera de vivir extranjeras, a base de su identidad nacional. El resultado de este aprendizaje será una mezcla de los conocimientos pesados y de los ligeros: los estereotipos.

Desde que el componente cultural ha obtenido una mayor importancia en la enseñanza y la adquisición de lenguas extranjeras, los autores y los analistas de los manuales tienen que decidir cómo considerar la problemática de los estereotipos. Algunas aproximaciones didácticas condenan la publicación de estereotipos en los manuales y los expulsarían de ellos.[10] Otros investigadores y autores se apoyan en ellos, dejando al profesor la tarea de darles la interpretación que encuentre más oportuna. Documentos auténticos en los ma-

[8] Csepeli, György, Nemzet által homályosan, Századvég Kiadó, Budapest, 1992, 122.
[9] Csepeli, op. cit., 123.
[10] Coste, D., op. cit., 135.

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

nuales, como los anuncios con combinaciones sorprendentes de textos e imágenes, pueden ser los más eficaces propagadores de los estereotipos.

Conclusión

Siempre ha habido estereotipos y siempre los habrá. No se puede evitar y tampoco sería positivo que los manuales los reprodujeran o publicaran. Además, y por suerte, los manuales no son la fuente exclusiva para conocer las lenguas y culturas extranjeras.

Mientras los alumnos y estudiantes de lenguas extranjeras estén en el proceso de aprendizaje, y su nivel cultural también vaya en aumento, es de suponer que la confrontación mental con el contenido de los estereotipos corrija o rectifique sus creencias, actitudes y conocimientos superficiales.

En esta última década el pensamiento didáctico ha introducido un elemento novedoso en el proceso de aprendizaje de lenguas extranjeras. Este elemento es la tendencia a la autonomía del aprendiz. En los manuales más modernos de lenguas extranjeras se dedican varios capítulos al discurso sobre el proceso de aprendizaje, o la adquisición de lenguas extranjeras. Una interacción parecida sería necesaria al tratar el componente cultural, aunque no sea siempre aislable en el proceso de aprendizaje. Los "mensajes" culturales podrían ser desvainados, separando los conocimientos ligeros de los pesados, intercambiando ideas, confrontando creencias y actitudes con razones, para llegar a poseer unos conocimientos pesados que se aproximen a la realidad.

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

Cuadro núm. 1
TOTAL

Grupo Personas Respuestas Categorías	NK III, KG II/1 (18 personas) 8,7 respuestas	NK I (10) 8,7	NK III (24) 8,6	KG I (5) 8	MDKG (7) 10,6	Total (64) 8,8
01. PAISAJE NATURAL, CLIMA	38	12	19	6	5	80
02. PAISAJE CONSTRUIDO, (monumentos)	6	5	11	1	4	27
03. CULTURA 03.1 Conocimientos culturales (historia, política, sociología, economía, artes)	5	9	17	2	7	40
03.2 Conceptos geográficos	9	4	20	0	4	37
03.3 Famosos	11	5	19	2	7	44
3.4 Personajes de la literatura	1	0	1	0	1	3
04. LOS ESPAÑOLES 04.1 Rasgos físicos	6	1	3	5	3	18
04.2. Carácter, actitudes	21	26	26	2	9	84
05. MANERA DE VIVIR 05.1 Comer, beber, gastronomía	22	1	26	11	3	63
05.2 Ocio, pasatiempos	28	18	48	7	18	119
06. IMPRESIONES POR PERCEPCIÓN	4	1	2	0	2	9
07. NO CLASIFICABLE	5	5	15	4	1	28
Total	156	87	207	40	74	564

KG=Filial de Económicas
NK=Filial de Comunicación Internacional
MDKG= Filial Posgradual de Económicas

ACTAS XXXII (AEPE). Anna GYÓRI. ¿Cómo proceder con los estereotipos en la enseña...
Centro Virtual Cervantes

Cuadro núm. 2

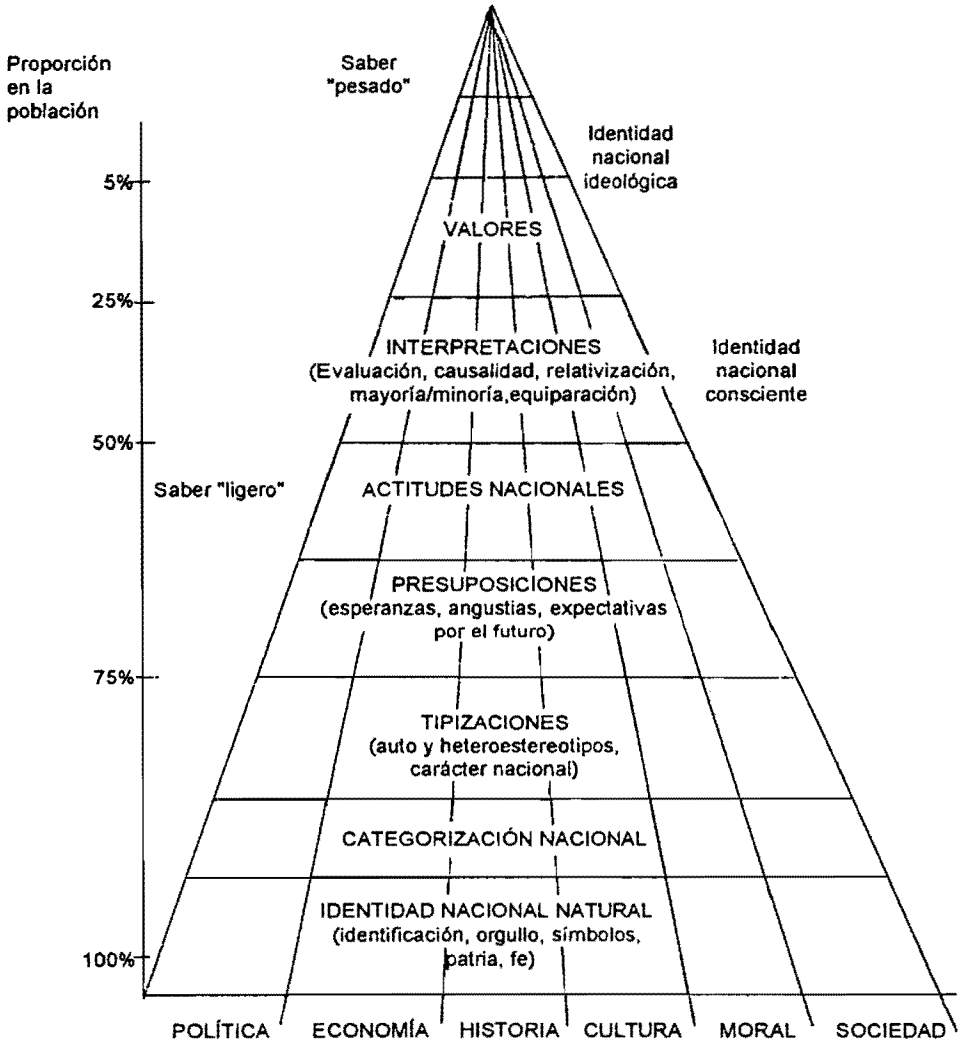
Filial de Comunicación Internacional, grupo de 24 estudiantes, IIIer curso

Las expresiones sospechosas de ser estereotipos van con letra gruesa

01. PAISAJE NATURAL, CLIMA	**sol, verano, palmeras, calor, calor sofocante también de noche, playa, mar, costas, cielo muy azul, bahía,**	19
02. PAISAJE CONSTRUIDO (monumentos)	veleros, casas blancas, El Alcázar, La Alhambra, La Mezquita, las calles de noche, Barrio Gótico, plaza de toros, monumentos, l a Catedral de León,	11
03. CULTURA (conocimientos culturales adquiridos por estudios: historia, artes, política, sociología, economía)	árabe, castellano, lengua preciosa, las Cortes, historia, subjuntivo, dificultades lingüísticas, gitanos, Unión Eurpea, el ambiente de las películas españolas, **"Spain is different"**, Guernica, ETA, Prado, Mecano, Héroes del Silencio	20
03.1 Conceptos geográficos	Mallorca, Península Ibérica, Cifuentes, Costa Brava, Málaga, Sierra de Guadarrama, Segovia, Sevilla, Barcelona, Granada, Andalucía, Castilla, Barcelona, Meseta, León,	17
03.2 Famosos	**toreros, bailadoras**, Gaudí, Dalí, Juan Carlos, Lorca, Javier Solana, Conchita Martínez, Antonio Banderas, Lola Flores, Franco, Picasso, García Márquez	19
03.3 Personajes de la literatura	Don Juan	1
04. LOS ESPAÑOLES 04.1 Rasgos físicos	**pelo negro, piel morena, sombrero,**	3
04.2 Carácter, actitudes	gestos, gesticular, **desorden, pasión, alegría, ruido, "mañana", sonrisa, orgullo, amabilidad, cariño, dignidad, amor, les gusta bromear, hospitalidad**	26
05. MANERA DE VIVIR 05.1 Comer, beber, gastronomía	turrón, tortilla, gazpacho, aceitunas, paella, calamares, **cerveza** San Miguel, whisky, las uvas de fin de año, gambas, bacalao al pil-pil, sangría , vino tinto, agua mineral sin gas,	26
0.5.2 Ocio, pasatiempos	música, folklore, ritmo, fiesta, pasarlo bien, bailar, castañuelas, pandereta, movida, **flamenco**, sevillana, fiesta de San Juan, marcha, juergas, corridas , **vida mediterránea, moda,** culto e importancia del hogar, siesta, conservar tradiciones, fútbol, buena vida, bonitos vestidos	48
0.6 IMPRESIONES POR PERCEPCIÓN	**rojo**	2
07. NO CLASIFICABLE	amiga, postales, cartas, Mari José, España, viajes, exclusividad,músicos latinoamericanos, amigos, quisiera ir allí, mi libro de español, Juan a quién conocí en el tren, mi actor preferido, vacaciones	15

Centro Virtual Cervantes

Cuadro núm. 3
La distribución de los conocimientos de la sociedad sobre la nación
(Fuente: Csepeli, Nemzet által homályosan, Budapest, Századvég, 1996, 127)



Centro Virtual Cervantes