
Laura Costa Pla*

Visión de la cultura hispana en Polonia. Realidad, estereotipos y tópicos.

1. Introducción. Lo hispano visto por otros ojos.

Con toda seguridad, a muchos profesores de ELE se nos presentan dudas relacionadas con los contenidos culturales que pretendemos llevar al aula, no sólo al decidir los que convendría presentar, sino también de qué forma sería más adecuado hacerlo y en qué momento sería más oportuno introducirlos. Ciertamente es que cada uno de nosotros es un vivo modelo de la cultura que está representando, pero esto no parece ser suficiente input para agilizar y conducir con adecuación el proceso de aprendizaje de nuestros alumnos. El presente artículo pretende echar una mano al profesor desorientado, ya que su objetivo será plasmar, de manera general, lo que conoce el polaco de los hispanos, y de esta manera hacernos reflexionar sobre cómo somos vistos por otros y qué saben de nosotros. Los conocimientos o creencias que posean nuestros alumnos serán, en muchos casos, determinantes a la hora de decidir los contenidos culturales que llevaremos al aula.

1.1 Cultura y lengua

El término cultura hace referencia a la identidad de una comunidad concreta, ya que, los individuos pertenecientes a dicha comunidad comparten una misma manera de entender e interpretar la realidad (Fernández Conde, 2005). Por lo tanto, poseen una misma forma de pensar y siguen similares pautas de comportamiento. De esta manera, la cultura determina nuestra relación con los demás y la forma que tenemos de comunicarnos con ellos. A su vez, el lenguaje y la forma de comunicarnos son fieles reflejos de la cultura, ya que nos muestran la visión del mundo que posee el hablante, individuo perteneciente a una determinada sociedad o identidad cultural.

* Laura Costa Pla es profesora colaboradora del Instituto Cervantes de Varsovia

Conocer una lengua extranjera es poder comunicarse con los miembros de la comunidad en la que se habla, y para ello no sólo es necesario conocer el código lingüístico (compuesto por el lenguaje verbal y no verbal), sino también las normas de comportamiento vigentes en dicha comunidad. El acto comunicativo se realiza en un contexto, en situaciones concretas, así pues, el uso del lenguaje está totalmente sujeto a la situación comunicativa, y ésta, a su vez, queda determinada por el componente sociocultural. Cultura y lenguaje son términos muy relacionados y que deberán adquirirse y desarrollarse en el hablante no nativo de forma paralela, ya que es necesario conocer aspectos de la cultura para que la comunicación sea satisfactoria y para ser capaces de aplicar las reglas que caracterizan la interacción social de una comunidad determinada.

El desarrollo de la competencia cultural es imprescindible para el crecimiento de la competencia comunicativa, evitando de esta forma desajustes y malentendidos. Además, es de gran importancia desarrollar estrategias por parte del hablante no nativo para ser competente en los diversos actos comunicativos, no deberá disponer únicamente de códigos limitados para situaciones concretas.

1.2 *¿Qué es la interculturalidad?*

Interculturalidad se refiere al contacto entre culturas, es decir, al encuentro entre miembros que proceden de diferentes entornos socioculturales y lingüísticos. Para que el encuentro sea satisfactorio y no concluya en fracaso, será necesario cuestionar los estereotipos o prejuicios y evitar el rechazo hacia lo desconocido (Martín Morillas, 2007). Los estereotipos y tópicos son conductas aprendidas que sesgan y limitan la percepción de la realidad. El profesor de lengua extranjera deberá fomentar los valores positivos propios de la interculturalidad (respeto, aceptación, solidaridad, cooperación...) y valorar lo positivo de ser diferente. La enseñanza intercultural deberá enriquecer al docente y discentes, produciéndose de forma sistemática un intercambio y una negociación. La meta será conseguir que el alumno se convierta en un hablante intercultural, que pueda ser él en otra lengua y en ningún caso se pretenda que imite al hablante nativo.

Respetar, aceptar y cooperar serán actitudes necesarias para movernos en el mundo en que vivimos, un lugar en el que se producen contactos continuos entre las diferentes culturas que lo habitan. Para ello, deberemos reflexionar sobre nuestra propia cultura, tanto sobre la visión que nosotros tenemos de otras culturas como sobre la que tienen otros sobre nosotros. Este es el objetivo central del presente artículo: conocer lo que piensan otros (los polacos en este caso) de lo hispano y reflexionar sobre cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo los vemos nosotros a ellos.

1.3 ¿Qué cultura enseñar en la clase de ELE?

Ya que la comunicación depende de un contexto o situación comunicativa, los contenidos culturales deberán aparecer integrados y paralelos a las muestras de lengua. Deberán ir cubriendo las necesidades del alumno. El profesor puede pronosticar malentendidos y problemas que se pueden producir en la comunicación y que le pueden servir de ayuda para la selección. Los contenidos y muestras elegidos deberán ser propios de la cultura cotidiana (sin que esto signifique que debemos dejar de lado la *Cultura* o *kultura*) (Miquel, 1999), proporcionándole así a los hablantes no nativos, patrones culturales rentables que no le limiten a situaciones concretas.

2. La percepción de lo hispano en Polonia

2.1. Contexto

- **Situación del español en Polonia**

La enseñanza del español como lengua extranjera ocupa en Polonia una posición de privilegio respecto al aprendizaje de otras segundas lenguas, sin ser un impedimento para este rotundo éxito su corta implantación en la esfera educativa y social del país. Sólo en la capital se superan los 10.000 estudiantes por año, y, a pesar de que en las demás ciudades de importancia las cifras no son tan elevadas, existe un patente aumento de la demanda año tras año.

El español comenzó a adquirir importancia en Polonia a partir de 1989, tras la caída del comunismo. Apareció un creciente interés por la lengua y la cultura hispana provocado por una mejora económica y la libertad para viajar, ya que tras la apertura de fronteras disminuyó la necesidad de tramitar visados. Los estudiantes universitarios comenzaron a tener acceso a las becas Erasmus y muchas empresas españolas se decidieron a invertir en el país. En la actualidad, aprender español es un fenómeno de moda más que una necesidad. Lo hispano se acepta con curiosidad y sin ningún tipo de tapujos entre jóvenes y adultos. En los bares y discotecas suena música en español, escritores hispanos contemporáneos ocupan las estanterías de los más vendidos en casi todas las librerías, y cíclicamente, se organizan festivales de cine español y de América Latina, para cuyas películas hay que reservar entradas con varios días de antelación.

Se podría decir que es un "idioma de placer" que trae connotaciones idealizadas de países exóticos. Esto no significa que no sea un valor positivo añadido a la formación de muchos jóvenes que se preparan tempranamente para competir en la dura realidad laboral. La mayoría de ellos cuenta ya con la experiencia de aprender otras segundas lenguas, de esta manera es el español, en muchos casos, la tercera o la cuarta.

- **Centros dónde se aprende español**

A diferencia de la situación de otras lenguas con más tradición educativa, todavía no existen centros en Polonia dónde el español adquiriera el papel de ser aprendido como primera lengua, aunque se cuenta con la existencia de trece reconocidos liceos bilingües distribuidos por todo el país. Incluso hay ciudades, como Varsovia y Gdansk, que disponen de dos centros de este tipo. Las universidades de Varsovia, Cracovia, Wrocław, Łódź, Poznań, Lublin y Katowice disponen de departamentos de Iberística de prestigio, la Universidad de Varsovia dispone de un Centro de Estudios Latinoamericanos (CESLA) y además, existen repartidos por diferentes ciudades centros de estudios superiores o universidades privadas en los que se pueden realizar estudios de similar equivalencia y reconocimiento.

El español como segunda lengua se puede estudiar en diversas universidades, institutos, escuelas, y en los Centros Cervantes de Varsovia y Cracovia, que disponen de una amplia oferta de cursos regulares y especializados y organizan, con cierta frecuencia, eventos culturales. Existen también numerosas academias de idiomas, algunas de ellas destinadas exclusivamente a la lengua y cultura hispana.

2.2. Percepción del español y de la cultura hispana.

Se repartieron sesenta encuestas con la finalidad de conocer la percepción de lo hispano y los conocimientos que tienen los polacos de estos países, para conseguir una amplia variedad de información, se destinaron treinta ejemplares en lengua española a personas que la hablan y la entienden y treinta traducidas al polaco para los que son ajenos a ella, es decir, para los que nunca la han estudiado. Se realizó de este modo ya que se pensó que las respuestas podrían diferir. Las encuestas fueron realizadas por personas de edades comprendidas entre los 17 y los 63 años. Se repartieron ejemplares entre los estudiantes de la Universidad de Varsovia, tanto en la Facultad de Iberística y el Centro de Estudios Latinoamericanos como en otras facultades dónde no se estudia ni es posible aprenderlo, en centros de cultura y ocio, entre los alumnos del Instituto Cervantes de Varsovia, en bares, clubs y escuelas de danza (de salsa y tango) y oficinas, tratando así de encontrar la más amplia variedad posible de perfiles. Las encuestas se repartieron en Varsovia, pero muchos de los encuestados proceden de ciudades o pueblos situados en los alrededores o son de otras ciudades. En el modelo de encuesta se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

1. Perfil del encuestado: edad, lugar donde vive, profesión, nivel del dominio de la lengua por competencias, tipo de centro donde ha aprendido la lengua, motivo por el que se decidió a estudiarla, información sobre si ha visitado algún país hispano y las causas de su visita.
2. Conocimientos, connotaciones y percepción de lo hispano. Se le realizaron las siguientes preguntas:

1. Escribe palabras que relaciones con España o con algún país de habla hispana.
2. ¿Conoces algún escritor, poeta, filósofo, pintor, arquitecto, escultor, director de cine, actor, cantante, grupo musical, político, deportista ... hispano/a?
3. ¿Conoces alguna película, serie de televisión, canción, libro, obra arquitectónica, marca, producto, plato... hispano/a?
4. ¿Conoces algún acontecimiento histórico o personaje relacionado con la historia hispano/a?
5. ¿Qué similitudes hay entre los países de habla hispana y Polonia? ¿Qué diferencias?

Las preguntas se diseñaron para requerir una respuesta abierta ya que pretenden averiguar los conocimientos culturales, pertenecientes a la cultura, *Cultura* y *kultura*, que posee el encuestado, y no limitarlo a un número limitado de respuestas posibles, ni condicionarlo de ningún modo.

Se considera relevante mencionar que de las sesenta encuestas sólo cinco se devolvieron prácticamente en blanco y todas ellas procedentes de encuestados que no han tenido contacto con la lengua española.

Las respuestas referentes a los motivos por los que se decidieron a aprender esta lengua son:

- En primer lugar, la popularidad del español en el mundo. Esta afirmación abunda entre los más jóvenes. Tal vez vean en ello futuras perspectivas de empleo y viajes, o se vean influenciados por la nueva cultura musical o de cine en español que ahora comienza y que cada año adquiere más y más popularidad.
- En segundo lugar, el interés por la cultura y la belleza de la lengua. Se la califica de melodiosa, diferente, exótica, y fácil en comparación con otras lenguas muy habladas, como por ejemplo, el chino.
- En tercer lugar la necesidad de comunicarse, ya que muchos de ellos tienen amigos o familiares en países hispanoablantes.
- Por último motivos profesionales relacionados con el trabajo y los estudios, esta última causa también fue una de las elegidas por los más jóvenes.

Como respuesta a la primera pregunta (1. “*Escribe palabras que relaciones con España o con algún país de habla hispana*”) aparecieron en los sesenta cuestionarios dos palabras: *corrida* y *flamenco*. *Toreador* y *toro* en la mayoría de ellas. Es evidente que estos aspectos de la cultura, para ellos, son los más representativos y parece ser que los relacionan con todo el mundo hispano. Polonia es un país mucho más homogéneo, si nos referimos a las diferencias culturales y lingüísticas. Para los polacos es difícil comprender que lo que es propio o típico de una parte de España tiene poco o nada que ver con el resto de la cultura hispana. Un ejemplo de ello sería el caso del flamenco, es propio de Andalucía pero en cambio no es representativo de Galicia, y mucho menos, de los países de América Latina.

Los logotipos e imágenes estereotipados utilizados en la publicidad de productos relacionados con lo hispano (de algunas agencias de viajes, escuelas de idiomas...) ayudan a mantener vivas estas imágenes, que como se ha visto en las encuestas realizadas, el encuestado que conoce el idioma o ha tenido algún tipo de contacto con la cultura, amplía o alterna con otras ideas procedentes de conocimientos o experiencias que no representan tópicos. En cambio, en la mayoría de los casos son por desgracia las únicas palabras escritas por los encuestados que desconocen la lengua.

En segunda posición aparecen palabras relacionadas con el descanso y las vacaciones como: *siesta*, *calor*, *playa*, *sol*, *vino*, *alegría*, *palmeras* y *tapas*, es evidente que se mantiene una visión idílica y paradisíaca. En las encuestas pertenecientes a personas que conocen la lengua aparecen algunos topónimos como *Islas Canarias*, *Tenerife*, *Madrid* y *Barcelona*. Es curioso que todos los lugares que citan pertenecen a España, posiblemente por la cercanía y facilidad para viajar.

Un número considerable de encuestados de edad inferior a treinta y cinco años mencionan *fútbol* y algunos nombres de clubs. Aparecen también palabras con connotaciones positivas como *tolerancia*, *conciencia social y cívica*, *sonrisa* y *multiculturalidad* en algunos ejemplares pertenecientes a encuestados menores de cuarenta años, y algunas con connotaciones negativas, aunque poco frecuentes, como *ir de macho*, *machismo*, *la violencia en Colombia*, *chabolas*, y *ladrones*.

Como respuesta a la segunda y tercera pregunta (2. “¿Conoces algún escritor, poeta, filósofo, pintor, arquitecto, escultor, director de cine, actor, cantante, grupo musical, político, deportista ... hispano/a? y 3. ¿Conoces alguna película, serie de televisión, canción, libro, obra arquitectónica, marca, producto, plato... hispano/a?”) aparecen nombres de pintores de fama mundial como *Picasso*, *Dalí* y *Frida Khalo*. Los encuestados con experiencia en el idioma añaden al listado *Goya*, *Tàpies* y *Miró*.

Comparten también lugar en la lista directores de cine como *Almodóvar*, *Amenábar*, *Saura* y *Buñuel*, nombrando así también los títulos de sus películas. Cabe mencionar que las más conocidas son los últimos largometrajes de Almodovar: *Volver*, *La mala educación*, *Hable con ella* y *Todo sobre mi madre*, junto a *Tango y Flamenco* de Carlos Saura. Los encuestados jóvenes se decantan por Almodóvar, ya que les atrae la provocación y se sienten fascinados por el colorido y la realidad tan poco cotidiana para ellos.

Además, se citan no pocos personajes relacionados con la vida política y pública como *Zapatero*, *Fidel Castro*, *Aznar*, *Rey Juan Carlos*, *Reina Sofía*, *Juan Perón*, *Augusto Pinochet* y *Hugo Chávez*. Son en su mayoría figuras que a menudo protagonizan las noticias internacionales de los periódicos del país.

Las marca más conocida es *Seat* (a pesar de que no goza de muy buena fama) y los menores de cincuenta años añaden con mucha frecuencia *Zara* y *Camper* (ambas de prestigio), cuyos productos son populares, están bien considerados y se pueden adquirir sin dificultad. Sobre todo en el caso de la marca de ropa.

Los alimentos que aparecen son productos que se pueden comprar en las tiendas, en algunos casos, en comercios especiales, como *turrón*, *vino*, *yerba mate*, *sidra*, *aceitunas* o *aceite de oliva*. La mayoría los nombran personas que han visitado países hispanos o los que no desconocen la lengua. Además se mencionan productos importados que existen desde hace años: *naranjas*, *mandarinas*, *plátanos*. Los nombres de estos tres productos han sido escritos por encuestados mayores de cuarenta años y apenas han anotado otros. Es muy posible que esto se deba a que estas frutas eran productos de lujo consumidos por la élite durante la época

comunista y que se solían importar de Cuba o de otros países caucásicos, para ellos exóticos, pertenecientes a la Unión Soviética.

Los platos o comida típica que mencionan se sirven en restaurantes de comida española o mexicana como *chili con carne*, *burrito*, *gazpacho*, *arroz con leche*, *paella* o *tortilla*, ya que se tiene muy buena opinión de la cocina española o de los países latinos y se siente curiosidad por ella.

Se puede observar que la mayoría de las respuestas dadas tienen mucha más relación con España que con el resto de los países hispanohablantes, pero esto no ocurre al mencionar escritores y obras literarias, ya que son en su mayoría, aunque no en todos los casos, latinoamericanos: *Borges*, (García) *Márquez*, *Cortázar*, *Juan Rulfo*, *Vargas Llosa*, *Isabel Allende*, *Pérez- Reverte* y *Ruiz Zafón* son los más populares. Se menciona así mismo el término *Realismo Mágico*. El libro que más veces ha aparecido escrito ha sido sin duda *Cien años de soledad*. Son todos ellos autores traducidos al polaco y se dispone de sus libros en la mayoría de las librerías. Nombran también a dos clásicos como *Cervantes* y *Lorca* y una obra que goza de fama mundial: *Don Quijote de la Mancha*. Los estudiantes de Iberística son los que más nombres y títulos han aportado a esta lista, mientras que las personas que han estado en el país, o han aprendido el idioma en inmersión, mencionan nombres de músicos y grupos musicales como *Serrat*, *Sabina*, *Chambao*, *Bebe* y títulos de canciones como *La camisa negra* de Juanes.

En relación a la cuarta pregunta (4. “¿Conoces algún acontecimiento histórico o personaje relacionado con la historia hispano/a?”) los personajes y acontecimientos históricos más mencionados son : *General Franco* y *la Guerra Civil española*, que aparecen en todos los formularios. Siguen por orden de aparición *el descubrimiento*, *la conquista* y *la independencia de América*, acompañados de nombres como *Cristóbal Colón*, *Reyes Católicos*, *Pizarro*, y *Bolívar*; y *la Inquisición española*. También se hace mención a la entrada de España en la Unión Europea y al atentado terrorista que tuvo lugar en Madrid el once de marzo de 2004. Se puede observar un interés por los acontecimientos más recientes de la historia de España, en cambio, no se menciona ninguno relacionado con la historia reciente de América Latina.

Consideran que los países hispanohablantes y Polonia tienen un punto en común, el catolicismo, aunque otros consideran que la forma de vivirlo y practicarlo es una diferencia entre España y Polonia. Además, con España se comparte la pertenencia a la Unión Europea. Los cambios políticos, económicos y sociales que ocurrieron y ocurren en Polonia tras la caída del comunismo se comparan con los que tuvieron lugar en España tras la llegada de la democracia. Algunos de los encuestados opinan que existen similitudes entre la dictadura franquista y el régimen comunista que gobernó Polonia.

Los pocos encuestados residentes en la capital menores de veinticinco años no nombran en absoluto el catolicismo y en su lugar aparece varias veces: *gente que le gusta divertirse*. Al referirnos a las diferencias, se considera que tanto España como América Latina difieren de Polonia en el clima, el temperamento de la gente y la multiculturalidad. La sociedad española, a diferencia de la polaca, es calificada de *tolerante*.

Como se ha mencionado anteriormente, se puede sacar la conclusión de que en Polonia se conoce más y se opina con más decisión sobre España que sobre los demás países hispanohablantes. Una de las causas tal vez sea la cercanía geográfica, muy relacionada con la facilidad para viajar a este país, la publicidad, la promoción cultural y la inversión económica que España realiza en Polonia.

Es muy posible que en el caso de los polacos que aprenden la lengua en el aula, esto se deba a los contenidos culturales seleccionados para ser trabajados en clase. Parece ser que muchos manuales tratan los contenidos culturales de manera muy general, sin profundizar (González Casado, 2002) y generando tópicos y estereotipos. Se centran en España sin mostrar una diversidad regional, y, en muchos casos, sin diferenciar entre el resto de países hispanohablantes.

Se llega a la conclusión por las respuestas dadas, que el polaco siente curiosidad por lo hispano, por la lengua y la cultura. Se interesa por el toro, la corrida y el flamenco, porque ese concepto de España folclórica, estereotipada y de perpétuas vacaciones es el que conoce, es decir, es lo que se le ha mostrado. Afortunadamente esta imagen cambia de forma progresiva, ya que en la actualidad, bien sea gracias a internet o a través de otros medios, se tiene fácil acceso a la cultura y los que aprenden en el aula pueden disponer de nuevos manuales en los que la cultura aparece integrada al resto de los contenidos y se evita representarla a través de estereotipos y tópicos. Estos clichés pueden ser reutilizados de una forma más adecuada, ya que representan muestras de la realidad siempre y cuando se lleven al aula y se traten como tales, como lo que son, uno de los muchos aspectos de una cultura y no una realidad única y representativa de una determinada sociedad. Además, pueden servir como herramientas para que el alumno que aprende una lengua extranjera reflexione sobre la cultura que aprende y sobre la suya propia.

3. Bibliografía

ALONSO CORTÉS FRADEJAS, M., GARRIDO RODRÍGUEZ, M., PRADO IBÁN, E., VILLANDRE LLAMAZARES, M., ZAPICO ALONSO, L. (2002): “El enfoque por tareas en la clase de Cultura. Cómo integrar destrezas trabajando la interculturalidad”, *Forma*, nº 4, SGEL, pp. 37-61.

BARALO, M. (2002): “Mestizaje e interculturalidad en la variación diatópica y su incidencia en español”, *Actas del Congreso ASELE*, Murcia, Universidad de Murcia, pp. 1-9.

FERNÁNDEZ-CONDE RODRÍGUEZ, M. (2005): *La enseñanza de la cultura en la clase de español de los negocios*, Madrid, Arco/Libros

GARRIDO RUIZ DE LOS PAÑOS, A. (2002): “El componente cultural en el aprendizaje de E/LE”, *Forma*, nº 4, SGEL, pp. 27-35.

GONZÁLEZ, C. (2007): “De la competencia pragmático-discursiva a la competencia intercultural”, *Actas del programas de formación para profesorado de español como lengua extranjera 2006-2007*, Múnich, Instituto Cervantes, pp. 101-127.

GONZÁLEZ CASADO, P. (2002): “Contenidos culturales e imagen de España en los manuales de E/LE de los años noventa”, *Forma*, nº 4, SGEL, pp. 63-86.

HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN, A. (2002): “Lengua y cultura en la enseñanza del español como lengua extranjera”, *Forma*, nº 4, SGEL, pp. 9-26.

MARTÍN MORILLAS, J. (2007): “La enseñanza de la lengua: un instrumento de unión entre culturas”, *Boletín ProfELE*, nº 9, Edinumen

http://www.edinumen.es/index.php?option=com_content&task=view&id=155&Itemid=68

MIQUEL, L. (1999): “Lengua y cultura desde una perspectiva pragmática: algunos ejemplos aplicados al español”, *Frecuencia L*, nº 5, Madrid, Edinumen, pp. 3-14.

SANZ PASTOR, M. (2003): *Construcción del componente cultural en el aula de E/LE*, Madrid, Univesidad Antonio de Nebrija.