

Memoria del Máster en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (MEELE)
Universidad Antonio de Nebrija
2005-2006

El turilingüismo en España:

actitudes y preferencias de los estudiantes alemanes de E/LE

Autora: Esther Opla Asún
Tutor: Prof. David García Ramos
2007

Mis más sinceros agradecimientos a David García Ramos, mi guía y consejero en este trabajo, por su paciencia y disposición incondicional.

Agradezco igualmente la inestimable ayuda de Marta Genís y Javier Aguado, por hacer más sencillo lo que me parecía imposible.

Por último, gracias a mis compañeros Manuel Humanes y Nuria Ganfornina. Ha sido todo un placer compartir esta experiencia con vosotros y espero que no sea la última.

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Estado de la cuestión	3
2.1. Terminología	3
2.1.1. Términos existentes	3
2.1.2. Definición de los términos	3
2.1.3. Nueva propuesta terminológica: Turilingüismo	4
2.2. Situación del español	4
2.2.1. Pasado	4
2.2.2. Presente	7
a) El español como recurso económico	7
b) Estructura del sector de cursos de español para extranjeros: Estancias lingüísticas	13
c) Concentración geográfica de las estancias lingüísticas	15
d) Expectativas de las estancias lingüísticas	16
e) Canales de comercialización	17
2.2.3. Futuro.....	18
a) El español en Estados Unidos	19
b) El español en Europa	20
c) El español en Asia-Pacífico	21
d) La evolución de las nuevas tecnologías	22
e) El Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiomatico	23
2.3. Conclusiones al estado de la cuestión	24
3. Situación del español en Alemania	25
3.1. Sistema educativo en Alemania	25
3.2. Turismo: hacia el turilingüismo	28
3.2.1. Turismo en España	28
3.2.2. Turismo alemán en España	28
3.2.3. Turilingüismo	31
3.2.4. Análisis DAFO del turilingüismo alemán en España	32
4. Metodología de investigación	37
4.1. Objetivo de investigación	37

4.2. Sistema de recogida de datos	38
4.2.1. El cuestionario	38
4.2.2. Tipos de información del cuestionario	39
4.2.3. Ventajas y desventajas del cuestionario.....	39
4.3. Diseño del cuestionario	40
4.3.1. Características generales del cuestionario	40
4.3.2. Escribir ítems o preguntas eficaces	43
a) Cómo escribir buenos ítems o preguntas	44
b)Tipos de ítems y preguntas según las secciones del cuestionario	44
4.3.3. Seleccionar y ordenar los ítems	50
4.3.4 Escribir las instrucciones y ejemplos adecuados	51
4.3.5. Poner a prueba el cuestionario y analizar los ítems	52
4.4. Selección y tamaño de la muestra	53
4.5. Administración del cuestionario	54
5. Análisis de los datos	56
5.1. Análisis de las actitudes	56
5.1.1. Educación	57
5.1.2. Consumo	59
5.1.3. Cultura	61
5.2. Análisis de las preferencias	62
6. Conclusiones	71
6.1. Conclusiones a los datos obtenidos	71
6.2. Propuestas basadas en los datos obtenidos	72
6.2.1. Generales	72
6.2.2. Específicas para Alemania	73
6.3. Posibles vías de investigación	74
6.4. Conclusiones personales	75
Bibliografía	76
Anexos	81

1. INTRODUCCIÓN

La memoria que ofrecemos a continuación supone la culminación de nuestros estudios de Master en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (MEELE) para la Universidad Antonio de Nebrija.

Decidimos dedicar esta investigación al turilingüismo, debido al escaso número de trabajos realizados hasta el momento sobre esta materia, que se resumen en presentaciones de propuestas teóricas, carentes de una práctica real que sirva para potenciar esta industria, que en la actualidad tiene una gran repercusión económica en el PIB español.

Las magnitudes de lo anterior son infinitas, por ello, tuvimos que reducir el estudio a tres grupos concretos de estudiantes de E/LE: alemanes, ingleses y estadounidenses. Cada uno de los investigadores nos ocupamos de una de las tres nacionalidades, en mi caso la alemana.

Nuestro trabajo tiene apartados en los que hemos trabajado conjuntamente, como el estado de la cuestión, la elaboración de las herramientas de investigación y otros más específicos que tratan las características de cada grupo investigado.

Consideramos que un trabajo de esta naturaleza solo podía realizarse a posteriori, primero analizando las actitudes y preferencias de los informantes, y de éstas, proponiendo mejoras sobre las ofertas existentes de nuestro producto lingüístico, el español.

Nuestro principal objetivo era analizar las actitudes y preferencias de los estudiantes de E/LE a la hora de elegir un curso de español en España. Para esto, nos servimos de un cuestionario común para las tres nacionalidades, con el fin de dotarle de la mayor universalidad posible.

Comenzamos el trabajo estableciendo un marco sobre el estado de la cuestión del turilingüismo en España desde su gestación hasta nuestros días. En este apartado detallamos los trabajos que hasta el momento se han llevado a cabo sobre este fenómeno.

A continuación, nos centramos en la situación del español en cada uno de los países emisores objeto de estudio. Primero ofreciendo los datos cuantitativos en cuanto

a su sistema educativo y al papel desempeñado por la lengua española dentro de éste. Posteriormente, elaboramos un panorama general del turismo de la presencia de estos grupos en nuestro país. La conjunción de estas dos vertientes se traduce en nuestra propuesta del turilingüismo.

El siguiente apartado corresponde a la definición de la metodología de investigación utilizada. Explicamos con detenimiento las herramientas y el proceso seguido hasta llegar a la obtención de los datos.

Posteriormente, una vez recogidos éstos, pasamos al punto central en el que son analizados de forma individual según cada grupo de estudio, introduciendo al mismo tiempo, ya de un modo personal, propuestas de mejora para cada país y situación.

Presentaremos los datos y resultados en tablas y/o gráficos que ayudarán a una mejor comprensión de los mismos, y que acompañaremos con nuestras conclusiones justificadas.

En el último apartado, ofreceremos una conclusión con una serie de propuestas que persiguen el aumento y el aprovechamiento del caudal económico que nos proporciona el turismo en beneficio del turilingüismo. Además mencionaremos posibles vías de trabajo futuras a partir de la investigación desarrollada.

Para finalizar, decir que somos conscientes de nuestras lagunas a causa de lo novedoso de este trabajo. Por esto mismo, deseamos que nuestra memoria sirva como impulso para la realización de futuros trabajos sobre el turilingüismo.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. TERMINOLOGÍA.

Turismo lingüístico o idiomático, turismo cultural, estancias lingüísticas, hacia una nueva propuesta: “Turilingüísmo”.

2.1.1. Términos existentes.

Son muchos los términos utilizados para definir algo que todavía no tiene una realidad material. Es por esto, por lo que se incentivó nuestra motivación para realizar este trabajo de memoria. Nuestra aportación persigue ser un estudio más profundo que abra nuevas vías y desarrolle este campo todavía incipiente.

Los términos más utilizados de los que hemos podido encontrar a lo largo de nuestra investigación son: **Turismo lingüístico** o, en menor medida turismo **idiomático** y **estancias lingüísticas**.

2.1.2. Definición de los términos.

El término más utilizado hasta el momento para denominar este fenómeno es el de **turismo lingüístico**: “Se llama turismo lingüístico a los viajes que se realizan al extranjero para poner en práctica actividades relacionadas con el aprendizaje de su lengua” (Baralo, 2006)¹. No obstante, Óscar Berdugo advierte que puede ser una amenaza para el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera relacionarlo directamente con un servicio turístico. Es por este motivo, por el que se han intentado buscar otros términos, como **estancias lingüísticas**, que nos remite al utilizado en Francia (“séjours linguistiques”) para mencionar este mismo fenómeno: “todo desplazamiento de una persona fuera de las fronteras de su país, superior a seis días e inferior a un año, destinado al aprendizaje in situ de una lengua extranjera por diversos

1

medios y a familiarizarse con la cultura del país de acogida, mediante el contacto con sus habitantes y disfrutando de los atractivos culturales y turísticos de este país”².

2.1.3. Nueva propuesta terminológica: Turilingüismo.

Según nuestra percepción, el término **estancias lingüísticas** correspondería a la presencia “in situ” de los alumnos en un país donde quieren aprender su lengua, a diferencia de la totalidad del fenómeno a tratar. Por esto consideramos que la palabra que mejor lo define es **turilingüismo**. Este nuevo término de acuñación propia presenta una gran potencialidad, ya que engloba dos términos que hasta el momento se presentaban como divergentes (turismo lingüístico), y aglutina los tres factores más relevantes del fenómeno: el lingüístico, el turístico, y por consiguiente, el económico. De este modo, definimos **turilingüismo** como el campo que desarrolla la relación entre el estudio de una lengua y su potencial económico para atraer el turismo.

2.2. SITUACIÓN DEL ESPAÑOL.

“El hecho de que el español sea uno de los grandes idiomas internacionales que se hablan en el mundo nos obliga a responsabilizarnos sobre su proyección”

(Lodares, 2005:8)

2.2.1. Pasado

Como dice Lodares, para aventurarse hacia el futuro es necesario mirar al pasado, por ello proporciona una perspectiva de la evolución del español hasta hoy en día. Según su opinión, en el momento del Imperio español, los idiomas no importaban ni como factor político ni económico. Las comunicaciones eran lentas, caras y malas, no había un sistema escolar bien organizado y ni pensar en una promoción estatal de la lengua. El español era solamente una lengua administrativa. A principios del s. XIX sólo un tercio de la población lo hablaba. Es lógico pensar esto si tenemos en cuenta la vasta extensión del Imperio, con numerosos territorios en ultramar, lejos de la

² http://cvc.cervantes.es/obref/anuario_02/davo/p04.htm

península, que posteriormente se irán perdiendo. Además, la consigna bíblica “id y predicad a cada uno en su lengua” no ayudaba a la propagación del español en los nuevos territorios colonizados. Todos estos hechos hacen, según este autor, que a diferencia de lo que se puede suponer, el Imperio como símbolo de unión, en cuanto a la lengua no fuese así. La lengua española no estaba tan extendida como se piensa, por eso, cuando el Imperio cayó, no hubo un gran peligro de derrumbe de la misma. Lo sorprendente es esto, que no sólo no se derrumbó, sino que salió fortalecida y creció. Y eso, porque espontáneamente, las nuevas generaciones de hablantes se dirigieron a lo común, hacia lo que facilitaba la comunicación, el comercio, etc. Además de este motivo, los conquistados decidieron aprender el español para no sentirse aislados y fuera de los derechos y beneficios del imperio, situándose de este modo al mismo nivel que sus conquistadores.

Teniendo en cuenta que se perdieron muchos territorios, el número de hablantes actualmente podría ser muy superior. Pero también el viejo Imperio resistió ataques que lo podrían haber menguado todavía más. El español perdió entre 1803 y 1850 aproximadamente un 30% de los territorios donde podría haberse extendido con facilidad y quedó inútil para extenderse más, pero donde se conservó se mantuvo firme.

Lodares lanza una hipótesis sobre el español: si el mundo hispánico hubiera tenido una proyección política, militar, comercial, industrial, técnica o cultural parecida a la del francés o inglés, provenientes de un imperio moderno (finales del s. XIX y principios del XX), actualmente no tendría la competencia del chino en número de hablantes ni quizá del inglés. Y esto es así porque el francés y el inglés han crecido con la revolución industrial, y en este tiempo, la carretera, el automóvil y los cables del telégrafo hicieron más que todos los planes ministeriales hechos en España.

Aún así, en el s. XIX el español multiplicó su número de hablantes por 3,1. Y en el s.XX quintuplicó la cifra de 1860. No por esto debemos esperar un crecimiento así para el s.XXI.

El primer intento de hacer del español la lengua común se da con Carlos III y en 1812 con el trabajo de los liberales. Aquí comienza el verdadero proceso para difundir el español en América, lugar que además, irá recibiendo numerosos emigrantes por sus posibilidades de prosperidad. Actualmente hay que señalar que sucede lo contrario, ya

no existe tal futuro de prosperidad y ya no recibe emigrantes, sino que los da. El siguiente punto de prosperidad para la lengua española surgió con las organizaciones obreras a finales del s. XIX y principios del XX, con éstas, la lengua supone un instrumento de equiparación y no exclusión de las personas, situándose bajo sus ideales de unión y defensa de la igualdad en el trabajo.

El núcleo de hablantes natos del español, es decir, los que aprenden desde la cuna, es algo superior al del inglés y muy superior al del francés, pero la proyección política de las tres lenguas varía mucho: el hecho de ser lengua de un Imperio antiguo (donde no importaban las lenguas como ya se ha dicho), o de imperios nuevos (con excelentes medios de comunicación, transporte, comercio e instituciones culturales que ayudan a extenderlas) es fundamental para su desarrollo y difusión. Como contrapartida a lo anterior, y de modo significativo, es imprescindible remontarnos a la **Gramática de la lengua castellana** de Antonio de Nebrija, y concretamente a su prólogo, que es donde hace referencia a la unión entre la lengua y el Imperio:

Cuando bien conmigo pienso mui esclarecida Reina: y pongo delante los ojos el antigüedad de todas las cosas: que para nuestra recordación e memoria quedaron escriptas: una cosa hallo y saco por conclusión mui cierta: que siempre la lengua fue compañera del imperio: y de tal manera lo siguió: que junta mente començaron. Crecieron. Y florecieron. Y después junta fue la caída de entrambos.³

Nebrija ejemplifica seguidamente esta idea con la descripción de la “niñez” y florecimiento de las lenguas hebrea, griega, latina, para establecer un paralelismo entre éstas y la castellana. Además añade:

“Que después que vuestra Alteza metiesse debaxo de su iugo muchos pueblos bárbaros y naciones de peregrinas lenguas: y con el vencimiento aquellos ternían necessidad de recibir las leies: quel vencedor pone al vencido y con ellas nuestra lengua: entonces por esta mi Arte podrían venir en el conocimiento della como agora nos otros deprendemos el Arte de la Gramática latina para deprender el latín. y cierto assí es que no sola mente los enemigos

³ <http://www.geocities.com/urunuela33/nebrija/prologo.htm>

de nuestra fe que tienen la necesidad de saber el lenguaje castellano: mas los vizcaínos. navarros. franceses. italianos. y todos los otros que tienen algún trato y conversación en España y necesidad de nuestra lengua: si no vienen desde niños a la aprender por uso: podrán la más aína saber por esta mi obra”.

Con lo que se desprende la idea de necesidad y voluntad de extender la lengua castellana no sólo entre los conquistados, sino también entre cualquier otro pueblo para mantener relaciones con el Imperio.

2.2.2. Presente

El español es una lengua con importante valor y rentabilidad económica, es “nuestro petróleo”, según palabras de Gregorio Salvador (Lodares, 2005: 126). El futuro que se espera para ella, es próspero en el continente americano, pero no tanto en España. El cada vez mayor número de hispanohablantes en los Estados Unidos, la inserción de nuestro idioma en los planes de estudios, el creciente interés que muestran los estadounidenses por nuestra cultura, entre otros motivos que posteriormente analizaremos con mayor detenimiento, hacen que el español se mantenga no sólo vivo, sino con fuerza en este continente. Pero por otra parte, en España no queda tan clara su prosperidad, puesto que el número de hablantes es mucho más reducido, y además, compite en Europa con idiomas de gran peso como son el francés o el alemán. Aunque se mantenga fuerte en España, no hay indicios de su expansión en nuestro continente.

Como indica Lodares, es importante que los centros de decisión política entiendan esta circunstancia anteriormente citada, que el español tiene un futuro limitado en España aunque próspero en América y que éste, con una comunidad lingüística multinacional, supone en cualquier caso un bien económico de primer orden que debe ser explotado.

a) El español como recurso económico

Vemos de vital importancia dedicar un punto especial al español como recurso económico, porque, superando la tradicional visión del idioma como medio de comunicación, hay que concienciarnos de que el español supone un bien económico indudable.

El término “español como recurso económico” (E/RE) fue acuñado por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) que en el año 1995 se refirió a él como “al macrosector o plataforma que abarca todas las industrias relacionadas con la lengua: Sector editorial, audiovisual, música, servicios educativos (enseñanza del español como lengua extranjera y enseñanza en español para extranjeros), nuevas tecnologías relacionadas con la lengua y los medios de comunicación”⁴.

Más adelante, en el segundo Congreso Internacional de la Lengua Española celebrado en Valladolid se adoptaría la expresión “español como recurso económico” como uno de los temas centrales de debate. Aquí se mencionarían las características específicas de cada sector y las líneas básicas de acción que se estaban desarrollando en ese momento. Con el camino abierto por el inglés, éste congreso pretendió que se le prestase igual atención al potencial del español. Para esto, se extendió la idea de que el español es un recurso económico, y debe tratarse como tal. Con el término “mercado lingüístico”, el español se presenta como una “industria en el sentido genuinamente económico de la palabra, cabe aplicarle todos los conceptos y modelos de análisis empresariales: tanto los centros privados de enseñanza como las casas editoriales tienen como finalidad producir beneficios, por eso tienen que definir su estrategia en cuanto a productos y costes en términos de rentabilidad y competencia” (Puren, 2001)⁵

La enseñanza y estancias de los alumnos en España así como la certificación, es decir, los exámenes que expiden diplomas como el DELE, es una posibilidad de este mercado. Los datos sobre el número de alumnos que se presentaron a los exámenes DELE que ofrece el congreso son: 2107 en el curso 1989-1990; 18598 en el curso 2000-2001. Concretamente, en la última convocatoria de este examen oficial, el pasado fin de semana del 11 y 12 de mayo, se contabilizaron más de 23.000 candidatos⁶.

Una idea insistente en el mencionado Congreso de Valladolid es aquella que pone énfasis en la “profesionalidad”, tanto de la empresa del español, como de la enseñanza de éste, que ha de ser de calidad, novedoso y ha de aprovechar nuestros

⁴ http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/revero_j.htm

⁵

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/puren_c.htm

⁶ <http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200705110003&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

nuevas “fortalezas” además de los temas clásicos de la cultura española, por ejemplo la música, donde España se encuentra entre los diez mercados más importantes del mundo y con un creciente auge de la música latina en EEUU que se materializa en los Grammy.

El Congreso ofrece cifras de la situación del Instituto Cervantes durante el curso 2000-2001. Pero en la actualidad, el Cervantes cuenta con 67 centros repartidos entre los cinco continentes, con la reciente inauguración del centro de Calgary, Canadá (22 de enero), Reykiavik, Islandia (1 de marzo), y el de Seattle (6 de marzo). Una novedad en esta institución es la futura creación de un centro de enseñanza en España, concretamente en Cartagena (Murcia), con un acuerdo firmado el 8 de mayo entre el Instituto Cervantes, la alcaldesa de Cartagena, Pilar Barreiro y el rector de la Universidad Politécnica de Cartagena, Félix Faura⁷. Es de gran importancia el acuerdo que se firmó el pasado 25 de abril entre el Instituto Cervantes y el ICEX, por el cual emprenden una estrecha colaboración institucional con el fin de participar en programas y acciones comunes. Esto constituye un hito importante en el campo que nos ocupa, ya que por fin se está materializando lo que pedían insistentemente el Congreso de Valladolid y otras muchas instituciones. “Se pretenden promocionar las industrias culturales e impulsar la actividad internacional de las empresas e instituciones cuya principal actividad sea la enseñanza del español como lengua extranjera”⁸.

En el Congreso de Valladolid también se hizo referencia al término “turismo idiomático” (Recorder de Casso, 2001)⁹ y se ofrecieron datos relativos a la actividad turística en general durante el año 2000: 48’2 millones de turistas que dejaron 5’6 billones de pesetas, un 11% del PIB.

Ante esta situación no nos podemos replegar en nosotros mismos, debemos ser abiertos y tolerantes con aquello que nos puede ayudar a conseguir un puesto ya no de lingua franca, pero si de segunda lengua mundial, es decir, debemos preservar, defender y promover nuestro idioma, prestar especial atención a las nuevas tecnologías y formas modernas de comunicación y, evitando un purismo fosilizante, dejar fluir la lengua, dejar que evolucione, ya que esto son las lenguas, cambio y reflejo de cada nueva

⁷ <http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200705080001&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

⁸ <http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200704250003&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

⁹

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/recoder_c.htm

realidad. Y la realidad del momento esta en la economía y la “sociedad de la información” (Ferrate, 2001)¹⁰.

Otro ejemplo significativo es la ponencia dada por Enrique Guillermo Avogadro sobre la situación del español en Brasil (Avogadro, 2001)¹¹, país que, aunque no sea objeto directo de estudio por nuestra parte, es necesario mencionar. Ese trata de un país enorme, tiene un tercio de los habitantes de América Latina y limita con todos los países de América de Sur salvo Ecuador y Chile, factor decisivo para su contacto con el español. Las regiones donde el español es más fuerte son las del sur, donde hay una gran afluencia de turismo, la presencia de fuertes colonias hispanoparlantes y similitud entre los habitantes y sus países vecinos; y en el sudeste, por razones básicamente económicas. Es aquí donde encontramos el corazón industrial, comercio, bancario y financiero de Brasil. También es el lugar con mayor concentración de empresas españolas.

1985 es una fecha importante para la relación económica entre los países Sudamericanos, en esta fecha se inició el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), que supone una integración de Brasil con sus vecinos más próximos. Ya no sólo existe una cercanía cultural, sino que se establecen unos lazos económicos. España se convierte en el segundo inversor directo en Brasil, después de Estados Unidos. Es tradición del MERCOSUR no requerir traductores en las reuniones con el fin de llegar a una cierta lengua franca. España se convierte en el intermediario entre esta unificación económica y la europea, de ahí el interés por nuestra lengua, que se percibe como una lengua universal, siendo conscientes de las limitaciones de su idioma.

Otro importante factor de la presencia del español en Brasil es la enorme magnitud del comercio de la música popular, donde se van incorporando canciones en español.

Según datos de la Embajada de España y el Instituto Cervantes, el número de academias y cursos en español no deja de aumentar en Brasil. En 2004, 26 Universidades públicas y 24 privadas tienen licenciaturas en español. 750 escuelas lo enseñan y se estima un universo potencial de 50 millones de alumnos. Aún así, Avogadro llama la atención en la falta de calidad de la enseñanza impartida.

¹⁰ http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/ferrate_g.htm

¹¹ http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/avogadro_e.htm

Son seis los centros Cervantes que hay actualmente en Brasil, tras la reciente inauguración de cuatro de ellos (7 de febrero), y se tiene la intención de abrir tres más a lo largo de este año, convirtiéndose en el país con mayor número de centros, nueve en total.

La causa de este crecimiento se debe a la promulgación de una nueva ley que obliga a los centros de enseñanza secundaria a ofrecer cursos de español a los alumnos¹².

De la cercanía de las lenguas española y portuguesa nace el “portuñol”. Avogrado, lejos de verlo como un peligro, aboga por la capacidad de evolución de las lenguas, y con ésta, su difusión, algo que resultaría ventajoso en términos económicos para ambas.

Por último una encuesta realizada en la Pontificia Universidade Católica (PUC) muestra el deseo de profesores y alumnos de llegar a establecer una lengua neutral, que sirva de base y sustento a la integración regional y la futura concepción de una verdadera “nación” latinoamericana.

No podemos obviar la situación en Estados Unidos. El español se puede considerar como la segunda lengua en EEUU. Varios millones de estadounidenses de origen no hispano lo estudian y hablan con frecuencia. “En los colegios y las universidades el español es la lengua “extranjera” más estudiada, en general, hay más estudiantes de español como segunda lengua que todas las demás lenguas combinadas, y muchos trabajos profesionales ofrecen aumentos de salario y otras condiciones favorables para los empleados que pueden comunicarse en español” (Lipski, 2007:336). El estudio más profundo sobre la situación del español en Estados Unidos lo realizaremos posteriormente, por lo que no nos detenemos en este momento para evitar así repeticiones innecesarias.

Son igualmente de gran interés los trabajos de Oscar Berdugo, director de la Asociación para el Progreso del Español como Recurso Económico que se constituyó “en 1996 con la intención de servir de aglutinante a los sectores de la actividad económica española que utilizan nuestra lengua como principal herramienta de trabajo”¹³, dotando al concepto de “español como recurso económico” de un soporte

¹² <http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200702070001&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

¹³ <http://www.cuadernos cervantes.com/prensa0051.html>

teórico del que antes adolecía. Esta labor nada sencilla, debido al gran número de actividades económicas de naturaleza dispersa que dependen de nuestra lengua, siguió cuatro criterios que exponemos a continuación:

- 1) Las actividades deberían tener la lengua como soporte o como objeto de trabajo.
- 2) Cualquiera de las actividades podría participar, aunque fuera de un modo colateral, de estrategias comerciales conjuntas.
- 3) Cada una de las actividades integradas en el concepto “español como recurso económico” aportaría elementos que contribuyeran a conformarlo como un sector de vanguardia y estratégico.
- 4) Estos sectores deberían tener un enorme potencial de proyección hacia mercados exteriores, ya que damos por sentado que el español es un recurso económico dentro de nuestro país.

Una vez fijados estos criterios, se deberían encontrar los sectores y subsectores o áreas de actividad que podrían integrarse en el concepto de “español como recurso económico” y una vez que se establecen estos sectores, hay que observar como interaccionan entre sí para constituir un todo más organizado y sólido.

En un primer grupo, podríamos distinguir al núcleo central que estaría ocupado por los servicios lingüísticos, la enseñanza de español para extranjeros y los productos editoriales para la enseñanza del español. La totalidad de la facturación de estos sectores tiene como objeto de su actividad la lengua española. Como mediador habría un sector estratégico compuesto por las tecnologías de la lengua y que tiene especial relevancia porque un desarrollo sólido de este sector puede impulsar el liderazgo de los demás sectores del conjunto, éste constituiría el segundo grupo. En el tercer grupo, conocido como sectores de difusión, se distinguen los sectores editorial, audiovisual y musical. Existe una fuerte interacción con el resto, puesto que difunden la lengua y la cultura española creando el entorno cultural adecuado para un mayor crecimiento del conjunto. Finalmente, habría un cuarto grupo denominado “efecto de arrastre”, donde a partir de una estrategia integrada de penetración de mercados, se crearía un referente cultural adecuado que llevaría la marca genérica del español o lo español. De esta forma, los tres primeros sectores pueden interaccionar entre sí y permiten el acceso hacia lo español, o

bien, desde el prestigio adquirido por la marca genérica del español, los extranjeros emprenden sus clases de español o comienzan a consumir productos en español, como un libro o un CD.

Como el propósito de la memoria es conocer las actitudes y preferencias de los estudiantes de E/LE a la hora de estudiar español en nuestro país, mostraremos la situación actual del sector de cursos de español para extranjeros¹⁴.

b) Estructura del sector de cursos de español para extranjeros: Estancias lingüísticas

El término “estancias lingüísticas”, que ya ha sido definido, lo utilizamos según nuestra perspectiva para denominar la presencia “in situ” del estudiante en un país de habla española y todo lo que esto conlleva: el viaje, el alojamiento y el curso; a éstos se les puede añadir las visitas turísticas y culturales u otras actividades complementarias como la práctica de deportes, más cualquier tipo de gasto “extra” que hace un turista “tradicional” (bonos de transporte, alimentación, bares, recuerdos, uso de internet, etc). Tenemos que tener en cuenta la creciente autonomía de los clientes gracias a la adquisición de servicios por medio de Internet. Si hacemos un estudio de la segmentación de la demanda, distinguimos según Oscar Berdugo¹⁵:

- a) Un primer grupo constituido por estudiantes de enseñanzas medias, es decir, en edades comprendidas entre 13 y 17 años, que reclaman cursos de perfeccionamiento si han estudiado español dentro de su plan curricular o bien estancias breves de introducción a la lengua y la cultura española como los “minisejours”, muy populares en Francia.
- b) El segundo grupo estaría formado por estudiantes universitarios entre los que habría que distinguir a los que tienen el español dentro del currículum y los que requieren su aprendizaje como complemento de su formación.

¹⁴ http://www.cuadernos cervantes.com/ele_30_esprececonom.html

¹⁵ http://www.cuadernos cervantes.com/ele_30_esprececonom.html

c) Por último, se encuentra el grupo de los adultos que desean aprender español sin ningún fin específico o bien por necesidades profesionales. Además hay que señalar que cada día aumentan los cursos de formación de profesores ya que se exige en los países de origen una mayor especialización en el español como lengua extranjera.

En general, se puede decir que el sector de los escolares no experimenta un mayor crecimiento, debido, por una parte, a la saturación del mismo, y por otra, al hecho de que nuestro idioma se estudia normalmente como segunda lengua extranjera en edades preuniversitarias o en la misma universidad con fines específicos.

El sector industrial de E/LE es relativamente joven, la mayoría de las empresas o instituciones implicadas no llevan ejerciendo la actividad más de veinte años. Naturalmente hay excepciones: algunas universidades ofrecen cursos internacionales desde hace varias décadas y algunas empresas privadas tienen una antigüedad superior a los veinte años.

En la actualidad, aparecen censadas más de trescientas empresas cuya actividad, total o parcialmente, está dedicada a la enseñanza del español para extranjeros. Todas las empresas del sector son pequeñas y medianas empresas. Más bien, sería adecuado hablar solamente de pequeñas empresas, ya que ninguna se acerca a la cifra de 250 trabajadores.

En el conjunto del sector conviven la oferta pública y la oferta privada. La oferta pública está constituida por los cursos ofrecidos por las universidades y otras instituciones públicas, mientras que la oferta privada es ofrecida por empresas que se dedican a la enseñanza de lenguas.

Dentro de la oferta pública podemos distinguir:

- 1) Aquella que se ha constituido como sociedad mercantil, dotando a sus cursos de español para extranjeros de una gestión más autónoma y flexible que, en algunos casos, ha venido acompañada de la adopción de formas más profesionales de administración.

- 2) Por otra parte están los tradicionales cursos de las universidades con un funcionamiento integrado dentro de los modos habituales de estas instituciones.

En la empresa privada se distinguen dos grandes grupos:

- 1) Las empresas ligadas (en forma de franquicias, o mediante cualquier otro tipo de relación) con grupos internacionales de enseñanza de lenguas. Éstas se caracterizan por basar total o parcialmente sus estrategias de mercadotecnia en el exterior en la implantación internacional del grupo. Normalmente este tipo de empresas tiene un departamento de español dentro de una oferta más amplia de enseñanza de lenguas en general.
- 2) Las empresas que ofertan solamente cursos de español. Son empresas más especializadas que deben operar por sí mismas o integrándose en organizaciones más amplias, nacionales o internacionales, con un gran esfuerzo de promoción exterior.

c) Concentración Geográfica de las Estancias Lingüísticas

Andalucía y Castilla y León acaparan más del 60% de la demanda de turismo idiomático, que sumada a la de Madrid, Comunidad Valenciana y Cataluña reúnen el 90% de esta demanda de viajes a nuestro país de turistas extranjeros para aprender español, según un estudio sobre Turismo idiomático del Instituto de Turismo de España (Turespaña)¹⁶.

En total, España recibe más de 150.000 turistas idiomáticos cada año, que generan unos ingresos directos de 254.78 millones de euros. Desde 1995, el sector ha experimentado un crecimiento constante de entre el 7 y 9% anual, del que se benefician principalmente, Andalucía, Castilla y León, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana. Los principales mercados emisores son Alemania, con 30.300 turistas (23,2%); Estados Unidos, con 17.200 (13,4%); Francia, con 16.800 (12,9%); Reino Unido, con 11.900 (9,2%); Japón, con 10100 (7,9%); Suiza, con 6.900 (5,3%), e Italia, con 6.200 (4,8%).

¹⁶ <http://www.consumer.es/web/es/viajes/2003/01/06/56016.php?print=true>

Por otra parte, el informe señala que, a pesar de la amplia oferta de 379 centros privados y universidades públicas, la distribución es poco homogénea y existe una escasa oferta de cursos dirigida a menores de edad, mayores de 45 años y clientes específicos como los de español comercial.

d) Expectativas de las Estancias Lingüísticas

Como es lógico, el futuro de las estancias lingüísticas dependerá directamente de la salud del sector de la enseñanza del español para extranjeros. Nos parece muy interesante el estudio cualitativo que realiza Oscar Berdugo, en su artículo “Anatomía de un nuevo sector”¹⁷, donde distingue las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO), por la que atraviesa el mundo de E/LE. Aquí presentamos un breve resumen con las principales ideas:

Debilidades.

- 1) El sector se encuentra ubicado dentro de la categoría de enseñanzas no regladas.
- 2) La pequeña dimensión de las empresas del sector.
- 3) La ausencia de reconocimiento expreso por parte de la administración española del CEELE.
- 4) La posición geográfica de España, excéntrica con respecto al resto de la comunidad hispanohablante.

Amenazas.

- 1) Pérdida de calidad ante la alta competitividad de precios.
- 2) La falta de inversión en formación del profesorado.
- 3) La ausencia de profesionales formados en la gestión de empresas lingüísticas.
- 4) La promoción del sector como servicio turístico.
- 5) La falta de coordinación de las administraciones en materia de regulación y promoción del sector.

¹⁷ http://www.cuadernos cervantes.com/ele_30_esprececonom.html

Fortalezas.

- 1) La enseñanza del español como lengua extranjera como transmisión de conocimientos.
- 2) La imagen-país proyectada por España y la comunidad hispanohablante.
- 3) La posición como puente entre Europa y el resto de la comunidad hispanohablante.
- 4) La situación de España como un referente cultural con respecto a la comunidad hispanohablante de Estados Unidos.

Oportunidades.

- 1) La relación estrecha con el subsector de productos editoriales para la enseñanza del español.
- 2) La coyuntura favorable a la internacionalización de las empresas españolas.
- 3) La internacionalización de la oferta educativa española en su conjunto.
- 4) La articulación de economías de escala, que promuevan un mayor tamaño de las empresas del sector.
- 5) La creación de oficinas de comercialización en el exterior que reduzcan la dependencia de los canales tradicionales.

e) Canales de Comercialización

Hoy en día los canales de comercialización tienen una vital importancia a la hora de atraer al público-objetivo de las estancias lingüísticas. En el sector privado, los principales canales de comercialización son los siguientes¹⁸:

- 1) Agentes especializados en viajes educativos. Se trata de los alumnos que llegan a través de empresas extranjeras que organizan viajes educativos y suponen un porcentaje del 35%.

¹⁸ http://www.cuadernos cervantes.com/ele_esprececonom.html

- 2) Acuerdos o peticiones a través de escuelas privadas extranjeras, universidades e institutos de enseñanzas medias y oficinas públicas de información de otros países. Esto supone un porcentaje del 25%.
- 3) La promoción directa mediante la participación en ferias, exposiciones y con la ayuda de la publicidad en periódicos y revistas en el extranjero. Este canal supone un porcentaje del 20% del total, aunque sus efectos inducidos son mucho mayores.
- 4) A través de Internet que supone el 16% y es sin duda, uno de los que ofrecen mayores posibilidades para el futuro.
- 5) La información distribuida por los organismos españoles en el extranjero, que supone un porcentaje del 9%: embajadas, consulados, oficinas de turismo, oficinas comerciales, guías oficiales.

Por otro lado, la oferta pública recibe sus mayores contingentes de estudiantes a través de acuerdos o convenios con universidades e instituciones educativas. En términos porcentuales hasta el 70% del total procede de esta vía. El resto está repartido entre inscripciones directas, gentes de viajes educativos y otros medios.

Además de los anteriores canales de comercialización, también se pueden añadir la aparición de productos emergentes como las prácticas en una empresa en el extranjero o los trabajos temporales en el extranjero que realmente no se corresponde con un tipo de estancia específica, sino que puede ser un complemento a varias modalidades de ellas.

2.2.3. Futuro

En la actualidad, todas las previsiones que se realizan sobre el desarrollo del español son optimistas. Por esta razón, pensamos que debemos aprovechar esta situación favorable trazando un futuro realista para que el español no pierda el liderazgo que se merece.

Entre las distintas propuestas que hemos investigado, nos parecen de vital relevancia las siguientes:

a) El español en Estados Unidos.

En todos los congresos de Lengua Española se proclama la importancia del español en Estados Unidos. Según Lodares (2005:159), “el español es una lengua más americana que europea”. Sólo 1 de cada 10 hispanohablantes vive en España. Por lo que el español proveniente de EEUU, con sus anglicismos incluidos, lleva camino de convertirse en una de las fuentes normativas del español futuro. Este mismo proceso se está gestando en Brasil. Además nos parece muy acertada la apreciación realizada por Covadonga Fernández (2001)¹⁹ quien afirma que “la industria del español en Estados Unidos se presenta como uno de los negocios más prósperos y duraderos”. Y ello será posible por el fuerte impacto económico que la comunidad hispana está teniendo sobre la sociedad norteamericana.

Por otro lado, no podemos obviar el papel de Marcos Marín, catedrático de Lingüística de la Universidad Autónoma de Madrid y miembro correspondiente de la Academia Norteamericana de la Lengua Española. Durante años ha desarrollado una política lingüística nacional dirigida hacia Hispanoamérica.

Sin embargo, no todas las expectativas del español en Estados Unidos son positivas, ya que como indica Ofelia García (2001)²⁰ los Estados Unidos, a pesar de ser el actor principal y más poderoso en el proceso de globalización y de promover el bilingüismo en inglés por todo el mundo, se va cerrando en sí mismo, ignorando y borrando inclusive su propio multilingüismo.

Por último, podemos afirmar que España, por su posición geográfica, debe ser el puente o nexo entre Europa y el resto de la comunidad hispanohablante, colocándonos en una situación de privilegio con respecto al mercado europeo.

¹⁹ <http://www.cuadernos cervantes.com/prensa0050.html>

²⁰ http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/unidad_diversidad_del_espanol/3_el_espanol_en_los EEUU/garcia_o.htm

b) El español en Europa.

Si situamos al español dentro de los límites de Europa, está claro que no puede competir con los idiomas de las tres potencias europeas, es decir, el alemán, el inglés y el francés, pero es la única lengua europea que interesa verdaderamente en Estados Unidos y en Brasil. Estamos de acuerdo con Lodares (2005) cuando habla de una alianza con el inglés por una cuestión práctica: antes que considerarla como lengua extranjera puede considerarse como una lengua mediadora que arropa al español en varios campos como en el de las nuevas tecnologías.. Asimismo, dice que es razonable prever la formación de un núcleo lingüístico anglo-hispano de cierta relevancia en América.

En cuanto a la enseñanza del español en Europa, debemos destacar el papel de J. Luján Castro (2001) con sus propuestas encaminadas a promocionar el español dentro de nuestro continente. Entre las acciones de promoción del español de carácter político-cultural, destacaríamos:

- 1) Redoblar esfuerzos de todo tipo en el apoyo a la enseñanza y promoción del español en Francia, Gran Bretaña y Alemania.
- 2) Impulsar el apoyo a la enseñanza del español en las universidades y en las enseñanzas para adultos.
- 3) Apoyar políticas de utilización del español en el seno de las instituciones de la Unión Europea.
- 4) Constituir una asociación hispanoamericana encargada de promocionar el español en Europa.

Por último, deberíamos mencionar la labor desempeñada por el **Marco Común Europeo de Referencia**, que favorece la transparencia en la comparación de los sistemas educativos y la movilidad y cooperación entre los países europeos. El Marco, con su enfoque orientado a la acción contribuye a crear usuarios de la lengua plurilingües que desarrollan una interculturalidad, es decir, los futuros hablantes del español tendrán una conciencia sobre su propia lengua enriquecida por la labor integradora de nuestra lengua y al mismo tiempo, el español y sus usuarios se verán favorecidos por el contacto de otras lenguas y experiencias culturales.

Por otro lado, la ampliación de la UE hacia el este de Europa puede provocar, por su parte, un desplazamiento de la demanda de segunda lengua hacia el alemán, con la consiguiente pérdida de cuota de mercado para el español. Por esa razón, vemos muy positiva la promoción del español por parte del Instituto Cervantes con la consolidación de sus centros en esta parte de Europa y el intercambio de profesores entre España y los países del este llevado a cabo por el Ministerio de Educación.

c) El español en Asia-Pacífico.

La proyección del español en el marco Asia-Pacífico constituye una actividad relativamente nueva y por ende en desarrollo. El potencial económico de países como China e India no puede pasar inadvertido y se deben redoblar los esfuerzos para el apoyo de la enseñanza y promoción del español en estos dos gigantes asiáticos. Por otra parte, debemos potenciar el interés que ya tiene nuestra lengua en dos países como Corea del Sur y Japón y nos parece de especial relieve el papel desempeñado por el Instituto Cervantes en su misión de resucitar al español en Filipinas, donde no sólo ha dejado de ser lengua oficial, sino que no figura como materia de estudio en las escuelas públicas.

Entre las actuaciones de carácter político-cultural para que el español ocupe un lugar destacado en el Asia-Pacífico distinguiríamos las siguientes:

1. España debería constituir una asociación hispanoamericana con países como Chile, Perú y México que pertenecen a la CEAP, Cooperación Económica del Asia-Pacífico, para la promoción y apoyo del español en tierras asiáticas.
2. El Gobierno español debe potenciar la enseñanza de lenguas asiáticas en nuestro país para favorecer el intercambio de profesores entre España y países como China e India, ya que desempeñarán un papel decisivo en los mercados de la economía global.
3. El Ministerio de Asuntos Exteriores debe seguir colaborando con el Instituto Cervantes en la difusión del español con la apertura de nuevos centros en la zona de Asia-Pacífico como ha ocurrido tanto en Tokio como en Pekín que son actualmente los edificios Cervantes de mayor tamaño fuera de España.

d) La evolución de las nuevas tecnologías.

En un mundo globalizado como en el que nos encontramos, el papel de las nuevas tecnologías con respecto al español tiene una importancia capital. Si no tomamos conciencia sobre esta situación, nos quedaremos relegados a una posición marginal, ya que serán otros, los que decidirán el destino de nuestra lengua. Según Lodares (2005:141) el español “corre el riesgo de convertirse en simple materia prima, procesada por quienes no lo hablan y, previsiblemente, se lo venderán a buen precio a sus hablantes naturales”. Por consiguiente, debemos aprovechar la posición privilegiada de nuestra lengua para extender su capacidad de penetración en la venta de información a través de las redes.

En el **Congreso de Zacatecas**²¹ en 1997, ya se puso el dedo en la llaga cuando se denunció que en el ámbito hispanohablante se presta más interés al control del discurso político de las televisiones digitales y por cable que a la promoción de la lengua y cultura a través de las tecnologías interactivas.

Afortunadamente, en la actualidad, la presencia del español en el ciberespacio ha aumentado a pasos agigantados y cada vez hay un mayor número de páginas web cuyos contenidos han sido elaborados por empresas españolas. Por poner un ejemplo, podríamos destacar el Centro Virtual Cervantes, con numerosas herramientas para el aprendizaje del español que permiten no sólo una mayor difusión de nuestro idioma, sino que fomenta la autonomía de los aprendientes.

Como conclusión, podríamos distinguir una serie de medidas que favorecerán el desarrollo de las nuevas tecnologías con respecto al español:

- 1) La apuesta del gobierno por la ingeniería lingüística.
- 2) La formación del profesorado de E/LE en el campo de las nuevas tecnologías.
- 3) Aumentar la presencia española en las redes de la comunidad hispanohablante de Estados Unidos.

²¹ <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/comunicaciones/soler.htm>

e) El Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiográfico

Debido al potencial que tiene la sinergia entre el turismo y la enseñanza del español para extranjeros, el Gobierno, a través de la Secretaría General de Turismo presentó el 26 de julio de 2001 el “Plan de impulso al turismo cultural e idioma”, dedicándole concretamente, en su Eje V, un capítulo especial a la enseñanza del español como recurso turístico. En dicho Eje V del plan, se enumeran una serie de medidas (Güemes, 2001) para la mejora de la oferta, que se realizarán en colaboración entre los Ministerios de Economía (Secretaría General de Turismo, ICEX), Educación, Cultura y Deporte y el Instituto Cervantes. Entre ellas podríamos distinguir las siguientes:

- 1) Implantar un sistema de calidad mediante el impulso y la promoción de un certificado oficial otorgado por el Instituto Cervantes, (CEELE).
- 2) Consolidar el DELE como título oficial del idioma, que otorga el Ministerio de Educación y Cultura y que sirva como referencia del conocimiento del español en el mundo académico y profesional.
- 3) Crear un mayor número de títulos especializados como el español de negocios, para profesores de español para que se adapte a la demanda que estudia el español por motivos profesionales.
- 4) Apoyar el diseño de una oferta ajustada a los estudiantes menores de 18 años, ya que van a ser los futuros consumidores del español.

Junto a la mejora de la oferta, el Plan contempla unas medidas específicas que promocionan el marketing del turismo idioma y donde colaborarán conjuntamente el Instituto de Comercio Exterior y el Instituto Cervantes. Entre ellas podríamos destacar las siguientes:

- 1) Una campaña de publicidad específica dirigida a los mercados prioritarios como: Alemania, Escandinavia, Estados Unidos, Brasil y Japón, prestando especial interés a las revistas especializadas e Internet.
- 2) La presentación de un portal de Internet con un lugar específico para la información y promoción del turismo idioma que incluye un catálogo con los centros de toda España.

- 3) El apoyo a la asistencia del sector a las principales ferias mundiales especializadas y se organizarán junto al ICEX, Jornadas Profesionales directas en los principales mercados emisores. Además Turespaña organizará una Jornada Anual en España, cada año en una Comunidad Autónoma.

Como complemento a todas las anteriores medidas, se creó un órgano de coordinación, el Consejo Promotor de la enseñanza del español en España, en el que están representados los órganos de la Administración del Estado implicados (Secretaría General de Turismo, ICEX, I. Cervantes, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) y las principales asociaciones del sector.

2.3. CONCLUSIONES AL ESTADO DE LA CUESTIÓN.

En resumen, el turilingüismo se puede convertir en el mejor instrumento para conseguir algunos de los objetivos que persigue la política turística, nos referimos a la desestacionalización, la diversificación y la mejora de la rentabilidad. Por otra parte, España se puede convertir en un lugar de referencia como destino de turismo lingüístico para otros países hispanohablantes contribuyendo mediante el intercambio de conocimientos al impulso de nuestra lengua y cultura.

Si lográsemos relacionar la calidad de la enseñanza del español con el turismo, se aumentaría el número de turistas que repetirían la experiencia de vivir en España al mismo tiempo que desarrollan su proceso de aprendizaje y luego, ellos mismos serían los mejores embajadores de nuestro patrimonio cuando regresen a sus respectivos países.

3. SITUACIÓN DEL ESPAÑOL EN ALEMANIA

3.1. SISTEMA EDUCATIVO EN ALEMANIA.

Anteriores estudios, como por ejemplo el realizado por José M^a Piñán San Miguel (2003)²², explican que el sistema educativo en una República federal como es el caso de Alemania varía en sus Estados integrantes, ya que cada uno tiene competencia plena y originaria, lo que dificulta en gran medida tanto la recogida de información, como el análisis de la situación.

Alemania cuenta con dieciséis países (Länder) con diferencias en cuanto a extensión, población, actividad económica, educativa, etc.

El órgano principal del Estado federal para la educación es el Ministerio Federal de Educación e Investigación, , pero éste no se superpone a la política educativa de cada país, sino que se sitúa en el mismo nivel de competencia, constituyendo la autoridad educativa número diecisiete.

Para mayor complicación, los dieciséis estados cuentan con un total de veintinueve ministerios encargados no únicamente de la educación, cultura e investigación, sino también del deporte, la mujer, juventud, medio ambiente...

Dentro del área educativa tampoco existe una estructura homogénea de administración estatal, regional y local. Tampoco ofrecen las investigaciones realizadas en ellos una misma estructura a la hora de presentar los datos. Todo esto hace que el estudio de la situación se complique.

Es de señalar el progresivo intento de homogeneización en cuanto a la enseñanza. El Ministerio Federal de Educación e Investigación (Bundesministerium für Bildung und Forschung) junto a la Conferencia de Ministros de Educación de los Estados Alemanes (Kultusministerkonferenz der deutschen Länder) son quienes intentan alcanzar una normativa básica común.

Un organismo de importancia vital para la lengua española en Alemania es la Asociación Alemana de Profesores de Español, la DSV (Deutscher Spanischlehrerverband), fundada en 1970, constituida por profesores de español que se

²² <http://sedll.org/doc-es/publicaciones/glosas/nmon10/alemania.pdf>

unieron para hacer un esfuerzo a favor de la presencia de nuestro idioma en Alemania (Bemmerlein)²³.

A continuación exponemos el panorama general del sistema educativo alemán y su relación con las lenguas extranjeras, deteniéndonos en el caso del español.

Educación infantil

No existe un currículo específico de idioma extranjero. En los últimos años de este nivel educativo se proporciona un contacto con la lengua extranjera de forma lúdica, generalmente el inglés.

Educación primaria

Igual que en la anterior, la enseñanza del español es en este nivel casi imperceptible, domina la del inglés. Se debe únicamente a la iniciativa de los padres y en su mayoría se desarrolla de forma privada.

Pero es de señalar el inicio de un progresivo proceso de incorporación temprana de lenguas extranjeras. Su enseñanza sigue siendo de carácter lúdico y en 3º y 4º se comienza con las destrezas comunicativas básicas.

Educación secundaria

En la Escuela básica (Hauptschule) el inglés detenta la exclusividad y excepcionalmente el francés en las zonas fronterizas. El español queda como tercera lengua, compitiendo con el latín, francés, italiano o ruso, aunque se observa un cierto progreso hacia la segunda posición.

Esta misma situación se da en las Realschulen.

En los Institutos de Bachillerato (Gymnasium) la enseñanza de la segunda lengua se inicia en el 7º curso, y en 9º se ofrece la tercera de forma optativa. Lo más común es que la primera sea el inglés o el latín en menor medida, la segunda el francés,

²³ Para una extensa información sobre esta asociación, más la evolución de la enseñanza del español en Alemania desde sus comienzos hasta hoy: <http://hispanismo.cervantes.es/documentos/anton.pdf>

inglés o latín, y es en el tercer puesto nuevamente donde encontramos al español junto al francés, italiano o ruso.

En la Escuela Integrada (Gesamtschule) se da un recorte de las opciones. La primera lengua es el inglés, y rara vez se ofrece una segunda, ni por tanto, tercera lengua extranjera.

Educación universitaria

En este nivel cada vez se es más consciente de la importancia del conocimiento de otros idiomas. A parte de los estudios de Filología Hispánica, que presentan un crecimiento sostenido, se ofrecen con carácter optativo clases de idiomas que proporcionan un certificado, Fachsprache (conocimientos de un idioma especializado). El curso es de cuatro semestres, y de doce a dieciséis horas semanales. La oferta de lenguas es muy variada y no sólo se trata de lenguas europeas.

También hay que señalar el deseo de las organizaciones educativas de ampliar los estudios con vista a prácticas en el extranjero.

Formación profesional

El inglés es la primera lengua y el español queda en segundo o tercer puesto. Es importante su situación en los estudios referentes a la hostelería²⁴.

El español está presente en la mayor parte de los Estados en las Escuelas de Comercio y Escuelas Superiores de Comercio, por lo general como alternativa al francés.

No se puede olvidar para finalizar, el mercado de las escuelas privadas de enseñanza de idiomas extranjeros, donde aparece cada vez con más fuerza.

En cuanto al material didáctico, ha habido una gran evolución de los antiguos manuales, la mayoría alemanes, que se han ido adaptando a la demanda y las nuevas necesidades de los estudiantes. Actualmente hay un amplio mercado donde elegir.

²⁴ Para ampliar los datos referentes a cada nivel y conocer cifras concretas consultar <http://www.mec.es/redele/Biblioteca2007/elmundo.shtml>

3.2. TURISMO: HACIA EL TURILINGÜISMO.

3.2.1. Turismo en España

Para los datos que ofrecemos a continuación nos hemos servido de la página web del Instituto de Estudios Turísticos donde se puede encontrar un análisis pormenorizado de la actividad turística en España²⁵.

En el año 2006, 58´5 millones de turistas visitaron España. Esta cifra supone un 4´5 % más respecto al 2005.

Las principales Comunidades que recibieron las llegadas son, por este orden: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid. Éstas suponen en conjunto el 90% de las llegadas.

Los principales mercados emisores son, también por orden de mayor a menor: Reino Unido, Alemania y Francia. Estos tres engloban el 61% del total de los turistas.

El gasto turístico creció un 4´8% respecto al 2005, siendo 48.227 millones de euros en total. El análisis revela que el gasto al día es superior a años anteriores pero los turistas permanecen menos tiempo en España.

España es el segundo país como principal destino turístico, después de Francia, y por delante de Estados Unidos y China,

Las previsiones para el 2007 se consideraron buenas. El turismo va a aumentar aunque moderadamente, entre un 3% y un 4% más que en el 2006.

3.2.2. Turismo alemán en España

Alemania es el segundo mercado emisor de turistas en España, con 10.146.354, por detrás de Reino Unido, con 16.178.653.

2006 fue el tercer año consecutivo que presenta crecimientos en este grupo turístico.

²⁵ <http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>

Casi el 40% de los alemanes eligieron las Islas Baleares como destino, convirtiéndose en el principal grupo turístico en éstas, por encima incluso de Reino Unido (34%). En Baleares, igualmente, el mercado alemán se ha incrementado en un 6´1 % respecto al año anterior.

La importancia indiscutible de éste mercado en Baleares lleva a desarrollar acciones como la elaboración de propaganda y publicidad dirigida únicamente a los alemanes²⁶.

El segundo destino elegido son las Islas Canarias, dónde se observa un crecimiento del 1´9%. En estas islas, el mercado alemán es el segundo con un 28%, por debajo del británico, con un 37´5 %.

El gasto turístico alemán creció un 6´8 % en 2006 gracias al crecimiento tanto del número de llegadas como del gasto medio realizado por turista, que ha sido un 4´4 % más elevado que en 2005. El gasto alemán supone un 19% del total, por debajo del 27´6 % británico.

Del total de turistas alemanes, el 72´6 % llegaron por vía aérea, lo que supone más de 42´2 millones de llegadas. Se utilizaron tanto las compañías tradicionales como las de bajo coste (CBC), que presentan cada vez un mayor crecimiento. Air Berlín tiene un 91´8 % de vuelos con destino España, y más de la mitad de su tráfico llega a Palma de Mallorca. También es importante el crecimiento en los aeropuertos de Tenerife, Fuerteventura y Tenerife Sur. Lo que demuestra la especialización de ésta compañía, y por tanto, del turismo alemán en el turismo insular. Es significativo el incremento de pasajeros alemanes en Easyjet, aunque Reino Unido sigue siendo su usuario principal.

En cuanto al alojamiento, el 69% del mercado alemán eligió hoteles y similares, éste es el predominante. Pero se observa un incremento en los establecimientos no hoteleros, 6´4% frente a la subida del 0´6% en establecimientos hoteleros.

Para la forma de organización del viaje, Canarias y Baleares son las que más turistas reciben con paquete turístico. Es decir, los alemanes, grupos predominantes en éstas, suelen viajar con una organización previa, aunque los que viajan sin paquete van ganando peso (51%).

El uso de internet para organizar el viaje aumentó igualmente un 15´4 %.

²⁶ <http://www.mujeerdeempresa.com/viajeras/010901-palma-de-mallorca.shtml>

El principal motivo del viaje, con un 79´4 % es por ocio-vacaciones. Un 10´8 % queda para motivos laborales. Ambos motivos crecieron con respecto a 2005.

Por último, en cuanto a las previsiones, el Instituto de Estudios Turísticos, es optimista para el mercado británico y el francés, aunque no lo es tanto para el alemán.

En su artículo, Cayetano Espejo Marín y Ana Mansilla Pérez (1998: 41-54)²⁷, señalan que los turistas alemanes proceden en su mayor parte de Alemania Occidental: Renania del Norte-Westfalia, Baden-Burtemberg, Baja Sajonia y Baviera. Todos estos estados se caracterizan por su alto grado de desarrollo económico y social.

Ofrecen igualmente un interesante estudio sobre la imagen que tienen los alemanes de España. Para esto realizaron una encuesta a un grupo de 300 participantes de nacionalidad alemana. No se explica si las opciones fueron previamente dadas o las eligieron los encuestados. De éste se desprende que el principal motivo del viaje es la “playa, sol y mar” y en segundo lugar queda lo cultural y académico. Asimismo, depende de la edad la percepción sobre España. Para los jóvenes predominan las condiciones del medio (bonita, sol buen clima, paisaje bonito, aridez-sequía, tranquilidad, demasiadas construcciones en la costa), después el carácter de los españoles (gente amable-agradable, desenfadada, de espíritu abierto, hospitalaria, con temperamento, arrogante y orgullosa, muy festeros) y por último los aspectos socioculturales (se come bien, abundante oferta cultural, muchos monumentos, toros, turística, flamenco, escaso interés por el medio ambiente).

Para los alemanes entre 30 y 60 años lo sociocultural es lo que más llama la atención. Y por último, los mayores de 60 tienen una imagen en la que destaca el carácter de los españoles.

Como conclusiones interesantes de este estudio se pide la promoción de otros destinos turísticos para evitar la elevada concentración en las islas. También el aprovechar su imagen positiva hacia nuestro país, proporcionando la profesionalización del sector turístico para que crezca este mercado. Por último, el desconocimiento de la lengua y cultura alemana pueden llevar a la pérdida de interesantes oportunidades de desarrollo turístico.

²⁷ <http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n2/Cuadernos-3.pdf>

3.3. TURILINGÜISMO.

La situación turística anteriormente analizada, junto con la de la enseñanza del español en Alemania, ofrecen un panorama prometedor en cuanto al turilingüismo.

Si bien es cada vez paulatinamente mayor la demanda del idioma español en los centros educativos alemanes, al mismo tiempo que la turística en España por parte de éstos, es el momento de aunar ambos espacios para conformar de este modo la industria de E/LE.

Precisamente el estudio con este nombre de Miguel Carrera Troyano y José J. Gómez Asencio²⁸ se encarga de este sector “ para obtener una estimación de su valor económico y explorar las posibles medidas de política económica y cultural que se podrían abordar para potenciar la actividad y la generación de valor añadido y puestos de trabajo”.

En el mundo, según este estudio, hay casi 14 millones de estudiantes de ELE. Y concretamente en Alemania, el lugar objeto de nuestro estudio, casi medio millón de personas estudian español (más de 450.000 según César Antonio Molina²⁹).

La Secretaría General de Turismo ofreció datos sobre el año 2001, según estos, hubo 130.000 alumnos de ELE en España, cifra que se repite para el 2004³⁰ (aunque el estudio de César Antonio Molina anteriormente nombrado estima 180.000 y el de Berdugo 150.000³¹). Asimismo, la Secretaría dice que esos alumnos hicieron un gasto total en nuestro país de 255 millones de euros.

Remitiéndose a Berdugo, la Secretaría dice que es difícil saber el censo total de las empresas e instituciones que ofrecen cursos de español en España. En el curso 2004-2005 se contabilizaron entre 350 y 400 centros, con un total de 1700 cursos. Se piensa que el número ha aumentado en los últimos años.

Según cifras dadas por Berdugo en el Congreso de Valladolid en el 2001³², 31.500 son los alemanes que estudiaron en España, siendo la nacionalidad con mayor

²⁸ <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art4.htm>

²⁹ <http://www.cip.cu/webcip/servicios/estasesm/articulos/2007/mayo/04/Cul/0504Cul1.html>

³⁰ <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art4.htm>

³¹ http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/berdugo_o.htm

porcentaje de todo el mundo (21%). Les siguen los estadounidenses con el 17%, Francia con el 14%, mientras que Gran Bretaña sólo aporta un 7% de los 150.000 alumnos en total que vinieron a España. En cuanto a porcentajes de acogida de alumnos y número de centros, Andalucía recibe el 33% de alumnos aproximadamente, Castilla y León (con el 16% de los centros) acoge al 29% de los alumnos, Madrid con el 23% de los centros recibe el 15,5% de los alumnos. La comunidad Valenciana recibe el 9% del total, Cataluña el 6% y Cantabria y el País Vasco el 3%. Estos son los datos que hemos podido obtener. Se acusa una carencia de cifras más actuales respecto a la enseñanza de español a extranjeros en nuestro país.

3.3.1. Análisis DAFO del turilingüismo alemán en España.

Nos parece de gran utilidad, tras este estudio cuantitativo del turilingüismo, aportar otro cualitativo. Para esto hemos decidido recurrir al esquema de análisis DAFO utilizado por Berdugo en su estudio anteriormente citado, porque consideramos que es claro y directo.

Debilidades

- Concentración del turismo únicamente en las islas Baleares principalmente, y las Canarias en segundo lugar. Este destino prácticamente único para los alemanes hace que nuestras posibilidades de crecimiento económico se vean sustancialmente limitadas. La promoción de otros lugares por medio de una publicidad atractiva y dirigida a sus preferencias y necesidades, aprovechando éste estudio para conocer éstas, sería el punto de partida para ampliar y esparcir la oferta. El interés demostrado por los alemanes hacia las islas (playa, buen tiempo...) debería ser aprovechado por otros lugares con éstas características, por ejemplo la costa mediterránea, así como se deberían buscar los posibles puntos de su interés en lugares del interior.
- Primacía de la imagen “sol y playa” de España, lo que se deriva de su preferencia por los destinos anteriormente dichos. Aunque ésta no es para nada desdeñable, puesto que por el momento es la principal fuente de ingresos, como docentes de nuestra lengua y representantes de nuestra cultura, deberíamos ampliar su punto de vista hacia nuestro país. La educación, la publicidad debería

dirigirse a nuevos puntos de interés, como por ejemplo la música, el cine, etc. Mostrando de este modo una imagen actual de España.

- Escasa oferta de programas o cursos específicos y previamente organizados. Como hemos visto, la preferencia de los alemanes por los “paquetes” turísticos se puede poner en directa relación con la educación de nuestra lengua. Una sugerencia sería la elaboración de programas específicos dirigidos a sus necesidades y preferencias una vez más. He aquí otro motivo para la realización de esta memoria.
- Estancias cortas en su mayoría para aprender la lengua en nuestro país. A causa de la proximidad entre los países o la proliferación de aerolíneas de bajo coste entre otras, la duración de su estancia es ciertamente limitada, a diferencia de los estadounidenses por ejemplo. Una posible solución sería fomentar su permanencia a través de la acción conjunta de los programas anteriormente nombrados, haciendo de éstos lo más completos posibles, aunque sin olvidar las necesidades de aquellos que por motivos laborales, de estudios, etc. no pueden permanecer mucho tiempo en España.

Amenazas

- Falta de información profesional sobre los cursos y escuelas en España. Cuando no hay información o ésta no es suficiente, se corre el riesgo de generar una imagen que redunde en el tópico de “España es sólo para las vacaciones en la playa”. Es nuestra obligación mostrar todas las posibilidades de estudio en nuestro país, y de una forma seria y profesional establecer un mercado competitivo. El punto de partida es la introducción de nuestro producto, la lengua española, en el principal escaparate comercial del momento, Internet.
- Imagen de España como lugar de destino únicamente para las vacaciones, sin necesidad de estudiar el idioma. Esta amenaza se deriva de las dos primeras debilidades anteriormente expuestas. Y como ya se ha dicho, se tiene que ampliar la imagen de nuestro país, mostrando las fortalezas de las que disponemos y saliendo de lo vacacional única y exclusivamente.
- Pujanza de los idiomas fronterizos francés e italiano frente al español. Es inevitable el mayor interés de los alemanes hacia sus idiomas vecinos. Por esto, se debe recurrir a nuestras posibilidades de atracción. Quizás la más potente en

este momento es el interés mostrado por los alemanes hacia el mundo hispanoamericano. De este modo, España se sitúa en una posición privilegiada ya que es el paso más próximo para Alemania hacia ésta cultura. Igualmente, la introducción del español como segunda lengua en el sistema escolar alemán se puede conseguir por medio de la regularización y profesionalización del sector de enseñanza de E/LE. La pujanza económica de nuestro país y su situación nada envidiable con respecto al resto de países de la Comunidad Europea sería otro motivo para interesarse por el estudio de nuestro idioma.

- Escaso interés en nuestro país por aprender el idioma alemán, su cultura, etc. Si no nos molestamos en intentar conocer su lengua y modo de vida, la imagen que podemos dar es ciertamente negativa. El interés se limita a unas relaciones únicamente “turísticas”, es decir, las vacaciones en las que los alemanes se pueden defender en inglés, perdiendo beneficios de este modo el mercado del español. Hagamos planes conjuntos ambos gobiernos, acerquémonos unos a otros para mejorar nuestra relación diplomática y los beneficios serán mayores para ambos.

Fortalezas

- Posición privilegiada de España. Como se ha expuesto anteriormente, muchos de los alemanes interesados laboral, académica o personalmente en Hispanoamérica, vienen a España para aprender el idioma debido a su proximidad geográfica y la amplia oferta de compañías aéreas, incluyendo desde hace algunos años las de bajo coste. España se convierte de este modo en el puente entre Alemania (Europa en general) y América.
- Continua mejora de la imagen de España en Alemania. Afortunadamente, a la imagen de “sol y playa” se le están sumando otras muchas que hacen cambiar la visión de los alemanes sobre nuestro país, por ejemplo la cultura, la gente, etc. Aunque, como anteriormente se ha comentado, todavía son necesarios esfuerzos para dar a conocer a España en otros aspectos diferentes a los anteriores. Con nuestro trabajo pretendemos conocer las nuevas fortalezas para de este modo, explotarnos.
- Creciente interés y gusto por nuestro idioma, que se refleja tanto en Alemania como en nuestro país con un progresivo aumento de estudiantes de español. Esos

nuevos intereses hacia España, paralelos a lo exclusivamente turístico, hacen que cada vez sea mayor el número de estudiantes alemanes de E/LE. Tenemos que aprovechar esta situación y ofrecer un producto adecuado a sus perspectivas.

- Utilidad internacional del español. La mejora progresiva de la economía de España introduce nuevos motivos para su estudio, además de los culturales o del ocio. Cada vez más son las empresas que se sitúan o entran en contacto entre España y Alemania, con el consiguiente interés por hablar ambos idiomas. Asimismo, no sólo es un medio para relacionarse con nuestro país, sino que supone también un acceso al mercado Hispanoamericano. En cuanto al aula, los cursos de español de negocios son la mejor opción para este grupo concreto, por esto, se deben trabajar y especializar en este mercado.
- El clima como una de las atracciones principales. Las preferencias observadas sitúan a este parámetro como uno de los principales a la hora de elegir su destino, tanto turístico como lingüístico. España hasta el momento tiene preferencia en cuanto a éste, por su cercanía a Alemania.
- Sencillez del idioma. Aunque esto se trate de algo relativo, parece que se coincide en la facilidad del aprendizaje de nuestro idioma principalmente en cuanto a fonética se refiere. El poder comprender un idioma extranjero desde los primeros niveles es siempre una fuente de motivación para continuar estudiándolo.

Oportunidades

- La internacionalización de las empresas españolas. Las oportunidades pueden considerarse como las propuestas de futuro basadas en las fortalezas. La regularización y profesionalización del sector de E/LE, junto a la pujanza económica de nuestro país, pueden actuar para conseguir esto.
- Creación de oficinas de comercialización en Alemania y promoción de los cursos de español en Internet. Para dar a conocer nuestro producto son imprescindibles diversas vías de contacto profesionales entre ambos países. El alemán debe sentir que el curso que va a “comprar” tiene una legitimidad y que el mercado de E/LE se caracteriza por esto.
- Creación de cursos adecuados a las necesidades específicas de los alemanes demandantes (español de negocios, etc). Como ya se ha comentado, la preferencia de éstos por vacaciones o cursos previamente organizados, nos debe

dirigir a la elaboración de programas según sus preferencias y necesidades. Estudios como el de esta memoria, pueden encargarse de conocer éstas con mayor profundidad para ofrecer un producto lo más adecuado posible a ellos.

- Promocionar otros destinos además de Baleares y Canarias para el turilingüismo. Siempre de forma profesionalizada y basada en sus preferencias, se pueden promover cursos en otros lugares además de estas islas. Aprovechando los nuevos intereses por la lengua, cultura, etc de los alemanes hacia España, se deben ofrecer productos atractivos para el estudio del español en las más variadas zonas geográficas posibles, explotando aquellas que tienen más oportunidades de éxito (zonas costeras, etc.).
- Establecer lazos entre los estudiantes de español y alemán, con programas de intercambios, así como entre profesores de ambos idiomas. Con este punto, rescatamos la última de las amenazas expuestas anteriormente para transformarla en una oportunidad. Debemos mostrar interés hacia el idioma alemán, la cultura, etc. para establecer relaciones más profundas y acercar así nuestros mercados.

Con este estudio finalizamos la parte teórica de la memoria. A continuación, explicamos la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación y posteriormente, analizamos las actitudes y preferencias de los estudiantes alemanes de E/LE resultantes de los datos de ésta.

4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

La finalidad de nuestra investigación consiste en analizar las preferencias y actitudes de diferentes grupos de estudiantes de E/LE a la hora de estudiar español en España con el fin de poder adecuarnos más a sus necesidades y ofrecerles un mejor servicio. El grupo en el que se centra esta memoria son los estudiantes alemanes cursando estudios de español en España. Hay que señalar a este respecto la diferencia de edad y heterogeneidad encontradas en este grupo de alumnos, a diferencia de los que se encargan mis compañeros. Por lo tanto, esta memoria está directamente relacionada con éstas, encargadas de los estudiantes adultos ingleses cursando estudios en Inglaterra, por una parte, y los estudiantes universitarios estadounidenses cursando estudios en España, por otra.

Los tres investigadores hemos colaborado estrechamente en la elaboración de las herramientas de investigación. Por tanto, todos los criterios asumidos se han unificado con la pretensión de ampliar en el futuro nuestro trabajo individual, por medio de la comparación de los grupos analizados entre sí, ofreciendo de este modo, un trabajo completo y de gran riqueza informativa.

Nos decidimos por estas tres nacionalidades en primer lugar, porque son grandes potencias económicas que participan activamente en el mercado turístico emisor. Además, en el caso de los estadounidenses y alemanes, es sabido que su interés por aprender la lengua española está en auge y por ello hay una gran demanda. Mientras en el caso de los ingleses destacaríamos el contraste de las cifras del turismo en general y el turilingüismo.

En el grupo de los estudiantes alemanes se observa un incipiente interés por la cultura tanto española como hispanoamericana que lleva a una mayor demanda del aprendizaje del español, además de su también potencial turístico.

En el caso de Estados Unidos, la presencia del español es indiscutible por el gran crecimiento de la comunidad hispanohablante y las repercusiones económicas que esto conlleva. Todos los estudios sobre nuestro idioma hacen hincapié en su importancia

presente y su prometedor futuro en el continente americano, en concreto Brasil y Estado Unidos y como consecuencia, su fuerte potencial como consumidores del español.

Por último, en cuanto a los ingleses, pensamos que la demanda en el sector de adultos es un mercado atractivo que España no debe desaprovechar. Primero, debido a su poder adquisitivo, segundo, a la gran cantidad de ellos que deciden residir en España y por último, a las fructíferas relaciones económicas entre Inglaterra y España, pudiendo potenciar la organización de ferias y convenciones.

4.2. SISTEMA DE RECOGIDA DE DATOS.

Este apartado describe brevemente los instrumentos empleados para la obtención de datos que nos sirvieron para comparar la información necesaria para nuestra investigación.

4.2.1. El cuestionario.

Debido a la naturaleza teórica de esta memoria, seleccionamos el procedimiento del cuestionario para la obtención y registro de datos por su versatilidad ya que nos permite utilizarlo como instrumento de investigación y evaluación de personas. Este instrumento se utiliza, de manera preferente, en el desarrollo de una investigación en el campo de las ciencias sociales. Sin embargo, utilizamos otras herramientas previas al cuestionario como son entrevistas a un grupo de estudiantes alemanes y redacciones a los estudiantes estadounidenses.

Según Brown (2001:6) “los cuestionarios son cualquier instrumento escrito que presenta a los sujetos una serie de preguntas o enunciados ante los cuales tienen que reaccionar ya sea escribiendo sus respuestas o seleccionando entre las respuestas existentes”. Por su parte, Oppenheim (1992) señala que en un cuestionario la función de la pregunta es la de elicitar, de la manera menos distorsionadora posible, una particular comunicación de un informante al que creemos en posesión de ciertas ideas, actitudes o informaciones relativas al objeto de investigación.

4.2.2. Tipos de información del cuestionario.

Los tipos de información que podemos obtener con las preguntas de un cuestionario son de tres clases (Dörnyei, 2003:8-9):

1. **Sobre hechos** que se usan para obtener información sobre quiénes son los participantes como por ejemplo: edad, nivel educativo, religión, trabajo, relaciones familiares, etc.
2. **Sobre comportamientos** que se usan para obtener información sobre lo que los participantes hacen o han hecho. Por lo general preguntan sobre las acciones, estilos de vida, hábitos e historia personal.
3. **Sobre actitudes** que se usan para saber lo que los participantes piensan. Esta categoría está relacionada con actitudes, opiniones, creencias, intereses y valores.

Una sección de nuestro cuestionario presta especial atención al tercer tipo de información, las actitudes de los estudiantes de E/LE de diferentes nacionalidades a la hora de decidirse por España como lugar para continuar con sus estudios de la lengua.

4.2.3. Ventajas y desventajas del cuestionario.

Entre las ventajas que tienen los cuestionarios cabe destacar su eficacia y utilidad que nos permite recoger una gran cantidad de información por escrito en un tiempo relativamente breve, sin un gran esfuerzo por parte del investigador y cuya información puede procesarse inmediatamente.

Sin embargo, Dörnyei (2003:10) nos recuerda algunas de las desventajas que podemos encontrar a la hora de utilizar un cuestionario como instrumento de investigación como pueden ser sujetos poco motivados, con problemas de alfabetización, etc. También presenta la desventaja de que quien contesta responde escondiendo la verdad o produciendo notables alteraciones en ella por motivos de prestigio o lo que se ha venido a llamar “deseabilidad social”. Además, la uniformidad de los resultados puede ser aparente, pues una misma palabra puede ser interpretada de

forma diferente por personas distintas, o ser comprensible para algunas y no para otras. Por otro lado, las respuestas pueden ser poco claras o incompletas, haciendo muy difícil la tabulación.

No obstante, a pesar de las desventajas que puede tener, el cuestionario sigue siendo el mejor instrumento para nuestra investigación, ya que facilita el análisis, al ser una técnica de cuantificación y nos permite llegar a un mayor número de participantes.

4.3. DISEÑO DEL CUESTIONARIO.

La construcción de un cuestionario es una tarea compleja y minuciosa. Su complejidad radica en la dificultad que supone expresar en ítems o preguntas concretas los aspectos de la realidad que queremos analizar y que éstos sean significativos en relación con el objeto de la evaluación o investigación. Minuciosa porque el éxito de la investigación dependerá, en buena parte, de la perfección con que se haga.

Puesto que vamos a utilizar el cuestionario como instrumento de nuestra investigación, Dörnyei (2003:16) nos da una lista de los pasos que debemos seguir a la hora de planificar el cuestionario:

- 4.3.1. Decidir las características generales del cuestionario como la extensión, el formato y las partes principales.
- 4.3.2. Escribir ítems o preguntas eficaces.
- 4.3.3. Seleccionar y ordenar los ítems.
- 4.3.4. Escribir las instrucciones y ejemplos adecuados.
- 4.3.5. Poner a prueba el cuestionario y analizar los ítems.

4.3.1. Características generales del cuestionario.

En el momento de elaborar el cuestionario tuvimos en cuenta algunas características que a veces se pueden pasar por alto pero que son de gran importancia para conseguir un buen cuestionario. De hecho, algunas de estas características pueden determinar que las personas que lo vayan a responder estén más o menos predispuestas

a colaborar con la investigación y por consiguiente, que sus respuestas nos puedan ser válidas o no.

En primer lugar, decidimos que íbamos a elaborar un único modelo de cuestionario, igual para todos los sujetos, a pesar de ser de diferentes nacionalidades. El motivo de esta decisión es que buscábamos que fuese válido para cualquier grupo meta, dando preferencia a los puntos y temas que nos interesaban tratar y no tanto a la características personales de los participantes.

A continuación, teníamos que tratar el tema del **idioma** en el que íbamos a redactarlo. Tuvimos claro que debíamos redactarlo en español, al fin y al cabo las personas participantes iban a ser estudiantes de E/LE de diferentes nacionalidades. No obstante, también elaboramos una versión de dicho cuestionario en inglés puesto que no todos los estudiantes que iban a participar en la investigación tenían necesariamente el nivel suficiente de español como para poder comprender y responder al cuestionario que les presentaríamos. Además, en el caso de los estudiantes adultos en Inglaterra, el investigador no podía estar presente para administrar el cuestionario él mismo y por lo tanto lo hizo un representante. Por este motivo, en este caso era mejor entregarlo en inglés por si surgía cualquier duda o problema entre las personas participantes al intentar responder al cuestionario en español.

Seguidamente, pensamos en la **extensión** que iba a tener el cuestionario, decidimos que no debía ser muy amplio, entre cuatro y seis páginas como máximo, y el tiempo que se dedicaría a contestarlo tenía que rondar los 20 minutos (30 como máximo). Pensamos que sobrepasar esos límites sería, en cierto modo, abusar de la disposición de la persona que accede a responder al cuestionario e incluso podría llegar a parecer una imposición por nuestra parte. Además, un cuestionario excesivamente largo puede llegar a cansar o aburrir a las personas participantes y por consiguiente, las respuestas que obtendríamos podrían no ser válidas, puesto que el encuestado podría responder cualquier cosa con tal de terminar.

También pensamos en el **diseño** del cuestionario. Queríamos que tuviera orden y que fuera atractivo para las personas que lo iban a hacer. Para conseguir esto, las páginas no tenían que estar saturadas de información (aunque de ese modo el cuestionario pueda parecer más corto). Tenía que ser legible y con suficientes márgenes y espacios en blanco, ya que así los sujetos se cansan menos y es más fácil que colaboren con la investigación.

Finalmente, para nosotros era esencial mantener el **anonimato** de los participantes y el evitar tratar **temas “delicados”** como aconseja Dörnyei (2003:21). En nuestro cuestionario no pedimos el nombre de la persona que lo realiza, es un cuestionario anónimo. El hecho de que las personas a las que va dirigido el cuestionario sean estudiantes nos obligaba a mantener su anonimato puesto que, de no ser así, tal vez, muchos de los encuestados no responderían con sinceridad o incluso podrían tomar la decisión de no hacer el cuestionario. Por lo tanto, decidimos que fuera anónimo para así poder obtener resultados más fiables.

En cuanto a los temas que se podrían considerar “delicados” de tratar podríamos destacar la edad, el estado civil o la profesión. Este tipo de información tiene en realidad una gran carga social y emocional, y el hecho de preguntar sobre esto puede hacer que la persona que responde el cuestionario se sienta vulnerable y evite decir la información real; podríamos considerarlo un caso de sesgo de la información a causa de la “deseabilidad social”, por lo tanto se debería evitar este tipo de preguntas a no ser que fuera necesario para el estudio. En nuestro caso, no preguntamos el estado civil ni la profesión porque no lo consideramos relevante para nuestra investigación, sin embargo, la edad es un factor determinante puesto que nuestro cuestionario va dirigido a estudiantes de E/LE de diferentes edades como son los estudiantes universitarios estadounidenses o los adultos en Inglaterra y por eso se pide al final del cuestionario. Asimismo, el contraste de estos grupos con la heterogeneidad de los alumnos alemanes da una información de gran relevancia sobre el tipo de estudiantes según las diferentes nacionalidades. Al mismo tiempo, se les recuerda a las personas que realizan el cuestionario que en todo momento se mantendrá la confidencialidad y que sus respuestas sólo se utilizarán para esta investigación.³³

Por último, cuando empezamos a redactar el primer borrador del cuestionario tuvimos en cuenta las **partes principales** que debe tener un cuestionario según Dörnyei (2003:25):

1. **Título:** De esta manera identificamos el campo de nuestro estudio y sirve a las personas que lo van a responder como orientación. En nuestro caso, tuvimos que adaptar el título de acuerdo con los tres grupos diferentes de personas a las que iba dirigido.

³³ Ver el cuestionario en el Anexo, p. 118.

2. **Instrucciones**³⁴: A continuación del título incluimos unas instrucciones que dan información relevante sobre el estudio a las personas que realizan el cuestionario.

a. **Instrucciones generales**: Aparecen al principio del cuestionario.

b. **Instrucciones específicas**: Este tipo de instrucciones se utiliza para explicar a las personas que realicen el cuestionario cómo deben responder en cada sección.

3. **Ítems o preguntas del cuestionario**³⁵: Es la parte central del cuestionario.

4. **Información adicional**: En el caso de no estar presente el investigador o un representante suyo en el momento de administrar el cuestionario se sugiere adjuntar un nombre de contacto, teléfono o dirección a la que se pueda dirigir la persona que completa el cuestionario en el caso de tener alguna pregunta o duda. Nosotros estuvimos presentes al administrar nuestros cuestionarios o en su defecto, hubo un representante nuestro, por lo que no consideramos necesario incluir esta información.

5. **Agradecimiento final**: Nunca hay que olvidar dar las gracias al final del cuestionario por la colaboración de las personas participantes ya que es algo que hacen de manera voluntaria para ayudarnos con nuestra investigación.

4.3.2. Escribir ítems o preguntas eficaces.

Podríamos decir que este apartado es decisivo para el éxito del cuestionario; los resultados de la investigación dependen por completo de los ítems o preguntas que se incluyan en él. Por lo tanto, el investigador debe tener muy claros los objetivos del estudio a la hora de redactar los ítems o preguntas y cada uno de ellos tiene que ser de utilidad para los objetivos planteados. Se considera que una pregunta está bien formulada cuando no ejerce influencia en el sentido de la respuesta y no incita a una respuesta inexacta, que no corresponde con la información buscada.³⁶

³⁴ Ver apartado 4.3.4. p. 51.

³⁵ Ver apartado 4.3.2 de esta misma página.

³⁶ Grawitz, M. (1975:246) en Sierra Bravo, (1994)

a) Cómo escribir buenos ítems o preguntas.

Oppenheim (1992) hace algunas advertencias, que tuvimos en cuenta al redactar el cuestionario, sobre lo que tenemos que evitar a la hora de verbalizar los ítems o preguntas del mismo:

- Las preguntas no tienen que ser muy largas.
- No proponer preguntas dobles.
- Evitar las dobles negaciones.
- Evitar palabras ambiguas.
- Evitar palabras connotadas.
- Evitar siglas o palabras de jerga.
- Adoptar una actitud empática hacia el informante.
- No preguntar sobre proverbios o frases hechas.

Por su parte, Sierra Bravo (1994) aporta más criterios que se deben tener en cuenta, entre los que podemos destacar:

- Redactar las preguntas en forma personal y directa, no impersonal.
- Presentar las preguntas de forma neutral para no inducir la respuesta.
- Las preguntas no pueden apoyarse en instituciones, ideas respaldadas socialmente ni en evidencia comprobada, puesto que es una forma de inducir a la respuesta.
- Formular las preguntas del modo más concreto y preciso posible.
- Las palabras que se empleen en la redacción de los ítems tienen que ser elegidas cuidadosamente.

b) Tipos de ítems o preguntas según las secciones del cuestionario.

El cuestionario consta principalmente de tres secciones bien diferenciadas en las que utilizamos ítems o preguntas de diferentes tipos. Por un lado, creamos una sección, a la que denominamos “Sección A”, para analizar las actitudes de los estudiantes de E/LE que contribuyen a que estudien español en España y a que consuman productos españoles. Por otro lado, denominamos “Sección B” a la que recogía las preferencias de

estos estudiantes cuando vienen a estudiar a España; y por último, establecimos una “Sección C” en la que preguntamos información general sobre el informante.

SECCIÓN A: Actitudes.

En esta sección en la que tratamos las actitudes de los ya mencionados grupos de estudiantes elegimos la **Escala de Likert** (Likert 1932), uno de los procedimientos más adecuado para medir las actitudes, entre otras escalas similares como pueden ser la “Escala de intervalos aparentemente iguales” de Thurstone” o el “Diferencial semántico” de Osgood.

Pero, primeramente, tenemos precisar qué es una actitud. Una de las definiciones que encontramos es la de Rosenberg y Hovland (1960:3), según los que las actitudes son “predisposiciones a responder a alguna clase de estímulo con ciertas clases de respuestas”. Las actitudes son uno de los aspectos del funcionamiento social que se estudian con mayor afán, debido a que resumen la experiencia pasada y predicen o dirigen las acciones futuras. La personalidad y las relaciones sociales de las personas están profundamente relacionadas con sus actitudes. Las actitudes se componen de tres elementos: lo que una persona piensa (componente cognitivo), lo que siente (componente emocional) y su tendencia a manifestar los pensamientos y emociones (componente conductual).

La Escala de Likert contiene una lista de ítems, afirmaciones o actitudes y pide al sujeto que responda en un continuo que va desde "estoy completamente de acuerdo" hasta "estoy completamente en desacuerdo". Likert utilizaba un rango de 5 puntos: estar completamente de acuerdo, estar de acuerdo, no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, estar en desacuerdo y estar completamente en desacuerdo. El sujeto indica la opción apropiada y a cada respuesta se le da un valor en puntos, de 1 a 5 o tantos como se incluya en la escala. La calificación de la actitud de una persona es la suma de todas sus valoraciones.

Esta escala es la que hemos empleado para la investigación de esta memoria con una modificación con respecto a la escala original de Likert. Elaboramos una que consta de 6 puntos en lugar de 5 para evitar que las únicas respuestas de los sujetos fueran “no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo” por miedo a comprometerse. De este modo, les

obligamos a definir su posición de forma más clara. Por lo tanto, utilizamos el siguiente modelo:³⁷

T.D = Totalmente en desacuerdo	D = Más bien en desacuerdo	A.D = Algo en desacuerdo	A.A = Algo de acuerdo	A = Más bien de acuerdo	T.A = Totalmente de acuerdo
---	----------------------------------	--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------------

Para la confección de los ítems de la escala recogimos una serie de 120 ítems relacionados con la actitud que queríamos medir siguiendo los criterios que mencionamos anteriormente y seleccionamos aquellos que expresaban una posición claramente favorable o desfavorable. Al final, la selección se redujo a 20 ítems que fueron los que consideramos más significativos para nuestro trabajo. Estos 20 ítems fueron subdivididos en diferentes criterios y subcriterios, es decir:

1. Educación:

1.1. Aprendizaje:

- 6. Odio hablar español fuera de clase.
- 10. Pienso que la gente debería estudiar español en España.
- 13. Disfruto practicando el español con gente española.
- 17. Me gusta relacionarme con españoles de mi edad.
- 20. No me importa repetir el mismo lugar para aprender español.

1.2. Centros

- 8. Cuando busco un curso de español quiero que tenga una certificación académica.
- 14. No tengo inconveniente en estudiar en una escuela pequeña en España.
- 16. Detesto que el centro de estudios no tenga aula multimedia.

1.3. Didáctica y contenidos

- 4. Aprender sobre la cultura de España es pesadísimo.
- 19. Me siento cómodo/a cuando utilizo Internet para aprender español.

1.4. Profesorado

- 3. La mejor forma de aprender español es con profesores nativos.

³⁷ Ejemplo del rango utilizado en el cuestionario en español.

2. Consumo:

2.1. Económico

- 9. Me aburre comprar recuerdos de España a mi familia y amigos.
- 12. Me encanta comprar literatura en español.
- 18. La vida en España es muy económica.

2.2. Imagen de España

- 7. La información sobre los cursos de español en España en Internet es insuficiente.
- 15. Los productos españoles me inspiran confianza.

3. Cultura.

- 1. Me interesa conocer la gastronomía española.
- 2. Me gustan mucho las excursiones culturales a otras ciudades.
- 5. Las películas del cine español me aburren mucho.
- 11. Me interesa comprender las canciones en español.
- 12. Me encanta comprar literatura en español.

SECCIÓN B: Preferencias.

Para la sección dedicada a las preferencias de los diversos grupos de estudiantes de E/LE a la hora de venir a España a estudiar utilizamos **preguntas cerradas**. Este tipo de preguntas consideramos que es el más apropiado puesto que presenta grandes ventajas. En general, las preguntas cerradas se contestan con facilidad y sin esfuerzo (poniendo una cruz, un círculo...). La rapidez y, por tanto, la ausencia de fatiga evitan que se dejen respuestas sin responder, además de que se limitan las respuestas y se mantiene al sujeto en el tema. También hay otra ventaja, significativa para el analista, las preguntas cerradas son fáciles de clasificar y analizar. Todo esto contrastaría con las **preguntas abiertas** en las que no se ofrece ninguna categoría para elegir. Sólo contienen la pregunta y no ofrecen ningún tipo de respuesta, dejando ésta a la consideración de la persona que completa el cuestionario; de este modo, aunque este tipo de preguntas son más fáciles de formular porque no hay que prever ningún tipo de respuesta, serían más difíciles de analizar por la disparidad de las respuestas que recogeríamos y por otra parte, los informantes tendrían que dedicar más tiempo a responder este tipo de preguntas, lo que podría ser motivo de aburrimiento o fatiga.

Dentro de las preguntas cerradas, utilizamos **preguntas de opción múltiple** donde el informante señala un ítem en una lista de respuestas sugeridas. Como no es posible prever todas las posibles respuestas, agregamos la categoría “Otros” para que pudieran incluir la respuesta que fuera más adecuada para la persona participante. Inicialmente, creamos una lista de 40 preguntas de opción múltiple sobre preferencias pero finalmente seleccionamos las 12 que abarcaban un amplio abanico de posibilidades sin que se repitieran. Además de que algunas de ellas no estaban claras o inducían a una respuesta concreta.

SECCIÓN C: Información general.

En esta última sección, en la que preguntamos al informante algunos datos personales, hemos incluido, por un lado, preguntas cerradas de opción múltiple entre las que tienen que seleccionar la respuesta adecuada. Por otra parte, hay algunas preguntas abiertas (como la nacionalidad, la edad, etc.) en las que no tiene que escribir más de una palabra para contestarlas.

Para elaborar el cuestionario y con objeto de anticipar todas las alternativas posibles (tanto para la sección de actitudes como para la de preferencias) pedimos a un grupo de estudiantes universitarios estadounidenses de E/LE que escribieran una redacción de más de mil palabras. En esta redacción se les pedía que hablaran, entre otras sugerencias, de por qué estudian español, qué importancia tiene el español en sus vidas, en el presente y en un futuro, cuál creen que es la situación actual del español en los Estados Unidos, si piensan que algún día el español podría llegar a ser lengua oficial en los Estados Unidos, si han estudiado la lengua en algún país de habla hispana y en caso afirmativo, qué es lo que buscaban en los cursos.

A un grupo de estudiantes ingleses que asisten a un centro de educación para adultos se les pidió que contestaran unas preguntas abiertas de manera breve, entre las que podríamos destacar, el motivo por el que estudian español y eligen España como destino de sus vacaciones, la influencia de la cultura hispana en su ciudad, si piensan jubilarse en España.

En nuestro caso, los estudiantes alemanes de E/LE, se entrevistó y grabó a varios de ellos. Tras una criba de las preguntas que formulamos inicialmente, que comprobamos que se trataba de un número demasiado elevado, las pusimos en práctica. Al comienzo de la entrevista, antes de poner en marcha la grabadora, explicamos con detalle en qué consistía nuestro trabajo, les pedimos la mayor sinceridad posible (puesto que es de suma relevancia para nosotros) y agradecemos de antemano su colaboración.

Con las primeras entrevistas detectamos algunos errores en su planteamiento. Por ejemplo, dar unas opciones de respuesta concretas, siendo nosotros de este modo los que exponemos y adelantamos nuestros propios tópicos y actitudes en lugar de dejar a la persona que responda libremente lo que piensa, sin condicionar. Otro error consistía en terminar las palabras de los entrevistados cuando éstos dudaban o vacilaban en sus respuestas y la realización de preguntas cerradas, en las que la respuesta posible era solamente “sí” o “no”, de tal manera que no se obtenía un desarrollo significativo en ellas. Para subsanar estos errores se modificaron algunas preguntas, se eliminaron otras de ellas y con la práctica adquirida con las primeras entrevistas se pulieron estas deficiencias.

Tanto para la elaboración de las preguntas de la entrevista, como para su transcripción³⁸, nos servimos de la ayuda del Grupo CRIT³⁹, cuyo objeto es el estudio de las interacciones comunicativas entre inmigrantes y personas nacidas en la Comunidad Valenciana. Este grupo ofrece un trabajo concreto y sencillo de recogida de datos a través de entrevistas orales y presentando sus respectivas transcripciones para basarnos en como transcribir y como recuperar los datos del intercambio no verbal. Por ello, consideramos óptimo utilizarlo, adecuándolo a nuestros propios intereses de investigación.

Las preguntas en la entrevista oral son doce, algunas de ellas son las mismas que las solicitadas en las composiciones escritas a los estadounidenses (por qué estudian español, qué piensan sobre el futuro del español en su país...) y además incluimos otras referentes a su percepción sobre la situación económica, científica, tecnológica, educativa, etc en nuestro país, a la calidad de nuestros productos o a sus preferencias, dificultades, etc sobre el idioma (gramática, pronunciación, sonido...) entre otras. Decidimos, igualmente, separar aquellas preguntas que podían ser similares en cuanto a

³⁸ Ver Anexos., p. 82.

³⁹ <http://www.crit.uji.es/>

contenido o temática o respondidas de un modo similar, para atraer la atención del entrevistado y “obligarle” así a que diese una respuesta distinta en cada una de ellas.

Para terminar, después de darles las gracias, escuchamos la grabación y les ayudamos en sus errores gramaticales, de expresión y pronunciación, como compensación a su tiempo y esfuerzo invertidos en nuestro trabajo.

Toda esta información, obtenida por los diferentes medios que acabamos de mencionar, nos fue de gran utilidad a la hora de formular los ítems o preguntas del cuestionario y anticipar las posibles alternativas de respuestas.

4.3.3. Seleccionar y ordenar los ítems.

Como hemos señalado con anterioridad, para elaborar el cuestionario tuvimos que redactar amplias listas de ítems y preguntas para después seleccionar los que eran más adecuados para conseguir los objetivos propuestos en esta investigación.

En el caso de las actitudes, inicialmente redactamos 120 ítems de los que seleccionamos 20 para elaborar nuestra “Escala de Likert”. En cuanto a las preguntas de preferencias, empezamos con una lista de 40 preguntas de opción múltiple de las que finalmente seleccionamos 12 para la “Sección B” del cuestionario.⁴⁰

Al ordenar el cuestionario pretendíamos que tuviera una estructura ordenada y clara para que la primera impresión de la persona participante hacia él fuera buena y se animara a hacerlo. De este modo, decidimos que el cuestionario debía tener diferentes secciones según el punto que se trataba y la forma de responder que se requería en cada una de ellas, ya que utilizamos ítems y preguntas diferentes. Por lo tanto, encontramos en el cuestionario tres secciones:

- **Sección A**, donde se tratan las actitudes y en la que se utilizaron diferentes ítems en una “Escala de Likert” con un rango de 6 puntos.
- **Sección B**, en la que se tratan las preferencias, con preguntas cerradas de opción múltiple.
- **Sección C**, donde se pide información más general sobre la persona participante (edad, nacionalidad, etc.) mediante unas preguntas cerradas y otras abiertas que se podían contestar con una palabra. Esta sección la

⁴⁰ Ver apartado 4.3.2.2. Tipos de ítems y preguntas según las secciones del cuestionario. Pág. 44.

colocamos al final del cuestionario porque en el caso de haberla colocado al comienzo, el informante podría desmotivarse al ver que lo que empieza por responder es información sobre si mismo, algo que no es interesantes o novedoso para él.

Para ordenar los ítems y preguntas seleccionadas para cada una de las tres secciones, seguimos las siguientes reglas:⁴¹

- No se debe comenzar el cuestionario con preguntas difíciles o embarazosas.
- Las preguntas más generales suelen colocarse en primer lugar.
- Las preguntas que tratan sobre un aspecto o dimensión deben figurar juntas guardando un orden temporal lógico y psicológico
- Se debe evitar colocar justas preguntas en las que la respuesta de una de ellas pueda influir en el sentido de la respuesta a la otra para impedir el efecto “halo” o “contagio”.
- A veces es conveniente, para evitar la monotonía, intercalar en sitios estratégicos preguntas de alivio más o menos intrascendentes, que supongan un cierto respiro.
- Realizar más de una pregunta para evaluar un tema importante y así comprobar la consistencia de las respuestas del sujeto entrevistado.

4.3.4. Escribir las instrucciones y ejemplos adecuados.

En el apartado 4.3.1 mencionamos brevemente en qué consistían las instrucciones de un cuestionario y los tipos de instrucciones que podíamos encontrar. En este apartado vamos a tratar con más detalle este tema que no podemos pasar por alto. Según Zarkowich (1970:318) “las instrucciones son tan importantes como el cuestionario, puesto que suponen el medio para obtener una normalización de las respuestas recogidas y de evitar la introducción de elementos subjetivos en las mismas”.

Como ya señalamos anteriormente, las instrucciones pueden ser generales y específicas. En nuestro cuestionario hemos añadido instrucciones de los dos tipos:

⁴¹ Sierra Bravo, R. (1994).

- **Instrucciones generales:** Con estas instrucciones damos a conocer el tema del estudio y por qué puede ser relevante, además de la organización responsable que dirige el estudio. También hemos enfatizado que no hay respuestas “correctas” o “incorrectas”, que intenten ser sinceros al responder pues se les promete confidencialidad y, por supuesto, se les da las gracias. Al escribir las instrucciones generales para nuestro cuestionario tomamos como modelo el ejemplo que nos ofrece Dörnyei (2003:27).
- **Instrucciones específicas:** En nuestro cuestionario, añadimos instrucciones en cada una de las tres secciones de las que consta, en las que explicamos el método a seguir para completarlo. Hicimos especial hincapié en la primera sección en la que se trata de ver las actitudes con la Escala de Likert, puesto que podía tener mayor complejidad la forma de responder, motivo por el cual incluimos un ejemplo de cómo debían responder y a qué corresponde la escala.

4.3.5. Poner a prueba el cuestionario y analizar los ítems.

Cuando tuvimos redactado el primer borrador del cuestionario o “cuestionario piloto” se lo entregamos a un grupo de estudiantes de las tres nacionalidades en cuestión con el fin de observar si los ítems o preguntas eran claros para las personas participantes, si había dificultad en responder alguno de ellos, la claridad de las instrucciones, etc... y por lo tanto, ver si el cuestionario podía funcionar para la obtención de nuestros objetivos.

Para ello, utilizamos un grupo de control de 10 estudiantes de la Escuela Internacional Sampere a los que les entregamos este cuestionario piloto para luego analizar la eficacia de los ítems y preguntas con ayuda de sus respuestas.

Tras la realización del cuestionario por los sujetos, se llegó al diseño definitivo del mismo, tanto en español como en inglés, siguiendo las características ya mencionadas con anterioridad.

Uno de los problemas que detectamos fue en la “Sección B” de preferencias. Nos encontramos que había individuos que señalaban más de una opción, sin embargo nuestra intención era que marcaran solamente una de las respuestas para que se decantaran por lo que realmente les interesa. Al observar esto, decidimos añadir en las instrucciones lo siguiente con la intención de evitar esta situación:

“Por favor, lea completamente todos los *ítems* con sus respuestas antes de contestar y elija sólo **UNA opción** para contestar cada uno de ellos (si elige dos o más opciones, la respuesta se anulará). Gracias.

NOTA: RECUERDE QUE SÓLO DEBE ELEGIR **UNA OPCIÓN** POR PREGUNTA.”⁴²

Por otra parte, decidimos eliminar algunos de los ítems que aparecían inicialmente en la “Sección A” porque vimos que no eran relevantes para nuestro objetivo (España tiene una infraestructura muy desarrollada) o los reescribimos para mejorarlos (No pienso hablar español con españoles fuera de la escuela). Tras estas modificaciones elaboramos el cuestionario final (en inglés y en español) que se utilizó para la investigación de esta memoria de MEELE.

4.4. SELECCIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Las personas que forman parte de nuestra investigación son estudiantes de E/LE de diferentes nacionalidades, alemanes, ingleses y estadounidenses. Los motivos por los que hemos seleccionado estas nacionalidades son los siguientes:

- Los estudiantes alemanes porque tienen el mayor número de estudiantes de E/LE en España.
- Los estudiantes ingleses porque son los principales turistas que vienen a España.

⁴² Ejemplo tomado del cuestionario en español.

-Los estudiantes estadounidenses porque es por donde se está desarrollando más la enseñanza de E/LE.

Además, las personas que participaron son de diferentes edades. En el caso de los estadounidenses, nos encontramos mayoritariamente con estudiantes universitarios jóvenes, cuya edad ronda entre los 18-25 años, aunque también encontramos estudiantes más mayores que están cursando estudios universitarios. En cambio, los estudiantes ingleses y alemanes, son adultos que no tienen por qué estar cursando estudios universitarios, por lo que sus edades están dentro de un rango más amplio a partir de los 18 años en adelante. La característica principal es que todos ellos son estudiantes de E/LE, sin importar el nivel que tengan de español, ni el tiempo que lleven estudiándolo.

Todas las personas que participan en la investigación están cursando sus estudios en el momento de responder al cuestionario, ya sea en su país de origen, como es el caso de los estudiantes ingleses, o en España, en el caso de los alemanes y estadounidenses.

Los estudiantes ingleses están estudiando en Milton Keynes Adult Education en el sur de Inglaterra y en M.A.E.S (Manchester Adult Education Service) en Mánchester. Por otra parte, los estudiantes alemanes y estadounidenses están cursando sus estudios en España en la Escuela Internacional Sampere en Madrid.

El tamaño de la muestra que realizó el cuestionario es de 20 personas por nacionalidad, es decir, en total 60 estudiantes de E/LE contestaron el cuestionario.

4.5. ADMINISTRACIÓN DEL CUESTIONARIO

A la hora de administrar el cuestionario tuvimos que seguir dos métodos diferentes según el tipo de estudiante al que nos dirigíamos. A los estudiantes americanos e ingleses tuvimos la oportunidad de entregarles el cuestionario en grupo mientras que estaban todos reunidos para sus respectivas clases, los americanos en Madrid y los ingleses en Milton Keynes y Mánchester. Esta es la forma más común puesto que en poco tiempo puedes recoger una gran cantidad de información, la única desventaja que podemos encontrar en este caso es que copien o se pregunten las respuestas entre ellos, como nos señala Oppenheim (1992). En el momento de responder al cuestionario estos sujetos estuvieron acompañados del investigador o representante para evitar que esto sucediera, además de la aclaración de posibles dudas que surgieran.

En el caso de los estudiantes alemanes, la administración del cuestionario fue individual, es decir, se entregó el cuestionario en mano a cada uno de individuos en diferentes momentos y se quedó en una fecha para devolverlo. Este es un dato relevante, ya que nos muestra que los estudiantes alemanes son más independientes a la hora de venir a España a estudiar mientras que los americanos suelen venir en grupos. Por este motivo, la labor de conseguir personas participantes y administrarles el cuestionario fue más laboriosa.

Tras explicar las herramientas empleadas en la investigación, nos adentramos en la parte eminentemente más práctica de esta memoria, que es el análisis de los datos recogidos a partir de los cuestionarios de actitudes y preferencias.

5. ANÁLISIS DE LOS DATOS

En este apartado procedemos a la descripción y el análisis de la información obtenida por el instrumento de recogida de datos, los cuestionarios de actitudes y preferencias, y posteriormente, se hace una interpretación a partir de dicha información. Para ello, es necesario primero analizar las respuestas obtenidas en cada sección del cuestionario para, después, sacar unas conclusiones.

Una vez pasados los datos aportados por los cuestionarios en una tabla excell, analizamos las medias obtenidas en nuestro grupo, los estudiantes alemanes de español.

Recordamos que el número de participantes fue 20, y todos ellos cursaban estudios de español en la Escuela Internacional Sampere de Madrid, que se prestó a colaborar con este estudio. De estos 20, 13 son mujeres y 7 hombres. Las edades de los participantes son dispersas, oscilando desde los 19 hasta los 57 años, lo que resulta muy significativo al mostrarnos la heterogeneidad de alumnos alemanes que estudian español.

5.1. Análisis de las actitudes

Al ser esta sección del cuestionario de tipo cualitativo, nos surgió la necesidad de establecer una serie de categorías y subcategorías⁴³ para un mejor análisis de las respuestas obtenidas.

En primer lugar, observamos las actitudes de los estudiantes alemanes en relación a la educación, que es el fuerte principal del turilingüismo. A continuación, el segundo pilar de éste, el turismo, para terminar conociendo algo más sobre sus actitudes frente a la cultura española, algo que engloba y afecta directamente a los dos puntos anteriores.

Procedemos a la descripción y análisis de los resultados en cada categoría. Los resultados se presentan en tablas para cuya interpretación hay que tener en cuenta que, en la Escala de Likert, cada una de las respuestas recibe una puntuación de 0 a 5. Lo

⁴³ Ver pp. 46 y 47.

más frecuente es que se obtenga mayor puntuación cuanto mayor sea el grado de acuerdo con dicho ítem, sin embargo, hay ciertos ítems que reciben mayor puntuación cuanto más en desacuerdo se está con ellos. Es por este motivo que encontramos ítems, como por ejemplo el 6 (“Odio hablar español fuera de clase”), que tiene una media muy alta pero se refiere a que los sujetos están en desacuerdo con él. Los ítems del cuestionario que reciben la puntuación de este modo son los números: 4, 5, 6, 7 y 9.

Siguiendo estos diferentes criterios y subcriterios, los resultados de las actitudes de los alemanes son las siguientes:

5.1.1. Educación

En primer lugar, exponemos los resultados de las actitudes de los alemanes en relación con el criterio “Educación”, para esto, presentamos una tabla en la que se recogen todas las medias que se obtuvieron en cada uno de los ítems que la componen.

EDUCACIÓN	
Subcriterio	Media (0-5)
Aprendizaje	
6. Odio hablar español fuera de clase.	4´95
10. Pienso que la gente debería estudiar español en España.	3´65
13. Disfruto practicando el español con gente española.	4´80
17. Me gusta relacionarme con españoles de mi edad.	3´90
20. No me importa repetir el mismo lugar para aprender español.	3´60
Centros	
8. Cuando busco un curso de español quiero que tenga una certificación académica.	4´15
14. No tengo inconveniente en estudiar en una escuela pequeña en España.	4´30
16. Detesto que el centro de estudios no tenga aula multimedia.	3´40
Didáctica / contenidos	
4. Aprender sobre la cultura de España es pesadísimo.	4´15
19. Me siento cómodo/a cuando utilizo Internet para aprender español.	3´00
Profesorado	
3. La mejor forma de aprender español es con profesores nativos.	4´45

De los anteriores datos se desprenden actitudes que resultan muy significativas y que deben ser tenidas en cuenta en los centros e instituciones de enseñanza de español.

Hay que resaltar la gran importancia que tiene para ellos el contacto con los españoles, ya que como indican, la inmensa mayoría disfruta hablando con ellos, y no sólo en las clases, sino fuera. De esto surge la idea de que el aprendizaje para un alemán no se limita al aula o la escuela, sino que continúa una vez traspasadas sus puertas, lo que nos debe animar a elaborar cursos con complementos de actividades extraescolares, o clases específicas de conversación, pudiendo realizarse éstas incluso fuera de la escuela.

El concepto de aprendizaje que subyace en esto es un modelo integrador de destrezas y preferentemente comunicativo, en el que, sin perder las referencias y bases gramaticales de la enseñanza tradicional, se debe dar un paso definitivo hacia la nueva sociedad, donde prima la comunicación, y es este programa el que se debe ofrecer como atractivo de una España situada en el siglo XXI.

Añadimos una observación personal sobre el sistema educativo, directamente relacionada con lo anterior, que no aparece directamente en nuestros ítems pero sí en las entrevistas orales realizadas a los estudiantes alemanes⁴⁴. Queremos llamar la atención sobre esto especialmente ya que se pone en juego la imagen de España. De nuestra experiencia como docentes sabemos que existen muchos, cada vez más, materiales didácticos de español para extranjeros, diversos en cuanto a metodología, niveles, cursos específicos (español de negocios, etc.), pero que en la práctica real, muchos docentes, bien por su falta de formación específica de E/LE, o porque la elección de los materiales no es la apropiada, la enseñanza acaba limitándose a la gramática y a una escasa tipología de actividades. Esto ofrece inevitablemente una imagen negativa de España, puesto que el sistema docente de este país es visto por algunos alemanes como retrógrado. Por este motivo, desde aquí, hacemos un llamamiento a la profesionalidad, a sumarnos al reto del futuro del español, ampliando la formación de los docentes de español, y para esto, reconociendo esta labor como una enseñanza reglada más. La precaria situación de los docentes de E/LE, muchas veces con estudios superiores a otras profesiones sí regladas, es inadmisibile. Este cambio necesario supone una inversión a largo plazo que no se debe obviar.

⁴⁴ Ver p. 82.

Siguiendo con nuestro grupo de estudio, una gran mayoría espera obtener una certificación como señal de la culminación de sus estudios. En nuestro ítem no se especifica si ésta ha de ser oficial o puede ser válida igualmente la expedida por las academias o escuelas privadas. Este es uno de los puntos en los que se podría ahondar en futuros trabajos de este tipo. Como ya hemos visto en el estado de la cuestión, el sistema de certificación de cursos supone uno de los puntos fundamentales en la industria del español. Es cada vez más la gente que se presenta a estos exámenes que se pueden realizar en todo el mundo. Pero por ahora son limitados aquellos a través de los cuales se puede obtener una certificación oficial.

A los alemanes, según este análisis, no les importa estudiar nuestro idioma en escuelas pequeñas, pero eso sí, prefieren sin duda tener profesores nativos. Se debe facilitar la movilidad laboral de nuestros docentes, por ejemplo, por medio de contactos entre los Ministerios de Educación y Cultura español y alemán, promoviendo los ya existentes intercambios de profesores de ambos idiomas o estableciendo un número mayor de ellos. El conocimiento de los docentes de E/LE sobre el idioma y la cultura alemana es un puente de unión entre ambos países que sirve para acercarnos más y mejor. El interés mostrado no sólo debe ir dirigido a atraer turistas, sino a hacer de los estudiantes de idiomas individuos autónomos y ricos culturalmente, aprovechando el gran interés que muestran los alemanes sobre la cultura española. Materia prima y motivación, tenemos.

Es curioso señalar, para finalizar el apartado de la educación, que aunque a bastantes de ellos les interesan los materiales multimedia para su aprendizaje, no es una prioridad como sí supone lo anteriormente esgrimido. Quizá si se trabajaran más estos materiales sí podrían resultar productos atractivos en el mercado del turilingüismo. He aquí otro llamamiento.

5.1.2. Consumo

Seguidamente, nos centramos en las actitudes de los alemanes hacia el criterio “Consumo”, que forma parte del concepto del “turilingüismo”. El consumo también consta de subcriterios, relacionados con la economía y la imagen que se tiene de España.

CONSUMO	
Subcriterio	Media (0-5)
Económico	
9. Me aburre comprar recuerdos de España a mi familia y amigos.	3´40
12. Me encanta comprar literatura en español.	3´35
18. La vida en España es muy económica.	2´90
Imagen de España	
7. La información sobre los cursos de español en España en Internet es insuficiente.	1´45
15. Los productos españoles me inspiran confianza.	3´35

En cuanto al consumo, una idea resalta con fuerza frente a las demás y desata una señal de alarma que debe ser escuchada de inmediato: no existe la suficiente información sobre cursos de español en internet. No está nuestro idioma presente en el principal portal de consumo a nivel mundial en la actualidad; no existe facilidad para acceder a la información sobre nuestras ofertas, y por ende, perdemos posibilidades de “vender” nuestro producto.

Del mismo modo que de ofertas turísticas sí está llena la red, deberíamos introducir también las lingüísticas, y porque no, que éstas se sirvieran de las anteriores como garantía de su atracción, por supuesto de un modo profesional. Tenemos que aprovechar lo ya conseguido para reconducir nuestro turilingüismo.

Sorprende igualmente, aunque en menor medida, que sólo poco más de la mitad de los encuestados ven a España como un país económico. Esto conlleva un riesgo de pérdida turística y/o turilingüística a favor de otros países más “baratos”. En cualquier caso, el gusto por lo hispano de los alemanes hacen que España se sitúe en un lugar privilegiado, puesto que aun para los que se muestran más interesados por Hispanoamérica, es más fácil, cómodo y barato estudiar la lengua en nuestro país. Y si sabemos aprovechar nuestros fuertes, atraeremos también su interés.

5.1.3. Cultura

Por último, creamos un criterio relacionado con la “Cultura” que consta de cinco ítems. No hay subcategorías en este criterio.

CULTURA	
	Media (0-5)
1. Me interesa conocer la gastronomía española.	3'85
2. Me gustan mucho las excursiones culturales a otras ciudades.	4'65
5. Las películas del cine español me aburren mucho.	4'30
11. Me interesa comprender las canciones en español.	3'95
12. Me encanta comprar literatura en español.	2'8

Lo que más les interesa son las excursiones. Es sabido que la gran mayoría de cursos y programas de enseñanza de español ofrecen este tipo de actividades. Ya hemos hablado de ello en el análisis de la educación, y como hemos visto, los alemanes conceden gran relevancia a este tipo de actividades fuera del aula.

Ejemplos de ofertas que han sabido aprovechar este aliciente son las rutas del Quijote y de la lengua castellana.⁴⁵ Estaría bien buscar los fuertes de cada ciudad y pueblo español para ofrecer paquetes con este tipo de actividades. Además, se podría salir de la “cultura tradicional” y ofrecer aspectos menos típicos sobre nuestro país.

El cine español es otro punto importante de atracción para los alemanes. Además de un entretenido instrumento de aprendizaje de la lengua, puede familiarizar a los estudiantes con la cultura, costumbres etc. españolas y ofrecer en algunos casos una actual visión de nuestro país.

La gastronomía y la música, aunque por debajo del cine, tienen igualmente una buena salud. Lo que menos parece interesar a los alemanes es nuestra literatura. Una posible solución a esto sería el diseño de los cursos de literatura con actividades más dinámicas, participativas y dirigidas directamente a sus intereses.

5.2. Análisis de las preferencias.

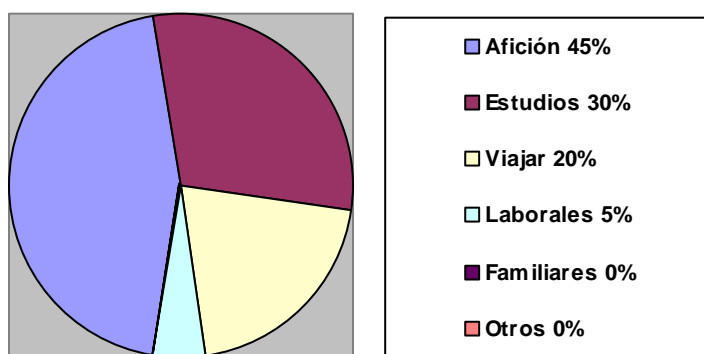
Este análisis, a diferencia del de las actitudes, es cuantitativo, por lo tanto nos fijamos en el número de personas que responden cada una de las opciones para obtener, de este modo, los porcentajes correspondientes en cada pregunta.

⁴⁵ <http://www.donquijotedelamancha2005.com/ruta2005.php>
<http://www.spain.info/TourSpain/Grandes+Rutas/Rutas/Rutas/0/Camino+de+la+lengua+castellana.htm?Language=ES>

Esta sección consta de 12 preguntas de opción múltiple y se les pidió a los informantes que seleccionaran tan solo una de las respuestas, entre las que aparecía la opción “Otros”, en el caso de que tuvieran una opción más adecuada que las propuestas.

Una vez analizados los datos ofrecidos por los cuestionarios para el apartado de las preferencias, los resultados son los siguientes:

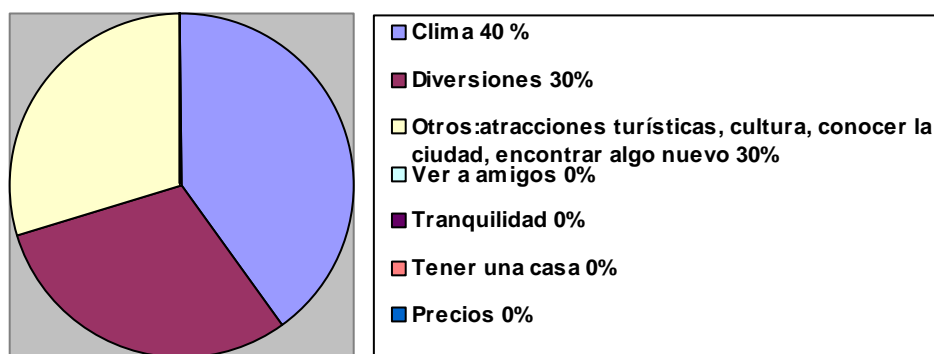
1. Estudio español por motivos...



Como claramente se puede observar en el gráfico, hay dos principales motivos por los que los alemanes estudian español, el primero es por afición y el segundo por sus estudios. En menor medida lo hacen sólo por viajar y prácticamente casi nadie por motivos laborales.

La conclusión de esto es que muchos de ellos se acercan a nuestra lengua por placer, por ocio. Es un motivo de gran valor, puesto que indica que hay algo en nuestra lengua y/o cultura que interesa de modo especial al mercado alemán.

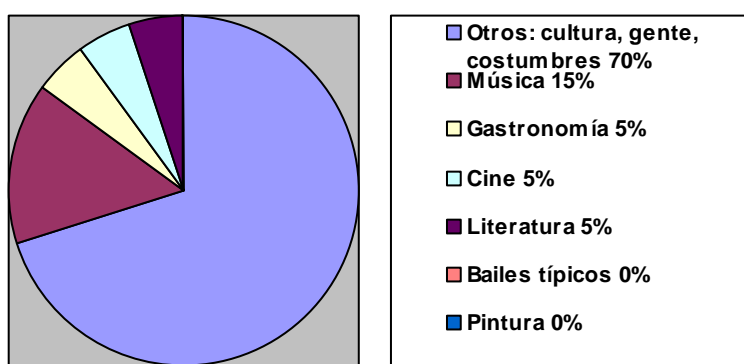
2. Mi principal motivo para la elección del lugar de estudios es / son...



El clima es indiscutiblemente el principal motivo para elegir el lugar para estudiar de los alemanes. Este hecho nos lleva directamente a pensar en la influencia de la imagen de España como “sol y playa”, y del mercado turístico que conlleva. Parece que de este modo, el turilingüismo debe llevar el mismo camino para tener un mayor éxito. No olvidemos que la concentración alemana está en las Islas Baleares y Canarias, por lo que se debería ampliar la oferta a otras zonas costeras que pueden ofrecer un clima semejante. Asimismo, la promoción de destinos interiores debería ser mayor para dar a conocer este otro e importante aspecto de España.

El segundo motivo para elegir el lugar de estudios son las diversiones que éste ofrezca, lo que enlaza directamente con la pregunta anterior, en la que hemos visto cómo los alemanes aprenden español por afición principalmente.

3. De España me interesa sobre todo...

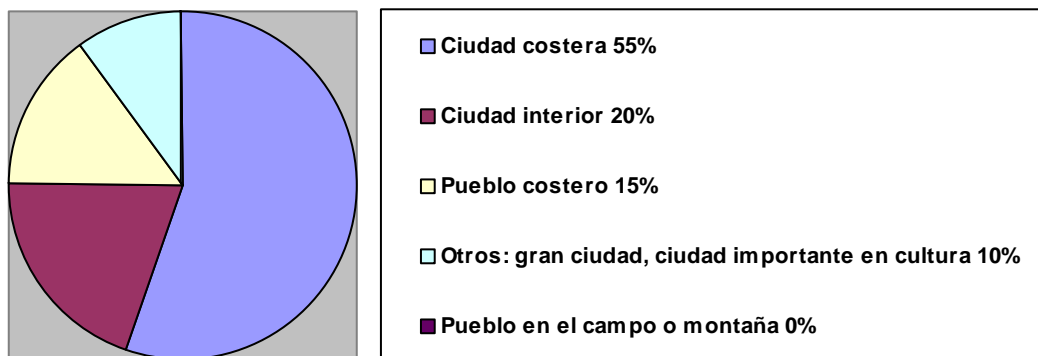


Lo que más interesa de España a nuestro grupo es la cultura, la gente y las costumbres. La respuesta “cultura”, que hemos encontrado en muchos de los cuestionarios, engloba numerosos aspectos que nosotros ofrecimos por separado para que la respuesta fuese lo más concreta posible. Una sugerencia para próximos estudios sería la incorporación de otro ítem en el que dentro del criterio “cultura”, debieran elegir una de entre las diferentes opciones (música, gastronomía, costumbres...), de este modo se obtendría un información más precisa.

Lo que es indudable es que están interesados por el contacto con la gente española, reafirmando la idea que observamos anteriormente en el análisis de actitudes⁴⁶.

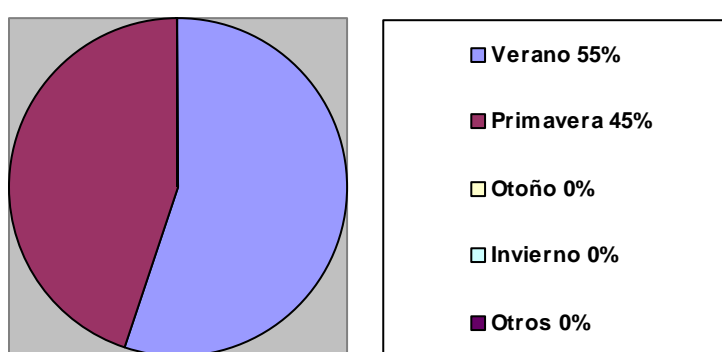
⁴⁶ Ver p. 57 y 58 del aparatado Análisis de las actitudes.

4. A la hora de visitar España, prefiero ir a...



Algo más de la mitad de los encuestados prefieren permanecer en una ciudad costera cuando vienen a España. Una vez más la imagen “sol y playa” se confirma. No es señal de alarma si esta imagen se completa, como a los profesionales de la lengua y cultura españolas nos corresponde, con otras muchas que también pertenecen a nuestro país y son desconocidas por los alemanes. Su predisposición a venir a España de vacaciones, su interés por nuestra cultura y gente, son vías para desarrollar otros destinos igualmente atractivos que los costeros.

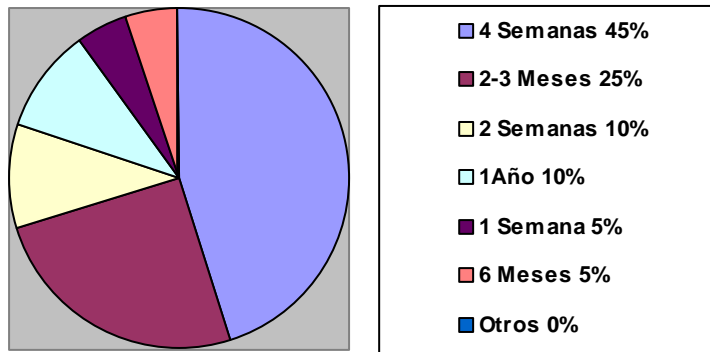
5. Prefiero ir a estudiar a España en...



Enlazando con la pregunta anterior, el verano es la estación preferida por los alemanes para venir a nuestro país a estudiar. Aunque parece que la primavera va ganando terreno a la estación más cálida. Esto significa que el mercado se reduce a estas dos estaciones, quedando inactivo en otoño e invierno. La creación de programas educativos interesantes para estas dos últimas estaciones, más la creación de una

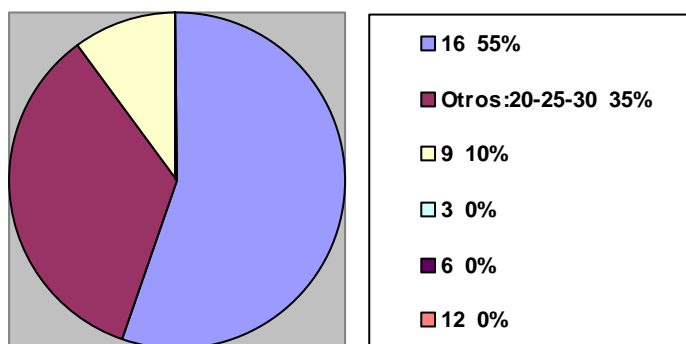
publicidad que no sólo muestre “sol y playa”, podrían ser puntos de partida para ampliar las llegadas de los estudiantes alemanes.

6. Mi estancia ideal de estudios en España sería de...



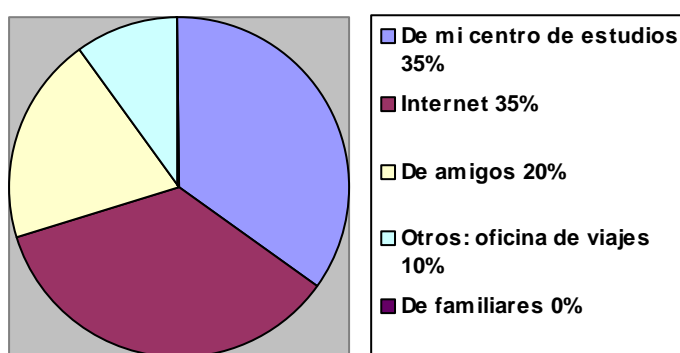
Casi la mitad de los encuestados piensa que un mes es el tiempo ideal de permanencia para estudiar en España, lo que no significa que éstos estén este tiempo. La gran diversidad de cursos, programas, etc. que se pueden encontrar actualmente, hace que los estudiantes estudien el tiempo que desean o pueden. En cualquier caso, parece que el curso ideal que intentamos conformar con estos análisis de actitudes y preferencias, se debería componer de cuatro semanas, como mínimo, y no más de tres meses.

7. Las horas de clase de español que prefiero a la semana son...



Más de la mitad de los alemanes prefieren estudiar 16 horas semanalmente, es decir, unas tres horas diarias de lunes a viernes. También es significativo el porcentaje de ellos que pide un mayor número de horas lectivas, entre 20 y 35. Esto es algo que depende de la organización y posibilidades de cada centro educativo, pero es una buena muestra de lo que el demandante desea. Cuantas más horas de estudio más subirá el capital turilingüístico.

8. Cuando elijo un curso de español, mis principales referencias son...

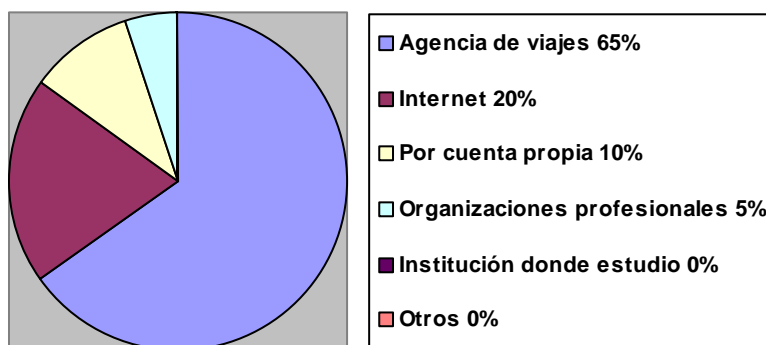


Tanto su propio centro de estudios como internet son las dos principales referencias a la hora de decidirse por un centro de estudios para los estudiantes alemanes. Con esto debemos entender que son necesarios los contactos entre los centros educativos de ambos países, y por supuesto, la calidad influirá a la hora de posibles recomendaciones entre ellos.

Es importante señalar el alto porcentaje que elige su centro de estudios a través de internet. Si recordamos el análisis de sus actitudes⁴⁷, sabemos que saltaba una gran alarma ya que reconocían que es muy poca la información sobre cursos de español en España en la red. Como ya se dijo entonces, debemos colgar nuestro producto en el principal medio de información actual. Aunque existan páginas web de forma particular, la promoción organizada y oficial por esta vía es inexistente. La regularización del sector sería el punto de partida para conseguir esto.

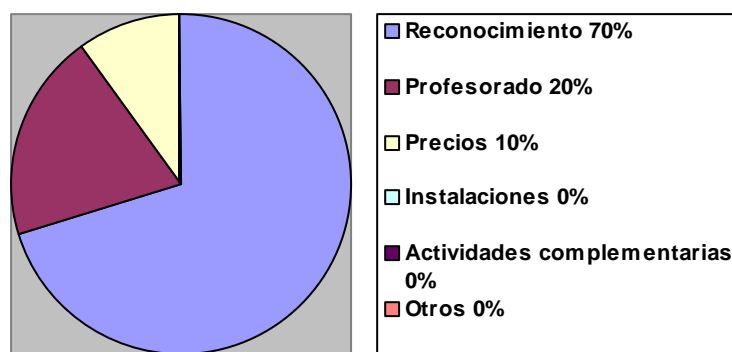
⁴⁷ Ver p. 60 del apartado Análisis de las actitudes.

9. Mi viaje a España lo organizo...



Una significativa mayoría no duda en recurrir a una agencia de viajes cuando tiene que organizar su viaje a España. Éstas tienen más información y son expertas en el aspecto vacacional y de ocio, pero hay una carencia en cuanto al aspecto de la enseñanza del español. El turilingüismo es la conjunción de ambos aspectos, y debe ser promocionado en estos importantes lugares de acceso a España para los alemanes. Las agencias de viajes tanto españolas como alemanas deberían desarrollar secciones para ofrecer este tipo de programas lingüístico-vacacionales.

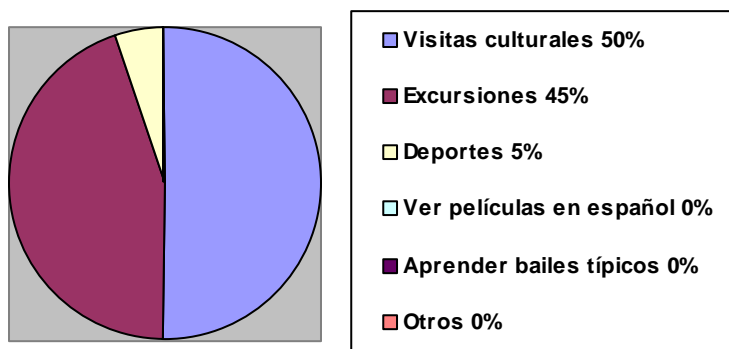
10. A la hora de elegir la escuela me fijo en...



El reconocimiento de la escuela o institución es el motivo principal para elegir el lugar de estudios. La acreditación del Instituto Cervantes por poner un ejemplo, otorga una distinción a los centros que superan una serie de requisitos. Es lógico que cuanto mayor calidad tenga un centro, a todos los niveles, será escogido por más alumnos.

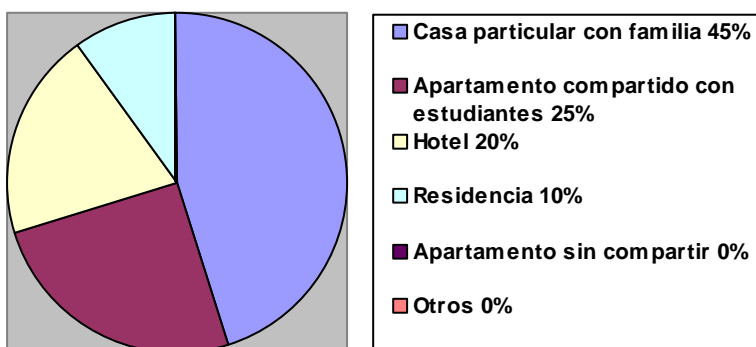
El segundo motivo de elección, aunque bastante por debajo del anterior, es la cualificación y experiencia del profesorado. La regularización del sector de enseñanza de E/LE, una vez más, sería el primer paso para conseguir tanto el mejor funcionamiento de los centros, como el de la profesión de profesor de español.

11. La actividad complementaria que más me gusta después de las clases es...



La mitad de los alemanes prefieren las visitas culturales como actividades extraescolares. Aunque el porcentaje de los que eligen las excursiones también es significativo. En cualquier caso, podemos interpretar ambas elecciones como parte de un todo. Las excursiones pueden consistir en visitas culturales. Una vez más se demuestra su gran interés hacia la cultura española. Aunque la mayoría de los centros de español ya ofrecen este tipo de actividades, no estaría mal seguir profundizando en el conocimiento de sus preferencias para organizar excursiones culturales acordes con sus intereses y necesidades.

12. Durante mi estancia de estudios en España, prefiero alojarme en...



Casi la mitad de los encuestados prefieren alojarse en una casa particular con una familia. Aquí hay que señalar la relevancia de la variable proporcionada por la edad, que en nuestro caso, presenta una gran disparidad como ya se ha explicado anteriormente. Los más jóvenes encuestados son los que han elegido la opción de apartamento compartido con estudiantes y también las casas particulares con familias españolas, mientras que las personas de más avanzada edad, se han decantado igualmente por las familias españolas y exclusivamente, los hoteles. El contacto directo con una familia española es lo preferido en cualquier caso, reforzándose la idea del interés que muestra nuestro grupo de estudio hacia la gente española.

Tras este análisis de las preferencias del estudiante alemán de E/LE, podríamos decir que el perfil que nos encontramos es el siguiente: un estudiante en el que la afición es el principal motivo para elegir el estudio del español, que quiere vivir una experiencia en un país extranjero del que le interesa, principalmente, la cultura y la gente. El lugar ideal para estudiar sería una ciudad costera durante el verano. Además, eligen una agencia de viajes para organizar su estancia en España y prefieren alojarse con familias.

6. CONCLUSIONES

Consideramos esta memoria como una primera aproximación a este fenómeno que ha irrumpido recientemente en el sector de E/LE y que nosotros hemos denominado turilingüismo, ya que la enseñanza de la lengua española y el turismo colaboran para beneficiarse mutuamente.

El objetivo perseguido era profundizar en el conocimiento de las actitudes y preferencias de los estudiantes alemanes sobre la lengua española y nuestro país en general.

6.1. Conclusiones a los datos obtenidos

Los resultados de esta investigación sobre las actitudes de los estudiantes alemanes de español son los siguientes:

1. La importancia que tiene para ellos el contacto directo con los españoles, tanto dentro como fuera del aula.
2. La necesidad de que los centros donde estudien español estén reconocidos y ofrezcan una certificación académica.
3. El gran interés mostrado hacia la cultura española.
4. Su preferencia por estudiar con profesores de español nativos.
5. La concepción de España como un país no demasiado económico.
6. La falta de promoción de cursos de español en Internet.
7. El interés por la realización de excursiones y visitas culturales como actividades extraescolares, así como por el cine español.

En cuanto a las preferencias:

1. Los alemanes estudian español preferentemente por afición y en segundo lugar, por sus estudios.
2. Para elegir un lugar donde realizar sus estudios de español se fijan principalmente en su clima y en segundo lugar, en las diversiones que éste puede ofrecer.

3. Lo que más les interesa de nuestro país es la cultura y la gente.
4. Prefieren una ciudad costera cuando vienen a España.
5. Verano y en segundo puesto, primavera, son las estaciones del año preferidas para estudiar en España.
6. Su estancia ideal para realizar un curso de español en España es de 4 semanas, aunque también se decantan por una estancia más larga de hasta tres meses.
7. El número de horas semanales de clases que prefieren son 16. Se observa igualmente un interés por ampliar éstas de 20 a 35 horas.
8. Sus principales referencias a la hora de escoger un curso de español son su propio centro de estudios e internet.
9. La organización de su viaje se realiza por medio de agencias de viajes.
10. El reconocimiento de la escuela o institución es el motivo principal por el que eligen su lugar de estudios en España.
11. Las actividades complementarias después de las clases preferidas son las visitas culturales y las excursiones.
12. El alojamiento preferente durante su estancia de estudios en España es una casa particular con una familia española.

6. 2. Propuestas basadas en los datos obtenidos

Las dividimos en:

6.2.1. Generales

- Llamamiento a la regularización del sector de enseñanza de E/LE. Una vez más pedimos la regularización de este sector, ya que es el punto principal y necesario para desarrollar el turilingüismo. Esto influirá directamente en la calidad de nuestro producto, desde el currículo de nuestra lengua hasta la situación del profesorado. Y en relación a esto:

- Promoción segmentada del turilingüismo según las necesidades del cliente con el fin de desarrollar cursos específicos para satisfacerlas. Es por este motivo por el que hemos realizado el análisis de actitudes y preferencias de un grupo concreto, los alemanes. De

este modo, conocemos de una forma más profunda sus necesidades, para ofrecer así un producto adecuado a ellas.

- Subrayar el valor comercial y económico del español y las oportunidades de negocio que ofrece tanto en nuestro país, como en los países de Hispanoamérica. Como ya vimos que decía Lodares, es vital que los centros de decisión política sean conscientes de esta situación y actúen en conformidad a su potencialidad. Esta propuesta no es original, pero sí consideramos de gran importancia resaltar nuevamente este aspecto.

6.2.2. Específicas para Alemania

- Fomentar las relaciones bilaterales entre España y Alemania con objetivos como organizar ferias específicas de promoción de las lenguas, incluir nuestras escuelas y cursos de español en España en las agencias de viajes alemanas, que es el principal medio por el que éstos organizan su viaje a nuestro país, e intercambiar profesores y alumnos. Si tenemos un interés por Alemania, las relaciones serán mas estrechas, los contactos más habituales y crearemos de este modo una mayor necesidad de conocer ambos idiomas.

- Coordinar las distintas propuestas públicas y privadas entre las instituciones españolas y alemanas en torno al turilingüismo. A lo largo de nuestra investigación hemos ido observando la falta de unión y colaboración entre éstas. Un ejemplo a seguir es la institución alemana Goethe, pionera como instituto no sólo de lenguas, sino de cultura en general, que funciona como un órgano de política exterior. En España, el joven, comparado con el anterior, Instituto Cervantes, va abriéndose paso poco a poco pero con firmeza en el panorama mundial de la promoción de la lengua y cultura española. La colaboración entre ambas, así como de otros centros privados, abriría un número mayor de puertas de conocimiento entre ambos países.

- La difusión a través de un portal de internet de la enseñanza del español. Nuestro análisis ha constatado la escasez de información que existe en la red sobre el turilingüismo, algo que es acusado por los alemanes. En esta era de la globalización, las nuevas tecnologías de comunicación se convierten en el principal medio para establecer

contactos a nivel mundial. Debemos incluir nuestro producto en el mayor escaparate de consumo de la actualidad, internet, si queremos promocionarlo y venderlo.

- Promocionar cursos de español durante todo el año para evitar la estacionalización del turilingüismo alemán en España. Como se ha visto, los alemanes escogen principalmente los meses de verano, aunque cada vez más la primavera, para realizar sus estudios en nuestro país. Conocemos gracias a nuestro trabajo el gran interés que muestran hacia nuestra lengua y cultura los adultos e incluso personas jubiladas alemanas, cuya disponibilidad para viajar es más amplia que la de los estudiantes, por lo que se deben ofertar atractivos cursos de lengua y cultura española para ambos grupos, basados en sus preferencias, en otras épocas del año.

- Promocionar diferentes alternativas de destinos turilingüísticos al típico “sol y playa” predominante en los alemanes. Nuevamente, el interés mostrado por éstos hacia la cultura además del clima de nuestro país, abre nuevas vías de promoción de España. El diseño de programas basados en sus preferencias, completos y atractivos, es fundamental para ampliar nuestro mercado turilingüista. Igualmente, las rutas culturales ya existentes⁴⁸, se podrían extender con otras para lograr esta finalidad.

6.3. Posibles vías de investigación

Con las propuestas anteriores, vemos que todavía le queda al turilingüismo mucho camino por recorrer, por lo que podríamos sugerir futuras vías de investigación como:

1. Un estudio más amplio que analice a un mayor número de informantes alemanes, y se encargue de cada grupo de edad de forma individual, para obtener de este modo informaciones más precisas y exhaustivas sobre sus intereses.
2. Un estudio sobre la promoción de nuestro mercado E/LE en Alemania, con la finalidad de elaborar planes de difusión de las ofertas de los cursos a los que pueden acceder en nuestro país.

⁴⁸ Ver p. 61 del apartado de Análisis de actitudes

3. Un estudio con la finalidad de proponer soluciones a los problemas de estacionalización y localización de los alemanes en España. ¿Cómo podríamos atraer a este grupo en épocas diferentes al verano, y a lugares distintos a las Islas Baleares y Canarias?.
4. Un estudio contrastivo de la situación del turilingüismo alemán en España con la que proporcionen otras diversas nacionalidades.

6.4. Conclusiones personales

Hay que señalar que esta investigación, al ser la primera para nosotros, ha supuesto todo un reto del que hemos aprendido a cada paso. Hemos superado las dificultades encontradas y en algunos casos, nos hemos visto obligados a reconducir las primeras ideas establecidas para nuestro trabajo, de modo que hemos ido evolucionando según íbamos adentrándonos en el tema. El mejor ejemplo de esto es nuestra propuesta terminológica para denominar a este fenómeno: turilingüismo, frente a los ya existentes “turismo lingüístico” o “estancias lingüísticas”, ya que consideramos que nuestro término aglutina los tres factores más relevantes del fenómeno: el lingüístico, el turístico, y por consiguiente, el económico y hermana dos términos que hasta el momento se presentaban como divergentes (turismo lingüístico), dando prioridad al aspecto de la lengua, y considerando al turismo como puerta de entrada al aprendizaje/enseñanza de E/LE.

Consideramos el cuestionario desarrollado como un piloto, en el que estaría bien seguir trabajando. Su ampliación con el análisis de creencias sería un buen comienzo. Desde aquí animamos a esto y esperamos haber aportado un granito de arena a esta playa que es el turilingüismo.

BIBLIOGRAFÍA

- AVOGADRO, E.G. (2001): “Importancia económica del español en Brasil”. *II Congreso de la lengua, Valladolid*. CVC.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/avogadro_e.htm
- BARALO, M. (2006): “Turismo lingüístico, más y mejor” en *Nexotur* N° 507, 23-29 octubre. Diapositiva 8
http://www.nebrija.es/~jaguado/invest/archivos/Nebrija_IC_Turismo_ling%FCistico_M_B_marzo_07.ppt
- BEMMERLEIN, A. : “Pasado, presente y un pronóstico del futuro de la enseñanza del español en Alemania” ,pp.77-100.
<http://hispanismo.cervantes.es/documentos/anton.pdf>
- BERDUGO, O. (2001): “El español como recurso económico: anatomía de un nuevo sector”. *II Congreso de la lengua, Valladolid*, CVC.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/berdugo_o.htm
- CARRERA TROYANO. M.; GÓMEZ ASENCIO. J.J. (2007): “La industria de la enseñanza de español como lengua extranjera”. En *Circunstancia* Revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Año V – N° 13- Mayo 2007. http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art4_imp.html
- CONSEJO DE EUROPA (2002): *Marco Común Europeo de Referencia para lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación* (Versión española): Madrid: MEC y Anaya.
<http://cvc.cervantes.es/obref/marco>
- DAVÓ CABRA, J.M. (2001): “El español como recurso económico en Francia (una aproximación desde el marketing). *II Congreso de la lengua, Valladolid*, CVC.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/davo_j.htm
- DE BERGIA, F. (2004): “La internacionalización del español: lengua, conocimiento, industria”. *Congresos de la lengua, Congreso de Rosario*, CVC.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/rosario/mesa/bergia_f.htm
- DÖRNYEI, Z. (2003): *Questionnaires in Second Language Research*, Mahwah, N.J, Lawrence Erlbaum.

DORWICK, T. (2001): “Los cursos de enseñanza del español en Estados Unidos”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/2_la_edicion_en_espanol/dorwick_t.htm

EGUILUZ PACHECO, A. (2001): “Estudiantes estadounidenses en el mundo: los programas de estudio de español y su repercusión económica”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://www.cvc-cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/eguiluz_a.htm

ESPEJO MARIN, C. y MANSILLA PEREZ, A.(1998): “El turismo alemán en España. Notas para su análisis” en *Cuadernos de Turismo*, nº 2.

<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n2/Cuadernos-3.pdf>

FERNÁNDEZ, C. (2001): “Español, materia prima de futuro” entrevista concedida a ABC Economía, 12 de mayo de 2002, en:

<http://www.cuadernoscervantes.com/prensa0050.html>

FERNÁNDEZ, C. (2002): “Es necesario internacionalizar la oferta educativa”, entrevista concedida a ABC Economía, 12 de mayo de 2002, en:

www.cuadernoscervantes.com/prensa0051.html

FERRATE, G. (2001): “El español en la sociedad del conocimiento”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/ferrate_g.htm

GARCÍA DELGADO, J. L. Y ALONSO, J. A. (2001): “La potencia económica de un idioma: una mirada desde España”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/garcia_j.htm

GARCÍA, O. (2007): “Lenguas e identidades en mundos hispanohablantes: desde una posición plurilingüe y minoritaria”. En Lacorte, M. (Coord.) (2007): *Lingüística aplicada del español*. Madrid: Arco-Libros, pp.377-405.

GRAWITZ, M. (1975): *Métodos y técnicas de las ciencias sociales*. Barcelona: Hispano Europea. En Sierra Bravo, R. (1994): *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Paraninfo: Madrid.

GÜEMES BARRIOS, J. J. (2001): “El español como recurso turístico: el turismo idiomático”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/guemes_j.htm

- ICEX (2003): “El idioma español como recurso económico”, ICEX: *El exportador digital*, 61. En: www.el-exportador.com/022003/digital/mercados_estrategias.asp
- ICEX (2001): “Internacionalización”, ICEX: *El exportador digital*, 4. En: www.el-exportador.com
- IGLESIAS, E. V. (2001): “El potencial económico del español”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC*.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/plenarias/iglesias_e.htm
- LIPSKI, J. M: (2007): “El español de América en contacto con otras lenguas”. En Lacorte, M. (Coord.) (2007): *Lingüística aplicada del español*. Madrid: Arco-Libros, pp. 336-337.
- LODARES, J. R. (2002): *Lengua y patria*. Taurus: Madrid.
- LODARES, J.R. (2004): “La imagen de la lengua española según Juan Ramón Lodares”. Cuaderno de la lengua: crónicas personales del idioma español, 34. En: www.cuadernolengua.com/cuadernos34.htm
- LODARES, J.R. (2005): *El porvenir del español*. Taurus: Madrid.
- LUJÁN CASTRO, J. (2001): “La Enseñanza del Español como Lengua Extranjera en Europa”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC*.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/lujan_j.htm
- M.E.C (2006): “El mundo estudia español”. Ministerio de Educación y Ciencia. Subdirección General de Cooperación Internacional, p.p.149-165.
<http://www.mec.es/redele/Biblioteca2007/elmundo.shtml>
- MODERN LANGUAGES ASSOCIATION (MLA) (2004): *The Modern Language Association Language Map*. http://www.mla.org/census_main.
- OPPENHEIM, A. N. (1992): *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. (New Edition) London: Pinter.
- PUREN, CH. (2001): “Industria y didáctica del español lengua extranjera”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC*.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/puren_c.htm
- RECORDER DE CASSO, C. (2001): “Reflexiones desde la perspectiva turística: el turismo idiomático”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC*.
http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/recoder_c.htm

REYERO, J. M. (2001): “El ICEX y el español como recurso económico”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/reyero_j.htm

ROSENBERG, M.J. AND HOVLAND, C.I. (1960): “Cognitive, affective and behavioral components of attitudes”. En Hewstone, M., et al. (1994): *Introducción a la psicología social. Una perspectiva europea.* Barcelona: Ariel.

SIERRA BRAVO, R. (1994): *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios.* Paraninfo: Madrid.

SILVA-CORVALÁN, C. (2000) “La situación del español en Estados Unidos”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario_00/silva/

SOLER, J. (1997): “Americanización, europeísmo e hispanidad. Política cultural en la red”. Congreso de Zacatecas. CVC.

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/comunicaciones/soler.htm>

TURESPAÑA (2006): “Balance del turismo en España”

<http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/FronturFamilitur/Balance%20del%20turismo%20en%20Espana%20en%202006.pdf>

TURESPAÑA (2001): “Estudios de productos turísticos: turismo idiomático”. *Estudios de productos turísticos, 4.* Turespaña: Secretaría de Estado de Comercio y Turismo.

TURESPAÑA (2002): “Estudios de productos turísticos: Plan de impulso al turismo cultural e idiomático”. *Estudios de productos turísticos, 6.* Turespaña: Secretaría de Estado de Comercio y Turismo.

VELARDE FUERTES, J. (2001): “El español como base del desarrollo económico”. *II Congreso de la lengua, Valladolid, CVC.*

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/mesas_redondas/velarde_j.htm

ZARKOWICH, S.S (1970): *Calidad de los datos estadísticos.* Roma. FAO. En Sierra Bravo, R. (1994): *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios.* Paraninfo: Madrid.

Otras páginas web citadas:

<http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200705110003&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

<http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200705080001&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

<http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200704250003&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

<http://www.cervantes.es/transform.jsp?id=200702070001&xsl=/docs/plantillas/noticiaPortadaPopUp.xsl>

<http://www.cip.cu/webcip/servicios/estases/articulos/2007/mayo/04/Cul/0504Cul1.htm>

l

<http://www.consumer.es/web/es/viajes/2003/01/06/56016.php?print=true>

http://www.cuadernoscervantes.com/ele_30_esprececonom.html

http://www.cuadernoscervantes.com/ele_esprececonom.html

<http://www.crit.uji.es/>

http://cvc.cervantes.es/obref/anuario_02/davo/p04.htm

<http://www.donquijotedelamancha2005.com/ruta2005.php>

<http://www.geocities.com/urunuela33/nebrija/prologo.htm>

<http://www.geocities.com/urunuela33/nebrija/prologo.htm>

<http://www.geocities.com/urunuela33/nebrija/prologo.htm>

<http://www.mujeresdeempresa.com/viajeras/010901-palma-de-mallorca.shtml>

<http://www.spain.info/TourSpain/Grandes+Rutas/Rutas/Rutas/0/Camino+de+la+lengua+castellana.htm?Language=ES>

ANEXOS

TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Presento aquí las transcripciones de las entrevistas orales que realicé a cuatro estudiantes alemanes de español, que están o estaban en ese momento en España, en la academia Sampere de Madrid.

Es de señalar que las personas que he entrevistado son o han sido alumnos míos en su totalidad, por lo que tenemos ya un conocimiento mutuo de mínimo una semana, y la conversación es distendida dentro de un marco de confianza.

Participante 1

E: Esther, entrevistadora, mujer joven, la propia investigadora.

A: Andrea, chica alemana de 21 años. Estudiante.

[Antes de la grabación explico con detenimiento en que consiste el trabajo que estoy realizando, la tranquilizo ya que está algo nerviosa y le doy las gracias por adelantado por contribuir a mi estudio. Ella sonrío y escucha con atención.]

(00:00) Inicio cinta

E: Participante uno. Holaaa Andrea, emm te voy a hacer unas preguntas, vale↑ eeeee que tal↑ Primero↑

A: Muy bien, y tu↑

E : Bien también, gracias. Bueno, primero te quería preguntar, porque estudias español↑

A: Estudio español para la universidad, como hago estudios de traducción, y quiero también traducir español.

E: Aha, muy bien, eeeee. Crees que interesa el español en tu país↑

A: Si, hay mucha gente que quiere aprender español, pero es más para divertirse o ir de vacaciones y no es tanto para la profesión.

E: Ahaaa, no tanto para la profesión. Piensas que en el futuro habrá más gente, interesada en el español↑

A: Eeee, en el aspecto del trabajo↑ Oo↑

E: Sí, por ejemplo.

A: Sí, puede que sí, depende de la economía de España [uhum] y si se desarrolla, por supuesto, sí.

E: Vale, y para vacaciones y eso habrá más gente todavía↑...

A: Sí, porque siempre hay gente que quiere viajar y España es un... buen país para viajar. Hay muchísima gente que, hace cursos de español para pedir una cerveza o [aha] cosas así [risas].

E: Muy bien, muy bien. Hay que hacer un curso para pedir una cerveza... [risas]

A: En español.[risas].

E: Sí, por supuesto, y en España mejor.[risas]. Vaale, crees que estudiar español te va a ayudar, a abrir puertas en tu futuro laboral, principalmente, pero también personal y porque piensas↑

A: Sí, laboral pienso que sí, como español hay muchísima gente que lo habla, y se necesita siempre traductores, como también españoles no hablan muchas lenguas extranjeras [risas] también...

E: Ahaaa

A: Y personal por supuesto que siempre es una experiencia y te abre muchas puertas

E: Vale, gracias. Una pregunta un poco más general. Qué te parece la forma de vida en España↑ Ves muchas diferencias a las de tu país↑

A: Sí, sí, muchísimas.

E: Muchísimas↑ Por ejemplo, alguna así que te ha llamado más la atención↑ Principal diferencia↑

A: La gente es más relajada, y también con su forma de vida.

E: Umm

A: Yy el día es más largo.

E: El día es más largo↑

A: Sí.

E: Eso es bueno o es malo↑ [risas].

A: Puedes hacer más cosas y no te sientes tan cansado.

E: Ah! No te sientes tan cansado↑

A: Sí, porque en mi país siempre son ocho horas de trabajo, sin pausa, sin siesta, sin poder relajarse un poco, y después de estos..estas ochos horas es... estas cansadísimo.

E: Claro, y por eso vais a dormir antes, [risas] y cenáis antes y todo.

A: Sii [risas]. Pero también es con el clima.

E: El clima↑ Aha.

A: Si, porque cuando hacen mucho frío no, no quieres quedarte en la calle ooo...

E: No apetece mucho salir de casa, claro. Yyyy, todas estas diferencias que has visto ahora que estás aquí, cuando estabas antes de venir, en tu casa, también pensabas lo mismo↑ O pensabas que había más diferencias todavía↑

A: Pensaba que había menos.

E: Pensabas que había menos! uhhu

A: Con toda la estructura y la historia de España, me sorprendió mucho.

E: Uhum. Muy bien, vale, perfecto [risas].

A: [risas].

E: Y, y donde preferirías vivir, para siempre↑ Aquí o en tu país↑

A: En mi país.

E: En tu país. Yy vivirías por lo menos en España un tiempo↑ Una temporada↑

A: Sí.

E: Bueno, ya lo estás haciendo. [risas]

A: Sí. [risas]

E: Y porque no siempre↑

A: Cuando pienso que tener hijos...un día no quiero que mis hijos [risas] estén en España. Me parece demasiado relajado, demasiado...No sé, a ellos les gustaría pero a mí no [risas].

E: Bueno, no lo sabes...

A: Pero también depende...

E: No quieres que tus hijos vivan relajados↑

A: Pueden ir a España, después de su niñez, [risas].

E: [risas] Muy bien, vale. Ellos que elijan, pero cuando sean mayores, no↑

A: Si el [...] primero.

E: Vaale. Vamos a cambiar de tema.Piensas que los productos en general, y aquí me refiero a la comida, productos de todo tipo, limpieza, tienen calidad en España↑

A: Sí.

E: Si↑ Tu confías cuando vas a comprar un producto español.

A: Depende adonde voy, por supuesto, pero en general me confío, sí. Y pienso que es una buena calidad.

E: Vale, y hay algo que por ejemplo hay en tu país y queeee aquí en España has visto que falta, que no hay↑ Echas de menos algo, consumes habitualmente en tu país y aquí no tienes↑ Por ejemplo ...yo cuando fui a Alemania el jamón y todas esas cosas hay pero es caro, es difícil de encontrar, algunos mariscos y eso...Tu qué piensas↑

A: El pan.

E: El pan.

A: Sí, el pan en España para mí es horrible, no es que lo eche de menos, pero...pero no es muy divertido [risas] comer pan en España [risas].

E: No no, para mí tampoco [risas]. Vale, y al revés, hay algo aquí queeee te gusta especialmente, que has descubierto, o sabías que existía pero lo has comprobado que te gusta y que no hay↑ En tu país↑

A: Sí el marisco. Antes no me gustaba tanto pero ahora me gusta mucho.

E: Uhum. Perfecto.Y en cuanto a precios↑ Que piensas↑ Como son los precios en España↑ Es más caro, más barato↑ O parecido↑

A: A veces hay alguna sorpresa, pero normalmente es más barato que en mi país.

E: Aha, muy bien. Cambiamos de comidas a fiestas. Tu sales de fiesta↑

A: Sí

E: uhum. Muy bien. Crees que hay suficientes alternativas, opciones para divertirse aquí en España↑

A: Depende. Sí hay muchos, muchas oportunidades para divertirse pero... después de cuatro meses ahora, me estoy, me estoy un poco aburriendo, y siempre un poco lo mismo. El bar, la cerveza...

E: Y para esto↑ Para salir, hay mucha diferencia con tu país↑

A: Sí, aquí puedes salir toda la semana, cada día...

E: Sí.

A: En mi país es más el fin de semana, y no sales a las dos de la noche...es la hora cuando vuelves.

E: Claro.

A: Sí.

E: Y en tu país piensas que hay opciones diferentes↑ Porque dices que aquí ya te aburres, que es siempre lo mismo...allí también hay siempre lo mismo ooo

A: Depende, si, pienso que sí [risas].

E: En todos los sitios son siempre las mismas opciones no↑ Bueno, vale, perfecto. Ahora pasamos a la cultura, también una pregunta un poco general, crees que España es un país rico culturalmente↑ Aquí podemos hablar si conoces algo de su historia, literatura, cine...Es rico culturalmente↑

A: Lo que noto mucho es que es como un país hermético. Que no hay mucho de fuera, Hay pero es españolizado, no parece tan extraño. Pero por eso también es muy rico, puede guardar una, como se dice...una originalidad...

E: Sí, su cultura propia, no↑

A: Sí, España no sé, pero viene mucho de América del Sur, la literatura es muy muy rico y diferente, muy interesante.

E: Y piensas que la gente de tu país conoce lo suficiente de la cultura española.

A: No, hay demasiado gente que solo se va de vacaciones y no sabe NADA.

E: Y no le interesa....

A: Si, por supuesto. Solo la playa y paella [risas]

E: Y el sol

A: Si, pero como para mi me sorprendió tanto, por eso, porque no leyé nada de cultura, de literatura en mi país, o tienes que buscarlo, por supuesto.

E: Y cuando vuelvas, eee, contarás las cosas a tus amigos↑

A: Si [risas]

E: Ah, vale, muy bien. Piensas que España está al mismo nivel económico que el resto de Europa↑

A: Noo [risas].

E: No, notas algo así...más diferente↑

A: El hecho que hay mucha persona en las tiendas, en en , en mi casa [risas] y todo esto me parece que el sueldo es mas bajo...

E. Si

A: Mucho mas bajo, que todavía hay mucha gente que no trabaja, o no puede trabajar, poruqe no hayyy

E: Y nos independizamos más tarde...

A: Y lo que me da un poco...preocupación que sólo es turismo, y si un día no funciona más el turismo, o no crezca más, que que vais a hacer↑ [risas].

E: uhum. Buena pregunta...[risas] Vale. Que haremos↑ Vas, en tu estancia aquí habrás tenido algún problema, seguro, que te han robado, has perdido algo [risas], verdad↑ Si has tenido algún problema, se ha solucionado rápidamente↑ La gente te ha ayudado?

A: Lo que en España me parece muy bien es que, no son tan conformes con las reglas, no son tan estrictos, por ejemplo tenía que cambiar un cheque y no tenía mi pasaporte, pero mi carta de estudiante y me lo cambió con la carta de estudiante, y normalmente no se puede, en mi país nunca se puede cambiar con la carta de estudiante, no es un documento oficial [risas].

E: Es muy importante la carta de estudiante...[risas].

A: [risas] Y también estaba enferma y con mi carta de segur, mi tarjeta de seguridad social, no, normalmente no puedo acceder al servicio, pero...

E: aquí si

A: pero me han dado algún remedio, me han ayudado.

E: Es verdad, eso sí que sucede, es verdad. Y en general la gente que esta contigo en tu entorno, ves q tienen paciencia para escucharte, intentar comprenderte o si preguntas algo en la calle, donde esta la calleee tal↑

A: Sí

E: Sí↑ Bueno. Y cómo definirías a la gente↑ Con adjetivos↑ Simpáticos antipáticos...

A: [risas]. Normalmente son muy cariñosos, más tiernos que en mi país, mas atentos, pero también hay gente que son muy rudos, quee con los tacos y todo esto...a veces te enfrentas a algo que no sucediera en tu país.

E: Muy bien, Y pensabas, antes d venir a España que eran de alguna forma diferente↑ Y te has sorprendido al conocer a gente española de verdad↑

A: Sí pensaba que eran más como otros europeos, más como la gente del norte.

E. Aha.

A: Porque antes nunca estuve en España.

E: Muy bien. Y más como la gente del norteee, en qué características↑

A: Menos libres, menos..

E: libres

A: Menos directos, menos sociables, también.

E: Vaale, muy bien, Y ahora ya vamos a la lengua, te gusta como suena, el español, cuando la gente habla, te gusta el sonido↑ La melodía↑

A: Sí

E: El alemán siempre tiene.. es como mas duro, más brusco

A: Sí, a veces el español tiene mucho del alemán también. Hay hombres que hablan y con la voz baja yyy me suena un poco el alemán también

E: Bien, y crees que España es tan moderno, hablando de tecnología, ciencia como los demás países europeos↑

A: Hay tantos países europeos.....

E: Bueno, vamos a pensar en Francia, Inglaterra, Alemania, Suiza...

A: Sí

E: Si↑ Aha, muy bien. Y Hispanoamérica↑

A: No.

E: No. Piensas q no

A: Pienso que Hispanoamérica necesita mucho tiempo y mucho desarrollo todavía [risas].

E: [risas] Has estado alguna vez en algún país hispanoamericano↑

A: Sí, en Chile.

E: En Chile, aha.Y te llamó la atención algo en especial, que viste en Chile↑ Algún retroceso, poco avance...algo, ordenadores, tecnología.

A: Sí, es que no hay tantas cosas nuevas, utilizan más cosas viejas, yyy, la pobreza por supuesto, que no existe en España tanto.

E: Tanto. Vale, perfecto. Y ahora ya para terminar, según tu experiencia en general, te gusta el sistema educativo↑ Que hay en España↑

A: No

E: No

A: No

E.: No piensas que es bueno↑

A: No

E: Que diferencia hay↑ Así...que ves principalmente con el de tu país↑

A: Pienso que todavía los españoles son muy concentrados en su país, en España, no miran en contra de otros países, por ejemplo cuando aprenden lenguas es sólo para aprobar el examen y no es, nunca ocurre la idea de que un día tienen que hablar con alguien de otro país, en esta lengua...

E: Si.

A: Y pienso que viene de la educación en la escuela, no es culpa de los niños.

E: No, claro.

A: Por eso noo no pienso que es un sistema muy bueno.

E: Aha, en cuanto a horarios↑ Los horarios de clases, hay diferencias↑

A: Si, son pocos.

E: Poco↑

A: En mi país hay mas horas de clases.

E: Aha, bueno, Cambiarías algo↑

A: En la educación española↑

E: Sí, si fueras la presidenta del gobierno↑

A: Si, si, cambiaría mucho [risas].

E: Qué harías↑ Por ejemplo, obligar a estudiar idiomas, más idiomas↑

A: No sólo idiomas, también la historia, política de otros países, no hablar de Europa como la unión, hay más que la unión, hay también los países y las culturas y todo esto.

E: Y esas cosas, las estudias en tu país↑

A: Si.

E: Todo esto.

A: Si.

E: Bueno y para terminar, las actividades extraescolares, me refiero a museos, excursiones a otros lugares, piensas que son útiles a la hora de aprender español↑

A: Si.

E: Si.

A: Porque puedes aprender algo más que sólo la idioma, el idioma y también la cultura que es MUY importante para aprender una idioma, un idioma.

E: Muy bien. Vale, pues muchas gracias, hemos terminado.

Transcripción de intercambio no verbal (00:05)

A se encuentra en posición de medio lado frontal con respecto a la grabadora y a mí.
Tiene un boli en la mano derecha y me mira.

A: Eeee, en el aspecto del trabajo↑ Oo↑

Hasta este momento sus respuestas habían sido seguras, aquí me mira y duda si ha entendido bien la pregunta.

A: Si, porque siempre hay gente que quiere viajar y España es un... buen país para viajar. Hay muchísima gente que, hace cursos de español para pedir una cerveza o [aha] cosas así [risas].

Ríe y levanta las manos a la vez.

A: Sí, sí, muchísimas.

Hablando de las diferencias. Me mira directamente y responde con seguridad.

A: Pensaba que había menos.

E: Pensabas que había menos! uhuh

A: Con toda la estructura y la historia de España, me sorprendió mucho.

Baja el tono de la voz, como con tristeza.

A: Cuando pienso que tener hijos....un día no quiero que mis hijos [risas] estén en España. Me parece demasiado relajado, demasiado...No sé, a ellos les gustaría pero a mí no [risas].

Ríe de una forma nerviosa y mirándome como sintiendo lo que dice.

E: Vaale. Vamos a cambiar de tema

Se mueve en la silla, cambia de posición y me mira más de frente.

A: Depende. Sí hay muchos, muchas oportunidades para divertirse perooo, después de cuatro meses ahora, me estoy, me estoy un poco aburriendo, yy siempre un poco lo mismo. El bar, la cerveza...

Baja el tono de la voz, duda en su respuesta y habla más despacio.

A: Depende, si, pienso que sí [risas]

Duda, me mira y ríe al responder.

A: No, hay demasiado gente que solo se va de vacaciones y no sabe NADA.

Al pronunciar esta última palabra hace un gesto con su mano desde el pecho hacia fuera.

E: uhum. Buena pregunta...[risas] Vale. Que haremos↑ Vas, en tu estancia aquí habrás tenido algún problema, seguro, que te han robado, has perdido algo [risas], verdad↑

Nos miramos y reímos puesto que yo ya conozco su experiencia.

A: Menos libres, menos...

Mira hacia arriba mientras responde.

A: Pienso que todavía los españoles son muy concentrados en su país, en España, no miran en contra de otros países, por ejemplo cuando aprenden lenguas es sólo para aprobar el examen y no es, nunca ocurre la idea de que un día tienen que hablar con alguien de otro país, en esta lengua...

Habla más despacio, marcando las sílabas y pone un gesto de desaprobación.

Participante 2

E: Esther, entrevistadora, mujer joven, la propia investigadora.

M: Marco, alemán 28 años. Estudiante y busca trabajo en España.

[Como es habitual, explico las características de mi estudio, mi objetivo, e invito a la sinceridad en las respuestas ya que no se trata de un examen, sino de conocer realmente lo que él piensa, ya sea positivo o negativo para los españoles y el español].

(00:00) Inicio cinta

E: Hola Marco, que tal↑

M: Muy bien gracias.

E: Bueno, vamos a empezar. Tú porqué estudias español↑

M: Ahora estoy, umm, estudiando español, porqueee, emm, quiero trabajar, aquí, quiero trabajar y vivir, en España.

E: Ahaaa, muy bien, gracias. Crees que interesa el español en Alemania↑

M: Si, ahora, hay...como es una moda, de aprender español en Alemania. Hay muchísima gente que van a escuelas nocturnas para aprender español, yyy hay muchísima gente que quieren aprender español yyy...

E: Uhum, muy bien yyy porqué crees que quieren aprender español↑ De qué puede servir el saber español↑

M: Pues creo que ahora es es un asunto de trabajo, eee también en los medios hay más canciones en españoles, yy eee y también sigue muy importante es viajar, a España o a Latinoamérica.

E: Muy bien. Y piensas que en el futuro habrá todavía más gente interesada en aprender español↑

M: Si, creo que si, la cifra de estudiantes va a aumentar y eeee, porque ahora en los medios en Alemania ehheh, pienso que la lengua española es muy importante, y por eso creo que más gente van a estudiar, español.

E: Vale. Crees que entonces, estudiar español te va a ayudar en el futuro, en tu futuro de trabajo, laboral o personal↑ Y porque↑

M: Si creo que va a ayudarme mucho porque quiero trabajar aquí [risas] y es necesario que sepa español y por eso [risas].

E: Vale, y personalmente↑ te puede ayudar a crecer intelectualmente, tu cultura↑

M: Si creo que va a abrir los... horizontes↑

E: Aha

M: Porque ehh cuando puedo hablar español, también puedo hablar con la gente en España.

E: Que bien.

M: Y leer también distintos libros y ehh entender los sentimientos de los españoles.

E: Muy bien, te parece que es bueno entender los sentimientos de los españoles↑

M: Si los sentimientos o la manera de pensar es porque en Alemania tenemos, si, quizás tengamos otra vista a las cosas, y los españoles ehh, quizá tengan otra vista, y para comparar las distintas vistas es muy bueno hablar, ehhh, en la misma lengua yyy

E: Muy bien, muy bien, entendido. Y en general que te parece la forma de vida en España↑ Como vivimos↑ Es muy diferente en Alemania↑

M: Ehh, a mi parece un poco más tranquilo, más relajado, yy ehh, a mi, creo q la gente ehhh se dan, se dan más ehh enfoques a distintos objetos de la vida, por ejemplo se da más enfoque a la comida

E: Aha!

M: o estar con amigos, es es muy importante

E: la vida social

M: Si, hacer vida social y es muy importante estar con la familia, con sus amigos, y comer bien y estas cosas. En Alemania la comida siempre es...

E: rápida

M: rápida, no tenemos tiempo, y a veces es.

E: Y sois más individuales↑

M: Si, si, si. Se puede ver en los productos, en el supermercado, por ejemplo el botellón, aquí en España es una cosa muy ehh para compartir

E: Siii

M: una botella de ron con amigos. Y en Alemania por ejemplo, usamos pequeños botellas, de ron con coca, cola, y es más individual

E: Aja! Qué interesante eso, muy bien. Y entonces tu, esas diferencias que pensabas, antes de venir a España, ahora que estas aquí, en España, sigues pensando que existen esas mismas diferencias↑ Has cambiado tu idea sobre algo después de estar en España↑

M: Ummmm, pues después de dos meses, ahora también hay muchos españoles que siempre tienen prisa, por la mañana, en el metro, la gente corren, corre, y eh, pero en general no hay tantas novedades hasta ahora, hasta ahora.

E: Muy bien, perfecto. Donde prefieres vivir↑ Aquí↑ O en tu país↑ En Alemania.

M: Ahora quiero...prefiero...yo prefiero vivir aquí

E: Muy bien.

M: Porque me gusta el país, ehh, me gusta la gente, que son muy amable, y simpático. Me gusta el tiempo, la comida y en general la forma de vivir.

E: Aja! Vivirías siempre↑ Toda tu vida o ya...

M: No sé, depende, depende deee depende del futuro [risas].

E: La vida da muchas vueltas [risas].

M: Sí [risas].

E: Vale. Cambiamos de tema. Piensas que los productos en general, la comida, la limpieza, tecnología son de calidad en España↑ Confías a la hora de comprar...las cosas↑

M: Si, ehh, en las cosas de la vida cotidiana, de limpieza o comida estoy confiando, en ellos, En los productos técnico, no sé si hay tantos productos españoles, creo que aquí también se compra productos de Japón o de Alemania, un ordenador....

E: Exacto, hay muchas cosas importadas.

M: Sí.

E: Aha, muy bien. Y piensas que nos falta algo, o echas de menos, falta algo que utilizas o consumes habitualmente en tu país y aquí no hay, o si hay es muy difícil de encontrar, o es muy caro↑

M: Umm

E: O puedes encontrar de todo, fácilmente, lo que tu necesitas

M: En general, yo puedo encontrar todo, que yo quiero, yyy pero también hay por ejemplo, en Alemania hay un amplio más ehh un abanico mas amplio, de diferentes panes.

E: Panes, pan!.

M: Pan, pero no estoy echando tanto, esta cosa.

E: De menos

M: Echando tanto de menos, esta cosa.

E: Perfecto, vale. Y al contrario, has descubierto algo, aquí en España que te gusta mucho, que no conocías, o que conocías pero no habías probado, no te gustaba↑↑ O q no hay tanto en Alemania↑

M: ummmm, ahora en el momento no.

E: Por el momento no, no↑

M: no.

E: Vale, los precios, que te parecen↑ Vivir en España es caro o barato↑

M: Aquí enn , aquí en Madrid es caro, pero también hay cosas que son más barato que en Alemania, por ejemplo, usar el transporte público aquí es más barato que en Alemania.

E: Sí.

M: Y también tomar un café para mí también, es más barato que en Alemania.

E: Aha.

M: Pero ir a un supermercado y comprar pan, agua y esas cosas, a veces me parece más caro, que en Alemania.

E: Vale. Aha. Los productos de primera necesidad, así los llamamos. La primera necesidad pues el pan, leche..es más o menos igual o incluso más caro↑

M: Sí.

E: Vale. Sales de fiesta en España↑ Crees que hay muchas cosas para hacer, para divertirse, opciones, alternativas aquí↑

M: Sí, hay, para salir hay hay muchísimas cosas para hacer, hay muchas bares, hay cines, hay...puedes reunirte con tus amigos en distintos lugares, sii, hay muchas, hay una gran oferta de de de divertirse.

E: Vale. Y hay diferencia en esto, con respecto a Alemania↑ O no↑ La forma de divertirse de salir es la misma, también hay muchos bares↑

M: Quizás hay menos bares, yy la gente se quedan más en una bar, en una noche se quedan en un bar, y no se mueven y cambian, y por la noche estaban en cinco o seis distintos bares o lugares y esto es diferente, es muy diferente. Pero a mí me gusta más esta forma.

E: Aha, cambiar. Ver cosas diferentes, muy bien. Crees que España es un país rico culturalmente↑ En cuanto historia, literatura, cine, música...que piensas↑

M: Sí.

E: Es rico culturalmente↑

M: Si creo que es rico cultural, cultural, culturalmente, eh, pero antes de venir a España, no sabía mucho.

E: Aha!

M: Sabía, yo conocí el Don Quijote, eh, que hay La Alhambra y esas cosas, pero, hay muchísima más, muchísima más interesantes cosas, culturales, y ahora en las clases en la escuela estoy aprendiendo, esas cosas.

E: Aha, muy bien, vale. Entonces piensas que la gente de tu país conoce todo lo que tu estas conociendo o no↑

M: No, no es más, la gente tiene, creo que más estereotipos. Y no conocen tantísimo.

E: Muy bien, perfecto. Piensas que España está al mismo nivel económico que el resto de Europa↑

M: Eh, es difícil, para responder, pero, en las grandes ciudades, en Madrid, o Barcelona, Valencia, o el norte, hay...es es, si hay....

E: buen nivel

M: Si, buen nivel, pero también hay hay lugares en España, creo que allí no hay...el nivel es un poco más bajo

E: Mas bajo.

M: Y eeeee, si económicamente quizás en las calles por ejemplo aquí yo veo más gente pobre que en Alemania, más mendigos, que en Alemania, creo que es una cosa del sistema social. La causa es el sistema social.

E: Sí, umm, perfecto. Si has tenido algún problema, has necesitado algo, se ha solucionado rápidamente aquí en España↑ La gente te ha ayudado↑ La gente tiene paciencia para escucharte, intentar comprenderte↑ O no↑

M: Puesss, no he tenido un gran problem, gran problema.

E: mejor [risas]

M: Pero.. he tenido un problem con mi móvil y la gente me ayudaba muy amablemente y...

E: Y rápido↑

M: Rápido, eh, puessss, después de dos o tres llamadas

E: Aha!

M: No, no...ehhh, ellos no solucionaron el problem directamente, tuve que hablar con distintas personas y al final, conseguí el objetivo que quería conseguir, pero tardó un poco.

E: Y te molestó eso↑ O bueno, dijiste, no pasa nada, una vez..

M: Sí, no, una vez, para mi, no pasa nada

E: Bueno, una no, si son muchas igual sí molesta no↑ Vale. La gente española crees que es simpática↑ Machista↑ Trabajadores↑ No↑ Que piensas↑

M: Pues ehh, creo que hay de todo, yo he conocido a gente muy trabajador, trabajadores, ehh, en general la gente son muy amables, quizás a vez los camareros en los restaurantes, los camareros mayores españoles son un poco de mal humor...no sé porqué...

E: Muchos años trabajando.

M: Si, pero tienen cara un poco triste o enfadado, no sé, pero en general la gente son amables y ayuda, están abierta y...

E: Muy bien, genial. Pensabas antes de venir a España que la gente era diferente↑ Y ahora que has conocido a más gente te has dado cuenta de algo especial o no↑ Pensabas que eran así↑

M: Si, pensaba más o menos así.

E: No has tenido grandes sorpresas

M: No

E: No, vale, genial. Y ahora algo más lingüístico, te gusta como suena el español↑ Nuestra forma de hablar↑

M: ehhh, el sonido de la lengua española↑

E: Sí, o si piensas que hablamos muy deprisa, o brusco...

M: Si, habláis muy deprisa, y también el sonido es más fuerte, que el portugués

E: Aha, el portugués.

M: El portugués para mi, o el portugués de Brasil es un poco más suave y...si...suena un poco más agradable↑ Y también en España usan muchas malas palabras, y, eso no me gusta porque también usan muchas palabras tan muy fuerte, y ehhh, es una cosa, si pero el uso de palabras fuertes malas y fuertes y también el sonido es un poco fuerte.

E: Vale, muy bien. Yyy, crees que España es tan moderno tecnológicamente en la ciencia, como el resto de países, europeos y Hispanoamérica↑ Que piensas↑

M: Eh, creo que en el sector de tecnología y cienciaaaaa es difícil, nunca he escuchado mucho de ciencias de España y Hispanoamérica, hay algunas cosas, claro, pero, noo, no es tan famoso para su tecnología, y ciencias, es...umm

E: Vale

M: Japón o Corea, o Alemania o Suiza o los EEUU tienen otra fama, otra fama, para sus productos y sus ciencias. España no sé, la verdad es difícil.

E: No conoces. Muy bien, y ya la última, vamos a hablar del sistema educativo. Te gusta el sistema educativo que has visto en España↑ Piensas que es bueno↑ Es muy diferente al de tu país↑

M: eh, cuando estudié 4 meses en la universidad, de Málaga el sistema o las clases eran diferente de Alemania, porque en Alemania el profesor está enseñando, por ejemplo, economía, y él está hablando sobre la economía y la gente en las clases están callado y solamente hacen apuntes, pero solamente las palabras más importantes, o el sentido del tema, y allí en la universidad era como un dictado, el profesor era hablando, estaba hablando..

E: Muy bien.

M: Y los alumnos eraan estaban escribiendo, palabra por palabra, y para mí es un poco raro, porque, eeee, en el examen el profesor va a preguntar por ejemplo una definición, yyy si falta una palabra, sería un error o eee, en Alemania es diferente, por ejemplo, yo tengo que yo tuve que obtener el sentido de una definición.

E: Muy bien.

M: Yyy es mi vista, y en el examen yo voy a escribir mi vista de del del la definición, o del problem, era un poco diferente.

E: Una diferencia, muy grande, vale. Y en cuanto a horarios, puntualidad de clases, es parecido↑

M: Pues en la universidad es parecido, hay gente que están puntuales y otros que vienen un poco más tarde.

E: Aha, el nivel de formación de los profesores es bueno↑ Lo has visto tú en España↑ o falta algo↑

M: Eh, yo creo que el nivel de los profesores...

E: uhum

M: Eee, que conocí, era bueno, y también parece, parece muy bueno.

E: Vale, muy bien. Cambiarías algo↑

M: Eh...Del sistema educativo↑

E: Si, es un poco difícil, tendrías que ser un presidente, un ministro...pero..si pudieras cambiarías algo↑ Algo para estudiar, algo que nos falta a nuestros estudios.

M: Ummm, quizás....

E: Idiomas....

M: Sí, los idiomas y, pero quizás ehh, que haya mas clases internacionales, sobreee temas internacionales.

E: Aha.

M: Por ejemplo en las, es una cosa de las noticias, las noticias nacional son temas de España y hay menos temas internacionales, de política internacional y esto, y creo que también es una cosa en las escuelas, que los cursos y las clases están aprendiendo mucho sobre España pero, sobre sus vecinos un poco menos.

E: Menos, vale, genial. Y para aprender español piensas que son importantes las actividades extraescolares↑ Visitas a museos, excursiones....↑

M: Si si si, creo que es muy importante, también para aprender la cultura, de un país y es interesante.

E: Vale, muy bien, pueess quieres decir algo más↑

M: Ah una cosa que...por ejemplo en Alemania hay las escuelas... nocturnas, de la tarde, y puedes ir a distintos cursos

E: Aha!

M: De cualquier tema, de bricolaje, de idioma, de cultura, de pintura, cualquier cosa, hay una gran oferta en este sector sector, es una educación para adultos, pero también para jóvenes, pero en general, y son por la tarde o por la noche.

E: Para la gente que trabaja....

M: Sí, que trabaja y quieren hacer otra cosa que...trabajar, por ejemplo yo quiero estudiar pintura..y quiero saber algo sobre la cultura deee medio siglo, algo así, y ahora no he encontrado una oferta similar aquí en España.

E: Aha, interesante.

M: Y esto, estoy echando de menos.

E: Aha, muy bien, vale. Bueno, pues muchas gracias.

M: De nada [risas]

E: Graciaas.

Transcripción del intercambio no verbal

(00:00)

Se coloca el la silla. Está a mi lado y habla directamente a la grabadora que está situada entre los dos.

M: Si, creo que si, la cifra de estudiantes va a aumentar y eeee
Lo dice mirándome directamente y hace un gesto con la mano de arriba hacia abajo.

M: **Ehh, a mi parece un poco más tranquilo, más relajado, y ehh, a mi, creo q la gente ehhh se dan, se dan más ehh enfoques a distintos objetos de la vida, por ejemplo se da más enfoque a la comida**

Habla más despacio, tiene más dudas que se reflejan en su cara y no responde tan rápido como en las preguntas anteriores.

M: hasta ahora, hasta ahora
Gestos con su mano derecha con la palma hacia arriba y moviéndola de adelante a atrás.

E: **Aha, muy bien. Y piensas que nos falta algo, o echas de menos, falta algo que utilizas o consumes habitualmente en tu país y aquí no hay, o si hay es muy difícil de encontrar, o es muy caro**↑

M: Umm
Me mira, mira hacia la pared, duda y tarda en responder.

M: **Puesss, no he tenido un gran problem, gran problema.**

Mira hacia arriba pensativo unos segundos y responde mirándome directamente.

M: **Japón o Corea, o Alemania o Suiza o los EEUU tienen otra fama, otra fama, para sus productos y sus ciencias. España no sé, la verdad es difícil.**

Mira hacia un lado y después hacia mí, duda.

M: Eh....Del sistema educativo↑
Se mueve en su silla, se pone más recto mientras piensa la respuesta.

M: De nada [risas]
Ríe mirándome y se mueve en la silla como relajándose.

Participante 3

E: Esther, entrevistadora, mujer joven, la propia investigadora.

U: Ute, alemana de 57 años.

[Previamente le he explicado en qué consiste mi trabajo, para qué institución es, y le he agradecido su colaboración, además de pedirle la mayor sinceridad posible].

(00:00) Inicio cinta

E: Hola Ute que tal↑

U: Bien, gracias. Y tu↑

E: Bueno, bien. Eh, por qué estudias español↑

U: Porque me interesa la lengua español, y la gente de España y Latinoamérica ehhe me gusta hablar con ellos y conocerlos mejor.

E: Aha.

U: Y entenderlos, si.

E: Muy bien, perfecto, sí. Crees que el idioma español interesa en tu país↑

U: Sí, cada días hay más gente que se interesa por el español, por los negocios, ehhe además además hay muchas personas que viajan, ehhe a España y quieren entender mejor.

E: Ahá, muy bien. Entonces piensas que es un idioma que sirve para el futuro, laboral, de trabajo también no↑

U: También, si.

E: Vale. Y piensas que que pasado un tiempo, en el futuro habrá todavía mas gente interesada↑ Ooo nos paramos aquí↑

U: Noo, creo queee por por por abrir todo el mundo más, y como hay muchísima gente que habla español sería cada día mas interesante e importante hablar es español.

E: Muy bien, entonces, piensas que el español puede abrir puertas, ayudaren tu futuro profesional, o personal no↑

U: Sí, en mi futuro profesional no, pero personal sí.

E: Uhum. Claro, vale porque tu ya trabajas, o has terminado de trabajar....o estás jubilada↑

U: No, todavía no, pero ahora no trabajo, solamente doy cursos en español y por eso mi me ayuda.

E: Ahá, perfecto, muy bien. Ehhe, que te parece la forma de vida en España↑

U: Bueno, es....

E: Es muy diferente a la de tu país↑

U: Sí es diferente, noo, es diferente por, por el tiempo distinto, aquí la gente esta más abierta o es más abierta por el sol, y hay más que viven afuera, y los alemanes por ejemplo, cierran las ventanas y las puertas por el frío, y pasa mas tiempo adentro, creo.

E: Dentro de casa↑

U: Sí.

E: Aha, y las principales diferencias que has visto, además de eso↑ Alguna mas↑
Alguna diferencia más↑

U: Alguna gente aquí me parecen muy ehh bastante orgulloso, orgullosa y tienen mucha como se dice, en sí mismo....

E: Confianza.

U: Confianza en si mismo, me parece.

E: Aha, bueno. Antes de venir a España pensabas lo mismo↑ sigues pensando que existen las mismas diferencias que creías antes de estar aquí y de conocer realmente....

U: Nooo, porque...es...no sé que pensaba..o que pensé antes, porque... hace tiempo...y ahora sé que que veo.

E: Claro, perfecto. Bueno, vivirías en España↑ Para siempre↑

U: Para siempre, ehhh, buenoo, ahora no, antes quizá, pero ahora me gustaría más o me gusta más quedarme en Alemania, peroooo ehh ehh cuando sería mas joven, o fuera mas joven, me gustaría vivir aquí si, pero como vieja o jubilada no tengo ganas de vivir siempre.

E: Claro, ya tienes tu vida formada, hecha , ahí en Alemania

U: Sí. Pero pasar unas semanas, o quizás en invierno, un mes...me gustaría, si.

E: Vale, perfecto. Pero en el pasado, sii ehh antes si hubieras encontrado un buen trabajo aquí en España, o una persona especial, no te hubiera importando quedarte↑

U: Noo, me gustaría.

E: Perfecto. Bueno, vamos a cambiar de tema, de página. Piensas que los productos en general de comida, limpieza, son de calidad y confías en ellos↑

U: Sí.

E: Sí.

U: Ehh, tienen, ehh mucha calidad yy sii, confío en ellos, si.

E: Perfecto, piensas que nos falta algo↑ Que no tenemos algo importante que tenéis en tu país, utilizas o consumes en tu país algo y aquí no hay, o es caro, o es difícil de encontrar↑ De alimento, de...cualquier cosa↑

U: Bueno, creo que encuentro aquí todo que necesito, pero me parece la vida en Madrid, especialmente en Madrid, es muy muy caro y también para la gente de aquí porque no ganan tanto y es difícil a veces, me parece.

E: Sí, exacto. No sé yo por ejemplo pues...cuando fui a Alemania me pasó con el jamón, el jamón que aquí es tan común allí hay también pero es mas caro...

U: No.

E: No es más caro↑

U: No [risas] porque ...a mi me gustaría llevar jamón serrano a España porque ehha a Alemania porque igual es más barato.

E: Ohhh↑↑

U: Si, ooo, hay ofertas pero de buena calidad, o también cosmética que antes era mucho mas barata, aquí, pero ahora es mas cara. Ayer, por ejemplo, fue al ehha como se llama, al Corte Inglés yyy, me mee enseñaron una leche dee del cuerpo, una oferta, pero esa oferta era más cara que ese producto, ese producto en Alemania normal.

E: Ya, de todas formas El Corte Inglés aquí...para nosotros es un sitio que es de los caros.

U: Si. Eso lo creo.

E: Si. O sea, el concepto que tenemos...los extranjeros vienen...y es muy famoso pero para los españoles es un sitio caro, y bueno, pues también hay diferentes sitios, que igual podemos encontrar un jamón mas barato aquí, no sé...

U: Si, bueno, pero en Madrid, bueno en los afueras o alrededores si, pero como estamos aquí en el centro...

E: Si, perfecto. Y al revés la pregunta. Hay algo que te gusta aquí, que no hay o hay poco en tu país↑ Has descubierto algo en España↑ Una comida, producto↑

U: Noooo, algo especialmente, como estamos en Europa, en cada país, país hay de todo, y por eso, cosas que puedo comprar aquí también puedo comprar en Alemania y al revés, es lo mismo,si.

E: Perfecto, muy bien, pues ya hemos hablado de precios, pero en general...pueden estar del mismo modo los precios en España y Alemania en los productos, en general↑

U: Más o menos, si.

E: Si.

U: Pero creo que se puede vivir mejor en Alemania porque nosotros tenemos sueltos, los sueldos, mas altos, creo.

E: Perfecto, y de comidas y precios cambiamos a fiestas. Sales de fiesta en España, crees que hay suficientes alternativas opciones para divertirse aquí↑

U: Sí, hay muchas posibilidades, de divertirse.

E: Y hay mucha diferencia en esto con tu país↑

U: Noo, las, les, las fiestas en Alemania bueno depende, si estoy en el sur o en el norte. Eee, en el sur hay más fiestas en Alemania que en el norte y son mas reliciosas, religiosas... No hay una diferencia muy grande, creo.

E: Aha.

U: Ahora no.

E: Ahora no, vale, y que prefieres↑ Las fiestas de aquí↑ Lo que has vivido aquí o las de allí↑

U: Buenoo, para participar a una fiesta a mi me parece importante ehh encontrar amigos o estar en la familia, y como estoy sola, aquí, no no puedo compartir o....

E: Compartir.

U: Si, compartir como los españoles, si↑ como en una fiesta alemana.

E: Claro, bueno, perfecto. Ehh, crees que España es una país rico culturalmente↑ Conoces algo de su historia, literatura, cine↑ Si↑

U: Sii, ehh, bueno, mucho de arte, fui a unas galerías y me encantaba mucho el Prado yy si, yyy hay muchas museos yy una cosa muy buena aquí, me parece que siempre hay un día libre o gratis, para los visitantes, si↑

E: Sí

U: Es una oferta muy buena, aquí en Madrid.

E: Aha, eso no hay en Alemania↑

U: No, hay una... hay una noche de cultura, y también una noche de los museos pero... ehh, no cada semana como aquí, y me parece muy importante para gente que no tiene tanto dinero para darles la posibilidad de entrar.

E: Si, muy bien, es verdad. Y la genteee alemana, tu crees que conocen todas estas cosas de arte, cultura historia españolas↑ Es conocido la cultura, el arte español↑ En Alemania↑

U: Las pintores sí, eeee, hay, eee escritos↑

E: Escritores.

U: Escritores si, conocidos si, ehh yyy, bueno, sí, hay hay mucho si, depende de la de las personas, porque en Alemania hay personas que son muy desinteresadas de todo y hay gente que se interesa por todas

E: Exacto, en todos los sitios parecido, no↑

U: Uhum.

E: Muy bien. Piensas que España está al mismo nivel económico que el resto de Europa↑

U: Ohh, creo que tiene un nivel más alto que muchos países de Europa.

E: Aha↑

U: Si, ahora si, antes no. Veinte años eeh antes había muchas diferencias, si↑ Pero ahora tiene un nivel bastante alto, eso lo creo, sí.

E: Bueno, muy bien. Y si has tenidoo algún problema en España, este tiempo que has estado...

U: Uhum.

E: O problemita, se ha solucionado rápidamente↑ la gente te ha ayudado↑

U: Si, no, no había problemas graves...

E: Mejor [risas].

U: Claro [risas] pero la gente si ayuden si.

E: La gente tiene paciencia para escucharte↑ E intentar comprenderte↑ Por ejemplo cuando estás por la calle y preguntas: como puedo llegar a la puerta del Sol↑

U: Si.

E: O tienen poca paciencia por lo general, o en tiendas↑↑

U: No, tienen, como es laaa, eh hh ahh como se dice, tienen muchaaaa

E: Prisa↑

U: No prisa no. Tienen más.....me falta la palabra....

E: Calma, relax.

U: No, no es calma, es temperamenta, temperamento!.

E: Ah, temperamento, perfecto.

U: Sí, por eso no tienen tanta paciencia de esperar yy pero quieren ayudar y quieren mucha ayudar mucha de entender la lengua y hablar, si eso si, tienen mucha interés por la gente que no habla tan bien, eso me gusta aquí en España.

E: Aha, si, vale, yyy con adjetivos como puedes decir que es la gente española utilizando....↑↑

U: Oh, con adje...el carácter↑

E: Sí, el carácter, simpáticos, antipáticos↑ Trabajadores, no trabajadores↑

U: Sí, simpáticos, son trabajadores también y son, ehh creadores...

E: Ah, creativos, tienen imaginación.

U: Si, si tienen mucha imaginación, y son...yy son muuyy umm tienen....si, me falta la palabra!

E: Tranquila!

U: No, tranquila no!

E: Si, a ver...

U: Abiertos, si, abiertos, orgullosos, si.

E: Aha, orgullosos↑

U: Tienen mucha, hacen mucho ruido.

E: Ahaaaa

U: O bastante, hacen hacen bastante ruido, a mi me parece [risas].

E: Vale, perfecto [risas]

U: Y hablan mucho, ...

E: Si, vale, perfecto. Antes de venir a España, no se si recordaras, también pensabas lo mismo de la gente española↑

U: Más o menos si.

E: Ha cambiado algo↑ Después de conocer, realmente a gente española↑ [risas] o sigues pensando igual↑

U: Noo, más o menos lo mismo.

E: Perfecto. Ahora vamos a hablar del idioma, del español, que es lo que más te gusta o con que estas mas cómoda o que es lo que menos te gusta del español↑ Por ejemplo, la gramática el sonido, como suena, la melodíaa....

U: Uhum. Bueno me gusta como suena, si, es eso es... me encanta mucho. Y la gramática bueno, es interesante pero es difícil para mi, a veces yyy ehh pero tiene muchas palabras para expresar algo, eso es una cosa muy, muy buena.

E: Si, muy bien, gracias. Y crees que es España es tan moderno, la tecnología la ciencia...como el resto de los países europeos↑

U: No más moderno...es igual.

E: Igual.

U: Como Alemania, creo que tienen el mismo nivel.

E: Y Hispanoamérica↑

U: Ohhh, tiene menos.

E: Menos. Has estado alguna vez↑

U: Sí, si.

E: Donde↑

U: Bueno en Argentina, viví nueve meses en Argentina, pero ya hace treinta años, pero por otra vez hace seis años yy tienen un nivel mucho mas bajo, si, todavía.

E: Si, vale, perfecto. Y la última pregunta, el sistema educativo. Has comprobado un sistema educativo en escuela privada, pero bueno, si conoces el sistema educativo en general en España, lo conoces un poquito↑

U: No, solamente de este colegio, pero de la escuela general no.

E: Ya.

U: Pero hay muchos colegios privados, no↑

E: Si.

U: Yyy también para los niños de...

E: También. Hay escuelas privadas, institutos, universidades , si, y públicos también, por supuesto.

U: Sí.

E: Entonces que es lo que piensas, del sistema educativo↑

U: Que tengan una buena educación aquí, yy quizás tienen mas posibilidades porque creo que los colegios privados no son tan caros. En Alemania no existen muchos colegios privados y ee ee la escuela pública en muchas partes no es muy buena, y por eso creo a veces la educación , a veces es muy... es bastante mala y aquí existe más libertad, si, yy , o más, existen mas posibilidades para visitar un colegio privado porque es más barato, mucho más barato que en Alemania.

E: Uhum. Muy bien. Perfecto.

U: Los profesores en Alemania ganan muchísimo, no↑ A mi me parece...

E: Vale. [risas]. Y en cuanto a horarios↑ De clases, de cursos, son más o menos las mismas horas...las que se estudia aquí o no sabes↑

U: De los colegios en general↑ Para los niños↑

E: Si, para los niños, adultos, en la universidad...

U: Bueno, no sé como es, pero creo que aquí, hay escuelas y colegios durante todo el día, si↑

E: Aha

U: Y ahora empiezan también en Alemania a serlo así. Y esto me gusta mas aquí. Y que no es solamente para mediodía, y por eso es mas educación porque bueno, lo sé solamente de Alemania pero hay muchas familias donde, o muchos padres que no saben educar a sus niños muy bien y por eso sería mejor quedar más tiempo en una escuela.

E.: Pues, la ultima pregunta es: que piensas de las actividades extraescolares en la enseñanza del español↑ Las visitas a museos, excursiones...

U: A mi me parece muy importante porqueeee es importante saber también algooo o un poco más de laaa cultura de un país, y no solamente quedarse, en la escuela o en colegio, es como estar en una isla pequeña, y por eso se puede abrir las puertas, para conocer más de la vida.

E: Vale, pues ya está, perfecto, muchas gracias!

U: A ti.

Transcripción del intercambio no verbal.

(00:00)

Ella ya está esperándome en el aula, yo llego y me siento a su lado.

U: Porque me interesa la lengua español, y la gente de España y Latinoamérica ehhh mee me gusta hablar con ellos y conocerlos mejor.

Mientras dice esto mira hacia mi folio, donde tengo escritas las preguntas.

U: Sí, en mi futuro profesional no, pero personal sí.

Mira hacia el frente, parece que duda o no sabe como responder exactamente.

U: Sí. Pero pasar unas semanas, o quizás en invierno, un mes...me gustaría, si.

Me mira directamente y responde moviendo la cabeza de arriba abajo.

U: Pero creo que se puede vivir mejor en Alemania porque nosotros tenemos sueltos, los sueldos, mas altos, creo.

Levanta los hombros y se coloca más recta en la silla.

U: Ohh, creo que tiene un nivel más alto que muchos países de Europa.

Habla más despacio, mira hacia arriba un momento.

U: No prisa no. Tienen más.....me falta la palabra....

Mira hacia abajo y hacia los lados.

U: Si, si tienen mucha imaginación, y son...yy son muyyy umm tienen....si, me falta la palabra!

Otra vez parece que ha olvidado la palabra, se nota más nerviosa puesto que mira hacia todos los lados y se toca la cabeza con su mano derecha.

U: Ohhh, tiene menos.

Mueve la cabeza de arriba hacia abajo mientras levanta las cejas. Parece una expresión de pena, lástima.

Participante 4

E: Esther, entrevistadora, mujer joven, la propia investigadora.

A: Aljosha, alemán de 29 años. Estudiante de doctorado.

[Como siempre le explico en qué consiste mi trabajo, cual es mi objetivo, le doy las gracias por adelantado y le pido sinceridad en sus respuestas]

(00:05) Inicio cinta

E: Hola Aljosha, que tal↑

A: Bien.

E: Bueno, vamos a empezar.

A: Vale.

E: Porque estudias español↑

A: Es que yo, soy estudiante en Alemania y en mi caso es quiero escribir mi tesina sobre el cine español, eso es un, una razón.

E: Hay más razones↑

A: Sí, es que como te he dicho antes en la clase, tengo un padre chileno, pero no me enseñó a hablar español, y voy a visitar le al final de si al final de este año

E: Porque el está en Chile...↑ Vive en Chile↑

A: Sí.

E: Perfecto. Crees que interesa el español en Alemania, a la gente de tu país en general le interesa aprender español↑ El idioma↑

A: Si creo que hay un por ciento de gente a quien le gusta estudiar español, pero claro, creo que es más importante en Alemania aprender inglés, o francés también, pero español es quizás la tercera o cuarta lengua.

E: Aha, muy bien, piensas que conocer español puede servir para algo↑ Para el trabajo↑
Para ti↑

A: Vale, creo que si, creo que ahora, siempre esta bien si conoc si sabes hablar idiomas,
yy, creo que va a nosotros decimos, abrir puertas↑

E: Si, exacto. Te va a abrir puertas en el trabajo también↑

A: Sí.

E: Perfecto, y piensas que en el futuro habrá todavía mas gente interesada en el español,
en Alemania, o vamos a para aquí↑

A: Es, ahora no lo sé, pero hay gente a quien les gusta hablar español pero no estoy
seguro porque ahora no sé porque la genteee deben o deba aprender más español que
ahora, pero no sé porque, pero si va a estudiar más, o menos que ahora, no sé, yo creo
que va a parar↑ No sé.

E: A parar. Se queda así, la situación.

A: Creo que si.

E: Muy bien, ehh. Y además de abrirte puertas en ell la profesión , en lo laboral↑ Te
puede abrir también personalmente↑

A: Si, claro que cuandooo, cuando vaya a un, aa, cuando vaya a España, ee, en
entenderé mejor la mentalidad de la gente, es posible hablar con la gente, por eso es
más, España y también es para, para como se dice, paraaa mejorar sus conocimientos
sobre el mundo y sobre la vida también.

E: Perfecto, y te interesa conocer cosas de España su cultura, de Hispanoamérica
también, su cultura...↑

A: Si.

E: Si, perfecto. Que te parece la forma de vida en España↑ Como vivimos↑ Hay
diferencias, ves diferencias, cuáles son las principales entre España y Alemania↑

A: Si hay diferencias

E: Por ejemplo↑

A: Por ejemplo, hay hay más [risas], hay más gente en la calle, normalmente, y también
eh creo que, los alemanes son, en relación más tímidos, somos mas tímidos que los
españoles, y vale↑ [risas] no sé si es correcto, pero...

E: Si, si. Es lo que tu piensas.

A: La gente va más a fiestas.

E: Si, si puede ser [risas], vale, yy antes de venir a España, también pensabas que había esas diferencias↑ O ahora que estás aquí has visto que hay más diferencias todavía o menos de las que pensabas↑ O tu pensamiento es igual↑

A: No, creo que es, menos diferencias que pensaba. Antes siempre pensaba, esa cosa que que he dicho ahora pero cuando ahora hablo con los profesores y la gente en la calle puedo encontrar cosas semejantes, como tu has dicho [antes en la clase] que los españoles también tienen un complejo de inferioridad, pero creía que es una cosa alemana [risas]

E: [risas] Bueno, no, yo creo que es una cosa que tiene bastante gente, unos más otros menos, pero sí, bien. Vale, te gustaría vivir en España↑ Vivirías en España↑ Para siempre↑

A: Creo que si, quizás, por qué no↑

E: Si encuentras un buen trabajo, una persona especial, si↑

A: Si.

E: Sí, podrías vivir, muy bien, perfecto. Cambiamos de temaaa

A: Vale.

E: Piensas que los productos en general, de alimentación, de comida, limpieza, son de calidad en España↑ Confías en ellos↑

A: Creo que en general si, si, porque creo que España es un país de UE, el UE↑

E: La, la Unión Europea, la UE.

A: Pero creo queee, normalmente creo que los productos alemanes son mejor en su calidad. No sé porque, es solo...quizás la fama.

E: La fama, no sabes porque pero... si. Muy bien. Y hay algo que echas de menos, que nos falta en España, que tu tienes el Alemania, que consumes habitualmente, o utilizas y aquí no lo tienes o es muy caro o difícil de encontrar↑

A: Vale, es queee, ehh solo he estado pocas veces aquí en España por eso no puedo...

E: No sabes todavía.

A: No puedo contestar esta pregunta correcta. Pero claro, no tenéis un "Amazon", un tienda para comprar cosas por la red, que también existe en Francia e Inglaterra

E: Aha!

A: Vale, con muchos productos, pero solo es una cosa.

E: Pero bueno existen cosas también como e-bay, eso es también para comprar cosas por internet↑

A: E-bay si, es otra cosa, quizás es también...es mas o menos como una tienda.

E: Y también con productos de alimentación↑

A: No, no, productos de alimentación no, cd's, televisores, libros...

E: Perfecto, y al revés, si hay algo aquí que has descubierto, que esta aquí que no tienes en Alemania, que no hay↑

A: De productos↑

E: Si.

A: Si creo que ehh la moda es mejor.

E: La ropa↑ Y moda↑

A: Sí, me gusta más, a mi me gusta mejor que la moda de Alemania, y también si vas a la calle la gente también se viste mejor que en Alemania.

E: Si↑

A: Si.

E: En general, o en Madrid↑

A: Si, también estuve en Cádiz, y en general la gente se viste....también.

E: Vale perfecto.

A: Y también la comida, claro. Hay otra comida aquí, y muy fresca

E: Si↑ Perfecto, vale y los precios que tal↑ Ves los precios caros↑ baratos en España↑ Muchas diferencias↑

A: En Madrid sí, en Madrid sí pero también es lo mismo en Munich por ejemplo en Alemania

E: Aha.

A: Creo que son normalmente son más o menos los mismos precios, Pero también es una pregunta que no puedo contestar.

E: Porque conoces Madrid yyy Cádiz menos quizás...

A: Sí.

E: Sí, cambia, las ciudades grandes a ciudades más pequeñas, cambia.

A: El cine es más barato.

E: Aquí en España↑

A: Si.

E: Uf, pues es caro aquí también.

A: En Madrid sí, pero es más menos igual, pero en Alemania hay entradas para nueve euros

E: Nueve!

A: Si.

E: Dios, bien. Y luego, llevas poco tiempo aquí, pero has salido de fiesta alguna vez↑
Ee bares, discotecas, crees que hay suficientes alternativas, opciones, para divertirse aquí↑

A: En Madrid, si, En Cá, cuando estuve en Cádiz no, pero es una pregunta de de eee

E: Eee en general lo que tu has visto. En Cádiz por ejemplo↑

A: Bueno, también hay cosas, pero, ehh, como tu has dicho, no son, no tienen estas alternativas como, como en Madrid, puedes hacer todo, creo que puedes hacer todo.

E: Claro, y hay diferencias en cuanto a salir aquí o en tu país↑ O hacemos lo mismo↑

A: Umm, vale, hay mas gente aquí, que salen de fiesta, sale de fiesta, y también tiene un valor, tiene un valor mas grande que en Alemania, si, en relación si, yy por eso hay también mas alternativas.

E: Claro, hay mas gente hay más...

A: Hay más gente hay más alternativas, y a mi...no sé...

E: Muy bien. Y y la cultura↑ Piensas que España es un país rico culturalmente↑
Conoces algo de su historia, literatura, cine↑

A: Si creo que es un país ric, como has dicho↑

E: Rico.

A: Rico en la cultura, pero a veces ehheh, yo, claro que yo conozco mucho el cine, del mundo por mis estudios, yy pero normalmente España no tiene este estado, no tiene un estado muy alto, en el cine mundial, ahora ahora hay pocas pocos directores que por ejemplo Almodóvar, Amenábar, que, que ganaron el Óscar, si.

E: Si, perfecto. Y crees que la gente en Alemania conoce esas cosas de España↑ Conoce la cultura de España↑

A: Creo que no, creo que solo la gente quee, viene aquí a España si conocen esas cosas, pero normalmente en Alemania, hayy hay más influencia de la cultura americana y la gente conoce est el esta cultura.

E: La americana, principalmente.

A: Principalmente, si.

E: Aha, muy bien.

A: Si, solo conocen las cosas turísticas como playas y comida y esas cosas.

E: Sí. Perfecto. Piensas que estamos al mismo nivel económico que el resto de Europa↑

A: Ehh, vale, el resto de Europa es muy diferente. Creo que España e eeeee

E: una posición

A: una posición...alta, no no tan alta, pero..

E: no tan alta como que↑ Como Alemania↑

A: Como Alemania, Francia, pero creo que es más..tiene una posición más alta como...más que los países del este de Europa.

E: Ehhh, si has tenido algún problema en España, no sé si has tenido, llevas poco tiempo...se ha solucionado rápidamente↑ La gente te ha ayudado↑ O si por ejemplo preguntas como llegar a una dirección: como puedo llegar a la Puerta del Sol↑ La gente tiene paciencia↑ Te escucha↑

A: Si, ehhh, creo que depende a tu nivel español. Si si no hablas, vale, si no hablas español tan bien es más difícil, porque ehh, la gente está un poco enervado, o como se dice↑

E: Con nervios, nerviosos↑

A: Con nerviosos↑

E: Con nervios, o el adjetivo nerviosos.

A: Ah, vale, nerviosos, pero si puedes hablar español es más fácil y sí, la gente es, amable.

E: Aha, vale [risas]. Y en general, como crees que es la gente española↑ Con adjetivos.

A: Ehh [risas].

E: Es difícil.

A: Sí es difícil [risas]. Ehh, solo lo, solo lo eee compar, compara comparo, con Alemania, y por eso más abierto, si, mas abierto, puffffff.

E: Nerviosos, como me has dicho↑

A: Si, más alto, hacen más ruido...

E: Y trabajan↑ Son trabajadores↑

A: No, no no tanto.

E: Como en Alemania.

A: como los alemanes.

E: Bueno, y antes de venir a España también pensabas los mismo↑ Sobre la gente↑ O ahora que estás aquí has descubierto algo que, que, no son tan nerviosos, que son trabajadores también↑

A: En general no, es que creo que ahora conozco mejor a la gente pero.....por eso, es difícil

E: Es difícil

A: Es difícil, puff.

E: Bueno, pues muy bien, tranquilo. Cambiamos de tema, ahora ya con la lengua española. Que es lo que más te gusta, del idioma no↑ y lo que menos, o lo más fácil o mas difícil↑ Por ejemplo como suena, la melodía, la forma de hablar↑ O que es lo que no te gusta....

A: A mi me gusta mucho, la sonid↑

E: Sí, el sonido.

A: El sonido del español. Claro si, las eee, lo compra↑ comparo, si lo comparo con alemán [risas], más bueno, si, a mi me gusta mas ehh a mi a veces me me , parece un poco mas.... sexy↑

E: Ahaaa, vale.

A: Sii.

E: Y a la hora de estudiar, para aprender que es lo que más difícil ves↑ Y que es lo más fácil↑

A: Queeee, lo más fácil es queeee, la español escrita es casi, es lo mismo como la español hablada.

E: Hablado, exacto.

A: El español hablado, si, creo que es lo mas fácil.

E: Si.

A: Lo mas difícil.....eh, vale, claro, el subjuntivo, perooo usar el subjuntivo, puedes estudiar las reglas perooo practicarlas en la vida es muy difícil para mi.

E: Si, claro, hay que practicar mucho. [risas].

A: Si [risas].

E: Vale. Crees que España es tan moderno en la tecnología, ciencia como el resto de países de Europa, esto es un poco parecido a la pregunta de la economía [risas].

A: Sí, si, creo que...ahora creo que si, antes creo que...era un estado neutro en las posiciones, pero ahorq creo que es, quizás un poco más....[gestos con el brazo hacia arriba]

E: Sube.

A: Si.

E: Y Hispanoamérica↑

A: Hispanoamérica↑ No. Creo que no,

E: Has estado alguna vez↑

A: No, como niño, eee estuve en Chile, pero...

E: No recuerdas...

A: No.

E: Aha, y porque piensas eso↑ Puedes decir porque Hispanoamérica no está al mismo nivel↑

A: Por la fama, por la fama. Si.

E: Vale muy bien, perfecto, yy ya, la última pregunta.

A: Si.

E: Según tu experiencia, el sistema educativo que hay en España↑ Igual no lo conoces muy bien porqueee, o puedes conocer esto privado, no conoces lo público, pero bueno, no sé, según tu experiencia piensas que es bueno↑ Hay diferencias↑ Al sistema educativo de tu país↑ En horarios, formación...

A: Vale creo que no puedo, eee, contestar, esta pregunta, porque aquí estoy en una, en un colegio privado, y nunca he estado en un colegio privado en Alemania.

E: Ahaa.

A: Por eso no puedo comparar esto. Claro, no es lo mismo si estas en un, instituto, y la universidad, no es lo mismo.

E: Claro.

A: Claro, por eso...yo sé que hay, que hay diferencias, los españoles tienen que estar en la escuela doce↑ Doce años↑

E: Ehhh, obligatoriamente↑ Te refieres↑

A: Si.

E: Obligatoriamente los estudios son hasta los dieciséis, hasta los dieciséis y sí, empezamos a los tres, cuatro años, entonces son doce, trece años.

A: Trece años, ah vale, si si. Creo que hay diferencias pero...

E: Y En Alemania cuántos son↑

A: Trece años.

E: Trece

A: Pero..nivel superior, si.

E: Obligatorios, no↑

A: Obligatorios son nueve, creo.

E: Ah obligatorios nueve!

A: La Hauptschule, la Realschule y Gymnasium con trece, y solo si, si has aprobado, los exámenes de Gymnasium, puedes estudiar.

E: Vaale, en la universidad

A: Si.

E: Vale, perfecto. Yyy, a la hora de estudiar español piensas que las actividades extraescolares, extraescolares son visitas a museos, excursiones, fuera de la escuela, no↑ Eso también puede ayudar para aprender español↑ La lengua↑

A: Si, creo que si, primero si, claro, porque, eee si estas en contacto, con la gente ,es que vale, si voy a una museo no es nece, no es necesario que hable, pero creo con la gente, pero...si, tienes la posibilidad de estar en contacto con la cultura y también con la gente, no es lo mismo que en la escuela, porque aquí siempre estamos hablando.

E: Vale, muy bien, pues ya hemos acabado, muchas gracias [risas].

A: Gracias.

Transcripción del intercambio no verbal

(00:00)

Cuando llego el está ya esperando en su aula, me siento enfrente de él y coloco la grabadora en el centro.

A: Vale, creo que si, creo que ahora, siempre esta bien si conoc si sabes hablar idiomas, yy, creo que va a nosotros decimos, abrir puertas↑

Levanta la mano derecha, parece ser una señal de afirmación.

A: Es, ahora no lo sé, pero hay gente a quien les gusta hablar español pero no estoy seguro porque ahora no sé porque la genteee deben o deba aprender más español que ahora, pero no sé porque, perooo si va a estudiar más, o menos que ahora, no sé, yo creo que va a parar↑ No sé.

Levanta los hombros y mira con duda.

A: No, creo que es, menos diferencias que pensaba
Mueve la cabeza de derecha a izquierda.

A: Pero creo queee, normalmente creo que los productos alemanes son mejor en su calidad. No sé porque, es solo...quizás la fama.

Levanta la mano derecha y las cejas, muestra duda en su gesto.

A: El cine es más barato.

Sube la voz y hace un gesto con el dedo índice de la mano derecha como que acaba de recordarlo.

A: Creo que no, creo que solo la gente quee, viene aquí a España si conocen esas cosas,

Mueve la cabeza de derecha a izquierda.

A: Ehh, vale, el resto de Europa es muy diferente. Creo que España e eeeee
Hace un gesto moviendo el brazo hacia arriba.

A: Sí es difícil [risas].

Ríe y sube los hombros como indicación de que no sabe que decir exactamente.

A: Lo mas difícil.....eh, vale, claro, el subjuntivo
Levanta el brazo derecho.

A: Hispanoamérica↑ No. Creo que no,

Mueve la cabeza de derecha a izquierda.

A: Gracias.

Me mira, ríe y deja el boli que tenía entre las manos en la mesa.

CUESTIONARIO:

“ACTITUDES Y PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES ALEMANES DE E/LE A LA HORA DE ESTUDIAR ESPAÑOL EN ESPAÑA”

Este cuestionario forma parte de la memoria final del Máster en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera y está dirigido por el Departamento de Lenguas Aplicadas de la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid. La finalidad del cuestionario es mostrarnos las preferencias y actitudes de los estudiantes alemanes que aprenden español como lengua extranjera y deciden continuar sus estudios en España para que en el futuro puedan recibir unos cursos que se adapten a sus necesidades.

Nos gustaría que nos ayudara con nuestra investigación contestando a los siguientes *ítems* en relación al español como lengua extranjera. Tenga en cuenta que esto no es un examen, por consiguiente, no hay respuestas “correctas” o “incorrectas” y no hace falta que escriba su nombre. Nos interesa su opinión personal. Por favor, responda con sinceridad ya que esto garantizará el éxito de la investigación. Muchas gracias por su colaboración.

➤ SECCIÓN A:

A continuación se presenta una serie de afirmaciones con las cuales alguien puede estar de acuerdo o en desacuerdo. Nos gustaría que señalara su opinión poniendo una “X” en la casilla que mejor muestre su grado exacto de acuerdo o desacuerdo sobre las afirmaciones. Procure contestar con sinceridad, piense que tratando de contestar lo socialmente deseable, lo único que hacemos es engañarnos a nosotros mismos. Gracias por su ayuda.

Por ejemplo: *Los helados son muy sanos.*

T.D = Totalmente en desacuerdo	D = Más bien en desacuerdo	A.D = Algo en desacuerdo	A.A = Algo de acuerdo	A = Más bien de acuerdo	T.A = Totalmente de acuerdo
			X		

Si usted piensa, por ejemplo, que hay algo de verdad sobre esta afirmación pero, de algún modo, está exagerado, puede poner una “X” en la cuarta o quinta casilla.

	T.D	D	A.D	A.A	A	T.A
1. Me interesa conocer la gastronomía española.						
2. Me gustan mucho las excursiones culturales a otras ciudades.						
3. La mejor forma de aprender español es con profesores nativos.						
4. Aprender sobre la cultura de España es pesadísimo.						
5. Las películas del cine español me aburren mucho.						
6. Odio hablar español fuera de clase.						
7. La información sobre los cursos de español en España en Internet es insuficiente.						
8. Cuando busco un curso de español quiero que tenga una certificación académica.						
9. Me aburre comprar recuerdos de España a mi familia y amigos.						
10. Pienso que la gente debería estudiar español en España.						
11. Me interesa comprender las canciones en español.						
12. Me encanta comprar literatura en español.						
13. Disfruto practicando el español con gente española.						
14. No tengo inconveniente en estudiar en una escuela pequeña en España.						
15. Los productos españoles me inspiran confianza.						
16. Detesto que el centro de estudios no tenga aula multimedia.						
17. Me gusta relacionarme con españoles de mi edad.						
18. La vida en España es muy económica.						
19. Me siento cómodo/a cuando utilizo Internet para aprender español.						
20. No me importa repetir el mismo lugar para aprender español.						

➤ SECCIÓN B:

La siguiente sección del cuestionario sirve para conocer las preferencias de los estudiantes cuando deciden estudiar español como lengua extranjera en España. Puesto que se trata de preferencias no hay respuestas “buenas” o “malas”. Por favor, lea completamente todos los *ítems* con sus respuestas antes de contestar y elija sólo **UNA opción** para contestar cada uno de ellos (si elige dos o más opciones, la respuesta se anulará). Gracias.

NOTA: RECUERDE QUE SÓLO DEBE ELEGIR **UNA OPCIÓN** POR PREGUNTA.

1. Estudio español por motivos

- a) Laborales
- b) De estudios
- c) Familiares
- d) Para viajar
- e) Como afición
- f) Otros _____

2. Mi principal motivo para la elección del lugar de estudios es/son...

- a) El clima
- b) Ver a amigos
- c) La tranquilidad del lugar
- d) Tener una casa allí
- e) Los precios
- f) Las diversiones
- g) Otros _____

3. De España me interesa sobre todo...

- a) La gastronomía
- b) La música
- c) El cine
- d) La pintura
- e) La literatura
- f) El baile
- g) Otros _____

4. A la hora de visitar España, prefiero ir a...

- a) Una ciudad del interior
- b) Una ciudad costera
- c) Un pueblo de la costa o cercano a la costa
- d) Un pueblo en el campo o la montaña
- e) Otros_____

5. Prefiero ir a estudiar a España en...

- a) Primavera
- b) Verano
- c) Otoño
- d) Invierno
- e) Otros_____

6. Mi estancia ideal de estudios en España sería de...

- a) Una semana
- b) Dos semanas
- c) Cuatro semanas
- d) Entre dos y tres meses
- e) Seis meses
- f) Un año
- g) Otros_____

7. Las horas de clase de español que prefiero a la semana son...

- a) 3
- b) 6
- c) 9
- d) 12
- e) 16
- f) Otros_____

8. Cuando elijo un curso de español, mis principales referencias son...

- a) referencias de amigos
- b) referencias de familiares
- c) referencias de mi centro de estudios
- d) Internet
- e) Otros_____

9. Mi viaje a España lo organizo...

- a) Por cuenta propia
- b) A través de una agencia de viajes
- c) A través de la institución donde estudio
- d) A través de Internet
- e) A través de organizaciones profesionales
- f) Otros_____

10. A la hora de elegir la escuela me fijo en...

- a) El reconocimiento de la escuela/institución
- b) Las instalaciones
- c) El profesorado cualificado y con experiencia
- d) Los precios
- e) Las actividades complementarias que ofrece
- f) Otros_____

11. La actividad complementaria que más me gusta después de las clases es...

- a) Hacer excursiones
- b) Realizar visitas culturales
- c) Practicar deportes
- d) Ver películas en español
- e) Aprender bailes típicos
- f) Otros_____

12. Durante mi estancia de estudios en España, prefiero alojarme en...

- a) Un hotel
- b) Una residencia
- c) Un apartamento sin compartir
- d) Un apartamento compartido con otros estudiantes
- e) Una casa particular con una familia
- f) Otros _____

➤ **SECCIÓN C:**

Para finalizar, por favor complete el siguiente apartado con información general.

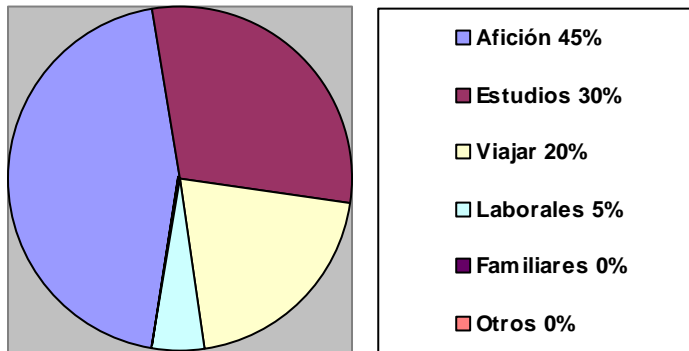
- Sexo: a) Hombre b) Mujer
- Edad: _____
- Nacionalidad: _____
- Nivel de español: a) Elemental b) Intermedio c) Avanzado
- Institución donde estudio español: _____
- Llevo estudiando español...
- a) menos de un año b) un año c) más de un año d) más de dos años
- He estado en España estudiando español con anterioridad: a) Sí b) No
- ¿Dónde? _____

Muchas gracias por su tiempo y por su colaboración con este estudio.

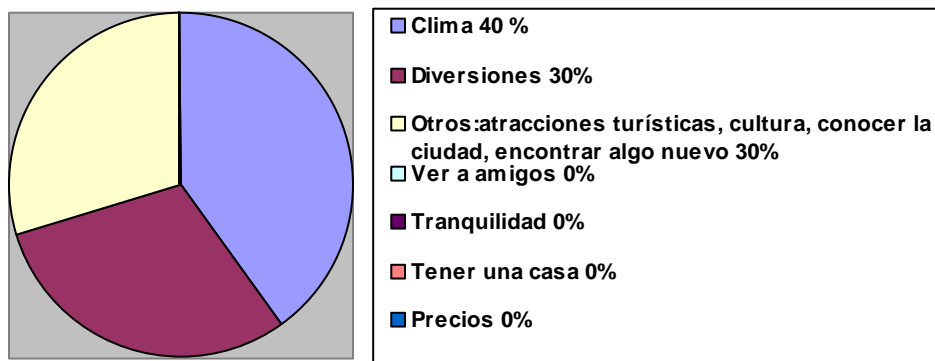


ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS

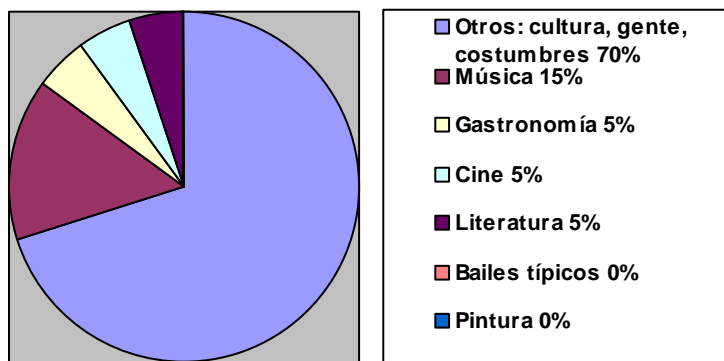
1. Estudio español por motivos...



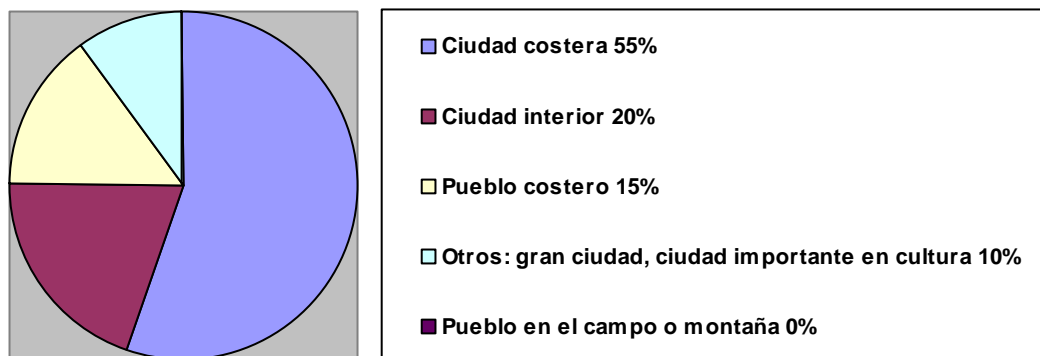
2. Mi principal motivo para la elección del lugar de estudios es / son...



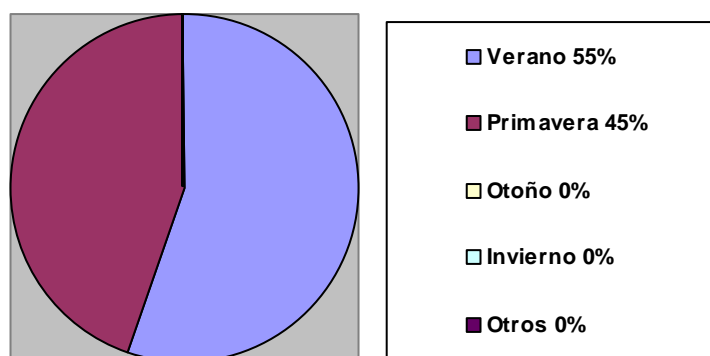
3. De España me interesa sobre todo...



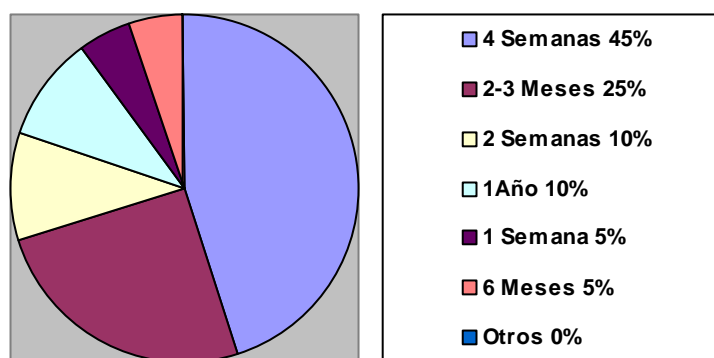
4. A la hora de visitar España, prefiero ir a...



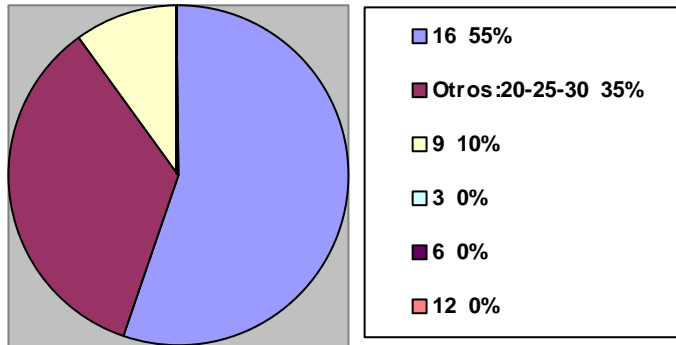
5. Prefiero ir a estudiar a España en...



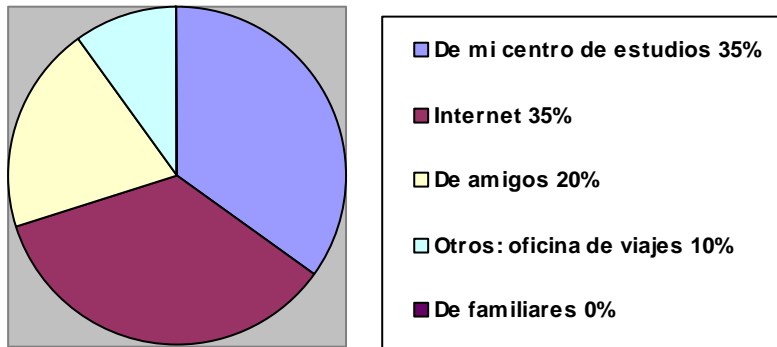
6. Mi estancia ideal de estudios en España sería de...



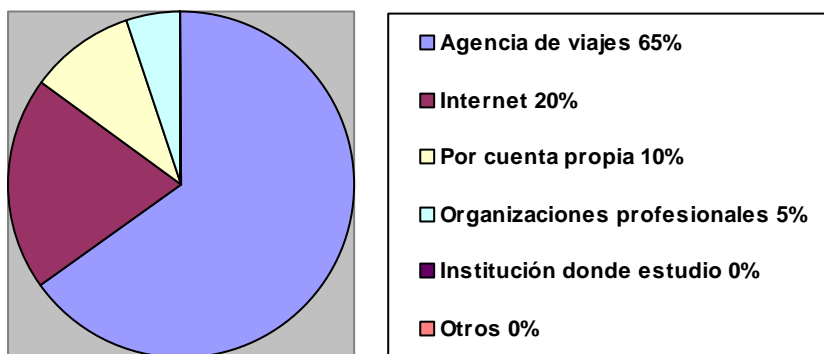
7. Las horas de clase de español que prefiero a la semana son...



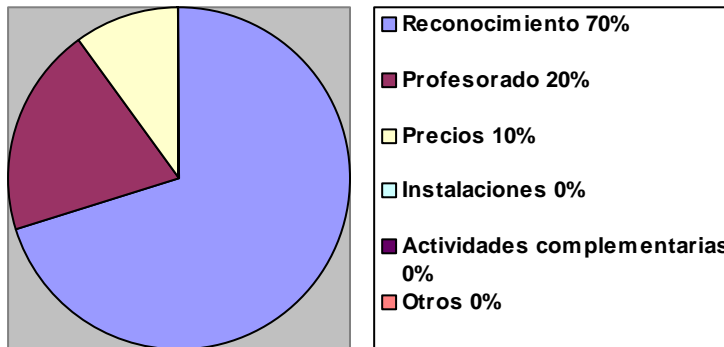
8. Cuando elijo un curso de español, mis principales referencias son...



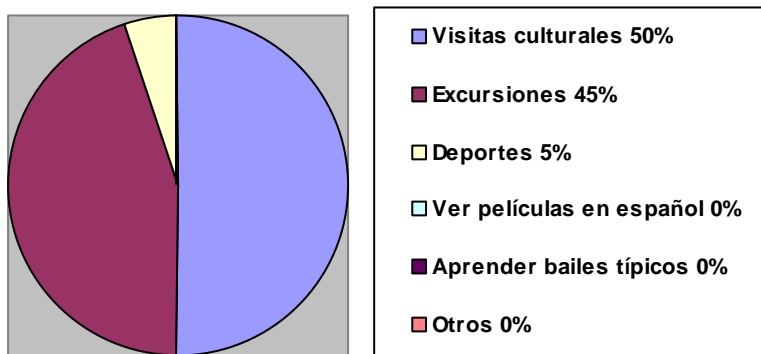
9. Mi viaje a España lo organizo...



10. A la hora de elegir la escuela me fijo en...



11. La actividad complementaria que más me gusta después de las clases es...



12. Durante mi estancia de estudios en España, prefiero alojarme en...

