

# LOS ESTEREOTIPOS SOBRE ESPAÑA EN ESTUDIANTES DE ELE Y LA INFLUENCIA DEL CONTACTO CON LA CULTURA META

Dra. **Nuria Díaz Rodríguez**

*Universidad de Castilla-La Mancha, España*

## Resumen

El presente trabajo se enmarca en el ámbito de la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera (ELE) y su cultura. El objetivo de esta investigación es comprobar cómo contribuyen el período de estancia en inmersión y el contacto con la cultura meta a la consolidación o a la erradicación de los estereotipos. Para ello se analizan las percepciones acerca de la cultura española y de los españoles por parte de 279 personas adultas de origen italiano, griego y albanés que estudian español como lengua extranjera. Algunas de ellas han realizado estancias en España de diferente duración, mientras que el resto nunca ha visitado el país.

Para recabar la información se ha adaptado un cuestionario empleado por investigadores anteriores en otros contextos geográficos. Posteriormente, se ha llevado a cabo el análisis estadístico de datos con el programa SPSS. Respecto a los principales hallazgos, cabe destacar la relación entre la actitud favorable hacia los españoles y la estancia en España. Se observa que un período más largo en inmersión contribuye al refuerzo de estereotipos acerca de los españoles, aunque también a modificar otros tópicos sobre la cultura.

Los resultados invitan a los docentes a reflexionar sobre la necesidad de diseñar estrategias socioafectivas para evitar choques culturales, promover el desarrollo de la competencia intercultural e introducir mejoras en la forma de potenciar el componente sociocultural en el aula de ELE.

**Palabras clave:** *cultura española, español como lengua extranjera, estereotipos, inmersión, competencia sociocultural*

---

*Culture Crossroads*

Volume 29, 2025, <https://doi.org/10.55877/cc.vol29.647>

© Latvian Academy of Culture, Nuria Díaz Rodríguez

All Rights Reserved.

ISSN 2500-9974



## **STEREOTYPES ABOUT SPAIN AMONG SFL LEARNERS. THE INFLUENCE OF CONTACT WITH THE TARGET CULTURE**

### **Abstract**

This paper is framed within the field of teaching and learning Spanish as a foreign language (ELE) and its culture. The objective of this research is to examine how the periods of immersion and contact with the target culture contribute to the consolidation or eradication of stereotypes. To this end, the perceptions of Spanish culture and Spaniards among 279 adults of Italian, Greek, and Albanian origin who are studying Spanish as a foreign language are analysed. Some participants have spent time in Spain for varying lengths, while the rest have never visited the country.

To collect data, a questionnaire used by previous researchers in other geographical contexts was adapted. Statistical analysis was then carried out using SPSS. Among the main findings, a significant relationship was identified between favourable attitudes toward Spaniards and length of stay in Spain. It is observed that a longer period of immersion tends to reinforce the stereotypes about Spaniards, but also to modify other stereotypes about the culture.

The results invite teachers to reflect on the need to design socio-affective strategies to prevent culture clashes, promote the development of intercultural competence, and enhance the integration of the sociocultural component in the Spanish as a foreign language classroom.

**Keywords:** *Spanish culture, Spanish as a foreign language, stereotypes, immersion, sociocultural competence*

### **Introducción**

La competencia sociocultural es considerada como uno de los elementos que constituyen la competencia comunicativa, junto a la competencia lingüística, la discursiva, la estratégica y sociolingüística [Llobera et al. 1995]. El *Diccionario de términos clave de ELE* [Martín Peris 1997] se refiere a ella como la “*capacidad de una persona para utilizar una determinada lengua relacionando la actividad lingüística comunicativa con unos determinados marcos de conocimiento propios de una comunidad de habla*”. Por su parte, Galindo [2005] la describe como el conjunto de pautas que regula el uso de una lengua según el contexto en el que se produzca.

El desarrollo de la competencia sociocultural, según Ivygina et al. [2019], tiene lugar con la madurez de habilidades, destrezas y conocimientos socioculturales, lo cual es fundamental para un estudiante extranjero. El Consejo de Europa [2002]

pone de relieve el valor de los conocimientos socioculturales con el fin de evitar distorsiones y actitudes negativas hacia el conocimiento de la sociedad y la comunidad de la lengua que se estudia. Igualmente, Navarro [2009] hace hincapié en las posibles situaciones de incompreensión con el interlocutor, malentendidos e ideas estereotipadas que puedan deformar la imagen real de la cultura meta.

Es importante que los alumnos conozcan los aspectos culturales de la lengua que estudian con el fin de hacer frente a situaciones que no serán capaces de entender ni deducir desde su modelo de comportamiento [Vellegal 2009], ya que posiblemente estos nuevos aspectos culturales no hayan estado presentes en sus experiencias previas [Paricio Tato 2014].

La cultura es definida como una combinación de elementos entre los que se encuentran el arte, la música o las tradiciones, además de los comportamientos, convenciones y valores de una sociedad. En el proceso de enseñanza y aprendizaje de lenguas extranjeras, el conocimiento y desarrollo de esta dimensión cultural es esencial para evitar ideas estereotipadas o rechazo hacia la lengua y la cultura meta [Brooks 1975].

Es conveniente determinar qué situaciones o experiencias en la cultura de acogida pueden llegar a ocasionar choque cultural a los aprendientes. Por ello, el fin principal de la siguiente investigación es analizar las percepciones y actitudes de aprendientes de español italianos, griegos y albaneses hacia la lengua española y su cultura. La necesidad de esta investigación se justifica con la inexistencia de estudios previos que persiguen dicho objetivo enfocados en dichas nacionalidades y que tienen en cuenta la duración de estancia en España. La hipótesis inicial es que, al igual que en otras investigaciones de este ámbito desarrolladas en diversos países, el período de estadía en un país que tiene como lengua oficial la lengua meta sea un factor que condicione las ideas estereotipadas de los aprendientes acerca de la cultura de acogida.

### **Estudios sobre las percepciones de los estudiantes de español acerca de la cultura española y los españoles**

Teniendo en cuenta que los estereotipos se refieren a las representaciones y percepciones acerca de un miembro, un grupo o un elemento determinado [Amossy y Herschberg 2005] numerosas investigaciones han perseguido conocer las imágenes cognitivas relativas a determinadas comunidades, grupos sociales y lenguas. Mediante trabajos como el de Herrero Vega [2002] sabemos que los españoles en Francia eran vistos como personas fiesteras, no muy serias ni fiables, mientras que España era considerado por los franceses como el país ideal para pasar las vacaciones y disfrutar del sol y la playa. En el desarrollo de estas imágenes sociales influyen también los medios de comunicación; así, Verdaguer [1996] manifestó que la imagen que se tenía de Francia era positiva porque estaba influida por los perfumes, el vino o

la moda. Por el contrario, se representaba a los franceses como sucios, ordinarios y promiscuos.

Respecto a los estudios acerca de las actitudes de estudiantes internacionales hacia la lengua española y los españoles, cabe destacar, en primer lugar, el realizado por Espí y Azurmendi [1996]. En él participaron 69 alumnos procedentes tanto de Estados Unidos como de países europeos que estudiaban español en España. Para ellos, los españoles eran orgullosos, tradicionales, interesantes, amables, religiosos, guapos, habladores y sinceros. El trabajo mostraba la existencia de una relación positiva entre la percepción favorable de los españoles y el nivel de español de los estudiantes.

En Costa de Marfil, Djandue [2012] reveló que los españoles eran percibidos como simpáticos, divertidos y fiesteros. Asimismo, se les consideraba religiosos (lo cual el autor vinculó con la actividad que las ONG españolas llevan a cabo en África), racistas y cerrados. En menor medida, mencionaban que los españoles eran perezosos e inteligentes. El trabajo apuntaba que hasta los años 90, los tópicos representados en los libros de texto desempeñaron un rol muy influyente en el desarrollo de estas percepciones.

En contraste con otras investigaciones más recientes, en el estudio de Barciela [2013] los españoles no eran percibidos como religiosos. Además, los suecos describían a los españoles como personas no trabajadoras, habladoras, divertidas y hospitalarias. Otros aspectos destacados tanto en este estudio como en el publicado por Gamazo Carretero [2014] eran el clima soleado de España, el hábito de la siesta, las corridas de toros y el flamenco. Entre las cualidades que los lusitanos asociaban a los españoles encontramos las siguientes: alegres, simpáticos, extrovertidos y locuaces.

Nikitina [2015] analizó las opiniones de discentes de español en Malasia. Los participantes relacionaban España con la belleza del país, de sus playas y de sus gentes, así como con la siesta, entre otros aspectos. De acuerdo con Níkleva y Muñoz [2016], la playa, el sol, la fiesta, los toros, la pereza de los andaluces o la impuntualidad eran algunos de los estereotipos que apuntaron en su análisis.

La influencia de la realización de una estancia en inmersión en la percepción de la lengua y la cultura metas está presente en el trabajo de Rodríguez Mendiña [2006]. Según el período de tiempo que pasaron en contexto de inmersión lingüística y cultural, los grupos de participantes fueron denominados grupo contacto 0, grupo recién llegados y grupo establecido. El objetivo era contrastar entre ellos la disponibilidad léxica sobre España, la lengua española, el arte, los españoles, Hispanoamérica, bebidas y alimentos, la música, costumbres y tradiciones y personajes famosos de España. Entre los términos más comunes acerca de España en el primer grupo encontramos *toro, calor, sol, bonito, flamenco, católico y fiesta*; en el grupo 2, *montaña, playa, siesta, comida, flamenco y salsa*; y en el grupo 3, *toro, comida, montaña, mar, fiesta, siesta, flamenco, salsa y guitarra*. En cuanto a los españoles,

los tres grupos mencionaron los adjetivos *moreno*, *simpático*, *divertido*, *guapo* y *amable*, pero cabe destacar que el grupo establecido añadió *trabajador*, *ruidoso* y *tradicional*.

Cabe mencionar la investigación de Pozo y Aguaded [2012], quienes compararon un grupo de estudiantes españoles con beca Erasmus en Alemania y un grupo de alemanes que viajó a España también a través de este programa. Los resultados mostraron que los alemanes percibían la cultura española de una manera más estereotipada, aunque positiva, antes de realizar la estancia, mientras que los españoles tenían una imagen de la cultura alemana más negativa. Por ello, los autores llegaron a la conclusión de que el período en inmersión en el país extranjero ayudaba a la consolidación de las percepciones positivas sobre España, así como a la eliminación de las ideas negativas de los españoles sobre Alemania.

Asimismo, en el estudio de Šifrar Kalan [2021] se muestra la influencia de la estancia en España en el modo de percibir lo hispano. A través de entrevistas, los participantes reflejan, por un lado, la modificación de la imagen que tenían de las personas españolas como perezosas y, por otro, el refuerzo de estereotipos, como que todos los españoles son alegres, o el hábito de la siesta.

Schwietzer et al. [2021] estudian las percepciones sobre el aprendizaje de la lengua y la cultura españolas antes y después de realizar una estancia de cuatro semanas en España. Los participantes son cinco estudiantes procedentes de China y cinco canadienses. Describen la cultura española con los términos *siesta*, *tapas* y el hábito de comer y dormir en horarios tardíos. La carencia de conciencia cultural es justificada por los autores por el nivel elemental de español de los estudiantes y el corto período de inmersión en España.

Según Barroso [2009], los italianos asociaban a los españoles con fiestas tradicionales como los Sanfermines o las Fallas. Por otro lado, asociaban España con la modernidad y el progresismo. Del mismo modo, la autora señaló que la música latina era un elemento muy atractivo para ellos y que fomentaba el interés por la lengua española. Lazzari [2013] analizó también las representaciones de un grupo procedente de Italia, donde predominaba la percepción de España como un destino vacacional repleto de paisajes y obras artísticas.

En el estudio de Prođani [2013] los jóvenes albaneses mostraron una imagen más completa respecto a España que al resto de países europeos. Es un dato que sorprende al no haber mantenido Albania relaciones lingüísticas o culturales con España, pero sí con Italia, Francia o Alemania). La mayoría respondió que España era potente en obras artísticas, sin embargo, en el apartado dedicado a personajes de la cultura española se observó que expresaban confusión entre España y los países de Hispanoamérica, mencionando a Pablo Neruda, Gabriel García Márquez o Marc Anthony. La autora señaló que los medios de comunicación y las telenovelas influyeron en estas percepciones.

Un trabajo más reciente con el mismo enfoque [Díaz Rodríguez 2022] indica que los albaneses con un nivel inicial de español relacionan España con turismo y playa, mientras que los de nivel superior destacan la belleza del país, el flamenco y la gastronomía, aunque sobresalen términos del contexto hispanoamericano como serenata y Maluma. En cuanto a la imagen de los españoles, se les percibe como amables, cariñosos sociables y simpáticos.

En el contexto griego, el español era considerado un idioma importante, fácil y útil. De igual manera, los informantes consideraban que España era un país interesante, acogedor y avanzado [Rodríguez Lifante 2015].

En Letonia presentaban también una percepción positiva de la cultura española, aunque, según León Manzanero [2017], existían ideas estereotipadas tales como la impuntualidad de los españoles o el gusto por la siesta y la fiesta.

Como se puede comprobar en la mayoría de los estudios citados anteriormente, las estancias en inmersión en el contexto de la cultura meta y el contacto con sus habitantes resultan beneficiosas en cuanto a la formación de representaciones reales sobre esa comunidad y su correspondiente cultura. Si bien es cierto que no siempre tienen un efecto favorable, ya que existe la posibilidad de que se produzca un refuerzo de esas ideas preconcebidas [Consejo de Europa 2002].

## Metodología

El presente trabajo forma parte de una investigación más amplia [Díaz Rodríguez 2023]. Se trata de un estudio cuantitativo llevado a cabo entre abril de 2021 y julio de 2023 en el que participaron 279 estudiantes de español; 223 mujeres, 55 hombres y 1 persona que prefirió no indicar su género, con edades comprendidas entre los 20 y los 50 años. Todos procedían de Italia, Grecia y Albania. El interés por estas nacionalidades concretas recae en las relaciones históricas que ha habido entre los tres países y la similitud cultural que popularmente se vincula con España en el caso de los dos primeros. En cuanto al nivel de español, el 17,9 % poseía un nivel elemental; el 38 % un nivel intermedio y el 44,1 % un nivel avanzado. Cabe mencionar que 97 participantes nunca habían visitado España, 40 habían permanecido menos de una semana, 63 entre una semana y tres meses, 46 personas más de tres meses y 33 personas habían estado en España más de un año.

El instrumento empleado fue un cuestionario adaptado a partir de los diseñados por Minera Reyna [2009], Nichols y McAndrew [1984] y Barciela [2013]. En el proceso de adaptación se consideraron aspectos como la inclusión de un texto introductorio, la redacción de las preguntas de manera clara, el uso de un lenguaje adaptado a los encuestados, el orden de las preguntas en secciones y la duración menor de treinta minutos a la hora de completarlo [Minera Reyna 2009]. La versión final quedó constituida por 10 preguntas y 28 ítems divididos en cuatro apartados

atendiendo a las variables de estudio. Expertos de diversas instituciones validaron el instrumento adaptado, así como sus versiones traducidas a italiano, griego y albanés. Posteriormente se procedió a su difusión en las modalidades presencial y virtual.

Tras recibir los cuestionarios completados por los informantes, introdujimos y codificamos los datos en el programa estadístico IBM SPSS para su análisis. Se calcularon los estadísticos descriptivos y las frecuencias de las percepciones acerca de la cultura española y los españoles considerando el período de estancia en España de los informantes. Con el fin de determinar las diferencias significativas en los grupos se realizó la prueba ANOVA con las pruebas *post hoc* de Tukey y Games Howell.

Debido a los objetivos específicos planteados en este trabajo, así como por razones de espacio, se presentan los resultados obtenidos exclusivamente en nueve ítems, que abordan la costumbre de dormir la siesta (Tabla 1), el clima (Tabla 2), las corridas de toros (Tabla 3), el flamenco (Tabla 4) y la percepción acerca de los españoles (Tablas 5 a 9). Todas las tablas son de elaboración propia.

## Resultados

Tal y como se ha descrito anteriormente, el objetivo de este estudio es indagar cómo influyen el período de estancia en inmersión y el contacto con la cultura meta en las percepciones estereotipadas de los estudiantes de español acerca de la cultura española y los españoles. Para ello, se presentan en primer lugar los resultados referentes a los aspectos culturales (Tablas 1 a 4) seguidos de las percepciones sobre los españoles (Tablas 5 a 9).

Respecto a la siesta (Tablas 1) no se manifiestan diferencias destacables entre los cinco grupos clasificados por la duración de su estancia en España. Al considerar a las personas que nunca han estado en España y las que han permanecido hasta un año, conviene mencionar que la mayoría indica no estar de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, no expresan una percepción clara. Sin embargo, este dato no es observable en el grupo de participantes que han realizado una estancia de más de un año. En este caso, son más las personas que reflejan estar totalmente de acuerdo con este ítem.

Por otro lado, atendiendo a las dos opciones de respuesta afirmativa (de acuerdo y totalmente de acuerdo), se advierte que, en líneas generales, todos los grupos perciben la siesta como una práctica habitual en España.

En la Tabla 2 se observan las percepciones acerca del clima. La mayoría de los informantes que permanecen en España menos de un año están de acuerdo con “el clima en España es soleado y cálido la mayor parte del año”. Las personas que están más de un año en España, en general, reflejan la misma percepción que el resto de encuestados, aunque es llamativo el alto porcentaje que no está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 1**

**Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “dormir la siesta es una de las costumbres más habituales en España”.**

Dormir la siesta es una de las costumbres más habituales en España	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de un año
Totalmente en desacuerdo	1,0 %	5,0 %	4,8 %	6,5 %	15,2 %
En desacuerdo	14,4 %	12,5 %	17,5 %	10,9 %	9,1 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	34,0 %	30,0 %	39,7 %	28,3 %	21,2 %
De acuerdo	23,7 %	25,0 %	20,6 %	26,1 %	15,2 %
Totalmente de acuerdo	26,8 %	27,5 %	17,5 %	28,3 %	39,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

**Tabla 2**

**Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “el clima en España es soleado y cálido la mayor parte del año”.**

El clima en España es soleado y cálido la mayor parte del año	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de un año
Totalmente en desacuerdo	1,0 %	5,0 %	3,2 %	8,7 %	3,0 %
En desacuerdo	2,1 %	10,0 %	17,5 %	15,2 %	12,1 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21,6 %	15,0 %	27,0 %	23,9 %	36,4 %
De acuerdo	33,0 %	47,5 %	33,3 %	23,9 %	18,2 %
Totalmente de acuerdo	42,3 %	22,5 %	19,0 %	28,3 %	30,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tradicionalmente los toros han sido un elemento mediante el cual se representaba la cultura española. Es relevante en la Tabla 3 el contraste de percepciones de los participantes que nunca han visitado España con aquellos que han permanecido durante un período de tiempo. La mayoría de encuestados del primer grupo están de acuerdo con “las corridas de toros interesan mucho a los españoles” mientras que esta percepción en los grupos en inmersión es reflejada por una minoría.

Con respecto a los datos obtenidos acerca del flamenco (Tabla 4), conviene insistir, al igual que en la Tabla 3, en el contraste de percepciones entre aquellas personas que no han realizado una estancia y el resto de los grupos. En el primer caso, el 60,8 % señala el flamenco como una de las aficiones más comunes de los españoles. Sin embargo, en cada uno de los grupos en inmersión no más del 38 % tiene esa percepción.



**Tabla 3**

**Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “las corridas de toros interesan mucho a los españoles”.**

Las corridas de toros interesan mucho a los españoles	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de un año
Totalmente en desacuerdo	5,2 %	7,5 %	23,8 %	15,2 %	15,2 %
En desacuerdo	11,3 %	22,5 %	23,8 %	34,8 %	30,3 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36,1 %	37,5 %	31,7 %	28,3 %	36,4 %
De acuerdo	25,8 %	22,5 %	12,7 %	17,4 %	9,1 %
Totalmente de acuerdo	21,6 %	10,0 %	7,9 %	4,3 %	9,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

**Tabla 4**

**Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “el flamenco es una de las aficiones más comunes de los españoles”.**

El flamenco es una de las aficiones más comunes de los españoles	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de un año
Totalmente en desacuerdo	4,1 %	5,0 %	17,5 %	19,6 %	15,2 %
En desacuerdo	11,3 %	15,0 %	28,6 %	23,9 %	24,2 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23,7 %	42,5 %	25,4 %	23,9 %	33,3 %
De acuerdo	39,2 %	25,0 %	17,5 %	17,4 %	9,1 %
Totalmente de acuerdo	21,6 %	12,5 %	11,1 %	15,2 %	18,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Con relación a la percepción acerca de los españoles, cabe destacar que es positiva en todos los grupos, si bien a continuación se precisarán las peculiaridades observadas en relación con cada atributo.

En la Tabla 5 observamos que tanto los participantes que permanecen menos tiempo en España como los que experimentan una estancia más larga no perciben a los españoles como personas vagas, pero tampoco muy trabajadoras. La mayor parte de encuestados en cada grupo responde “ni vago ni trabajador”.

De igual modo, los resultados expuestos en la Tabla 6 revelan que los españoles son considerados habladores o muy habladores. Los altos porcentajes en ambas categorías en cada uno de los grupos muestran que se trata de una percepción general y hacen más evidente la locuacidad con la que siempre se ha vinculado a los españoles.

**Tabla 5****Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “vago – trabajador”.**

Vago – trabajador	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de 1 año
Muy vago	1,0 %	7,5 %	–	4,3 %	9,1 %
Vago	10,3 %	17,5 %	15,9 %	23,9 %	9,1 %
Ni vago ni trabajador	32,0 %	22,5 %	33,3 %	32,6 %	42,4 %
Trabajador	32,0 %	22,5 %	31,7 %	26,1 %	24,2 %
Muy trabajador	24,7 %	30,0 %	19,0 %	13,0 %	15,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

**Tabla 6****Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “callado – hablador”.**

Callado – hablador	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de 1 año
Muy callado	3,1 %	–	1,6 %	–	3,0 %
Callado	4,1 %	5,0 %	3,2 %	4,3 %	–
Ni callado ni hablador	14,4 %	17,5 %	6,3 %	8,7 %	9,1 %
Hablador	37,1 %	30,0 %	36,5 %	32,6 %	33,3 %
Muy hablador	41,2 %	47,5 %	52,4 %	54,3 %	54,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Otro de los aspectos que en muchos casos ha definido a los españoles ha sido la impuntualidad. En la Tabla 7 se observa que el 54,6 % de los encuestados que nunca han estado en España y el 55 % de los que han permanecido menos de una semana no presentan una percepción concreta. Sin embargo, los participantes que viven o han vivido en España más de siete días corroboran la idea de que los españoles no son personas puntuales.

Además, los resultados expuestos en la Tabla 8 revelan que los españoles son considerados religiosos (sobre todo por las personas que no han visitado España). La mayoría de los estudiantes que sí han permanecido en el país indican una respuesta neutral (ni religioso ni no religioso). Solo alrededor del 3 % de la muestra considera que no son religiosos.

**Tabla 7****Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “impuntual – puntual”.**

Impuntual – puntual	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de 1 año
Muy impuntual	4,1 %	7,5 %	7,9 %	19,6 %	18,2 %
Impuntual	12,4 %	17,5 %	39,7 %	21,7 %	39,4 %
Ni impuntual ni puntual	54,6 %	55,0 %	38,1 %	39,1 %	21,2 %
Puntual	13,4 %	12,5 %	11,1 %	13,0 %	15,2 %
Muy puntual	15,5 %	7,5 %	3,2 %	6,5 %	6,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

**Tabla 8****Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “No religioso – religioso”.**

No religioso – religioso	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de 1 año
No religioso	5,2 %	–	3,2 %	2,2 %	–
Moderadamente no religioso	4,1 %	5,0 %	22,2 %	19,6 %	21,2 %
Ni religioso ni no religioso	32,0 %	45,0 %	34,9 %	32,6 %	42,4 %
Religioso	37,1 %	25,0 %	23,8 %	32,6 %	27,3 %
Muy religioso	21,6 %	25,0 %	15,9 %	13,0 %	9,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

En líneas generales, los españoles son percibidos personas educadas por los participantes en el presente estudio (Tabla 9). Si examinamos los resultados en cada grupo, es posible distinguir un ligero contraste en las percepciones.

**Tabla 9****Estadísticos descriptivos de frecuencia de la escala sobre “maleducado – educado”.**

Maleducado – educado	Nunca	Menos de 1 semana	Entre 1 semana y 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Más de 1 año
Muy maleducado	2,1 %	2,5 %	–	4,3 %	–
Maleducado	9,3 %	10,0 %	7,9 %	15,2 %	9,1 %
Ni maleducado ni educado	29,9 %	15,0 %	27,0 %	21,7 %	39,4 %
Educado	28,9 %	27,5 %	34,9 %	34,8 %	21,2 %
Muy educado	29,9 %	45,0 %	30,2 %	23,9 %	30,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

La mayor parte de los encuestados en los dos primeros grupos reflejan que los españoles son muy educados, mientras que la mayoría de las personas que han estado en España entre una semana y un año los consideran educados. Respecto al último grupo (participantes en España durante más de un año), un alto porcentaje no los concibe ni maleducados ni educados. En cualquier caso, este último dato no determina la relación de los españoles con la cualidad de maleducado, ya que solo el 9,1 % refleja esta percepción.

En síntesis, de acuerdo con las percepciones culturales según el período de estancia en España, se han hallado resultados significativos en los tópicos referidos a los toros (Tabla 3) y al flamenco (Tabla 4), donde se observan diferentes concepciones entre el grupo que no ha visitado España y los grupos que han realizado estancias en inmersión.

Asimismo, conviene destacar la influencia del contacto con la cultura meta en las percepciones acerca de las cualidades relacionadas con la puntualidad de los españoles (Tabla 7) y sus creencias religiosas (Tabla 8).

## Discusión

Teniendo en cuenta los resultados estadísticos recogidos en las nueve tablas presentadas, en el presente estudio se ha observado que los participantes manifiestan un mayor acuerdo con los enunciados que tratan sobre la siesta (Tabla 1) y el clima (Tabla 2), al igual que se refleja en el estudio con informantes suecos llevado a cabo por Barciela [2013]. Sin embargo, respecto a las corridas de toros (Tabla 3) y al flamenco (Tabla 4), las dos investigaciones expresan resultados opuestos. De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España [2022] publicadas por el Ministerio de Cultura y Deporte, los espectáculos de flamenco destacan en porcentaje de asistencia junto a varios tipos de danza como el ballet clásico o la danza contemporánea. El mismo estudio refleja el incremento (8,5 %) de festejos taurinos con respecto al año 2019. Este interés se observa especialmente en las personas mayores de 65 años y en las comunidades autónomas de Extremadura, Castilla y León y Cantabria. Los datos nos permiten conocer la situación real en España respecto a esta cuestión.

La siesta es una de las costumbres más relacionadas internacionalmente con la cultura española [Gamazo Carretero 2014; Nikitina 2015; Palapanidi 2024; Schwieter et al. 2018]. En 2024 la Fundación Mapfre en colaboración con la Sociedad Española de Sueño y con la Sociedad Española de Neurología publicaron un informe donde se indicaba que el 70 % de las personas participantes no duerme la siesta. La mayoría de los que sí tienen este hábito lo hace únicamente en días libres. En el estudio que hemos llevado a cabo, sin embargo, la mayor parte de los informantes de cada grupo muestra acuerdo con “dormir la siesta es una de las costumbres más

habituales en España”, por lo que no resulta posible determinar que una estancia en España más duradera contribuya a la erradicación de este estereotipo. Estos resultados contrastan con los hallados por Barroso [2009] y Níkleva y Muñoz [2016].

Schwietter et al. [2021] mencionan el vínculo entre las estancias cortas y la percepción estereotipada de la cultura o falta de conocimientos acerca de la realidad española. Rodríguez Menduiña [2006] también evidencia que las personas que nunca han estado en España o aquellas que permanecieron menos tiempo hacen referencia a conceptos relacionados con los tópicos usualmente tratados en los libros de texto. De este modo, se explica la relación inversa que resulta entre la duración de la estancia en inmersión y las percepciones estereotipadas.

También en relación con el trabajo de Rodríguez Menduiña [2006], cabe destacar la consideración de los españoles como personas trabajadoras por parte de aquellos estudiantes que estuvieron más tiempo en España. La misma conclusión se señala en Šifrar Kalan [2021], quien refleja la modificación de la imagen de los españoles como personas vagas tras realizar una estancia en el país. No ocurre lo mismo respecto a los aprendientes albaneses, griegos e italianos en nuestra investigación, ya que las personas que han permanecido más tiempo en España son quienes consideran menos trabajadores a los españoles. Por tanto, podríamos estar ante un caso de fortalecimiento del estereotipo y confirmar, de acuerdo con Coleman [2001: 56], que “los estereotipos son inusualmente estables”.

Otra característica que comúnmente se ha relacionado con los españoles es su carácter religioso [Djandue 2012; Espí y Azurmendi 1996; López Fernández 2005], por lo que llama la atención que ni en el estudio de Barciela [2013] ni en el nuestro se recoja este vínculo. Observamos que esta imagen sobre la relación entre España y la religión ha variado a lo largo del tiempo. En efecto, el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en el Barómetro publicado en noviembre de 2023, apunta que el 37,3 % de los participantes se considera católico no practicante, mientras que el 39,2 % indica no tener interés en asuntos religiosos, ser agnóstico o ser ateo [Centro de Investigaciones Sociológicas 2023].

En el estudio de Gamazo Carretero [2014] los españoles son percibidos alegres, simpáticos, extrovertidos y locuaces por los portugueses, mientras que los franceses los consideran desleales y juerguistas. Rodríguez Lifante [2015], en el caso de los griegos, alude al escaso contacto de los encuestados con España para justificar su percepción de los españoles como intolerantes y maleducados, aunque al mismo tiempo los califican como simpáticos y cálidos. Considerando lo anterior, podemos referirnos a Todorov [2007], quien alude a los juicios emitidos por determinadas naciones acerca de otras y añade que estas opiniones nos informan realmente de aquellos que las manifiestan, no de aquellos a quienes se dirigen.

Los hallazgos que se han obtenido en este estudio serán más significativos para los investigadores que se dediquen a la enseñanza del español en el contexto mediterráneo. De hecho, el escaso número de estudios previos en países como Albania ha sido una de las limitaciones encontradas. Este hecho no ha permitido tener referencias y poder comparar resultados en relación con la nacionalidad de origen. Además, con el fin de obtener datos más precisos, en futuras investigaciones sería conveniente ampliar la muestra, especialmente el número de aquellas personas que han vivido en España más de un año, así como los detalles de la estancia (lugar o región, motivación, etc.).

### **Conclusiones**

El objetivo principal de este trabajo ha sido conocer las percepciones y actitudes de aprendientes de español albaneses, griegos e italianos hacia la cultura de España y hacia los españoles. Para ello se ha considerado el contacto con la cultura meta y el período de estancia en inmersión de los participantes. De esta manera, se ha pretendido analizar la existencia de ideas estereotipadas y prever un posible choque cultural que interfiera en el aprendizaje del español o condicione su relación con los españoles.

En primer lugar, cabe destacar la percepción general de la cultura que presentan los informantes. En relación con otros estudios, el país se vincula de manera significativa con la siesta y el clima cálido. Sin embargo, los datos arrojan que el período de estancia en España ha condicionado la percepción sobre el flamenco y las corridas de toros. Estos elementos se han vinculado a España en menor medida por los participantes que han tenido más contacto con la cultura meta.

Asimismo, es significativa la relación entre la percepción hacia los españoles y la estancia en España. Se observa que las personas que han vivido un período más largo en España conciben a los españoles de un modo más estereotipado (impuntuales). Del mismo modo, se intuye que dicha estancia ha contribuido a modificar otros tópicos que tradicionalmente se asociaban con los españoles (religiosos, maleducados y vagos).

Considerando lo anterior, es conveniente subrayar la importancia del desarrollo de los contenidos socioculturales en el aula de español con el fin de situar al aprendiente en un contexto cercano a la realidad de la cultura meta. En este sentido, es necesario enriquecer y actualizar los materiales didácticos y hacer uso de aquellos que no estén enfocados en los tópicos españoles. De esta forma, los estudiantes de español tendrán la posibilidad de desarrollar su competencia comunicativa intercultural y llevar a cabo prácticas tolerantes y de respeto hacia las personas nativas y la cultura meta. Asimismo, se evitarán los malentendidos y se moderará la maduración de imágenes estereotipadas.

Dado que los resultados del presente estudio advierten que las estancias en inmersión son un factor positivo para la modificación de percepciones culturales estereotipadas, convendría impulsar de los programas de estudios en el extranjero con el fin de fomentar el contacto entre culturas.

### **Bibliografía**

- Amossy, R., y Herschberg Pierrot, A. (2005). *Esteriotipos y clichés*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Barciela, P. (2013). *Los españoles son... Un estudio sobre la incidencia de estereotipos culturales en aprendientes de E/LE en la enseñanza reglada en Suecia*. Mittuniversitetet.
- Barroso, M. J. (2009). La integración del saber cultural en el aula de E/LE: cuestiones de cortesía. En: M. van der Linden, K. van Esch y P. Barros (eds.). *La didáctica del español actual: tendencias y usos*. Embajada de España. Consejería de Educación en Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo.
- Brooks, N. (1975). The Analysis of Language and Familiar Cultures. En: R. C. Lafayette (ed.). *The cultural revolution in foreign language teaching. A guide for building the modern curriculum*. Illinois: National Textbook Company.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2023). Estudio 3427. Barómetro de noviembre 2023. Madrid: CIS.
- Coleman, J. (2001). Cómo desarrollar percepciones interculturales entre estudiantes. En: M. Byram y M. Fleming (eds.). *Perspectivas interculturales en el aprendizaje de idiomas. Enfoques a través del teatro y la etnografía*. Madrid: Edinumen, pp. 51–81.
- Consejo de Europa (2002). *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: MEC/Anaya.
- Díaz Rodríguez, N. (2022). El desarrollo de la competencia intercultural en estudiantes de estudios hispánicos en Albania. En: L. Mariottini y M. Palmerini (eds.). *Estudios de lingüística hispánica. Teorías, datos, contextos y aplicaciones: una introducción crítica*. Madrid: Dykinson, pp. 1191–1207.
- Díaz Rodríguez, N. (2023). *Lengua y cultura españolas en Albania, Grecia e Italia: análisis descriptivo y correlacional de percepciones y actitudes en aprendientes de español como lengua extranjera*. Madrid: Universidad Camilo José Cela.
- Djandue, B. D. (2012). La influencia de los estereotipos en el aprendizaje del Español como Lengua Extranjera (E/LE) en Costa de Marfil. *RedELE*, 24, pp. 81–106.
- Espí, M. J. y Azurmendi, M. J. (1996). Motivación, actitudes y aprendizaje del español como lengua extranjera. *RESLA*, 11, pp. 63–76.
- Fundación MAPFRE (2024). *¿Cómo duermen los jóvenes? Hábitos y prevalencia de trastornos del sueño en España*. Madrid: Fundación MAPFRE.
- Galindo Merino, M. (2005). La importancia de la competencia sociocultural en el aprendizaje de segundas lenguas. *Interlingüística*, 16 (1), pp. 431–441.

- Gamazo Carretero, E. (2014). Estereotipos en el léxico disponible de universitarios portugueses. En: A. M. Sainz García (dir.). *El español como lengua extranjera en Portugal: retos de la enseñanza de lenguas cercanas*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 29–41.
- Herrero Vega, P. (2002). Estudio del factor cultural en las relaciones laborales entre franceses y españoles. En: M. Pérez Gutiérrez y J. Coloma Maestre (eds.). *El español, lengua del mestizaje y la interculturalidad: XIII Congreso Internacional ASELE*. Murcia: Asociación para la Enseñanza del Español, pp. 447–457.
- Ivygina, A., Pupysheva, E. y Mukhametshina, D. (2019). Formation of sociocultural competence among foreign students. *Journal of Social Studies Education Research*, 10 (4), pp. 288–314.
- Lazzari, C. (2013). *¿Te gusta el español? Studio qualitativo sulla percezione della lingua spagnola in una scuola media della provincia di Venezia*. [Trabajo de fin de grado]. Repositorio institucional Università Ca' Foscari di Venezia. <https://hdl.handle.net/20.500.14247/22329>
- León Manzanero, A. (2017). Enseñar español en Letonia. En: M. C. Méndez Santos y M. M. Galindo Merino (coords.). *Atlas de ELE: Geolingüística de la enseñanza del español en el mundo*. Madrid: enclave-ELE, pp. 271–287.
- Llobera, M. (coord.) (1995). *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*. Madrid: Edelsa.
- López Fernández, C. (2005). *El componente cultural en la enseñanza de ELE a través de los medios de comunicación y su aplicación en el aula*. Trabajo de fin de máster. Universidad de Salamanca, España.
- Martín Peris, E. (dir.) (1997). Competencia comunicativa. En: *Diccionario de términos clave de ELE*. Disponible en: [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/competenciacomunicativa.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/competenciacomunicativa.htm) (consulta 15/03/2025).
- Minera Reyna, L. E. (2009). El cuestionario MAALE, técnica para recolección de sobre las variables afectivas motivación y actitudes en el aprendizaje de una lengua extranjera. *RedELE*, 19, pp. 92–114.
- Ministerio de Cultura y Deporte (MCUD) (2022). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2021–2022*. Secretaría General Técnica.
- Navarro, P. (2009). Cultura con eñe: cultura, sociocultura e intercultura en la clase de ELE. *Tinkuy*, 11, pp. 83–93.
- Nichols, K. R. y McAndrew, F. R. (1984). Stereotyping and Autostereotyping in Spanish, Malaysian, and American College Students. *The Journal of Social Psychology*, 124, pp. 179–189.
- Nikitina, L. (2015). Country stereotypes and L2 motivation: A study of French, German and Spanish language learners. *Studies in Linguistics*, 37, pp. 483–509.



- Níkleva, D. G. y Muñoz, F. J. R. (2016). Los estereotipos culturales y la imagen de España en el mundo como parte de la competencia intercultural en español como lengua extranjera. En: O. Cruz Moya (coord.). *La formación y competencias del profesorado de ELE: XXVI Congreso Internacional ASELE*. Granada: Asociación para la Enseñanza del Español, pp. 755–772.
- Palapanidi, K. (2024). Los estereotipos culturales sobre España en el léxico disponible de aprendices griegos de ELE. *El Español por el Mundo*, 6 (1), pp. 102–109.
- Paricio Tato, M. S. (2014). Competencia intercultural en la enseñanza de lenguas extranjeras. *Porta Linguarum*, 21, pp. 215–226.
- Pozo, C. y Aguaded, J. I. (2012). El programa de movilidad ERASMUS: motor de la adquisición de competencias interculturales. *Revista de Investigación Educativa*, 30 (2), pp. 441–458.
- Prodani, A. (2013). Imagen y percepción de España entre estudiantes albaneses de institutos de educación secundaria. En J. M. Azcona y A. Prodani (eds.). *Elementos identitarios de la imagen de España, América Latina y de su historia en Albania*. Madrid: Dykinson, pp. 189–203.
- Rodríguez Lifante, A. (2015). *Motivación y actitudes como variables afectivas en aprendices griegos de español como lengua extranjera*. [Tesis doctoral, Universidad de Alicante]. Repositorio Institucional UA. <http://hdl.handle.net/10045/50034>
- Rodríguez Mendiña, P. (2006). *Estereotipos culturales sobre España en aprendices estadounidenses de ELE*. [Trabajo fin de máster, Universidad de Salamanca]. Repositorio de la Universidad de Salamanca. <http://hdl.handle.net/11162/78070>
- Schwieter, J. W., Ferreira, A. y Miller, P. (2018). ‘Study Abroad Learners’ Metalinguistic and Sociocultural Reflections on Short- and Long-Term International Experiences. *Intercultural Education*, 29, pp. 236–257. <https://doi.org/10.1080/14675986.2018.1429169>
- Schwieter, J. W., Jackson, J. y Ferreira, A. (2021). When ‘domestic’ and ‘international’ students study abroad: reflections on language learning, contact and culture. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 24 (1), pp. 124–137. <https://doi.org/10.1080/13670050.2018.1447545>
- Šifrar Kalan, M. (2021). El papel de la movilidad estudiantil en el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural: un estudio de caso. *Studia Romanica Posnaniensia*, 48 (2), pp. 33–43. <https://doi.org/10.14746/strop.2021.482.003>
- Todorov, T. (2007). *Nosotros y los otros. Reflexión sobre la diversidad humana*. Madrid: Siglo XXI.
- Vellegal, A. M. (2009). ¿Qué enseñarles a nuestros alumnos para que no pasen por maleducados? El componente sociocultural en la clase de ELE. *MarcoELE*, 9, pp. 1–11.
- Verdaguer, P. (1996). La France vue par l’Amérique: considérations sur la pérennité des stéréotypes. *Contemporary French Civilization*, 20 (2), pp. 240–77.