

ENCUESTA SOCIOCULTURAL MEXICO-FRANCIA: IAS PER-
CEPCIONES INTERCULTURALES SOBRE LA REALIDAD CO-
TIDIANA DE DOS COMUNIDADES EN CONTRASTE

Marilyn Buck
Ma. Eugenia Gómez
Diana Jernkins de Ormsby
C.E.L.E.-U.N.A.M.

Un aspecto importante de la enseñanza de lenguas extranjeras, sobre todo con enfoque comunicativo, reside en el ámbito intercultural. Algunas preguntas pueden surgir al respecto, como por ejemplo: ¿Cuál es la imagen de la cultura meta que tienen los estudiantes con relación a la suya? ¿Cuál es la imagen de la cultura meta que tienen los maestros? ¿Es su imagen de la cultura meta positiva o negativa, con relación a la imagen que tienen de su propia cultura? ¿Es la imagen igual para hombres y mujeres? ¿Qué estereotipos se manejan y en qué se basan? ¿Qué influencia tiene el contacto con la cultura meta a través de los materiales didácticos, los maestros, los individuos, el cine y la experiencia vivida en el país donde se habla la lengua meta, según el caso? ¿Qué son las consecuencias de estos factores para la enseñanza de lenguas extranjeras, y para el diseño de materiales?

Por medio del análisis de los datos recopilados en un proyecto de investigación intitulado "Las percepciones interculturales sobre la realidad cotidiana de dos comunidades en contraste¹", se propone investigar estos aspectos. El proyecto en cuestión se concibió bajo la dirección de Patrick Charaudeau, del Centro de Análisis del Discurso de la Universidad de París, y la concepción teórica y metodológica fue planteada por Claude Chabrol y Patrick Charaudeau. En 1986 se formalizó un acuerdo de cooperación interinstitucional entre la Universidad

de París a través del C.A.D. y la U.N.A.M. a través del C.E.L.E. En 1987 se llevó a cabo una encuesta para recopilar datos con 400 sujetos en cuatro grupos divididos de la siguiente manera:

100 mexicanos en México, algunos que habían ido a Francia y otros no (por el equipo del C.E.L.E.)

100 franceses en México (por el equipo del C.A.D.- I.F.A.L.)

100 mexicanos en Francia (C.A.D.)

100 franceses en Francia, que nunca habían venido a México (C.A.D.)

En una etapa futura del análisis de datos se compararán los resultados entre los cuatro grupos. Aquí se limita a dar algunos resultados parciales de la encuesta con el primer grupo, los mexicanos en México .¹

MUESTRA

El grupo de 100 sujetos encuestados por parte del C.E.L.E. estuvo compuesto de 60 profesores y 40 estudiantes, divididos de la siguiente manera:

grupo 1: 21 profesores de francés que habían estado en Francia en viajes de estudio y/o trabajo, de la educación superior y media superior,

grupo 2: 19 profesores de francés que nunca habían ido a Francia (para permitir hacer comparaciones sobre la influencia del contacto directo con la cultura meta), de la educación superior y media superior.

grupo 3: 20 profesores, 10 de otras lenguas y 10 de Ciencias Sociales (Psicología--2, Sociología-3, Pedagogía-2, Ciencias Políticas-2, Lingüística- 1) , de la U.N.A.M.

grupo 4: 20 estudiantes de francés de nivel avanzado (pero de diferentes carreras) que estudiaban en el C.E.L.E.

grupo 5: 20 estudiantes, 10 de otras lenguas y 10 de Ciencias Sociales (9 de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y 1 de Economía), de la U.N.A.M.

Los grupos representan diferentes situaciones grados y tipos de contacto. Se organizó la muestra buscando sujetos con las características mencionadas para cada grupo. No se tomó en cuenta la variable de sexo para encontrar a los sujetos; sin embargo, el total resultó ser equilibrado (48 sujetos masculinos y 52 sujetos femeninos), aunque dentro de cada grupo varía más (Grupo 1: 7 m., 14 f.; Grupo 2: 7 m., 12 f.; Grupo 3: 11 m., 9 f.; Grupo 4: 9 m., 11 f.; Grupo 5: 14 m., 6 f.). Diecisiete encuestadores, todos mexicanos entrevistaron a los ICO sujetos.²

METODOLOGIA

La encuesta se realizó con los siguientes instrumentos :

- un cuestionario para obtener un perfil del sujeto.
 - un test de asociación ("Si le digo Francia, ¿qué palabras le vienen a la mente?")
 - un inventario de identidad psicosocial adaptado, que está diseñado para descubrir la estructura de identidad del individuo, que resulta de la interacción entre el individuo y la sociedad.
 - el relato de una escena que vivió el sujeto en Francia o que vio en una película, etc.
 - una entrevista en base a fotos de escenas típicas en París, y unos periódicos franceses.
- Los resultados que vamos a presentar corresponden tánicamente al inventario de identidad. El procedimiento consiste en que el encuestador diga unas frases que el encuestado tiene que completar con las dos primeras palabras o frases que le vienen a la mente. Por ejemplo:

"Nosotros los mexicanos somos.. .alegres". Después de terminar las frases se retoman las asociaciones que dio el sujeto y se le pregunta por cada una si la considera una cualidad o un defecto, es decir, positivo o negativo. Enseguida se le pregunta por qué razón completó la frase de esta manera, y el sujeto da una explicación.

Así por la palabra "alegres" podría decir el sujeto "Porque lo he visto en el trabajo o con mis amistades" o "Porque nos gusta hacer fiestas para todo".

Las frases que tuvieron que completar los sujetos fueron:

Nosotros los mexicanos somos...

Nosotros los mexicanos creemos que somos...

Ellos, los franceses son...

Ellos los franceses creen que son...

Nosotros los hombres mexicanos somos...

Ellas, las mujeres mexicanas son...(o al revés para sujeto femenino)

Ellos, los hombres franceses son...

Ellas, las mujeres francesas son...

Se nota que las primeras cuatro frases tratan a los pueblos mexicanos y franceses en general, mientras que las cuatro siguientes resaltan la separación entre grupos de hombres y grupos de mujeres. Esta diferenciación produjo resultados interesantes, como veremos más adelante .

RESULTADOS

Los resultados que presentamos aquí tomaron en cuenta todos los reactivos del Inventario de Identidad menos la segunda y la cuarta (Nosotros los mexicanos creemos que somos... Ellos, los franceses creen que son...) Presentamos los siguientes resultados:

-La frecuencia del valor positivo o negativo (cualidad o defecto) de las asociaciones,

por grupo y por sujetos masculinos y femeninos;

- Las comparaciones entre franceses y mexicanos que surgieron en las respuestas;

- Las fuentes en que basaban sus asociaciones ("lo vi", "conocí a una francesa", "por lo que he leído", etc.), por grupo o por sujetos masculinos y femeninos;

- Los campos de referencia en que se concentraron los sujetos para explicar la asociación que habían dado (p. ej. explicaciones con base en el comportamiento, o acerca de la relación de pareja). Los campos de referencia no fueron explícitos; los resultados se deben a la interpretación de los investigadores.

VALOR

Como se indica en el nombre la categoría "valor" representa la valoración global, o sea, la imagen general que los encuestados tienen de los miembros de la cultura meta y de los de su propia cultura. Las valoraciones corresponden a la apreciación de los franceses en general, a los hombres franceses, las mujeres francesas, los mexicanos en general, los hombres mexicanos, y las mujeres mexicanas. Los resultados se presentan por submuestra y por sexo. Aunque en el planteamiento general del proyecto el interés principal era por las posibles diferencias por grado y tipo de contacto y no por sexo, para los entrevistados por el equipo de C.E.L.E. la variable sexo resultó significativa.

La imagen de los franceses en general es levemente positiva si se toma en cuenta las respuestas al estímulo "los franceses son..." de todos los entrevistados; un 56.1 % de las asociaciones se consideraron cualidades. Sin embargo, la imagen global en tres de las submuestras resultó ser levemente negativa: los maestros de francés que habían estado en Francia, notaron

un 51 % de defectos; los maestros de otras lenguas o de ciencias sociales, un 51 %, y los estudiantes de francés un 57 % de defectos. Los maestros de francés que no habían ido a Francia tenían un 67 % de asociaciones positivas y los estudiantes de otras lenguas o ciencias sociales tenían la imagen más positiva y dieron un 86 % de asociaciones evaluadas como cualidades. Las diferencias por sexo también muestran diferencias notables. Los hombres de todas las cinco submuestras reportaron más cualidades que defectos, con un promedio de 65 % de asociaciones positivas mientras que las mujeres reportaron sólo el 47 %. Otra vez, las estudiantes de francés tienen la imagen más negativa, reportando casi un 65 % de defectos mientras que los estudiantes de otras lenguas y de ciencias sociales son positivas en un 69 % de sus respuestas.

La imagen del hombre francés es generalmente positiva para todas las submuestras y para hombres y mujeres; un 60 % de las asociaciones se consideraban positivas. Se repite la tendencia observada en cuanto a los franceses en general por submuestra en que los maestros de francés que no han ido y los estudiantes de otras lenguas tienen la visión más positiva, un 64 % y un 65 % de cualidades respectivamente. Otra vez los estudiantes de francés reportaron el menor número de cualidades, un 54 % de las asociaciones. Las diferencias por sexo son casi lo opuesto de lo observado en el primer estímulo. Las mujeres dieron un 64 % de asociaciones positivas y los hombres dieron un 57 %. Las diferencias por sexo fueron más notables en el grupo de estudiantes de otras lenguas y ciencias sociales en el cual las mujeres dieron un 89 % de evaluaciones positivas y los hombres sólo 50 %.

La imagen de la mujer francesa es la más positiva de todas con un total de 74 % de asociaciones evaluadas como cualidades. Los maestros de francés que no han ido y los estudiantes de otras lenguas o ciencias sociales reportaron más

asociaciones positivas, 78 % y 86 %. Los maestros con contacto y los estudiantes de francés dieron un 73 % y 72 % de respuestas positivas y los maestros de otras lenguas y ciencias sociales un 59 %. La tendencia a favorecer al sexo opuesto se repitió en las respuestas. Los hombres dieron un 84 % de asociaciones positivas y las mujeres 61 %.

La opinión de los encuestados sobre los mexicanos es en general positiva. Un 61 % de las asociaciones se consideraron como cualidades. No había diferencias significativas por muestra aunque los maestros de francés fueron los más positivos y los estudiantes, los más negativos. Otra vez, los hombres en general dieron más evaluaciones positivas, un 67 % y las mujeres 55 %.

El hombre mexicano tiene la imagen más negativa de todas. Un 60 % de las evaluaciones fueron defectos. Los resultados por submuestra son: maestros de francés que han ido, 61 % negativo; maestros de francés que no han ido, 58 %; otros maestros, 38 %; estudiantes de francés, 50 %; otros estudiantes 31 %. Los hombres tienen una imagen levemente positiva, 54 %, pero las mujeres tienen una imagen fuertemente negativa, un 74 % de asociaciones negativas.

La mujer mexicana vista por los encuestados tiene una imagen levemente positiva, un 54 % de cualidades. Otra vez, los maestros de francés que no han ido son los más positivos, en un 72 % de sus respuestas. Los otros maestros fueron los más severos hasta llegar a una imagen negativa en 60 % de las asociaciones. Las mujeres se evalúan negativamente, un 55 % de las asociaciones mientras que los hombres dan un 63 % de respuestas positivas.

En resumen, el grado y tipo de contacto fueron significativos. También lo fue el status de maestro o de estudiante y el sexo del entrevistado.

COMPARACIONES

En las explicaciones de las asociaciones que dieron los sujetos, algunos mencionaron comparaciones. Se anotaron las comparaciones explícitas que mencionaron los sujetos para conocer su imagen de Francia y los franceses con relación a la imagen que tienen de su grupo de pertenencia .

Las comparaciones explícitas ocurrieron con poca frecuencia en general y en su gran mayoría se comparaban a los franceses con los mexicanos (grupo de pertenencia). (Grupo 1: 13 % de las asociaciones incluyeron comparaciones explícitas de franceses con mexicanos; Grupo 2: 12 %; Grupo 3: 22 %; Grupo 4: 23 %; Grupo 5: 18 %.) Los sujetos dijeron que los franceses son "europeos, pedantes, fríos, poco amistosos, cultos, apartados, brillantes, intelectuales, tenaces, abiertos, francos, disciplinados, tradicionales, altos, agradables, apestosos, y políticamente organizados", comparados con los mexicanos . Además, pensaron que los hombres franceses son "menos dependientes, serios, liberales, sensibles, románticos, amantes del hogar, conservadores, prácticos, reservados, interesantes, abiertos, racistas, petulantes, desconfiados, y machos en otro sentido", comparados con los hombres mexicanos. Estimaron que las mujeres francesas son "fijas independientes, libres, tranquilas, poco hogareñas, con iniciativa, trabajadoras, liberales, sucias, sofisticadas, avanzadas, fuertes, racionales, productivas, intelectuales, descuidadas e inteligentes", en comparación con las mujeres mexicanas, y son "menos sumisas y tienen más libertad".

Por otra parte los sujetos dijeron que los mexicanos son "simpáticos, alegres, felices, muy buenos, braveros y morenos" comparados con los franceses. Describieron a las mujeres mexicanas como "poco liberales, con poca iniciativa, no patriotas y no trabajadoras" en compara-

ción con las francesas. Estas asociaciones negativas contrastan con la muy positiva evaluación de las mujeres mexicanas (por los hombres mexicanos) que surgieron cuando no especificaron una comparación.

Además de las comparaciones interculturales mencionadas, los profesores de francés que habían ido a Francia hicieron comparaciones intraculturales. Por un lado diferenciaron entre los franceses que habían conocido en México y los que conocieron en Francia. Dijeron que los hombres franceses fuera de Francia eran galantes y las francesas liberadas, comparados con los franceses y las francesas que conocieron en Francia.

Aparte de las comparaciones explícitas, se podría interpretar el uso de comparaciones implícitas, en el sentido de que se mencionan como asociaciones características que contrastan con la situación del grupo de pertenencia, cosas que les "llaman la atención", como por ejemplo el contraste entre el desarrollo y el subdesarrollo ("Ellos sí viven en un país desarrollado."); entre oportunidades y buen sistema educativo y la falta de oportunidades ("Ellos son así porque tienen más oportunidades."); entre la educación para la independencia individual y la dependencia ("Desde chicos los educan para ser independientes."), y con respecto al rol de la mujer en una sociedad desarrollada y al de la mujer en una sociedad dependiente ("Las francesas son reconocidas por su sociedad.") En las explicaciones de las asociaciones estos temas y comparaciones implícitas aparecen con frecuencia. Cabe destacar que el formato del cuestionario utilizado en el inventario de identidad está diseñado para provocar comparaciones. Sin embargo, nuestra interpretación de los resultados demuestra que hay una tendencia a hacer más comparaciones implícitas que explícitas.

FUENTE

La categoría fuente es opcional porque nunca se les pidió a los entrevistados cómo se formaron una opinión de los franceses, o sea, representa información dada libremente. Sin embargo, aproximadamente el 45 % de las explicaciones de las asociaciones incluyen una fuente. Las mujeres tienden a usar este recurso un poco más de lo que lo hacen los hombres, 47 % de las explicaciones y 42 % respectivamente.

Las fuentes dadas se agrupan en 4 categorías: *Vivido* que representa contactos con franceses ya sean colegas, maestros, amigos, etc. aquí o en Francia; *Estereotipo* que incluye "el mito", "la fama", "la imagen", "el estereotipo", etc.; *Películas*; y *Otras que incluyen opiniones* de amigos que han ido, libros, revistas, historia, etc. La categoría "Vivido" es con mucho la categoría más mencionada; un 70 % de las fuentes fueron de esta categoría. Un 10 % de las fuentes fueron de la categoría "Estereotipo", 8 % de la categoría "Películas" y 12 % de la categoría "Otras".

Las mujeres no sólo utilizan más las fuentes en sus explicaciones sino que también éstas tienden a pertenecer más a la categoría "Vivido". Las mujeres dieron un 76 % de fuentes del tipo "Vivido" mientras que los hombres resultaron tomar sus fuentes en un 63 % en esta categoría. Aunque hay poca diferencia por sexo, hay bastante variabilidad por submuestra.

En la primera submuestra, los maestros de francés que han ido a Francia, en un 88 % de las fuentes dadas son de la categoría "Vivido", 9 % de la categoría "Estereotipo", 7 % de "Películas" y 7 % de "Otras". En la segunda submuestra, los maestros de francés que no han ido, reportaron un 94. % de las fuentes de la categoría "Vivido", en 4% de la categoría "Estereotipo", en 2 % de "Películas" y 0 % en "Otras".

En la tercera submuestra los maestros de otras lenguas y de ciencias sociales, en un 44 % de las fuentes dadas son de la categoría 'Vivido', 21 % de la categoría "Estereotipo", 13 % de "Películas" y 23 % de "Otras". Los estudiantes de francés reportaron un 65 % de las fuentes dadas dentro de la categoría "Vivido", 7 % dentro de la categoría "Estereotipo", 8 % dentro de "Películas" y 8 % dentro de "Otras". Los resultados de los estudiantes de otras lenguas o ciencias sociales son un 46 % de las fuentes dadas de la categoría "Vivido", 14 % de la categoría "Estereotipo", 26 % de "Películas" y 14 % de "Otras".

Los resultados confirman nuestra hipótesis de que mientras más contacto hay, más se basa la opinión en experiencia propia. Sin embargo, los grupos tres y cinco, que ni son maestros ni estudiantes de francés, mencionan experiencia propia (Vivido) en un 44 % y en un 46 % de las veces en que emplean fuentes. Algunas de estas menciones son generalizaciones basadas en un mínimo de contacto con franceses hasta, a veces, una sola ocasión con una sola persona. Parece confirmarse el viejo cliché de que 'cuando estamos fuera del país, somos sus embajadores'.

La evaluación de los franceses por medio de estas experiencias es más o menos neutral en estos dos grupos salvo en el caso del sexo opuesto; en general, los mexicanos aprecian mucho a las francesas y las mexicanas a los franceses. Por otro lado, la evacuación por medio de las demás fuentes, Estereotipo, Películas y Otras, es generalmente positiva aunque la visión del sexo opuesto es aun mas positiva que la general. (En los reactivos referentes a mexicanos, menos de 5 % de las fuentes mencionadas, la evaluación es casi siempre negativa.)

En conclusión y en general:

- Cuando los sujetos explican sus asociaciones incluyen fuentes para casi la mitad de las ocasiones.

- Los maestros y estudiantes de francés ba-

san su opinión en el contacto con franceses (83 % Vivido) mientras que los que ni son maestros ni estudiantes de francés tienden a basar su opinión en otras fuentes (55 % Estereotipo, Películas, amigos, libros, etc.)

- La categoría Vivido es neutral o levemente negativa en cuanto a las asociaciones generales y las del mismo sexo, pero es muy positiva en cuanto al sexo opuesto francés.

- La imagen del francés en las demás categorías de fuentes es positiva para los franceses en general y para los del mismo sexo y muy positiva para el sexo opuesto francés.

CAMPO DE REFERENCIA

En el análisis de los resultados se tomó en cuenta el campo de referencia en que se concentraron las explicaciones y las asociaciones, como interpretación de los investigadores. El campo o tipo de explicaciones que dieron con más frecuencia los sujetos fue con referencia al comportamiento de la gente. Para los sujetos, los mexicanos son "hospitalarios, simpáticos, alegres, y les gusta hacer fiestas". Los franceses son "fríos, pedantes, orgullosos y superiores", en general. Pero los hombres franceses son "serios e interesantes" y las francesas son "liberales y agradables". De manera global, para la evaluación de los mexicanos en general se destaca el aspecto alegre, amistoso, hospitalario, mientras para los franceses es el aspecto intelectual el que domina.

También basaron muchas asociaciones con referencia a las relaciones de pareja. Fueron las mujeres las que sacaban este tema cuando se trataba de evaluar a los mexicanos. En general en este campo dijeron que los hombres mexicanos son machistas y las mujeres mexicanas abnegadas y sumisas, contraparte del machismo, mencionando la educación como explicación de este fenómeno. El rol de la mujer en la sociedad tam-

bién fue expresado, con la evaluación de que las francesas son liberales y poco hogareñas, mientras que las mexicanas son pasivas, sacrificadas y hogareñas. Pero en este renglón los sujetos femeninos del Grupo 5 (estudiantes de ciencias sociales y otras lenguas) destacaron distintos aspectos del rol de la mujer en la sociedad mexicana: por un lado son marginadas y conformistas pero por otro lado luchan y son capaces. Este grupo dio explicaciones más del campo sociológico.

La apariencia física surgió como campo de referencia en cuanto a los franceses, sobre todo en las respuestas de los hombres mexicanos en su evaluación de las mujeres francesas. Dijeron que las francesas son bellas y elegantes, citando como fuente revistas francesas y películas. Parece que los medios de comunicación manejan un estereotipo de la mujer francesa en cuanto a la belleza.

La actitud hacia el trabajo apareció en algunas explicaciones, con resultados contradictorios. A veces evalúan a los hombres mexicanos como trabajadores y a veces como perezosos. Asimismo, piensan que las mujeres mexicanas son trabajadoras y las francesas a veces flojas y a veces trabajadoras.

Algunas asociaciones se atribuyen a la educación, en la que dicen que los mexicanos son perezosos y fanáticos y los franceses son cultos y politizados.

En resumen, en cuanto a los campos de referencia utilizados para las asociaciones, en general las evaluaciones surgen con respecto al comportamiento de la gente, a veces, en su forma de ser, a veces en sus relaciones con los demás. También mencionan, aunque con mucho menor frecuencia, la relación de pareja, la apariencia física, actitudes hacia el trabajo y educación.

CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Estos resultados parciales empiezan a darnos más elementos sobre la situación en el salón de clases. El hecho de que los estudiantes de francés tuvieron la imagen más negativa podría deberse a diferentes factores, tales como la actitud de los profesores, la imagen presentada en los materiales didácticos, o posiblemente una necesidad de reforzar sus propios valores frente al contacto con los de otra comunidad, la cultura meta. Las implicaciones son varias, sobre todo para el diseño de materiales: La imagen de la cultura meta que tienen los diseñadores es muy importante puesto que, probablemente, es la imagen que se va a transmitir. También el hecho de que los sujetos destacan mucho el comportamiento de la gente como campo de referencia implica que esto es el campo de mayor importancia para ellos como personas, e implica que los materiales deben incluir este aspecto cultural, cosa que raramente se encuentra.

El manejo de los estereotipos podría tratarse más en el salón de clase, sobre todo en cursos con enfoque comunicativo. Ampliar la discusión sobre impresiones de una lección en el libro, una película que se vio, extranjeros que conocieron, podría servir para romper un poco los estereotipos que se presentan.

Finalmente los maestros tenemos que estar muy conscientes de la imagen que estamos transmitiendo en cuanto a la cultura meta, puesto que también somos una fuente de contacto con la cultura meta.