

Dipartimento di Lingue e culture moderne

Sezione ispanistica

Prova di verifica della preparazione personale
per l'iscrizione alle lauree magistrali LM 37 e LM 38

La prova deve essere svolta interamente in lingua spagnola. Durata della prova: 45 minuti. Punteggio massimo conseguibile 30/30. La prova sarà completata da un breve colloquio, che verterà sull'esito della prova scritta, sulle problematiche da essa emerse, e sulle motivazioni dello studente rispetto agli studi che intende intraprendere.

MODELO

1. Lee el siguiente texto y resúmelo en unas 150 palabras.

(Esta pregunta vale 20 puntos)

2. Contesta a las siguientes preguntas (cada pregunta vale 5 puntos)

a. ¿Qué quiere decir el autor cuando habla de “marca” de la lengua?

(máximo de 30 palabras)

b. ¿Cuál podría ser el impacto sobre el español de una enseñanza en inglés?

(máximo de 30 palabras)

La azucarada doctrina según la cual la lengua sirve sobre todo para entenderse es antiquísima y muy apta para la oratoria edificante, pero no debería dársele demasiado crédito. Cualquier observador atento sabe de sobra que el lenguaje no es casi nunca un medio para el acuerdo ni para la concordia, sino uno de los motivos de violencia más inagotables y traicioneros de que se tiene noticia. La lengua fue durante siglos compañera del Imperio y madre del guerrero, y todas las lenguas maternas lo son por alguna victoria militar, próxima o remota, que decidió cómo hablaría cierto número de generaciones futuras.

En nuestros días la lengua sigue siendo compañera de imperios, repúblicas y principados, pero lo habitual es que se la aprecie más por su valor de cambio que por sus vibrantes resonancias marciales. A menudo se oye, por ejemplo, que las lenguas más habladas y cuyo aprendizaje resulta atractivo son una fuente segura de ganancias (su marca, acostumbra a decirse, cambiando el ardor patriótico por el orgullo mercantil), cuando goza de prestigio por alguna circunstancia o episodio notorio, y casi siempre deportivo.

Para aumentar el valor de la marca del país, el ser la cabecera de una lengua universal constituye una ventaja de las más envidiables y un tesoro al que conviene sacar todo el partido (o, como suele decirse con la mayor solemnidad, “todo el potencial”). Pero, naturalmente, no cabe montar una buena política de la lengua tan solo a base de cálculos contables.

No puede decirse que hayan faltado en España en los últimos tiempos agrias disputas lingüísticas. Lo que resulta francamente llamativo ha sido la ausencia de todo debate en relación con el hecho lingüístico de mayor envergadura producido en muchísimo tiempo, a saber, la aceptación del incontrovertible principio según el cual el llamado bilingüismo (pero no el central-periférico, sino el referido al inglés) debería ser el día de mañana la condición normal de todos los súbditos. No se

conoce, en efecto, a nadie que haya puesto en tela de juicio la bondad de dicho propósito, y lo único que está permitido discutir es la manera de lograrlo.

Como es lógico, tal bilingüismo se habrá de procurar sobre todo por medio de la enseñanza, y el que esta deba cursarse, de principio a fin, en inglés, constituirá un dogma incuestionado sobre el que sería muy poco aconsejable expresar dudas: si el inglés llega a ser la lengua de la escuela, nuestra competitividad y excelencia darán un paso de gigante, porque no cabe ninguna duda de cuál es la lengua de la innovación, de la tecnología, de la globalización y, en general, del futuro. Escuelas y universidades no podrán competir aceptablemente si no se proclaman bilingües.

Puede que tal hallazgo traiga como consecuencia la reducción del castellano a una lengua de uso familiar (o, en el mejor de los casos, también literario), y quizá no haya nada malo en ello.

Que ninguno de los participantes en las recias campañas de defensa del castellano frente a las políticas lingüísticas periféricas haya dicho una sola palabra sobre la imposición escolar y universitaria del inglés no es algo que deba sorprender a nadie, porque los guardianes del español y las instituciones del ramo han practicado, por activa o por pasiva, el mismo asentimiento complaciente que el resto del público. Y poco importa que el llamado bilingüismo resulte casi siempre ridículo. La mayor parte de los maestros o profesores no saben, en efecto, suficiente inglés (ni es, por cierto, su obligación) y enseñan de manera tristemente balbuciente, pero se supone que este reto, como todos, se superará con el tiempo.

Oponerse, por un lado, al llamado bilingüismo y sentir, por otro, un poco de rubor o de risa floja al oír hablar con unción de la “marca España” son señales inequívocas de inadaptación a los tiempos y de poco espíritu competitivo. Pero puede que convenga tener en cuenta un pequeño detalle: si el producto que con tanto empeño se quiere promocionar en el exterior es una lengua cuyo mero uso denotará para sus hablantes maternos que no se está practicando ninguna actividad verdaderamente seria, entonces puede que una mercancía tan averiada pierda la mayor parte de su interés, y que la marca no esté en condiciones de competir ventajosamente en el mercado global.

(Antonio Valdecantos, Adaptado de
https://elpais.com/diario/2012/02/04/opinion/1328310012_850215.html)