

Fraseología y estereotipos en español. ¿Una relación bidireccional?

ENRIQUE GUTIÉRREZ RUBIO
Universidad Palacký de Olomouc
Universidad Matej Bel de Banská Bystrica

Resumen

La mayoría de los trabajos que, en los últimos años, abordan el estudio de la fraseología desde los principios de la lingüística cognitiva coinciden en considerar que buena parte de las unidades fraseológicas son de naturaleza conceptual y que, de algún modo, conservan la manera en que una determinada cultura entiende el mundo. El presente trabajo se propone estudiar el caso opuesto, es decir, si una persona que usa una unidad fraseológica (o que al menos la conoce) tiende a compartir, de manera inconsciente, los estereotipos y actitudes que se hallan implícitos en dicho fraseologismo.

Con la intención de validar o refutar esta hipótesis, en este artículo se analizan los resultados de 50 encuestas en las que se relacionan 18 unidades fraseológicas españolas –referidas a naciones y grupos étnicos– con los estereotipos que se “ocultan” en ellas. En el apartado de conclusiones se apunta la posibilidad de que, efectivamente, existe una relación bidireccional entre unidades fraseológicas y estereotipos.

Palabras clave: *fraseología española, imagen lingüística del mundo, estereotipos, naciones, grupos étnicos.*

Abstract

The most recent works on phraseology based on the cognitive approach assume that most idioms are conceptual in nature and that they often preserve the way a given cultural community understands and views the world. This paper aims to study the opposite case, i.e., whether a person using the idioms

or who is at least familiar with them tends to unconsciously share the stereotypes and attitudes underlying those idioms.

In order to prove or refute this hypothesis, a survey questionnaire that relates 18 Spanish idioms – regarding nations and ethnic groups – and the stereotypes “hidden” in these idioms was designed. In this paper the results obtained from 50 survey cases are presented and commented on in detail, as a result of which the existence of a bidirectional relation between idioms and stereotypes is proposed.

Keywords: *Spanish phraseology, Linguistic view of the world, stereotypes, nations, ethnic groups.*

0. Introducción

Este artículo presenta algunos resultados relativos al estudio de las naciones y grupos étnicos en la fraseología española en el marco de un proyecto de investigación, de mayores dimensiones, en que se incluyen unidades fraseológicas de otros campos semánticos en cuatro idiomas: alemán, checo, español e inglés.

Nuestra investigación, si bien pretende ser original en sus planteamientos, se inspira en las publicaciones de varias disciplinas o corrientes aparentemente heterogéneas pero que comparten, sin embargo, una concepción común en su modo de entender y analizar la lingüística, en general, y las unidades fraseológicas, más concretamente: la lingüística cognitiva.

Por una parte, nos reconocemos en gran parte de los principios de la llamada Escuela Etnolingüística de Lublin, dedicada desde los últimos años setenta del siglo XX, bajo la dirección del profesor Bartmiński (2009), al estudio de la lengua en su contexto psicológico, social y cultural; en contra, por lo tanto, de la doctrina estructuralista imperante en la época en el llamado Bloque del Este. Su principal finalidad era reconstruir la *imagen lingüística del mundo* del pueblo polaco, centrándose en el folclore y en la sabiduría popular. Con el paso del tiempo, el interés de la Escuela Etnolingüística de Lublin fue abriéndose paso a otros países y a otros campos menos reducidos de estudio, de modo que en los últimos años se ha visto relacionada con la

propuesta multidisciplinar de la lingüística cognitiva con la que, sin lugar a dudas, y a pesar de su desarrollo en paralelo, comparte muchos de sus principios fundamentales. De la convergencia de estas dos líneas de investigación ha surgido recientemente el término *etnolingüística cognitiva* (cf. Vaňková 2010), en cuyo espíritu realizamos este estudio.

Una segunda línea de investigación que nos sirve de fuente de inspiración se refiere a los trabajos que abordan el estudio de los mecanismos cognitivos y las estructuras conceptuales que subyacen en el lenguaje figurativo; entre las obras que desarrollan estas teorías destaca Dobrovol'skij y Piirainen (2005), si bien, en lo que al ámbito hispánico se refiere, resulta imprescindible nombrar el estudio del significado fraseológico recientemente publicado por Timofeeva (2012), quien se inspira, a su vez, tanto en las obras de los ya citados Dobrovol'skij y Piirainen, como en las teorías de la lingüista rusa Telja (1996), por desgracia prácticamente desconocidas hasta el momento fuera del ámbito cultural ruso.

Una tercera escuela de corte cognitivo que, en su empeño por examinar en profundidad la interacción entre cultura y lengua, aborda el estudio de la motivación de las unidades fraseológicas, es la que, en torno al llamado *diccionario lingüístico cultural*, se ha desarrollado en los últimos años en la Universidad de Granada (cf. Luque Nadal, 2012).

Nuestro proyecto consiste en, aplicando algunas de las herramientas de corte innovador presentadas en las publicaciones de los enfoques lingüísticos mencionados anteriormente, analizar de forma sistemática y en detalle un corpus conformado por unidades fraseológicas de las cuatro lenguas europeas arriba señaladas, de modo que podamos sacar a la luz la imagen lingüística del mundo que se esconde en cada una de ellas y compararlas entre sí.

La inspiración para este artículo en concreto circunscrito a la fraseología española surgió, al menos en parte, a raíz de una curiosa iniciativa de la Casa de la Cultura Afrouruguaya por la que esta pide, mediante un vídeo promocional protagonizado por distintas personalidades de la sociedad, la política, la cultura y el deporte uruguayos, que la Real Academia de la Lengua Española elimine de su diccionario la expresión *Trabajar como un negro*, ya que, como puede escucharse en el vídeo, esta “evoca un pasado de

sometimiento que no debería repetirse para ningún ser humano”¹. Sin querer entrar en profundidad en la cuestión de si un diccionario como el DRAE debe o no *censurar* expresiones de naturaleza racista –personalmente consideramos que esto iría mucho más allá de sus funciones; si bien, no deja de ser cierto que sería positivo que a este tipo de expresiones les acompañara la denominación de *despectivo* junto al *coloquial* actual–, nos llama poderosamente la atención que, al menos de forma implícita, los autores de la petición parecen presuponer que el empleo de una expresión lingüística determinada tiene (cierta) influencia en el modo de pensar del hablante que la emplea, de modo que si elimináramos este tipo de fraseologismos de la lengua cotidiana, desaparecería, de algún modo, el mensaje que subyace en su interior.

Partimos de la premisa, expuesta por los especialistas que desde la perspectiva cognitiva estudian este fenómeno, de que la fraseología refleja y conserva cierta información, ya sea una imagen del mundo, una idiosincrasia común, una suerte de conocimiento compartido, etc. (cf. Bartmiński 2009: 10, Dobrovól'skij y Piirainen 2005: 1 o Timofeeva 2012: 211 y ss.). En este artículo tratamos de dilucidar si cabe hablar del fenómeno contrario, es decir, de si al conocer y/o usar unidades fraseológicas estamos determinando –o al menos potenciando– algunas de las formas de ver el mundo que estas expresiones recogen y, en este caso concreto, los estereotipos² que en ellas se esconden, sin por ello pretender defender de un modo explícito todas las implicaciones de la “hipótesis de Shapir y Whorf” (cf. Černý 2000: 423-426).

¹ cf. “Borremos el racismo del lenguaje”, Casa de la Cultura Afrouruguaya. En <http://www.casaafrouruguaya.org/index.php/audio-visuales/videos/52-mediатеca/audiovisuales/399-video-3> [consulta: 31/08/2013].

² Coincidimos en la concepción de estereotipo con lo defendido por la Escuela Etnolingüística de Lublin, para cuyos miembros sería: “[...] a general mechanism of organising knowledge about entities (objects, acts, relations) in the world. Thus, stereotypes are viewed as a chiefly cognitive phenomenon, with the evaluative function of enforcing in- and outgroups in the case of social stereotypes being secondary” (Zinken 2004: 116).

1. Metodología del análisis

Consideramos que la manera más adecuada de comprobar si los valores que se hallan de forma más o menos implícita en las unidades fraseológicas tienen (o no) influencia sobre los estereotipos, en este caso “explícitos”, de los hablantes que las utilizan es a través de un cuestionario que relacione estereotipos y frecuencia de uso de las unidades fraseológicas. Un primer paso lógico para llevar a cabo dicho cuestionario consiste en acotar un campo semántico, y puesto que la inspiración nos vino de la expresión *Trabajar como un negro* y que ya habíamos trabajado anteriormente con fraseología de grupos étnicos y naciones, creemos que lo más razonable es basar nuestra investigación sobre este grupo de unidades fraseológicas. De entre los fraseologismos españoles recogidos para nuestro estudio anterior sobre este tema (Gutiérrez Rubio 2013), hemos realizado una selección con el fin de limitar el número de preguntas del cuestionario. Así, hemos tomado dieciocho expresiones de naturaleza figurativa que representen el mayor número posible de variantes fraseológicas (locuciones y colocaciones, unidades de motivación aparentemente claras y otras más opacas, de alta frecuencia en la actualidad y caídas en desuso, etc.): *¿Somos indios?*, *Bajarse al moro*, *Beso francés*, *Despedirse / irse / marcharse a la francesa*, *Hablar en chino*, *Hacer el indio*, *Hacerse el sueco*, *Modo de vida americano*, *No haber moros en la costa*, *Pagar a la inglesa*, *Ruleta rusa*, *Sacar lo que el negro del sermón*, *Ser como moros sin señor*, *Ser un cuento chino*, *Ser un moro*, *Ser un punto filipino*, *Trabajar como un chino* y *Trabajar como un negro*.

A continuación surge una pregunta fundamental: ¿cómo relacionar del modo más sistemático y objetivo posible las unidades fraseológicas concretas con los estereotipos que estas esconden? Con este fin hemos diseñado el concepto de *foco cognitivo*, fundamental en nuestro estudio del significado fraseológico. En nuestra opinión, los fraseologismos, o al menos una buena parte de estos, son motivados en su origen, es decir, nacen sobre la base de concepciones que comparte, en el momento de su creación, una parte considerable de los hablantes de la sociedad en cuestión (si bien es cierto que en ocasiones llegan como préstamos de otras lenguas). Sin embargo, una unidad fraseológica no refleja todos los conocimientos o estereotipos que comparte (buena parte de) una sociedad sobre un elemento concreto –en este caso, un pueblo o grupo étnico–, sino que generalmente se centra en un

aspecto específico de los que le atribuye. En otras palabras, en la unidad fraseológica, por lo general, tan solo se activa una de entre las relaciones cognitivas que el hablante tiene respecto al concepto en cuestión. Así, por ejemplo, entre las características prototípicamente asociadas al pueblo chino, podríamos hablar, entre otras, de su tonalidad de piel amarilla, de su pequeña estatura o de su elevada demografía; sin embargo, estas tres características no se activan, que sepamos, en ninguna unidad fraseológica española, a diferencia de otras tres que sí lo hacen: su supuesta ingenuidad, su idioma incomprensible y su laboriosidad y paciencia (en *Engañar como a un chino*, *Hablar en / Sonar a chino* y *Trabajar como un chino*, respectivamente). Por tanto, el foco cognitivo sería aquel elemento, de entre los distintos que conforman nuestro prototipo conceptual, en el que se centra la atención del hablante en el momento del desarrollo de una unidad fraseológica concreta.

Un hecho fundamental es que mientras que algunas de estos focos se activan de forma más o menos universal, otros son propios de ciertos grupos culturales, ya sean más extensos, como sería el caso de la cultura occidental, ya se restrinjan tan solo a una lengua particular (en ocasiones incluso a una variante regional de dicha lengua). Así, en alemán no se crean puentes cognitivos con ninguna de las características asociadas al pueblo chino mencionadas más arriba para el español, pero sí con otras que no se han “fraseologizado” en nuestro idioma como, a modo de ejemplo, la abundancia de bicicletas y arroz de este país asiático (*Ob/wenn in China ein Fahrrad/Sack Reis umfällt* ‘si en China se cae una bicicleta/un saco de arroz’, con el significado de que algo es irrelevante). De modo similar, en inglés existe una unidad fraseológica relativamente parecida a la que acabamos de observar en alemán, nuevamente relacionada con la enorme cantidad de un elemento en China; sin embargo, en este caso el foco cognitivo no es la abundancia de bicicletas o arroz, sino la de té (*Not for all the tea in China* ‘Ni por todo el té de China’, equivalente, a grandes rasgos, a nuestros *Ni por todo el oro del mundo*)³.

En la tabla 1 mostramos los focos cognitivos relativos a los dieciocho fraseologismos analizados para este artículo.

³ No podemos pasar por alto que, en este caso, cabría hablar de la activación de otro elemento, además del foco cognitivo ya mencionado: el enorme valor que le dan los ingleses al té. Sin tener en cuenta este hecho, la expresión carecería de sentido.

Unidad fraseológica	Foco cognitivo
<i>Ser un cuento chino</i>	sin credibilidad
<i>Beso francés</i>	sensualidad
<i>¿Somos indios?</i>	ingenuidad
<i>Sacar lo que el negro del sermón</i>	incomprensión de nuestros valores/principios
<i>Trabajar como / más que un negro</i>	exceso de trabajo
<i>Ser como moros sin señor</i>	incontrolable, caótico
<i>Ser un punto filipino</i>	desvergüenza unida a bondad
<i>Hacerse el sueco</i>	incomprensible ⁴
<i>Pagar a la inglesa</i>	racionalidad
<i>Modo de vida americano</i>	consumismo
<i>Hablar en chino</i>	incomprensible
<i>Trabajar como un chino</i>	habilidad y paciencia
<i>Bajarse al moro</i>	producción y tráfico de drogas
<i>Ser un moro</i>	machismo
<i>Despedirse/irse/marcharse a la francesa</i>	maleducado
<i>Hacer el indio</i>	tonto, ridículo
<i>No haber moros en la costa</i>	peligro, enemistad
<i>Ruleta rusa</i>	temeridad

Tabla 1. Focos cognitivos de las unidades fraseológicas analizadas

⁴ En este caso concreto nos referimos a una de las múltiples variantes que sobre el origen de esta unidad fraseológica existen. Las fuentes consultadas a este respecto resultan contradictorias, ya que además de la posibilidad de la incomprensión del idioma, se cita con frecuencia la de la neutralidad de los barcos de bandera sueca durante la primera mitad del siglo XIX. Incluso se proponen otras posibilidades nada desdeñables que ni siquiera tendrían que ver con el pueblo sueco, como el vocablo latino *soccus* o el árabe *suqâtz*, lo que muestra con claridad la dificultad a la que nos enfrentamos en el estudio del origen y la evolución del significado fraseológico (cf. Álvarez Montalbán 2008: 29-30; Doval 2010: 128-129).

Basta echar un vistazo a la lista de focos cognitivos asociados a las unidades fraseológicas expuestas en la tabla 1 para entender que varias aclaraciones al respecto son necesarias. Empecemos por el hecho de que, a pesar de haber tratado de aislar del modo más objetivo y sistemático posible qué aspecto concreto de los pueblos y grupos étnicos se focaliza al emplear estos fraseologismos, debemos humildemente reconocer que estas propuestas de foco cognitivo son discutibles.

Un buen ejemplo de esto sería la expresión *Hacer el indio*. En el DRAE se incluyen dos definiciones de esta unidad fraseológica. En primer lugar, ‘Divertirse o divertir a los demás con travesuras o bromas’, acompañada de una segunda ‘Hacer algo desacertado y perjudicial para quien lo hace’⁵. Sin embargo, el *Diccionario fraseológico documentado del español actual* (DFDEA) –que ha de servirnos de fuente mucho más fidedigna del significado con que se emplea en la actualidad, dada su especificidad y reciente publicación– define esta misma unidad fraseológica simplemente como ‘hacer el tonto’ (Seco *et al.* 2006: 549). De modo que tenemos varios posibles elementos que podrían formar el foco cognitivo, relacionados entre sí, pero difíciles de aglutinar en una o dos palabras: *divertido*, *bromista*, *travesura*, *tontería*, *perjudicial*. Resulta conveniente recordar en este punto que la lingüística cognitiva, a diferencia de otras aproximaciones más clásicas al estudio de la lengua, no separa de forma drástica entre diacronía y sincronía, especialmente en el caso del estudio de la semántica, de modo que para estudiar, como en este caso, un significado en el estadio actual de la lengua, resulta con frecuencia necesario retroceder hacia los orígenes de la misma⁶. Así, para desentrañar el foco cognitivo de las unidades fraseológicas nos basamos tanto en el significado más actual de la unidad fraseológica, en este caso el apuntado en el DFDEA, como en la idea que le dio origen, si bien tan solo en aquellos fraseologismos donde esta se halla documentada con

⁵ Cf. <http://rae.es/rae.html>; entrada “indio”.

⁶ De hecho, consideramos que, al igual que para el nivel léxico es posible que “la base conceptual o motivación cambie o se pierda, ya que está basada en el conocimiento enciclopédico” (Valenzuela, Ibarretxe-Antuñano y Hilferty 2012: 66), en el nivel del significado fraseológico puede ocurrir, en ocasiones, algo muy parecido (cf. Timofeva 2012: 219), de modo que al cambiar nuestra relación con el otro concepto, al desaparecer su “motivación intertextual” (en este caso, relacionada con un pueblo o grupo étnico), puede cambiar también el foco cognitivo.

ciertas garantías. En el caso concreto de *Hacer el indio*, el foco cognitivo que le adjudicamos (*tonto, ridículo*) pone de manifiesto, por una parte, el significado más actual que a esta expresión se le da en español contemporáneo: ‘hacer el tonto’. Sin embargo, y puesto que en este caso existe una evidente continuidad entre las dos semánticas, no renunciamos al hecho que aparentemente dio origen a esta expresión, y que parece remontarse a lo ridículas que resultaban para los europeos las costumbres de los indígenas americanos⁷ o incluso a los disfraces de indios que se llevaban en las fiestas que conmemoraban en España la llegada de Colón al continente americano⁸, de ahí que añadamos a *tonto*, el concepto de *ridículo*.

En cierto modo, el mejor modo de acceder al foco cognitivo de una unidad fraseológica es preguntarse qué añade semánticamente la mención del pueblo o grupo étnico, en qué matiz se halla la diferencia. Esto se ve con bastante claridad en el caso de las colocaciones. Así, la diferencia entre una ruleta *normal* y una *ruleta rusa* sería el enorme incremento de la peligrosidad que supone jugar a la segunda. Lo mismo ocurriría con un beso *francés*, que sería más sensual que un beso *sin más*.

Una vez obtenidos, no sin dificultad, los focos cognitivos asociados a las unidades fraseológicas objeto de estudio, preparamos el cuestionario⁹, que se dividía en tres partes. En la primera, además de la edad del encuestado, nos interesábamos por sus relaciones con representantes de otros pueblos o grupos étnicos, así como por sus estancias prolongadas en el extranjero, de modo que pudiéramos descartar aquellas preguntas cuyas respuestas pudieran verse influidas por esos factores.

⁷ “Se refiere a la extraña impresión que sufrieron los primeros visitantes españoles en América ante el comportamiento y el folclore de los indígenas” (Prieto Grande 2004: 715).

⁸ “En Huelva se organizó en 1892, con motivo del cuarto centenario del descubrimiento de América, un gran desfile naval. Como los integrantes de uno de estos desfiles debían ir vestidos de época, contrataron a varios ciudadanos para que hicieran de indios” (Martorell, M. “RTVE. Preguntas a la historia: ¿Cuál es el origen de la frase ‘hacer el indio’?”. En <http://www.rtve.es/alacarta/audios/preguntas-a-la-historia/preguntas-historia-cual-origen-frase-hacer-indio-12-04-13/1733836/> [consulta: 31/08/2013]).

⁹ Para su elaboración seguimos los consejos y normas éticas expuestas en Valeš 2010.

La segunda parte de la encuesta trataba de sacar a la luz los estereotipos del encuestado, para lo que preguntábamos explícitamente por los focos cognitivos arriba expuestos. Las instrucciones eran estas: “Indica, por favor, con qué pueblos, culturas, religiones o razas de entre las que apuntamos a continuación relacionas en mayor medida las características de los puntos a)-p). Puedes escribir más de una respuesta (con un máximo de tres) e incluso añadir alguna que no aparezca en la lista”. La lista “que apuntamos a continuación” la formaba una larga serie de naciones, grupos étnicos e incluso religiones entre los que se incluían, por supuesto, todos los nombrados explícitamente en las unidades fraseológicas: alemanes, americanos (EEUU), árabes, argentinos, canadienses, católicos, checos, chinos, cristianos, escoceses, esquimales, franceses, gitanos, griegos, holandeses, húngaros, indios, ingleses (británicos), italianos, judíos, marroquíes, mejicanos, negros, polacos, portugueses, rusos y suecos¹⁰. A continuación venían los distintos focos cognitivos, redactados de modo que fueran fácilmente comprensibles. Así, por ejemplo, para *Beso francés* empleamos la fórmula “son sensuales/se relacionan con la sexualidad” o para *Bajarse al moro*: “producen drogas o trafican con ellas”.

Un elemento importantísimo se refiere a que el encuestado desconoce por completo a estas alturas que se trata de un estudio sobre lingüística y, aún menos, sobre fraseología, de modo que sus respuestas estarían *a priori* absolutamente limpias de la influencia *consciente* de las unidades fraseológicas sobre cuyo foco cognitivo preguntamos. De ahí que antes de pasar a la tercera parte de la encuesta se pida explícitamente a los participantes que no cambien de ningún modo las respuestas de esta segunda parte de la encuesta.

En la última sección, se pregunta por el conocimiento y uso que, como hablantes nativos de español –y de nacionalidad española, además, para restringir los resultados al español peninsular– tienen de las unidades fraseológicas objeto de estudio. Las instrucciones son las siguientes: “Numera

¹⁰ Además de esta variante en papel, la encuesta tenía una versión en línea accesible a través de la web www.e-encuesta.com. En este caso, para facilitar la tarea, el listado de pueblos y grupos étnicos venía tras cada pregunta y tan solo era necesario marcar con un clic las respuestas. Por supuesto se incluía un espacio en blanco donde poder añadir cualquier otra posibilidad que se le ocurriera al encuestado.

de 0 a 3 las siguientes expresiones (0 – nunca la había escuchado; 1 – la había escuchado alguna vez pero no la uso activamente; 2 – la había escuchado con frecuencia e incluso alguna vez la he empleado; 3 – la uso a veces/con frecuencia)”. A continuación, como resulta lógico, se hallaba la lista de unidades fraseológicas expuestas en la tabla 1.

2. Resultados de la encuesta

Una vez realizadas las encuestas, y descartadas aquellas en las que los participantes dejaron la mayoría de las respuestas de la segunda parte en blanco¹¹, hemos recogido un total de cincuenta encuestas válidas para el estudio.

En la tabla 2 mostramos aquellas unidades fraseológicas que han obtenido menos de un 10% de *convergencia* respecto al total de respuestas válidas¹²; es decir, en las que ni siquiera uno de cada diez encuestados ha relacionado al pueblo o grupo étnico con el foco cognitivo por el que se preguntaba.

Unidad fraseológica	Convergencia (entradas)	Divergencia (entradas)	Respuestas válidas	Puntuación relativa
(1) Hacer el indio	3	47	50	2,28
(2) Ser un cuento chino	1	47	48	2,23
(3) Sacar lo que el negro del sermón	0	48	48	0,10
(4) Ser un punto filipino	0	49	49	0,31
(5) Trabajar como un negro	0	50	50	2,22

Tabla 2. Resultados con menos de un 10% de convergencia

¹¹ En nuestra opinión, este elevado porcentaje de entradas en blanco parece deberse al rechazo por parte del encuestado a escribir o marcar respuestas que él mismo considera basadas en prejuicios.

¹² Consideramos válidas las respuestas en blanco, que serían tomadas como *divergencia*, pero no aquellas anuladas a causa de una relación personal significativa por parte del encuestado con un pueblo o grupo étnico, como sería, a modo de ejemplo, *Ruleta rusa* para una persona que haya vivido una temporada prolongada en Rusia.

La elevada divergencia en los datos obtenidos de las encuesta respecto al foco cognitivo asociado a estas cinco unidades fraseológicas puede deberse a varios factores. Sin duda, tenemos que diferenciar entre aquellas cuya puntuación total sea muy elevada, que sería el caso de (1), (2) y (5), que se mueven entre “la había escuchado con frecuencia e incluso alguna vez la he empleado” y “la uso a veces/con frecuencia” y las unidades (3) y (4), que son prácticamente desconocidas para la mayoría de los encuestados. Las primeras tres parecen apuntar a algún tipo de descompensación que podría deberse simplemente a un error por nuestra parte, bien a la hora de deducir el foco cognitivo, bien a la de formular la pregunta en la encuesta. Podría ser el caso, especialmente, de la expresión (5), ya que si hubiéramos marcado como foco cognitivo de *Trabajar como un negro* “sufren esclavitud”, en lugar de “exceso de trabajo”, muy probablemente los resultados habrían sido distintos. Aun así, dejando a un lado el caso concreto de (5), consideramos que tanto (1) como (2) reflejan otro tipo de fenómeno: la desaparición del vínculo que unía para el hablante común el estereotipo que dio origen a la unidad fraseológica con su semántica actual, de modo que son unidades que no se relacionan con la imagen que los españoles tenemos hoy en día de estos pueblos. De hecho, posiblemente muchos hablantes actuales al escuchar *Hacer el indio* evoquen imágenes de los indios norteamericanos que han llegado en los últimos años con mucha fuerza a través de la cultura audiovisual imperante norteamericana, si bien en su origen todos los especialistas consultados parecen remontarse a los indios “españoles”. Algo similar sucede con *Ser un cuento chino*, una expresión de origen desconocido o, al menos, muy discutible de acuerdo a las fuentes especializadas. Es decir, entre el conjunto de rasgos que asociamos prototípicamente con el pueblo chino, los españoles ya no incluirían su supuesta “falta de credibilidad”.

En el caso de (3) y (4), si bien no podemos descartar un error por nuestra parte respecto a la deducción del foco cognitivo, consideramos que el motivo del alto grado de discrepancia viene provocado nuevamente por el proceso de desaparición del vínculo establecido por el hablante con las características mostradas en los focos cognitivos asociados a estos grupos étnicos, a lo que habría que sumar el hecho, demostrado por los resultados de la encuesta, de que estas unidades fraseológicas prácticamente han desaparecido de nuestra

lengua¹³. La suma de estos dos factores provocaría que ningún encuestado haya relacionado el foco cognitivo propuesto con la unidad fraseológica en cuestión.

Respecto al resto de unidades fraseológicas, consideramos que, a pesar de la gran variedad en lo relativo a las cifras de convergencia y divergencia documentadas, al contar todas con al menos un 10% de respuestas “correctas”, estas ya sí pueden ser objeto del estudio de la relación entre estereotipo y fraseología. Para facilitar la comprensión de los datos, vamos a dividir las en cuatro tablas, según los datos obtenidos.

En primer lugar, en la tabla 3a, mostramos los resultados más esclarecedores, es decir, las tres unidades fraseológicas en las que las puntuaciones obtenidas para la coincidencia son considerablemente más elevadas que las obtenidas para la divergencia (0,50 puntos o más).

Unidad fraseológica	Converg. (entrad.)	Converg. (tot. pts.)	Converg. (med. pts.)	Diverg. (entrad.)	Diverg. (tot. pts.)	Diverg. (med. pts.)	Difer.
Ser como moros sin señor	13	8	0,62	37	2	0,05	+ 0,57
Modo de vida americano	37	64,5	1,74	5	6	1,20	+ 0,54
Bajarse al moro	28	46	1,64	21	24	1,14	+ 0,50

Tabla 3a. Resultados con más de un 10% de convergencia. Elevada diferencia a favor de convergencia

A tenor de estos datos, cabría afirmar que aquellos encuestados que activamente relacionan estos pueblos con su foco cognitivo son precisamente aquellos que poseen un mayor conocimiento o hacen un uso más frecuente de

¹³ La expresión *Punto filipino* aparece recogido en los corpus de la RAE casi exclusivamente en obras teatrales y en diálogos pertenecientes a textos literarios que, por lo que podemos ver, pretenden retratar el lenguaje coloquial de hace varias décadas – como sería el caso de *La colmena* de Camilo José Cela–, además de en un artículo de tema precisamente fraseológico a cargo del precursor de esta disciplina lingüística en España, Julio Casares. Cf. <http://corpus.rae.es/creanet.html> y <http://corpus.rae.es/CORDENET.html>; entrada “punto filipino”

la unidad fraseológica¹⁴. Esto señalaría la existencia de una clara relación entre conocimiento/uso de una unidad fraseológica y el hecho de compartir el estereotipo que en esta subyace.

Aun así, estos datos no son suficientemente esclarecedores, dado que esta elevada diferencia a favor de la convergencia está presente tan solo en tres de los trece fraseologismos que hemos considerado válidos para el estudio.

En la tabla 3b podemos observar aquellos casos en que, si bien la balanza se inclina por respaldar nuestra tesis, las diferencias entre los datos es más reducida, entre el 0,5% y el 0,1%.

Unidad fraseológica	Converg. (entrad.)	Converg. (tot. pts.)	Converg. (med. pts.)	Diverg. (entrad.)	Diverg. (tot. pts.)	Diverg. (med. pts.)	Difer.
Ruleta rusa	10	26	2,60	40	86	2,15	+ 0,45
Trabajar como un chino	23	57	2,48	25	53,5	2,14	+ 0,34
Despedirse a la francesa	4	8	2,00	42	70	1,67	+ 0,33
No haber moros en la costa	15	38	2,53	35	80,5	2,30	+ 0,23
¿Somos indios?	5	7	1,40	33,5	43	1,28	+ 0,12
Ser un moro	37	56	1,51	12	17	1,42	+ 0,10

Tabla 3b. Resultados con más de un 10% de convergencia. Moderada diferencia a favor de convergencia

Si bien en este caso las diferencias son menores, parece evidente que también respecto a estas seis unidades fraseológicas, a mayor conocimiento/uso de una unidad dada, mayor la posibilidad de que un hablante se refiera activamente a los pueblos y naciones al ser preguntado por los estereotipos.

En la tabla 3c incluimos dos unidades que apenas muestran diferencia entre los datos con divergencia y con coincidencia.

¹⁴ En los tres casos la diferencia ronda el 0,5% de una puntuación de 0 a 3, es decir, una puntuación total aproximadamente un 17% más elevada que en el caso de los que no relacionaron foco cognitivo con unidad fraseológica.

Unidad fraseológica	Converg. (entrad.)	Converg. (tot. pts.)	Converg. (med. pts.)	Diverg. (entrad.)	Diverg. (tot. pts.)	Diverg. (med. pts.)	Difer.
Beso francés	18	21,5	1,19	28	33	1,18	+ 0,02
Pagar a la inglesa	12	4	0,33	31	10	0,32	+ 0,01

Tabla 3c. Resultados con más de un 10% de convergencia. Diferencia despreciable entre convergencia y divergencia

Por último, la tabla 3d muestra las dos únicas unidades fraseológicas en las que se muestra la tendencia contraria a la apuntada como tesis de esta investigación, es decir, que los encuestados con mayor uso/conocimiento son precisamente aquellos que menos relacionan foco cognitivo y pueblo o grupo étnico.

Unidad fraseológica	Converg. (entrad.)	Converg. (tot. pts.)	Converg. (med. pts.)	Diverg. (entrad.)	Diverg. (tot. pts.)	Diverg. (med. pts.)	Difer.
Hacerse el sueco	13	29	2,23	36	89	2,47	- 0,24
Hablar en chino	24	51	2,13	24	60	2,50	- 0,38

Tabla 3d. Resultados con más de un 10% de convergencia. Moderada diferencia a favor de divergencia

3. Conclusiones

Una vez expuestos y comentados los datos extraídos de las encuestas, podemos afirmar que en la gran mayoría de los casos (9 de 13), los hablantes con mayor conocimiento/uso de una unidad fraseológica tienen la tendencia (ya sea esta elevada o moderada) a activar explícitamente los estereotipos que subyacen a dichas unidades fraseológicas, frente a una cantidad mucho menor de casos en que no existe diferencia (2 de 13) o en que sucede el fenómeno contrario, es decir, que a mayor conocimiento/uso documentamos una menor activación de los estereotipos (2 de 13).

Algunos datos que nos invitan a la reflexión se refieren a que las dos unidades que “rompen” nuestra tesis comparten un mismo foco cognitivo: “incomprensible”. Esto nos hace plantearnos la duda de si la divergencia respecto al resto de datos no estará condicionada por la naturaleza del foco cognitivo o, incluso, si no se tratará de una mala formulación del mismo en la encuesta. Además, estas dos unidades fraseológicas se hallan entre las más

usadas por los hablantes de entre las estudiadas para este trabajo. Se trata, en cualquier caso, de factores que parecen tener cierta influencia sobre los resultados, si bien sería necesaria una investigación más en profundidad para aclararlo.

Otro dato digno de ser mencionado aquí se refiere al cambio de los focos cognitivos que pueden deducirse de los resultados. Así, a modo de ejemplo, el foco cognitivo de *Trabajar como un negro* –a tenor de lo que explican los diccionarios y de la propia etimología de la unidad fraseológica– sería “trabajar excesivamente”. Como ya hemos visto, muy pocos encuestados han respondido de forma “acertada” a esta pregunta; sin embargo, de los 48 encuestados que han respondido a esa pregunta, 41 (más del 85% del total) han señalado “chinos”, “japoneses” o “asiáticos”. Así, parece claro que en nuestra sociedad ya no se ve a los “negros” como el prototipo de pueblo o raza que trabaja en exceso, sino a los asiáticos (si bien también es frecuente la mención a los “alemanes”). Por tanto, parece haber tenido lugar un desplazamiento en la semántica asociada a *Trabajar como un chino* desde su etimológico “con paciencia y habilidad” hacia el simple “trabajar en exceso”, lo que quizá se deba al cambio social e industrial de la sociedad China e incluso a la realidad actual de las relaciones del pueblo español con el chino, de modo que al cambiar la perspectiva, parece también cambiar el foco cognitivo de las distintas unidades fraseológicas. De hecho, aunque casi la mitad de los encuestados han señalado a los chinos ante la pregunta basada en *Trabajar como un chino*, el número de personas que lo han hecho ha sido considerablemente menor que los que lo han contestado para la pregunta relativa al foco cognitivo de *Trabajar como un negro*.

Otro caso interesante de cambio semántico y de redistribución del foco cognitivo se refiere a *Hacerse el sueco*. A pesar de que se trata de un claro ejemplo de divergencia, es decir, de “fracaso” de la tesis propuesta, no deja de ser significativo que 13 personas hayan respondido “suecos” ante la pregunta “su lengua me resulta incomprensible”, ante todo teniendo en cuenta que parece muy probable que el origen del fraseologismo no tenga nada que ver con la lengua sueca e incluso con los propios suecos. Esto sería una muestra más de que el modo en que hablamos influye en nuestra forma de ver el mundo, ya que existen decenas de pueblos y grupos étnicos que, a nuestro parecer –ya sea por una cuestión de cercanía/convivencia o, por todo lo contrario, de representar mejor el prototipo de lengua exótica, lejana y, por

tanto, incomprensible–, serían respuestas mucho más coherentes para el hablante de español que precisamente los suecos. El hecho de que el 28% de los encuestados que han respondido a esta pregunta hayan señalado precisamente al pueblo sueco –frente, por ejemplo, al escaso 11% de los que han respondido “holandeses”, un pueblo vecino al sueco que también se incluía entre las respuestas ofrecidas por defecto– nos hace pensar que esto se debe a que, de forma implícita, relacionamos a los suecos con su lengua a través de la expresión *Hacerse el sueco*.

Si bien es cierto que apenas hemos contado con 50 encuestas y, por tanto, que los datos y conclusiones aquí presentados son aún preliminares, consideramos que estos apuntan con claridad hacia la confirmación de la tesis defendida, es decir, hacia la existencia de una relación bidireccional entre fraseología y estereotipos.

4. Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ MONTALBÁN, F. (2008): “‘Hacerse el sueco’. Estereotipos culturales en el popular español”. *Boletín de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera*, 38: 25-38.
- BARTMIŃSKI, J. (2009): *Aspects of cognitive ethnolinguistics*. London – Oakville, CT.: Equinox.
- ČERNÝ, J. (2000): *Historia de la Lingüística*. Cáceres, Universidad de Extremadura.
- DOBROVOL'SKIJ, D. y PIIRAINEN, E. (2005): *Figurative Language*. Amsterdam et al: Elsevier.
- DOVAL, G. (2010): *Del hecho al dicho*. Madrid: Alba Libros.
- GUTIÉRREZ RUBIO, E. (2013): “La valoración de ‘el otro’ en la fraseología alemana, checa, española e inglesa”, *Études Romanes de Brno* 34, 2: 149-169.
- IBARRETXE-ANTUÑANO, I. y VALENZUELA, J. (2012): *Lingüística Cognitiva*. Barcelona: Anthropos.
- LUQUE NADAL, L. (2012): *Principios de culturología y fraseología españolas. Creatividad y variación en las unidades fraseológicas*. Frankfurt am Main, Berlin, Berna, Bruselas, New York, Oxford, Vienna: Peter Lang.
- PRIETO GRANDE, M. (2004): “Hablando en plata: de modismos y metáforas culturales”. En M. A. Castillo Carballo, O. Cruz Moya, J. M. García Platero y J. P. Mora Gutiérrez (coords.) *Las Gramáticas y los Diccionarios en la Enseñanza del Español como Segunda Lengua: Deseo y Realidad. Actas del XV congreso internacional de ÁSELE*. Sevilla: Universidad de Sevilla: 710-718.

- SECO, M. et al. (2006): *Diccionario fraseológico documentado del español actual: locuciones y modismos españoles*. Madrid: Santillana.
- TIMOFEEVA, Larissa. *El significado fraseológico. En torno a un modelo explicativo y aplicado*. Madrid: Liceus, 2012.
- VALENZUELA, J., IBARRETXE-ANTUÑANO, I. y HILFERTY, J. (2012): “Semántica cognitiva”, en Ibarretxe-antuñano, I. y Valenzuela, J. (eds.), *Lingüística Cognitiva*. Barcelona: Anthropos: 41-68.
- VALEŠ, M. (2010): *Observaciones sociolingüísticas del español. Metodología, variación y prestigio*. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing.
- VANKOVÁ, I. (2010): “Úvodem: na cestě ke kognitivní (etno)lingvistice”. *Slovo a slovesnost*, 2010, n°4: 245-249.
- ZINKEN, J. (2004): “Metaphors, stereotypes, and the linguistic picture of the world: Impulses from the Ethnolinguistic School of Lublin”. *metaphorik.de* 7: 115-136.

Páginas web consultadas

- ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Corpus Diacrónico del Español (CORDE). <http://corpus.rae.es/CORDENET.html> [consulta: 13/10/2013].
- ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Corpus de Referencia del Español Actual (CREA). <http://corpus.rae.es/creanet> [consulta: 13/10/2013].
- ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Diccionario de la lengua española, 22ª edición [online] (DRAE). En: www.rae.es [consulta: 31/08/2013].
- CASA DE LA CULTURA AFROURUGUAYA. “Borremos el racismo del lenguaje”. En <http://www.casaafrouuguay.org/index.php/audio-visuales/videos/52-mEDIATECA/audiovisuales/399-video-3> [consulta: 31/08/2013].
- MARTORELL, M. “RTVE. Preguntas a la historia: ¿Cuál es el origen de la frase ‘hacer el indio’?” En <http://www.rtve.es/alacarta/audios/preguntas-a-la-historia/preguntas-historia-cual-origen-frase-hacer-indio-12-04-13/1733836/> [consulta: 31/08/2013].