

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra romanistiky

Jazykový obraz různých národností v české, španělské a anglické frazeologii.

The image of various nationalities in the Czech, Spanish and English phraseology.

La imagen de varias nacionalidades en la fraseología checa, española e inglesa.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vypracovala: Bc. Jana Pospěchová

Studijní obor: Španělská filologie

Vedoucí práce: Mgr. Enrique Gutiérrez Rubio, Ph.D.

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně dle pokynů vedoucího diplomové práce. Všechny podklady, ze kterých jsem čerpala, jsou uvedeny v seznam použité literatury.

Jana Pospěchová

V Olomouci dne:

.....

Quiero agradecerle mucho al director de esta tesis, Mgr. Enrique Gutiérrez Rubio, Ph.D., tanto por sus valiosos consejos como por su disponibilidad a ayudarme en cualquier momento con todas mis preguntas y dudas.

Índice

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Objetivos de trabajo	6
1.2. Estructura.....	6
1.3. Metodología y material.....	7
2. PERSPECTIVA TEÓRICA.....	8
2.1. Lingüística cognitiva	8
2.1.1. ¿Qué es lingüística cognitiva?	8
2.1.2. Del estructuralismo a la lingüística cognitiva	9
2.1.2.1. Estructuralismo	10
2.1.2.2. La hipótesis de Sapir-Whorf.....	10
2.1.2.3. Chomsky y el generativismo	11
2.1.2.4. Tendencias nuevas, principios fundamentales.....	12
2.1.3. Áreas de investigación	14
2.1.4. Procesos cognitivos, conceptos básicos	15
2.1.4.1. Categorización	15
2.1.4.2. Teoría del prototipo.....	16
2.1.4.3. Metáfora	17
2.1.4.3.1. Metáforas de orientación	18
2.1.4.3.2. Resumen	19
2.1.4.4. Metonimia	19
2.1.4.5. Antropocentrismo	20
2.1.4.5.1. Etnocentrismo	21
2.1.4.6. Lo nuestro/lo ajeno	21
2.1.5. Resumen.....	22
2.2. Etnolingüística, antropología lingüística	23
2.2.1. Estereotipo	23
2.3. Fraseología.....	25
2.3.1. Unidades fraseológicas	25
2.3.1.1. Colocaciones	27
2.3.1.2. Locuciones	27
2.3.1.3. Enunciados fraseológicos.....	28
3. ANÁLISIS.....	29
3.1. Metodología.....	29
3.1.1. Recursos.....	29
3.1.2. Corpus.....	30
3.1.3. Criterios de valoración.....	31
3.1.3.1. Contacto	31
3.1.3.2. Valoración e imagen	32

3.2.	Fraseología española	32
3.2.1.	Descripción de nacionalidades	34
3.2.2.	Imagen de nacionalidades	34
3.2.2.1.	«Moros»	35
3.2.2.2.	Chinos	35
3.2.2.3.	Américas	36
3.2.2.4.	Indios	36
3.2.2.5.	Negros	36
3.2.2.6.	Otros.....	37
3.2.3.	Influencia de la distancia en la valoración	37
3.2.3.1.	Convivencia.....	38
3.2.3.2.	Cercanía	38
3.2.3.3.	Lejanía.....	38
3.2.4.	Conclusiones	39
3.3.	Fraseología checa	40
3.3.1.	Descripción de nacionalidades	41
3.3.2.	Imagen de las nacionalidades	42
3.3.2.1.	Cikáni (gitanos)	42
3.3.2.2.	Indiáni (indios)	43
3.3.2.3.	Turci (turcos).....	44
3.3.2.4.	Rakousko-Uhersko (Imperio austrohúngaro)	44
3.3.2.5.	Angličané (ingleses).....	45
3.3.2.6.	Otros.....	45
3.3.3.	Influencia de la distancia en la valoración	45
3.3.3.1.	Autorretrato	46
3.3.3.2.	Convivencia.....	46
3.3.3.3.	Cercanía	47
3.3.3.4.	Lejanía.....	47
3.3.4.	Conclusiones	48
3.4.	Fraseología inglesa	49
3.4.1.	Descripción de nacionalidades	50
3.4.2.	Imagen de nacionalidades	50
3.4.2.1.	Dutch (holandeses)	50
3.4.2.2.	Otros.....	51
3.4.3.	Influencia de la distancia en la valoración	51
3.4.3.1.	Autorretrato	52
3.4.3.2.	Convivencia.....	52
3.4.3.3.	Cercanía	52
3.4.3.4.	Lejanía.....	53
3.4.4.	Conclusiones	53
3.5.	Comparación.....	53
3.5.1.	Descripción de nacionalidades	54

3.5.2.	Influencia de la distancia en la valoración	54
3.5.3.	Imagen	55
3.5.3.1.	Varias imágenes de la misma nación	55
3.5.3.1.1.	América	56
3.5.3.1.2.	Franceses	56
3.5.3.1.3.	Gitanos.....	56
3.5.3.1.4.	Indios	56
3.5.3.1.5.	Negros.....	56
3.5.3.1.6.	Turcos.....	57
3.5.3.2.	La misma imagen sobre varias naciones	57
3.5.3.2.1.	Lo conocido/lo desconocido	57
3.5.3.2.2.	Otras	58
4.	CONCLUSIONES	59
5.	ANOTACIÓN.....	61
5.1.	Anotace.....	61
5.2.	Annotation	62
6.	BIBLIOGRAFÍA	63
6.1.	Libros de referencia.....	63
6.2.	Diccionarios	65
6.2.1.	Recursos en papel	65
6.2.2.	Recursos electrónicos	65

1. Introducción

1.1. Objetivos de trabajo

Este trabajo será un pequeño estudio lingüístico comparativo basado en la lingüística cognitiva. Esta tendencia más reciente en el campo lingüístico trae una nueva perspectiva de cómo estudiar la lengua, ya que se interesa sobre todo por los aspectos menos estudiados hasta entonces. En el centro de su atención están la metáfora, la metonimia o la fraseología y se destaca la importancia de la subjetividad de la lengua. Los lingüistas cognitivos creen que en la lengua se refleja la manera de pensar y ver el mundo de sus hablantes.

«Ano, v jazyce je uložen obraz světa, naivní vědění o skutečnosti. Nehledě na to, že jazyk funguje také jako archiv kultury a zkušenosti, jako kolektivní paměť.»¹

El objetivo de la tesis es reconocer y comprender una parte de esta imagen del mundo en el español, el checo y el inglés. Estudiando detalladamente su fraseología relacionada con las nacionalidades intentaremos a interpretar cómo sus hablantes miran a la gente de otras naciones y comparar los resultados entre las tres lenguas.

1.2. Estructura

El trabajo está dividido en dos partes principales, la teórica y la práctica. La primera parte hace una breve introducción a la lingüística cognitiva. Desde el surgimiento de esta nueva corriente pasa por sus principios básicos y su evolución hasta la actualidad. Trata los procesos cognitivos como la categorización o la conceptualización y los elementos básicos, la metáfora o la metonimia. Con más detalle se habla del tema de la teoría del antropocentrismo. Aparte de la lingüística cognitiva se introduce a la etnolingüística y se trata, sobre todo, el tema del estereotipo y su surgimiento, un concepto clave para este trabajo. El tercer campo de apoyo tratado en la parte teórica del trabajo es la misma fraseología. Se define la unidad

¹ VAŇKOVÁ, «Inspirace z Lublinu», 11. Trad. del autor: «Sí, el lenguaje guarda la imagen del mundo, el saber ingenuo sobre la realidad. Sin tener en cuenta que el lenguaje funciona también como un archivo de cultura y experiencia, como una memoria colectiva.»

básica de esta disciplina, la unidad fraseológica, y se explica bien la delimitación y las propiedades de sus tres subcategorías, las colocaciones, las locuciones y los enunciados fraseológicos.

La parte práctica consta del análisis, el estudio comparativo de la fraseología checa, española e inglesa, y las conclusiones. Introduce a la metodología del análisis describiendo el procedimiento de la creación del corpus, la selección de los criterios de la valoración y la valoración misma. Estos datos, puestos en tablas para cada lengua, se describen con detalle y resumen en las conclusiones que, además, se comparan entre sí para ver las posibles similitudes o diferencias en la fraseología de los tres idiomas.

1.3. Metodología y material

El análisis se apoya en el estudio de la lingüística cognitiva (sobre todo a nivel semántico), cuyo conocimiento era fundamental. El primer paso fue, entonces, conocer la literatura importante de esta tendencia nueva y entender los principios básicos. Aunque la literatura es, en gran medida, reciente, es abundante. Además de los primeros libros donde se resumieron principales ideas y reflexiones sobre la nueva lingüística, *Metaphors We live by* de George Lakoff y Mark Johnson y *Women, fire and dangerous things* de ese primer autor, hay que mencionar también la literatura actual de la lingüista checa Irena Vaňková. Aparte de la lingüística cognitiva hay que destacar el estudio de la fraseología y la unidad fraseológica, pero también la etnolingüística.

En cuanto al propio análisis, las frases para el corpus eran buscadas en varios diccionarios idiomáticos, tanto físicos como virtuales y algunas se han sacado de los libros o del habla cotidiana. Los extensos diccionarios fraseológicos checos de František Čermák o el de la fraseología española de Manuel Seco, han facilitado mucho la búsqueda de las frases y entendimiento de su significado.

Una vez encontradas las frases incluyendo nacionalidades se hizo el corpus, la lista de las frases para el análisis. Pensados bien los criterios de la valoración y sus límites, se evaluaron las unidades fraseológicas y todos los datos se resumieron en tablas. Por último, se sumaron y bien explicaron las conclusiones de la fraseología de cada lengua y éstas se compararon entre sí.

2. Perspectiva teórica

La parte teórica hace una breve introducción a los campos científicos, en cuyo conocimiento se basa el trabajo. En principio, se dedica a una nueva concepción de la lingüística moderna, la lingüística cognitiva. Se describe su surgimiento, sus precursores y se explican los rasgos y conceptos principales. A continuación se habla sobre el concepto de estereotipo desde el punto de vista de la etnolingüística o antropología lingüística. Por último, se delimitan las unidades básicas de la fraseología y se describen sus propiedades.

2.1. Lingüística cognitiva

La lingüística cognitiva la podemos entender como una nueva mirada al lenguaje. Si antes nos fijábamos más bien en las estructuras lingüísticas formales, ahora nos interesamos más por las estructuras en las que pensamos, la relación de las palabras (signos) con los conceptos y la atención la centramos en el significado. Este capítulo explica el desarrollo de esta nueva tendencia, sus rasgos principales y temas o elementos más importantes.

2.1.1. ¿Qué es lingüística cognitiva?

William Croft y Alan Cruse en su libro del mismo título dicen:

El término lingüística cognitiva se utilizará a lo largo de este libro para hacer referencia a una estrategia de estudio del lenguaje que comenzó a cristalizar en los años 70 y que ha experimentado un auge cada vez mayor desde los años 80 (actualmente cuenta, incluso, con una sociedad internacional que organiza congresos bianuales y con una revista propia: *Cognitive Linguistics* [*Lingüística cognitiva*]).²

La lingüística cognitiva se le denota entonces, a la tendencia más reciente de este campo científico que desde su surgimiento, en los años 70, ha pasado un auge notable.

Irena Vaňková en un artículo para la revista *Slovo a slovesnost* define la lingüística cognitiva de la manera siguiente: «[...] jde o to, jak člověk (jako mluvčí určitého jazyka, tedy

² CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 17.

i představitel jistého společenství a jisté kultury) vnímá realitu, jak ji kategorizuje, jak si tvoří pojmy, čemu přikládá důležitost, jak hodnotí – a jak to lze zjistit na základě jazyka.»³

Como ya nos indica su nombre, se trata de un entendimiento del lenguaje de la perspectiva cognitiva, es decir, el estudio de la lengua que se enfoca en nuestro proceso del conocer el mundo, estrechamente ligado con los principios del funcionamiento de nuestra mente. Como dice Vaňková en su *Co na srdci, to na jazyku*⁴, así el estudio de la lengua nos lleva a los conocimientos fundamentales sobre nuestro modo de pensar y entender el mundo.

En realidad es un nuevo punto de vista que no abarca solamente la lingüística sino también la psicología, filosofía, antropología, etc.

A diferencia de algunas corrientes anteriores, la lingüística cognitiva se interesa también por las connotaciones, el resultado del habla, el emisor, el receptor, etc.; o sea, no omite el estudio del contexto y destaca la interdisciplinaridad. Otros enfoques importantes son el experimentalismo, el antropocentrismo y los principios de la metáfora y la metonimia que trataremos con más detalle a continuación.

2.1.2. Del estructuralismo a la lingüística cognitiva

Como los antecedentes de la perspectiva cognitiva podemos considerar por ejemplo Humboldt o el relativismo lingüístico. Ya mucho antes de que se empezó a hablar de la lingüística cognitiva el famoso lingüista alemán Wilhelm von Humboldt proclamaba que la lengua era el alma nacional y que los hablantes de diferentes lenguas comprendían el mundo de diferentes maneras. Las ideas de sus continuadores Sapir y Whorf culminaron en las ideas muy controvertidas, conocidas como el dicho relativismo lingüístico. Para el surgimiento del pensamiento cognitivo, sin duda, contribuyeron también la neurolingüística o el estructuralismo.

El origen de la lingüística cognitiva, sin embargo, se data entre los 70 y 80 del siglo pasado cuando dos lingüistas americanos, George Lakoff y Mark Johnson, sumaron las principales ideas de la nueva tendencia en su libro *Metaphors We live by* (1980).

³ VAŇKOVÁ, «Úvodem: na cestě ke kognitivní (etno)lingvistice», 246. Trad. del autor: «[...] se trata de cómo el ser humano (como el hablante de cierta lengua, y así el representante de cierta comunidad y cultura) percibe la realidad, cómo la categoriza, cómo crea los conceptos, al qué le atribuye importancia, cómo valora, y cómo averiguarlo a base del lenguaje.»

⁴ VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 11, 12 y 21.

2.1.2.1. Estructuralismo

No cabe duda de que uno de los puntos de partida para la nueva lingüística, centrada en el proceso de la cognición, era el extendido estructuralismo. El mayor acercamiento a lo nuevo se realizó entre los lingüistas del círculo de Praga, puesto que su interés se desplazó por primera vez a la función de la lengua. Es la conocida transformación pragmática que trajo a la lingüística un nuevo punto de vista, más pragmático, más enfocado en la comunicación y con más interés por disciplinas como la psicología, neurología o la semiótica.

Como explican las autoras del libro *Co na srdci, to na jazyku*, los estructuralistas se dedicaban a la descomposición de palabras en los elementos mínimos que llevaban un significado, los semas, e intentaban categorizarlos con lo que se aproximaron a lo que en futuro sería la lingüística cognitiva. Sin embargo, no prestaban la atención mínima en las connotaciones que, al contrario, es el enfoque de ésta. Se aclara en el ejemplo de *madrastra* que desde el punto de vista estructuralista significa *la mujer del padre respecto de los hijos llevados por este al matrimonio*, mientras la nueva mirada lingüística, explicando el término, no omite la connotación *mala*. A continuación las autoras añaden que la lingüística cognitiva destaca la apreciación del término dada por la experiencia subjetiva del ser humano que se generaliza. Nuestra lengua es así estrechamente ligada con el modo de vivir el mundo, con el proceso de su conocimiento y solo con entender este proceso podemos entender también algunas frases hechas.⁵

2.1.2.2. La hipótesis de Sapir-Whorf

Como ya hemos mencionado, Wilhelm von Humboldt introdujo a la lingüística el término la imagen lingüística del mundo, hoy en día usado frecuentemente en el estudio cognitivo, y empezó a hablar de la estrecha relación entre la lengua y la historia y cultura de sus hablantes. Como sus sucesores son considerados dos lingüistas americanos, Edward Sapir y Benjamin Lee Whorf, quienes llevaron las ideas de Humboldt hasta un punto límite. Inclínaban desde el relativismo lingüístico hasta su extremo, el determinismo lingüístico, conocido como la hipótesis de Sapir-Whorf. Jan Pokorný en su *Lingüística antropológica* explica que muchos científicos del siglo XIX. creían que un niño nacido en una familia

⁵ VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 79 y 80.

adoptiva de otra raza o cultura era capaz de aprender su idioma, no obstante, entre la estructura de la lengua y su pensamiento natural seguía habiendo una diferencia.⁶

La hipótesis de Sapir-Whorf es entendida como una teoría extrema, pero hay que decir que tampoco es errónea del todo. Sapir en su tratado sobre el lenguaje, raza y cultura dice: «El lenguaje está íntimamente ligado con nuestros hábitos de pensamiento; en cierto sentido, ambas cosas son sino una sola.»⁷ con lo que se acerca a los lingüistas cognitivos. Aparte del determinismo lingüístico que inclina hasta el racismo, las ideas de la influencia recíproca de la lengua y la cultura perviven y la imagen lingüística del mundo es, hoy en día, uno de los términos más presentes en la lingüística cognitiva.

2.1.2.3. Chomsky y el generativismo

Uno de los personajes más importantes de la lingüística moderna es, sin duda, el filósofo e histórico Noam Chomsky, cuya teoría de la gramática generativa se considera uno de los puntos de partida más importantes para el surgimiento de la lingüística cognitiva.

Este lingüista americano advirtió la capacidad de los niños de aprender a cualquier lengua y dominarla a la edad sobre seis años, que explica como una capacidad innata del hombre, el conocimiento de las llamadas leyes comunes o universales. Además de tener esta capacidad innata, para aprender una lengua (ya concreta) hay que llegar a conocer sus reglas (gramática).⁸

Chomsky atribuyó a un cambio destacable en el pensamiento no solo lingüístico. Antes, los científicos solo estudiaban en el lenguaje lo observable y mediable. Por otro lado, Chomsky habló de los constructos mentales invisibles e inmateriales.⁹

La teoría de Chomsky sobre el lenguaje asumía que la facultad lingüística humana es de naturaleza fundamentalmente sintáctica. Para Chomsky, la esencia del lenguaje consiste en la capacidad humana de combinar una serie de elementos finitos, las palabras, de manera tal que se puedan expresar una infinidad de mensajes lingüísticos.¹⁰

⁶ POKORNÝ, *Lingvistická antropologie, jazyk, mysl a kultura*, 111.

⁷ SAPIR, *El lenguaje, Introducción al estudio del habla*, 247.

⁸ NIQUE, *Introducción metódica a la gramática generativa*, 18-20.

⁹ IBARRETXE-ANTUÑANO y VALENZUELA, *Lingüística Cognitiva*, 1.

¹⁰ IBARRETXE-ANTUÑANO y VALENZUELA, *Lingüística Cognitiva*, 1.

Como explican Ibarretxe y Valenzuela, la gramática generativa, sin embargo, dejaba al lado muchos aspectos que otros lingüistas consideraban imprescindibles, como los aspectos culturales, históricos, sociales, estilísticos, etc. La teoría no abarcaba el estudio de la semántica, que para sus seguidores era fundamental, por lo que se comenzó un estudio de perspectivas distintas.¹¹

2.1.2.4. Tendencias nuevas, principios fundamentales

Las reacciones, tanto positivas como negativas, a las teorías lingüísticas trazadas en este capítulo condujeron al surgimiento de la nueva concepción en la lingüística. El estructuralismo empezó a hacerse muy limitado para algunos, ya que, como comentan William Croft y Alan Cruse en su *Lingüística cognitiva*, la semántica estructural comparaba palabras a base de unos criterios objetivos lo que dejó de ser suficiente. Nos dan un ejemplo del grupo de palabras comparadas: *hombre/mujer/niño/niña*. Mientras la semántica estructural se contentaba para definir los conceptos con la categorización de adulto/joven/femenino/masculino, los lingüistas cognitivos advierten las fronteras borrosas y destacan la subjetividad y la importancia de las connotaciones. Más adelante explican que, por ejemplo, en inglés, la palabra *niña* se le suele denotar a una mujer generalmente hasta mucho mayor de edad que se le denota la palabra *niño* a un hombre.¹²

Irena Vaňková, una lingüista checa que lleva dedicándose mucho tiempo al estudio de la lingüística cognitiva, en un artículo para *Čítanka textů z kognitivní lingvistiky II*. Llamado *La inspiración de Lublin*, dice:

Konotace – vyjadřující naši konkrétní lidskou zkušenost – se v lublinském bádání považují za zcela zásadní součást významu. A právě ve zkoumání významu takto pojatého lze najít základní stavební prvky jednotlivých kultur, specifika národních společenství.¹³

Así que, se crea una nueva tendencia que se opone a las anteriores y se centra en el entender nuestro proceso de la conceptualización, categorización y de pensar.

¹¹ IBARRETXE-ANTUÑANO y VALENZUELA, *Lingüística Cognitiva*, 2.

¹² CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, cap. 1.

¹³ VAŇKOVÁ, «Inspirace z Lublinu», 11. Trad. del autor: «Las connotaciones, expresando nuestra experiencia humana concreta, se consideran la parte fundamental del significado en la investigación de Lublin. Pues, en el estudio del significado así concebido, se pueden encontrar los elementos básicos de las culturas particulares, los rasgos específicos de las comunidades nacionales.»

Según George Lakoff en su libro *Women, fire, and dangerous things*, los lingüistas se plantean las siguientes preguntas:

What is reason? How do we make sense of our experience? What is the conceptual system and how is it organized? Do all people use the same conceptual system? If so, what is that system? If not, exactly what is there that is common to the way all human beings think?¹⁴

A continuación pone en contraste la vista tradicional, representada por el objetivismo y la vista nueva, asignada como el realismo experiencial. Mientras la primera explica el proceso de pensar como la manipulación mecánica de símbolos abstractos distantes de lo físico, la vista nueva se basa en la experiencia humana.

Thought is embodied, that is, the structures used to put together our conceptual systems grow out of bodily experience and make sense in terms of it; moreover, the core of our conceptual system is directly grounded in perception, body movement, and experience of a physical and social character.¹⁵

Resumido, los comienzos de la lingüística cognitiva se datan entre los 70 y los 80 del siglo XX. cuando algunos de los lingüistas empezaron a oponerse contra algunas ideas de las tendencias ya existentes, sobre todo el estructuralismo y el generativismo. La mayor importancia para el surgimiento de la lingüística cognitiva se les atribuye a dos lingüistas americanos, George Lakoff y Mark Johnson que como los primeros sumaron las principales ideas de la corriente nacida en su *Metaphors We live by*.

De lo innovador que han traído al estudio de la lingüística es el realismo experiencial, un punto de vista del lenguaje estrechamente ligado con la cultura, normas, valores de la sociedad pero también con la experiencia física del ser humano.

Aparte de la lingüística americana hay que mencionar también la polaca. Como afirma Irena Vaňková en *Nádoba plná řeči*: en los 80 en Lublin se empezó a formar, absolutamente

¹⁴ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, preface. Trad. del autor: «¿Cuál es la razón? ¿Cómo percibimos nuestra experiencia? ¿Cómo es el sistema conceptual y cómo está organizado? ¿Todos los humanos usamos el mismo sistema conceptual? Si es así, ¿cuál es el sistema? Si no, ¿qué exactamente es lo común en la manera de pensar de los humanos?»

¹⁵ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, preface. Trad. del autor: «La manera de pensar se basa en lo físico, es decir, las estructuras usadas para crear nuestro sistema conceptual surgen fuera de la experiencia física y tienen sentido en los términos de la misma. Además, el núcleo de nuestro sistema conceptual se desarrolla directamente de la percepción, el movimiento corporal y la experiencia física y social.»

independiente del cognitivismo americano, una nueva tendencia lingüística, relacionada con su concepto de la «imagen nacional del mundo». Unas líneas más tarde explica:

V lublinském přístupu k jazyku a jazykovědě jsou to ovšem některá z nutných východisek zkoumání. Vše je neseno spíše jinou ideou, jež je poznání procesů probíhajících v lidské mysli; v popředí je to, co je spojeno s myslí kolektivní: studium jazyka jako obrazu světa, v přímé souvztažnosti národního jazyka s národní kulturou.¹⁶

2.1.3. Áreas de investigación

Como ya se ha mencionado, la lingüística cognitiva entiende el lenguaje como la parte del conocimiento que nos indica cómo percibimos e interpretamos el mundo. Por lo tanto, su estudio está estrechamente relacionado con la psicología cognitiva, los procedimientos del conocimiento sensual, estudio de cerebro y del sistema nervioso central, etc. El lenguaje lleva parte en el proceso de nuestro entendimiento del mundo y su categorización, en la creación de la imagen sobre él.

Las autoras de *Co na srdci, to na jazyku* dividen el estudio cognitivo del lenguaje en tres grupos: el estudio del cerebro, de la mente y del lenguaje y la cultura¹⁷, que según su área de investigación colaboran con otros campos científicos.

Uno de los conceptos fundamentales de la lingüística cognitiva es el significado. Sin embargo, como mencionan William Croft y Alan Cruse, aparte de la semántica, su interés se ha extendido también en el área de la morfología, sintaxis y más tarde también fonología o lingüística histórica.¹⁸

Otros conceptos centrales son la metáfora, la metonimia, la conceptualización, la categorización en el lenguaje pero también la teoría del prototipo o el antropocentrismo.

¹⁶ VAŇKOVÁ, *Nádoba plná řeči, Člověk, řeč a přirozený svět*, 47. Trad. del autor: «En la actitud respecto al lenguaje y a la lingüística de Lublin, sin embargo, se hallan algunos de los puntos de partida imprescindibles para la investigación. Todo lleva más bien una idea diferente a aquella del conocimiento de los procesos transcurridos en la mente humana; en el primer plano está lo que se une con la mente colectiva: el estudio del lenguaje como imagen del mundo, en la correlación directa del lenguaje nacional con la cultura nacional.»

¹⁷ VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 34 y 35.

¹⁸ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 17.

Todos estos conceptos y principios básicos de la lingüística cognitiva se tratarán con más detalle en los capítulos siguientes.

2.1.4. Procesos cognitivos, conceptos básicos

Según los lingüistas cognitivos, el lenguaje nos da a conocer cómo percibimos la información y así, cómo entendemos y vivimos el mundo. Los procesos cognitivos son un asunto muy complejo, sin embargo, con la ayuda de otras áreas científicas se intenta a conocerlos y describirlos.

William Croft y D. Alan Cruse clasifican los procesos cognitivos en cuatro grupos principales. El primero lo denominan Atención/prominencia y se trata de un proceso complejo de prestar atención en una cosa y omitir otra, o sea, es la capacidad de seleccionar lo que consideramos importante e ignorar lo que no. Como comentan más adelante, el foco de la atención, además, es rodeado por el dominio (ámbito) de atención.¹⁹

El segundo grupo es el juicio/comparación que son procesos de esquematización. Es la categorización que compara la nueva experiencia con las anteriores, o la metáfora. El tercero y el cuarto denominan perspectiva/situación y constitución/Gestalt.²⁰

2.1.4.1. Categorización

Según Lakoff, para poder contestar la pregunta principal de los lingüistas cognitivos, ¿Cómo pensamos?, hay que entender cómo categorizamos, ya que:

[...] any time we either produce or understand any utterance of any reasonable length, we are employing dozens if not hundreds of categories: categories of speech sounds, of words, of phrases and clauses, as well as conceptual categories.²¹

Se trata de un procedimiento muy complicado pero también muy natural de hacerle orden, y así, simplificar la cantidad de información percibida.

William Croft y D. Alan Cruse explican:

¹⁹ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, cap. 2.

²⁰ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, cap. 2.

²¹ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, 6. Trad. del autor: «[...] siempre que producimos o percibimos una declaración de un periodo razonable, utilizamos docenas, si no centenares, de categorías: categorías de sonidos del habla, de palabras, de frases y oraciones, además de las categorías conceptuales.»

La categorización implica la aprehensión de una determinada entidad individual o de algún aspecto concreto de la experiencia en tanto que caso particular de otra cosa, que se concibe de un modo más abstracto y que abarca, asimismo, otras instancias reales o potenciales.²²

Distinguen los conceptos individuales (como *Tony Blair*, *Cleopatra*, *Praga*) y los genéricos (*gato*, *terrorista*). Según ellos, un ser humano adulto conoce miles de elementos individuales y los genéricos que, en la mayoría de los casos, cumplen la función de identificar o caracterizar los primeros. Un concepto individual, sin embargo, no es en sí mismo una conceptualización definitiva.²³

Definir la categoría es una tarea muy difícil. Se proponen dos propiedades como dos límites de la misma, pero las fronteras son muy vagas y variables.

2.1.4.2. Teoría del prototipo

En *Co na srdci, to na jazyku* se reconocen dos tipos de categorización: la objetiva y la prototípica.²⁴ Mientras la primera tiene el carácter denotativo, la segunda es de carácter connotativo y suele aparecer en la fraseología. El prototipo es, pues, el caso más específico de la categoría. Aquí, hay que tomar en cuenta que se trata de una categorización subjetiva y, sin duda, bien relacionada con la cultura de los hablantes de la misma lengua.

La teoría del prototipo se le debe a la psicóloga cognitiva de California, Eleanor Rosch. Ésta desarrolló una teoría de la categorización de una centralidad gradual.

Hay que ver que:

No todos los miembros de una categoría tienen el mismo estatus dentro de la misma. De forma intuitiva, las personas consideran que algunos miembros constituyen mejores ejemplos de la categoría que otros. Los miembros juzgados como mejores ejemplos de una categoría pueden considerarse como los más centrales de ésta.²⁵

²² CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 107.

²³ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 108.

²⁴ VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 83.

²⁵ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 111.

Croft y Cruse explican que los psicólogos cognitivos hacían experimentos de la idoneidad del ejemplar. Dejaban enumerarlos a la gente unos conceptos según los más prototípicos de una categoría (hortaliza) y descubrían que los clasificaban semejante (puerro o zanahoria en el primer lugar). Con lo que también aquí está presente la influencia de la cultura a la lengua y depende de la familiaridad de los conceptos.²⁶

La teoría del prototipo ha ayudado a comprender y especificar el proceso de la categorización transcurrida en nuestra mente, aunque sigue siendo un asunto muy complicado. Croft y Cruse advierten por ejemplo la deficiencia de que aquello que se elige como ejemplo óptimo de una categoría puede variar según el contexto.²⁷

2.1.4.3. Metáfora

En las primeras páginas del libro *Metaphors We live by*, sus autores, George Lakoff y Mark Johnson, expresan su nuevo punto de vista a la metáfora:

Metaphor is for most people a device of the poetic imagination and the rhetorical flourish—a matter of extraordinary rather than ordinary language. Moreover, metaphor is typically viewed as characteristic of language alone, a matter of words rather than thought or action. For this reason, most people think they can get along perfectly well without metaphor. We have found, on the contrary, the metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature.²⁸

Este fue un cambio fundamental en el pensamiento sobre la metáfora que contribuyó al surgimiento de la lingüística cognitiva. Pues la metáfora está presente en nuestra vida cotidiana y aparece tanto en el lenguaje como en nuestro propio procedimiento de pensar. La metáfora dejó de ser, entonces, exclusivamente un asunto del lenguaje (más bien poético) y se

²⁶ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 111 y 112.

²⁷ CROFT y CRUSE, *Lingüística cognitiva*, 111 y 112.

²⁸ LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by*, 3. Trad. Del autor: «La metáfora es para mucha gente un instrumento de la imaginación poética y el enriquecimiento retórico: un asunto del lenguaje más bien extraordinario que ordinario. Además, la metáfora es habitualmente vista como una característica del lenguaje en sí mismo, más bien un conjunto de palabras que una manera de pensar o actuar. Por estas razones, la mayoría de la gente cree que puede funcionar perfectamente sin la metáfora. Nosotros hemos observado, por el contrario, que la metáfora está presente en la vida cotidiana, no solamente en el lenguaje sino también en el modo de pensar y actuar. Nuestro sistema conceptual común, en términos que los dos pensamos y actuamos, es, en esencia, metafórico por naturaleza.»

convirtió en el centro de la atención, ya que, una vez más, solo si llegamos a conocer nuestro proceso de pensar, entenderemos también el funcionamiento del sistema de una lengua.

Lakoff y Johnson señalan el pensamiento metafórico en varios ejemplos en su lengua materna, por ejemplo *Argument is war* o *Time is money*. Cuando hablamos de una discusión, pensamos en ella como en una guerra: *He attacked every weak point in my argument, Your claims are indefensible, If you use that strategy, he'll wipe you up*, etc. En el otro ejemplo, *Time is money*, se compara el tiempo con el dinero. En inglés son comunes unidades como: *to waste time, to save time, to invest time, to have some time left*, etc.²⁹ En español también utilizamos: *perder el tiempo, ¿te queda tiempo?*, etc. Con estos y muchos más ejemplos Lakoff y Johnson enseñaron que nuestro sistema conceptual es metafórico por naturaleza.

¿Por qué tiempo y dinero? Otra observación importante de los dos lingüistas americanos fue que los sistemas conceptuales pueden diferir de lengua en lengua por la experiencia diferente de la motivación cultural. En el caso de *Tiempo es dinero* hablamos sobre el tiempo utilizando verbos y unidades primeramente relacionados con el dinero por cierta semejanza. Lakoff y Johnson explican la apariencia de esta metáfora en varias lenguas occidentales como un fenómeno de esta cultura. En el mundo occidental es típica la falta de tiempo, ya que muchas personas tienen que trabajar muchas horas diarias o tienen otras actividades por hacer. El tiempo, entonces, se aprecia tanto como el dinero (que se aprecia igualmente en esta cultura).³⁰ Sin embargo, una lengua de alguna otra cultura, que no es tan dependiente del dinero o no siente falta de tiempo, pudiera disponer también de una metáfora diferente.

2.1.4.3.1. Metáforas de orientación

Uno de los tipos de metáforas reconocido en *Metaphors We live by* son las metáforas motivadas por la orientación en el espacio, arriba-abajo, dentro-fuera, central-periferia, etc. Según Lakoff y Johnson el pensamiento de las oposiciones es físico por naturaleza, viene de la experiencia humana física. No obstante, las estructuras metafóricas igualmente varían de cultura en cultura. Mientras algunas ven el futuro como algo que está por delante, para otras culturas está detrás.³¹

²⁹ LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by*, 5-8.

³⁰ LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by* 5-8.

³¹ LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by*, cap. 4.

Por lo menos en las lenguas europeas es muy común la comprensión de la oposición arriba-abajo como algo mejor-peor, sano-enfermo, más-menos, bueno-malo, etc. Hecho que se explica con la experiencia física de que cuando estamos de pie (arriba) estamos bien, sanos y al revés.

2.1.4.3.2. Resumen

George Lakoff y Mark Johnson en *Metaphors We live by* señalaron que el sistema conceptual de la lengua es metafórico, y más allá, nuestro pensamiento es metafórico por naturaleza. Pensamos en metáforas, comparamos a base de la experiencia, sobre todo, la experiencia física. Se trata de metáforas estructurales, casos donde un concepto es estructurado en los términos del otro.³²

2.1.4.4. Metonimia

La metonimia, junto con la metáfora, son dos casos principales del uso figurado de la lengua aunque se trata de procesos diferentes. La metáfora es una manera de expresar un concepto en términos de otro. Pues su primera función es la del entendimiento. La metonimia, por otro lado, principalmente cumple la función referencial, donde un concepto sirve para sustituir otro.³³

Lakoff desarrolla el tema de la metonimia en *Women, fire en dangerous things*. Según él es un proceso básico y natural en nuestro procedimiento de conocer y pensar:

Metonymy is one of the basic characteristics of cognition. It is extremely common for people to take one well-understood or easy-to-perceive aspect of something and use it to stand either for the things as a whole or for some other aspect or part of it.³⁴

Uno de los ejemplos de la metonimia que nos presenta Lakoff es: «The ham sandwich just spilled beer all over himself.»³⁵ Es evidente que no se habla del sándwich sino de la

³² LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by* cap. 1.

³³ LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by*, cap. 8.

³⁴ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, 77. Trad. del autor: «La metonimia es una de las características principales de la cognición. Es muy habitual para la gente tomar un aspecto bien entendible o fácil de percibir, y usarlo sustituyendo los objetos por el todo o por algunos otros aspectos o sus partes.»

³⁵ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, 77.

persona que está comiendo el sándwich y no es necesaria ninguna explicación adicional. La metonimia es entonces, un proceso natural de referirnos a un concepto sustituyéndolo por otro. Puede ser la institución por la persona responsable, el objeto por el usuario o la parte por el todo. «And, like metaphoric concepts, metonymic concepts are grounded in our experience.»³⁶

2.1.4.5. Antropocentrismo

Aparte de la metáfora, la metonimia y el sistema conceptual, un término fundamental para la lingüística cognitiva es el antropocentrismo. La idea es que para la creación del lenguaje es muy importante el sentimiento físico de un ser humano, la percepción en el espacio. El ser humano se hace el criterio y la medida de todo lo que lo rodea. Divide bien *lo arriba/lo abajo, lo delante/lo atrás, lo cercano/lo lejano*; mide según su experiencia física: *un puñado de harina, Estoy hasta las narices, Me ha llegado el agua hasta las rodillas, etc.*³⁷

Como explica Anna Padzińska, el humano también se delimita de los demás, de los animales, con expresiones diferentes para las mismas acciones: *estar embarazada/preñada, boca/hocico.*³⁸

Vaňková advierte la presente superioridad que siente el humano a los animales con expresiones y sus connotaciones negativas como: *comportarse como un animal, comportamiento inhumano.*³⁹

Nuestra percepción del mundo es entonces bien influida por la experiencia física y está presente también en el sistema complejo del lenguaje. El ser humano se hace el centro y la medida del mundo.

³⁶ LAKOFF y JOHNSON, *Metaphors We live by*, 39. Trad. del autor: «Además, al igual que los conceptos metafóricos, los conceptos metonímicos se basan en nuestra experiencia.»

³⁷ VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 45y 46.

³⁸ PAJZDIŇSKA, «Kategorie strukturující jazykový obraz světa: antropocentrismus a opozice „vlastní“ – „cizí“», 28.

³⁹ VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 62.

2.1.4.5.1. Etnocentrismo

Como una subcategoría del antropocentrismo podemos comprender el etnocentrismo que es un término clave para el análisis de este trabajo. Desde la vista de la sociología o la antropología lingüística se define como una tendencia general de los grupos sociales a creer que son mejores que los otros.⁴⁰ Desde la vista de la lingüística cognitiva es, sin embargo, un poco diferente. Si en el antropocentrismo el ser humano se hace el centro y la medida para lo que lo rodea, en el etnocentrismo el núcleo será el miembro mediano de cierta cultura o grupo étnico pero no tiene que ser necesariamente mejor que los demás.

Así, la medida para ver y comprender el mundo en el lenguaje se hará un prototipo de la cultura de sus hablantes, fundado por la experiencia colectiva. Aparece el sentimiento de la integridad y la diferencia de otras culturas. Se valoran otras culturas según «nosotros», de manera que si vemos una cultura más abierta, se le atribuye una etiqueta «abiertos». Así surgen varios estereotipos que trataremos con más detalle más adelante.

2.1.4.6. Lo nuestro/lo ajeno

Para ver cómo miramos a los miembros de otras nacionalidades, hay que comprender ya la estructura básica *lo nuestro/lo ajeno*. En la introducción del libro reciente *Nádoba plná řeči* su autora, Irena Vaňková, explica el fundamento del antropocentrismo:

Všechno, co ve světě poznáme, poměřujeme tím, jak je to u nás doma: v naší rodině, v našem kulturním společenství, v naší krajině a zemi, u nás. (A také v našem jazyce.) Je to norma, která pro nás zakládá jinakost i prožívání opozice „vlastní a cizí“. Co není jako „u nás“, je buď zvláštní, exotické – anebo divné.⁴¹

En *Co na srdci, to na jazyku* se advierten las connotaciones positivas a «lo nuestro» y, al contrario, las negativas a «lo ajeno» que pueden llegar hasta un sentimiento de xenofobia a

⁴⁰ KOSEK, *Právo (n)a předsudek, Historické, filozofické, sociálně psychologické, kulturní a právnícké souvislosti stereotypů a předsudků*, 12.

⁴¹ VAŇKOVÁ, *Nádoba plná řeči, Člověk, řeč a přirozený svět*, 16. Trad. del autor: «Todo lo que experimentamos en el mundo lo comparamos con el hecho de cómo es en nuestra casa: en nuestra familia, nuestra comunidad cultural, nuestra región y país, en nuestra casa. (Y también en nuestra lengua.) Es una medida que, para nosotros, funda la diferencia y el vivir de la oposición “lo nuestro y lo ajeno”. Lo que difiere de “lo nuestro” es bien extraordinario, exótico, o bien raro.»

todo lo diferente o al racismo. Añade que ya la misma palabra «nuestro» lleva significados de la cercanía o seguridad mientras hablando de «lo ajeno» pensamos en lo inseguro, el miedo de lo desconocido, etc.⁴²

Anna Pajdzińska en un artículo dedicado exclusivamente al antropocentrismo y la oposición lo nuestro/lo ajeno confirma la vista positiva a lo que consideramos nuestro y al revés, sin embargo, añade:

Nemůžeme ovšem zapomínat, že nedůvěra, podezíravost nebo dokonce nenávisť vůči odlišnosti se běžně spojují se zvědavostí. Někdy zvítězí zájem, fascinace, obdiv. Pól cizosti tehdy získává netypickou kladnou hodnotu.⁴³

La oposición *lo nuestro/lo ajeno* es la oposición fundamental para la delimitación de la persona, su familia, un grupo étnico o una nacionalidad y la cultura de los demás. En general, todo lo que no incluimos a «lo nuestro» lo valoramos negativamente mientras a todo lo que consideramos propio le atribuimos connotaciones positivas, aunque no siempre es cierto. Lo que es «ajeno» para nosotros puede ser simplemente diferente y exótico o incluso fascinante.

2.1.5. Resumen

La lingüística cognitiva es una nueva perspectiva de ver las estructuras y los elementos lingüísticos. Del anterior objetivismo en el estudio de la lengua, ésta se centra más bien en lo subjetivo, basado en la experiencia humana estudiando el lenguaje de la perspectiva llamada realismo experimental. Para comprender el sistema de un lenguaje hay que comprender la manera de pensar y conceptualizar de sus hablantes.

Los conceptos fundamentales para la tendencia cognitiva son la metáfora, la metonimia, la conceptualización, la categorización o el antropocentrismo. Aquello que motiva la creación de la lengua es nuestro modo de pensar, influido también por nuestra experiencia física.

⁴² VAŇKOVÁ, NEBESKÁ, SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, 64 y 65.

⁴³ PAJDZIŃSKA, «Kategorie strukturující jazykový obraz světa: antropocentrismus a opozice „vlastní“ – „cizí“», 33. Trad. del autor: «No podemos omitir, sin embargo, que la desconfianza, la suspicacia o incluso el odio hacia lo diferente suele unirse con la curiosidad. A veces vence el interés, la fascinación, la admiración. Así pues, el polo de lo diferente adquiere un valor positivo atípico.»

2.2. Etnolingüística, antropología lingüística

Como otras ciencias de apoyo para este trabajo fueron los campos interdisciplinarios de etnolingüística y de la antropología lingüística que estudian la influencia mutua del hombre y su cultura con la lengua. Según Alessandro Duranti:

La especificidad de la antropología lingüística reside en mirar las lenguas como constructos humanos que son síntoma y parte de las vidas de los pueblos, a la vez que son instrumentos de comunicación y de representación del mundo. Al centrarse en el estudio de los usos lingüísticos en el seno de la vida social, puede explicar el significado que las “formas” lingüísticas adquieren en los contextos en que son utilizadas, permite descubrir patrones interactivos que revelan visiones del mundo y formas de relación entre los individuos en tanto que seres sociales.»⁴⁴

Desde el punto de vista de la antropología lingüística moderna, la lengua es un elemento bien unido con el hombre. Aparte de que sirve como medio de comunicación, se considera también la representación del mundo en lo cual coincide con las ideas de la lingüística cognitiva.

En la antropología lingüística en el primer plano estará el hombre como el actor social, el miembro de comunidades y un conjunto de creencias y valores morales entrecruzados.⁴⁵ Uno de los términos claves de la etnolingüística o la antropología lingüística es el estereotipo que es muy importante igualmente para la lingüística cognitiva y para el análisis de este trabajo.

2.2.1. Estereotipo

El estereotipo se suele definir como un conjunto de imágenes simplificado y usado con frecuencia para referirse a personas, grupos sociales o étnicos. Por lo general, si se trata de la imagen del grupo social al que no pertenecemos, lleva connotaciones negativas. Según Lakoff, desde la perspectiva cognitiva podríamos ver los estereotipos como el caso de la estructura categoría por el todo.⁴⁶ El estereotipo es, en realidad, el caso «ideal» o típico de la

⁴⁴ DURANTI, *Antropología lingüística*, prólogo.

⁴⁵ DURANTI, *Antropología lingüística*, prólogo.

⁴⁶ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, 85.

teoría del prototipo. Su creación es, entonces, algo muy común y natural. Siempre si hablamos o pensamos de un concepto, lo categorizamos y buscamos los ejemplos «ideales». Los estereotipos simplificados, como otros prototipos, nos facilitan la percepción y la descripción del mundo.

¿Cómo surgen los estereotipos? Jan Kosek cree que muchos prejuicios llevan un grano de la razón, puede ser una experiencia personal suelta, la lectura, etc. y añade: «Tyto informace či zkušenosti – často nevědomě – zevšeobecníme a začneme je vztahovat na všechny Italy, katolíky a Židy, tedy pohlížet na ně pod zorným úhlem stereotypu.»⁴⁷

Anna Sztuba en su artículo sobre los autorretratos y retratos lingüísticos en el refranero polaco enumera algunos factores: «Entre los más frecuentes, podríamos mencionar: la experiencia compartida, las inquietudes, las fobias y a menudo, la incomprensión de lo ajeno y desconocido culturalmente.»⁴⁸ Según ella, los estereotipos surgen, al contrario de Kosek, muchas veces más bien del desconocimiento que del conocimiento. Según Pajdzińska, incluso a veces no se necesita razones para la creación de estereotipos y varias veces la agumentación es creada ex post.⁴⁹

Al fin y al cabo, el estereotipo es un asunto que se trata con cuidado porque está solo a un paso del racismo. Sin embargo, no es nada más que el resultado del proceso de la categorización que es imprescindible para nuestro pensar y describir el mundo. Las consecuencias de la influencia de los estereotipos y el racismo sería otro capítulo.

También durante el surgimiento de los estereotipos está presente la teoría del prototipo, el antropocentrismo y el etnocentrismo. La medida para mirar y valorar otras culturas será la propia cultura. Los estereotipos pueden cambiar con el tiempo pero también pueden pervivir en la lengua mucho tiempo y seguir influyendo el pensamiento de sus hablantes sin que se conociera su origen.

⁴⁷ KOSEK, *Právo (n)a předsudek, Historické, filozofické, sociálně psychologické, kulturní a právnické souvislosti stereotypů a předsudků*, 16. Trad. del autor: «Esta información o experiencia, a menudo inconscientemente, la generalizamos y empezamos a relacionarla con todos los italianos, católicos y judíos; empezamos a mirarlos, entonces, desde el punto de vista estereotipado.»

⁴⁸ SZTUBA, «Los autorretratos y retratos lingüísticos en el refranero polaco. El hábito hace al monje. Habit czyni mnicha.», 252.

⁴⁹ PAJZDIŃSKA, «Kategorie strukturující jazykový obraz světa: antropocentrismus a opozice „vlastní“ – „cizí“», 33.

2.3. Fraseología

En este último capítulo de la parte teórica del trabajo se hará una breve introducción a la fraseología y a sus elementos y principios básicos, cuyo conocimiento fue imprescindible para la creación del corpus.

La fraseología se comprende como una subdisciplina de la lexicología. Según Čermák:

Jev idiomatiky a frazeologie (IF) je omezený na kombinace takových jednotek jazyka, které jsou v zásadě nadány významem. Samy frazémy a idiomy, které ho vytvářejí, mají svůj význam a/n funkci, jsou však vždy nějak anomální a vymykají se tedy běžným jazykovým pravidlům sémantickým a/n gramatickým [...]⁵⁰.

Tales combinaciones se llaman unidades fraseológicas. Su división, limitación y propiedades trataremos con más detalle a continuación.

Al estudio de la fraseología lo ayudan otras ciencias sociales como historia, etnografía o psicología.

2.3.1. Unidades fraseológicas

El concepto fundamental de la fraseología es la unidad fraseológica. La primera destreza que se les plantea a los lingüistas que se dedican a la fraseología es delimitar y reconocer la misma. Corpas Pastor en el libro *Fraseología* define las unidades fraseológicas como:

[...] unidades léxicas formadas por más de dos palabras gráficas en su límite inferior, cuyo límite superior se sitúa en el nivel de la oración compuesta. Dichas unidades se caracterizan por su alta frecuencia de uso, y de coaparición de sus elementos integrantes; por su institucionalización, entendida en términos de fijación y especialización semántica;

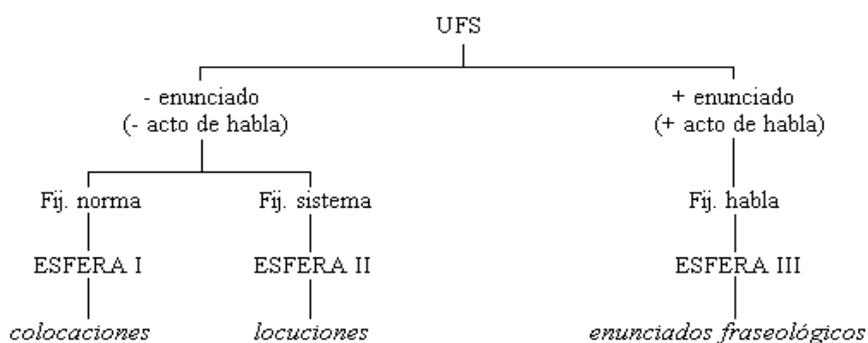
⁵⁰ ČERMÁK, *Frazeologie a idiomatika, česká a obecná*, 13. Trad. del autor: «El fenómeno idiomático y fraseológico (IF) se limita a las combinaciones de tales unidades lingüísticas que, en principio, llevan un significado. Las propias frases hechas y modismos que lo crean tienen su propio significado y función. Sin embargo, de una u otra forma son siempre anómalos, y así, sobrepasan las reglas lingüísticas comunes de la semántica y/o la gramática[...]

por su idiomatidad y variación potenciales; así como por el grado en el cual se dan todos estos aspectos en los distintos tipos.⁵¹

Las unidades fraseológicas surgen, entonces, de la combinación de al menos dos palabras y ésta se empieza a usar con frecuencia hasta fijarse en el lenguaje. El último paso es la especialización semántica, es decir, la formación de un significado especial de la unidad, diferente de la sola suma de sus componentes. Los rasgos distintivos de las unidades fraseológicas frente a las combinaciones libres de palabras, según Corpas, son: polixeidad, alta frecuencia de aparición como unidades habituales de la lengua, institucionalización, estabilidad, especialización semántica o idiomatidad.⁵²

Según el grado de las características enumeradas se distinguen varios grupos de unidades fraseológicas. Resulta difícil definir las fronteras de estos grupos y se han propuesto varias clasificaciones de las unidades fraseológicas, que trata Corpas en su *Fraseología*. Al final propone un esquema muy simple que divide las unidades en tres esferas:

Imagen 1: Unidades fraseológicas (UFS) según Corpas⁵³



El esquema divide las unidades, en primer lugar, en las que forman un enunciado, y así, son propios actos de habla; y las que no forman un enunciado completo. Mientras las primeras forman un grupo en sí, llamado enunciados fraseológicos, las que no pertenecen a los actos de habla se clasifican aún según su fijación en el lenguaje. Las que tienen fijación norma pertenecen a la esfera I, colocaciones, las que se caracterizan por la fijación sistema en la esfera II, locuciones.

⁵¹ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, 20.

⁵² CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, 269.

⁵³ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, 52.

2.3.1.1. Colocaciones

Las colocaciones, según Corpas: «[...]son sintagmas completamente libres, generados a partir de las reglas, pero que, al mismo tiempo, presentan cierto grado de restricción combinatoria determinada por el uso cierta fijación interna.»⁵⁴ A continuación añade que este rasgo esencial las delimita de las combinaciones libres de palabras.

Estas unidades fraseológicas representan el menor grado de las características mencionadas, ya que su significado es parcialmente composicional y, como explica Corpas, ilustran solamente la preferencia de combinación.⁵⁵

2.3.1.2. Locuciones

La segunda esfera, locuciones, no forma enunciados completos, pero se distingue de las colocaciones por la fijación, tanto interna como externa, y la cohesión semántica. La unidad se caracteriza por la estabilidad formal y la integridad semántica, por lo que si sustituimos o eliminamos algún componente, sufrirá cambios del significado notables.⁵⁶

En cuanto al significado denotativo, se distinguen locuciones literales, con el significado compositivo, y las del significado idiomático (parcial o total). En la *Fraseología* de Corpas además se mencionan dos grupos de locuciones según el origen de su significado. Son las, cuyo origen puede hallarse en los hechos históricos o puede tener aspectos culturales, y aquellas, cuyo cambio semántico fue originado en una transferencia de base figurativa.⁵⁷ Esta motivación metafórica, la desarrolla Lakoff, quien expone cinco tipos más importantes: el sistema de creencias y la sabiduría popular, figuras e imágenes convencionales, Transformaciones de los esquemas figurativos, motivados por experiencias visuales o cenésticas, metáforas convencionales y, por último, las relaciones de metonimia.⁵⁸

⁵⁴ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, 53.

⁵⁵ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, cap. *Colocaciones*.

⁵⁶ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, cap. *Locuciones*.

⁵⁷ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, 119-123.

⁵⁸ LAKOFF, *Women, fire, and dangerous things*, en CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, cap. *Locuciones*.

Las locuciones son unidades de dos o más palabras que, sin embargo, no llegan hasta crear un enunciado. Representan mayor grado de la estabilidad y la unidad del significado, cuyo origen más importante está en la motivación metafórica y en la metonimia.

2.3.1.3. Enunciados fraseológicos

En la tercera esfera propuesta por Corpas pertenecen los enunciados fraseológicos que son, como ya explica su denominación, enunciados completos, por lo que constituyen actos de habla. Según Corpas, por sus características se parecen a las locuciones, aunque las paremias ofrecen un alto grado de generalidad. Se dividen en dos grupos principales, las paremias, que abarcan los refranes, proverbios, sentencias, citas, etc.; y las fórmulas rutinarias.⁵⁹

Este tercer grupo de las unidades fraseológicas lleva un significado muy genérico, por lo que no conviene a estar analizado. Como se hace muy complicado reconocer, tanto el significado como las connotaciones, que lleva la nacionalidad en el contexto de la unidad fraseológica, se ha optado por quitar los enunciados fraseológicos del corpus.

⁵⁹ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, cap. *Enunciados fraseológicos*.

3. Análisis

En la parte teórica se habla sobre la imagen lingüística del mundo, o sea, el proceso de pensar y entender el mundo de los hablantes de una lengua, introducida a la lingüística por los cognitivistas. Esta imagen y pensamiento compartidos por los hablantes de la misma lengua se conserva, como dicen Pajdzińska y Tokarski, sobre todo en los textos creativos y en la herencia lingüístico-cultural.⁶⁰ La fraseología resulta uno de los recursos más valiosos para la comprensión de esta imagen.

La parte práctica del presente trabajo consta del análisis comparativo de la imagen lingüística de diferentes nacionalidades en checo, español e inglés, reflejada en su fraseología. Se analizarán frases hechas de las lenguas sueltas y luego se pondrán en comparación para ver posibles diferencias y similitudes.

El objetivo es comprender y describir la imagen de varias nacionalidades desde la perspectiva de los hablantes del español, checo e inglés; buscar la posible relación entre el contacto con las nacionalidades y su imagen y comparar los resultados de las tres lenguas.

3.1. Metodología

3.1.1. Recursos

El primer paso para el surgimiento del análisis fue la creación del corpus, o sea, lista de frases relacionadas con las nacionalidades, apropiadas para ser analizadas. Los recursos más importantes eran los diccionarios fraseológicos propios, cuyo trabajo coleccionado ha facilitado en gran medida la búsqueda de frases. En checo hay que mencionar sobre todo el copioso diccionario checo de cuatro tomos, *Slovník české frazeologie a idiomatiky*, de František Čermák y colectivo, en español el *Diccionario fraseológico documentado del español actual*, dirigido por Manuel Seco y en inglés el *Cambridge International Dictionary of Idioms* impreso en la Universidad de Cambridge.

⁶⁰ PAJZDIŃSKA Y TOKARSKI, «Jazykový obraz světa a kreativní text», 292.

3.1.2. Corpus

Una vez agotados los recursos mencionados y hecha una lista de todas las frases encontradas, había que escoger solo aquellas que servían para el análisis. El corpus debía de estar bien delimitado, según los objetivos del análisis, por lo que se han quitado los siguientes grupos de frases.

Primero, se han eliminado las colocaciones, que, como comentamos más arriba, aunque son unidades fraseológicas, se caracterizan solo por la fijación formal y se trata más bien de la preferencia de combinación. En cuanto al significado, Corpas explica: «Las colocaciones no son unidades del sistema de la lengua, sino de la norma. Por ello, no podemos hablar propiamente del significado denotativo y connotativo de tales unidades.»⁶¹ Así pues, la motivación del significado es difícil de reconocer y no es muy útil para un análisis cognitivo. Son ejemplos como: *de Angora, a la holandesa* del español; *česká ulička, čínská zed', čínské stříbro* en checo o *French letter, Russian roulette* en inglés.

En segundo lugar, por su significado muy genérico, no aparecen en el corpus las paremias. Se trata de enunciados como: *Co Čech, to muzikant* o *¡Más se perdió en Cuba!*. Así, por los motivos explicados, el corpus consta solamente de las locuciones, unidades fraseológicas tradicionales de un significado concreto.

El tercer grupo eliminado, ya dentro de las locuciones, son frases hechas relacionadas con las naciones clásicas como romanos o egipcios. Aunque se trate de naciones, son asociadas más bien con «lo clásico» o se refieren a naciones ya no existentes. Son expresiones como: *venir a la romana, saludar a la romana, vestir de romano, vést spartánský život y ser obra/tarea de romanos*.

A continuación se han puesto aparte tres frases españolas: *Ser hijo de la Gran Bretaña, El oro y el moro y Oro del que cagó el moro*. Aunque se refieren a nacionalidades presentes, la motivación semántica es onomatopéyica y su origen está en el juego de palabras., por lo que no sirven para este análisis.

Por último, he tenido que eliminar la frase española *Que no se lo/la salta un gitano* por no haber reconocido el origen de la expresión y con ello, tampoco la motivación semántica.

⁶¹ CORPAS PASTOR, *Manual de fraseología española*, 86.

Bien delimitado el contenido del corpus, el español cuenta con 28 locuciones, el checo con 25 y en el inglés con 16 unidades fraseológicas.

3.1.3. Criterios de valoración

El objetivo del análisis era, en principio, ver qué nacionalidades aparecen en la fraseología de dichas lenguas con más frecuencia, y también buscar una relación entre el contacto con las nacionalidades y su valoración o imagen en la fraseología. Conforme con los fines del análisis, he escogido tres puntos observados: el grado de contacto, la valoración (positiva, negativa o neutra) y el propio significado de la nacionalidad dentro de la frase.

3.1.3.1. Contacto

En cuanto al contacto, he llegado a cuatro niveles distintos: autorretrato (A), convivencia (V), cercanía (C) y lejanía (L). En caso de *autorretrato* aparece la nacionalidad propia del lenguaje, es decir, en checo serían los checos. Con el inglés y el español se hace más complicado, ya que estas lenguas las habla más de una nación. En cuanto al español, para el análisis se han escogido solo unidades fraseológicas del español (castellano) peninsular. Así, el caso de autorretrato en las unidades españolas serían exclusivamente los castellanos o los españoles y casos como *Pagar a la catalana* o *Valer un Perú* se consideran situaciones de convivencia. Las frases inglesas tienen origen tanto en el inglés tradicional europeo como en el americano, el autorretrato sería, entonces, caso de los ingleses, o más general, los británicos o los americanos.

La *convivencia* quiere decir que se habla de la nacionalidad que convive o convivía en algún momento, o sea, comparte o compartía el mismo territorio con los hablantes de dicha lengua. En español es, por ejemplo, caso de los árabes, en checo el de los gitanos y en inglés los escoceses.

El tercer grupo, que he llamado *cercanía*, abarca las naciones vecinas o muy cercanas geográficamente pero también se trata de una cercanía, más bien, de contacto. Es decir, aparte de los países cercanos territorialmente, es caso de nacionalidades con las que los hablantes de dicha lengua estaban en un contacto estrecho y de, más o menos, larga duración, sea a través del comercio o por las guerras.

La última situación es la de *lejanía*. Quiere decir, son naciones más bien lejanas geográficamente, con las que no se mantenía una relación de largo plazo. Son naciones con las que, al menos, la mayoría de los hablantes de dicha lengua no habían tenido ningún contacto y muchas veces, era una nación desconocida o hasta exótica para ellos.

3.1.3.2. Valoración e imagen

La segunda casilla de la tabla observa la valoración simplificada, o sea la connotación que se les atribuye a las nacionalidades presentes, distinguiendo evaluación positiva (P), negativa (N) y la neutra (0).

La última observación es la más concreta y más subjetiva. En el apartado de la *imagen* he tratado de describir las connotaciones, o atributos que se les dan, sobre las nacionalidades, evocados o deducidos de la frase. Primero, hay que conocer bien el significado, el uso y también el origen de la misma unidad fraseológica, donde me he apoyado sobre todo en los diccionarios. Luego he deducido y he descrito la imagen sobre la nacionalidad evocada del contexto de la frase, ya que el significado de la unidad fraseológica y el de la nacionalidad puede diferir mucho. Por ejemplo, la unidad checa *Být svobodný jak Amerika* que se utiliza hablando de los hombres sin compromisos de la vida matrimonial o, al menos, de los que no los respetan, lleva connotación más bien negativa porque se valora negativamente que uno se haga lo que quiera y no cumpla estos compromisos. Sin embargo, la propia *América* en este contexto indica solo la libertad que, de hecho, es algo que en nuestra cultura europea se evalúa muy positivamente.

3.2. Fraseología española

La parte española del corpus cuenta con 27 locuciones relacionadas con nacionalidades. La tabla de los resultados del análisis enseña las frases hechas, el nivel de contacto, la valoración y el significado o la connotación que representa dada nacionalidad dentro del contexto de la locución.

Tabla 1: Corpus de las unidades fraseológicas en español.

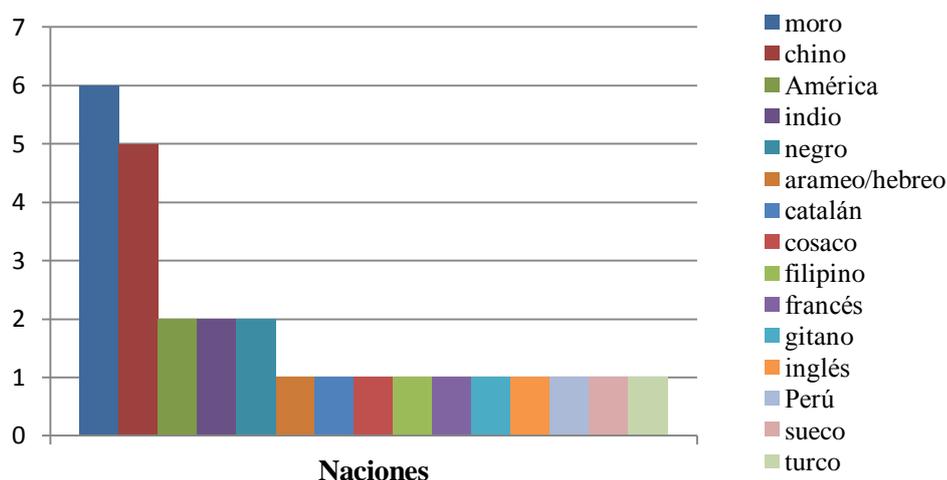
ESPAÑOL				
Nº	Unidades fraseológicas	Contacto (A/V/C/L)	Valoración (P/0/N)	Imagen
1.	Ser/tener un tío de América	L	P	Riqueza, fortuna.
2.	Hacer (alg.) las Américas	L	P	Riqueza.
3.	Jurar en arameo/hebreo	L	0	Raro, desconocido.
4.	Pagar a la catalana	V	N	Tacaño.
5.	¡Naranjas de la China!	L	0	Extraño, exótico.
6.	Engañar (a alg.) como a un chino	L	N	Ingenuo, que no entiende.
7.	Ser un cuento chino	L	0	Exótico, extraño, desconocido.
8.	Sonar (al. a alg.) a chino	L	0	Raro, exótico.
9.	Ser un trabajo de chinos	L	P	Paciente, trabajador.
10.	Beber como un cosaco	L	N	Que bebe mucho alcohol.
11.	Ser un punto filipino	L	N	Poco escrupuloso, atrevido, travieso.
12.	Despedirse/irse a la francesa	C	N	Maleducado.
13.	Ser un gitano	V	N	Pícaro.
14.	Hacer el indio	L	N	Ridículo, que no entiende.
15.	Sentarse a lo indio	L	0	Que suele sentarse con las piernas cruzadas, diferente.
16.	Trabajar para el inglés	C	N	Que se aprovecha en los demás.
17.	Ser un moro	V	N	Celoso.
18.	O todos moros o todos cristianos	V	N	Los otros.
19.	A más moros , más ganancia	V	N	Peligro, enemigo.
20.	Como moros sin señor	V	N	Desordenado, persona inferior.
21.	Haber moros y cristianos	V	N	Los otros, los malos.
22.	Haber moros en la costa	V	N	Peligro.
23.	Trabajar como un negro	L	N	Persona inferior, que tiene que trabajar mucho.

24.	Ser una merienda de negros	L	N	Desordenado, persona inferior.
25.	Valer un Perú	L	P	Riqueza.
26.	Hacerse el sueco	L	0	Que no entiende.
27.	Ser cabeza de turco	C	N	El malo, el culpable, enemigo.

3.2.1. Descripción de nacionalidades

Las 27 unidades fraseológicas cuentan con 15 naciones diferentes. Tres de éstas son de convivencia, tres de cercanía y nueve naciones se consideran lejanas a la cultura española. La representación de las nacionalidades y etnias se ve en el siguiente gráfico.

Gráfico 1: Representación de naciones en español.



Según la tabla, la nación más frecuente en la fraseología española es el «moro» (6 casos), la nación con la que se convivía o con la que se luchaba durante mucho tiempo, y el chino (5 casos), el prototipo de «lo exótico». Luego hay dos casos contenidos América que representan Las Américas, o sea, la América Hispana. Más aparecen dos indios, dos negros, arameo/hebreo, catalán, cosaco, filipino, francés, gitano, inglés, Perú, sueco y turco.

3.2.2. Imagen de nacionalidades

Estudiando bien el origen y el uso de las frases hechas, he deducido la connotación o el valor que se le atribuye a la nacionalidad presente, o sea, la imagen de la dicha nacionalidad evocada al pronunciar la locución. En primer lugar el corpus distingue solamente una

valoración simplificada, reducida a la vista positiva, negativa o neutra y luego demuestra la connotación o la imagen concreta.

3.2.2.1. «Moros»

Naturalmente, la nacionalidad que aparece en la fraseología española con más frecuencia, es aquella con la cual han tenido el mayor contacto. En el corpus, los árabes, en el territorio hispano llamados los moros, se encuentran en seis locuciones: *Ser un moro*, *O todos moros*, *o todos cristianos*, *A más moros*, *más ganancia*, *Como moros sin señor*, *Haber moros y cristianos* y *Haber moros en la costa*. En las seis unidades fraseológicas a los árabes se les llama los «moros», una denotación que ya lleva en sí misma una connotación peyorativa, y en los seis casos los moros aportan una imagen negativa. Dos de las frases, *O todos moros*, *o todos cristianos* y *Haber moros y cristianos* tienen un significado muy parecido. Aunque las dos locuciones se utilicen en diferentes situaciones, quieren decir que siempre habrá gente buena pero también la mala, o que siempre habrá diferencias entre la gente y sus opiniones y así, siempre habrá riñas y discordias. Los cristianos en este contexto quiere decir «nosotros» o españoles, mientras que los árabes aportan el significado de «los otros» y «los malos».

De las frases enumeradas más arriba se mira a los moros como a un peligro o enemigo: *Haber moros en la costa*, *A más moros*, *más ganancia*, como a los otros, es decir, los diferentes de nosotros, sea por la apariencia o por la manera de pensar: *O todos moros*, *o todos cristianos* y *Haber moros y cristianos* pero también como a los celosos: *Ser un moro* o los que no saben organizarse y los desordenados: *Como moros sin señor*.

3.2.2.2. Chinos

Según los resultados, la segunda nacionalidad más frecuente es la china. Son en total cinco frases: *¡Naranjas de la China!*, *Engañar (a alg.) como a un chino*, *Ser un cuento chino*, *Sonar (al. a alg.) a chino* y *Ser un trabajo de chinos*. Aquí, el chino se mira tanto negativamente: *Engañar (a alg.) como a un chino* con el significado de ingenuo, como neutral: *¡Naranjas de la China!*, *Ser un cuento chino*, *Sonar (al. a alg.) a chino*, pero de todas formas, se hace el caso prototípico de lo lejano, lo que no entendemos, desconocido o exótico. El último caso de chino lleva incluso connotaciones positivas, de una persona trabajadora y paciente: *Ser un trabajo de chinos*.

3.2.2.3. Américas

Las nuevas tierras, descubiertas por Colón, representaban, sobre todo, una gran riqueza y fortuna. Aunque muchas veces hablando de un país o estado se haga referencia más bien a sus habitantes, en este caso las unidades fraseológicas se refieren principalmente al territorio lleno de recursos naturales. Son dos unidades de América: *Ser/tener un Tío de América* y *Hacer (alg.) las Américas* y la tercera que habla de Perú: *Valer un Perú*, pero se puede encajar en Américas, ya que igualmente hace referencia a las nuevas tierras ricas en oro y plata. Las tres unidades fraseológicas describen antiguas Las Américas como una región rica y llena de nuevas oportunidades.

3.2.2.4. Indios

Los indios, como una nación lejana, aparecen en el corpus en dos unidades. En la primera: *Sentarse a lo indio* llevan el significado referencial, sentarse de manera como suelen sentarse: con las piernas cruzadas. Puede tener también la connotación de los otros, porque se sientan de una manera diferente, sin embargo, los indios aquí no aportan una connotación negativa ni positiva. La segunda unidad fraseológica: *Hacer el indio*, con el significado de hacer el ridículo o payaso, señala los indios como ridículos o los que no se enteran porque no entienden una lengua y cultura muy diferente a la suya.

3.2.2.5. Negros

De la fraseología los negros no representan peligro, sin embargo, como una raza diferente, se parecen a los moros. *Ser una merienda de negros* se acerca con su significado a *Como moros sin señor*. Quiere decir que son desordenados e inferiores que no saben organizarse por sí solos. Otra frase: *Trabajar como un negro*, con el significado de trabajar mucho, no quiere decir que los negros trabajen mucho sino que son los que tienen que trabajar mucho debido a su posición inferior.

3.2.2.6. Otros

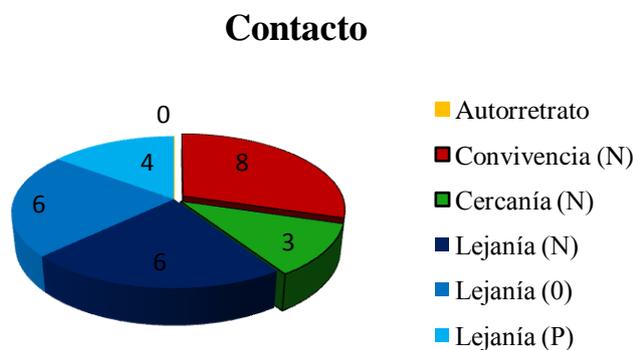
Las de más nacionalidades aparecen en el corpus de las locuciones solamente una vez, se trata en mayoría de la situación de cercanía o de lejanía, aunque también hay casos de convivencia.

Son: arameo o hebreo como aquella lengua que no entendemos, lo desconocido y raro (*Jurar en arameo/hebreo*); los catalanes como los que siempre pagan solamente la cuenta propia, los tacaños (*Pagar a la catalana*); los cosacos (rusos) como los que beben mucho alcohol (*Beber como un cosaco*); los filipinos como poco escrupulosos y atrevidos (*Ser un punto filipino*); los franceses como los maleducados (*Despedirse a la francesa*); los gitanos como pícaros (*Ser un gitano*); los ingleses como los que se aprovechan en los demás (*Trabajar para el inglés*); los suecos igual a los indios como los que no entienden (*Hacerse el sueco*) y los turcos como los culpables (*Ser cabeza de turco*).

3.2.3. Influencia de la distancia en la valoración

De la tabla se puede leer con facilidad que de las 27 frases son, en cuanto a la nacionalidad, 8 casos de la convivencia (V), 3 frases de cercanía (C) y 16, la mayoría, de lejanía (L). En la fraseología española según el corpus no hay situación de autorretrato (A). La representación de las nacionalidades según la distancia o contacto con los españoles está resumida en el siguiente gráfico.

Gráfico 2: Representación de niveles de contacto en español.



3.2.3.1. Convivencia

En cuanto a la convivencia, de las 8 frases son 6 casos de los árabes: *Ser un moro*, *O todos moros o todos cristianos*, *A más moros, más ganancia*, *Como moros sin señor*, *Haber moros y cristianos*, *Haber moros en la costa*; uno de catalán: *Pagar a la catalana* y uno de gitano: *Ser un gitano*.

En todas las ocho unidades fraseológicas las nacionalidades llevan connotaciones negativas. Se les atribuyen las siguientes imágenes: los otros (*O todos moros o todos cristianos*, *Haber moros y cristianos*), que son peligro (*Haber moros en la costa*, *A más moros, más ganancia*), tacaño (*Pagar a la catalana*), pícaro (*Ser un gitano*), celoso (*Ser un moro*), enemigo (*A más moros, más ganancia*), desordenado y persona inferior (*Como moros sin señor*).

3.2.3.2. Cercanía

En el corpus hay solo tres casos de cercanía, los franceses: *Despedirse/irse a la francesa*, los ingleses: *Trabajar para el inglés*, las naciones europeas con las que siempre ha habido algún contacto, y los turcos: *Ser cabeza de turco*, una nación más bien lejana geográficamente pero con la que los españoles luchaban durante mucho tiempo.

Igual al caso de convivencia, las tres nacionalidades llevan connotaciones negativas. En *Despedirse/irse a la francesa*, que se utiliza cuando uno se va o desaparece sin despedirse, a los franceses se les atribuye una imagen de maleducados. *Trabajar para el inglés* es trabajar sin ser remunerado, de lo que los ingleses se ven como los que se aprovechan en los de más. Los turcos en la frase: *Ser cabeza de turco*, son vistos como los enemigos, los culpables.

3.2.3.3. Lejanía

Las más numerosas son las nacionalidades evaluadas como de lejanía. De los 16 casos, 5 son de chinos: *¡Naranjas de la China!*, *Engañar (a alg.) como a un chino*, *Ser un cuento chino*, *Sonar (al. a alg.) a chino*, *Ser un trabajo de chinos*; dos de América: *Ser/tener un tío de América*, *Hacer (alg.) las Américas*; dos de indio: *Hacer el indio*, *Sentarse a lo indio*; dos de negros: *Trabajar como un negro*, *Ser una merienda de negros*; y más aparecen: filipino:

Ser un punto filipino, Perú: *Valer un Perú*; arameo/hebreo: *Jurar en arameo/hebreo*; sueco: *Hacerse el sueco* y cosaco: *Beber como un cosaco*.

La evaluación de las naciones de poco contacto es la más equilibrada. De las 16 unidades fraseológicas, 6 son valoradas negativamente, 4 positivamente y 6 de forma neutral. Más frecuente es la valoración como algo desconocido, lejano a la propia cultura e idioma. También resulta extraño, atípico o diferente e incluso exótico pero sin una connotación necesariamente negativa o positiva. Son ejemplos: *¡Naranjas de la China!*, *Ser un cuento chino*, *Sonar (al. a alg.) a chino*, *Sentarse a lo indio*, *Jurar en arameo/hebreo* y *Hacerse el sueco*. Un significado muy parecido llevan las unidades: *Hacer el indio* y *Engañar (a alg.) como a un chino* donde, desde principio, se puede referir a alguien que no se da cuenta de algo por mal entendimiento. Sin embargo, ya lleva connotaciones negativas con el significado de ingenuo o ridículo.

La de más valoración de connotaciones negativas es desordenado: *Ser una merienda de negros*; que bebe mucho alcohol: *Beber como un cosaco*; atrevido o poco escrupuloso: *Ser un punto filipino* y una persona inferior, que tiene que trabajar mucho: *Trabajar como un negro*.

Las cuatro connotaciones positivas presentes son las de la riqueza y la fortuna: *Ser/tener un tío de América*, *Hacer (alg.) las Américas*, *Valer un Perú*; y una persona trabajadora y con paciencia: *Ser un trabajo de chinos*.

3.2.4. Conclusiones

Las nacionalidades más frecuentes en la fraseología española son los «moros», con los que han mantenido más contacto durante su historia y los chinos que, por otro lado, representan bien una nación lejana de una vida, lengua y costumbres muy distintas y así lo exótico y desconocido. Los árabes, según la fraseología española, son celosos, los otros, diferentes, los desordenados, personas inferiores o enemigos que representan peligro. Luego hay que destacar las tierras nuevas como una fuente para la creación de la fraseología con el significado de la riqueza, la oportunidad y la fortuna. Otras nacionalidades son más bien sueltas y, en mayoría, se trata de las nacionalidades de Europa o nacionalidades cercanas al territorio hispano con las que han estado en contacto durante algún tiempo en su historia.

De las 27 locuciones estudiadas, 15 aportan una connotación negativa, 6 neutra y solo 4 positiva. Aunque la mayoría es negativa, solo en caso de los negros y los moros, es decir, en caso de razas distintas a la europea, es aparente un desprecio y un sentimiento de la posición suprema a éstos (*Como moros sin señor, Trabajar como un negro*).

En cuanto a la distancia, más frecuente es el caso de la lejanía (16 unidades), luego la convivencia (8 unidades), hay solo tres casos de cercanía y faltan ejemplos de autorretrato. Las unidades encajadas en convivencia son todas valoradas negativamente, con más frecuencia se les atribuye la connotación: los otros o los enemigos. También aparecen propiedades como tacaño, pícaro, celoso o desordenado. Los tres casos de cercanía son igualmente todos negativos, de significado: maleducado, que se aprovecha en los demás y el culpable, el enemigo. La valoración de las nacionalidades vistas como lejanas es la más equilibrada, tanto negativa como positiva como neutra. Es muy frecuente la imagen de algo lejano a la propia cultura y lengua, desconocido o exótico. También pueden representar riqueza y otros: ingenuo, ridículo, que bebe mucho, trabajador, atrevido o persona inferior.

3.3. Fraseología checa

En la fraseología checa se ha encontrado 25 unidades fraseológicas sobre nacionalidades convenientes para ser analizadas. El corpus de las 25 frases cuenta con 11 naciones distintas de los cuatro niveles de contacto o distancia. Las unidades y su valoración e imagen se presentan en la siguiente *Tabla 2*.

Tabla 2: Corpus de las unidades fraseológicas en checo.

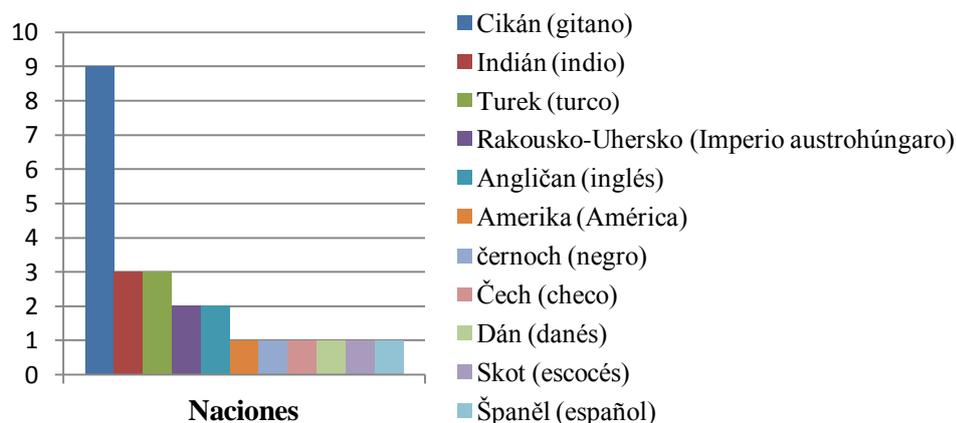
CHECO				
Nº	Unidades fraseológicas	Contacto (A/V/C/L)	Valoración (P/0/N)	Imagen
1.	Být svobodný jak Amerika	L	P	Libertad.
2.	Zachovat anglický klid	C	N	Frío.
3.	Zmizet po anglicku	C	N	Maleducado.
4.	Být černý jako cikán	V	N	De la tez oscura, moreno, sucio.
5.	Být špinavý jako cikán	V	N	Sucio.
6.	(Chodit) otrhaný jako cikán	V	N	Sucio, mal vestido.

7.	Kouřit/hulit jako cikán	V	N	Que fuma mucho.
8.	Krást jako cikán	V	N	Que roba.
9.	Lhát jako cikán	V	N	Que miente.
10.	Je/vypadá to tu jako u cikánů	V	N	Desordenado, sucio.
11.	Hádat jako cikánka	V	N	Que miente.
12.	Mít hubu jako cikánka	V	N	Maleducado.
13.	(Být) jako černoch	L	0	De la tez oscura.
14.	Říct to česky	A	0	Lo nuestro, que entendemos , conocido.
15.	Pít (být ožralý) jak Dán	C	N	Que bebe mucho alcohol.
16.	Být opálený jak Indián	L	0	De la tez roja.
17.	Řvát jako Indián	L	0	Que grita, que hace sonidos específicos.
18.	Být zmalovaný (zmalovat se) jak Indián	L	0	Que se pinta la cara.
19.	Je to jako za Rakouska	V	N	No liberal, antiguo, superioridad.
20.	Být šetrný jako Skot	L	N	Tacaño.
21.	(Být pro někoho) španělskou vesnicí	L	0	Desconocido, que no entendemos.
22.	Vést turecké hospodářství	L	N	Caos, desorden.
23.	Turecký pořádek	L	N	Caos, desorden.
24.	Sedět jako Turek	L	0	Que se sienta con las piernas cruzadas, diferente.
25.	(Jednou) za uherský rok	V	N	Que no cumple promesas.

3.3.1. Descripción de nacionalidades

En el corpus aparecen once naciones distintas, un autorretrato, dos naciones que conviven o convivían con los checos, dos casos de cercanía y seis naciones vistas como lejanas. La representación de las nacionalidades en la fraseología checa según el corpus se puede ver en el gráfico 3.

Gráfico 3: Representación de naciones en checo.



Del gráfico se puede leer que la mejor fuente para la creación de la fraseología popular fueron los gitanos (Cikáni), nueve casos. Luego hay 3 casos de los turcos, tres de los indios, dos del Imperio austrohúngaro y lo demás aparecen en un solo caso: -los ingleses, América, los negros, los checos y los daneses.

La nación más frecuente en la fraseología checa son los gitanos que conviven en el territorio checo ya desde hace siglos y con los que sus habitantes tienen contacto cotidiano. Los gitanos, como una minoría en el país checo con la que nunca se han mezclado, son vistos como los sucios, mal vestidos, ladrones y mentirosos. Dos veces aparece en el corpus el antiguo Imperio austrohúngaro que se valora igualmente como convivencia y representa lo antiguo y la soberanía.

Otras dos naciones más frecuentes según el corpus son los indios y los turcos, dos naciones, al contrario, muy lejanas de la cultura y el idioma checos. Los indios aparecen como aquellos de la tez roja que suelen pintarse la cara y gritar. A los turcos, que suelen sentarse con las piernas cruzadas, además se les atribuye la imagen de los desordenados y los caóticos.

Las demás naciones son más bien sueltas de significado variado.

3.3.2. Imagen de las nacionalidades

3.3.2.1. Cikáni (gitanos)

Al igual que en la fraseología española, la nacionalidad que aparece en el corpus con más frecuencia es una nación de convivencia. En el caso del checo son los gitanos que han

compartido el territorio con sus hablantes durante varios siglos. En el corpus aparecen nueve frases refiriéndose a los gitanos: *Být černý jako cikán*, *Být špinavý jako cikán*, *(Chodit) otrhaný jako cikán*, *Kouřit/hulit jako cikán*, *Krást jako cikán*, *Lhát jako cikán*, *Je/vypadá to tu jako u cikánů*, *Hádat jako cikánka* y *Mít hubu jako cikánka*.

Las nueve unidades fraseológicas llevan connotaciones negativas. A diferencia de los árabes en la fraseología española que representan los enemigos junto con peligro y «los otros», es decir, los no cristianos, aquellos de la cultura y religión diferente, este punto de vista en el caso de los gitanos en el checo falta. A éstos solamente se les atribuyen propiedades negativas de tipo variado. Según la fraseología checa, los gitanos son, sobre todo, aquellos que son sucios y mal vestidos, que se puede entender también como aquellos que viven en condiciones bajas: *Být špinavý jako cikán*, *(Chodit) otrhaný jako cikán*, *Je/vypadá to tu jako u cikánů*; y aquellos que suelen mentir: *Lhát jako cikán*, *Hádat jako cikánka*. Además aparece la referencia a la tez oscura de los gitanos con el toque despectivo: *Být černý jako cikán* y la imagen de los que fuman demasiado, roban y son gente maleducada: *Kouřit/hulit jako cikán*, *Krást jako cikán* y *Mít hubu jako cikánka*.

3.3.2.2. Indiáni (indios)

Otra nación frecuente en la fraseología checa es, al contrario, una nación de cultura muy lejana o más bien desconocida, los indios. En el corpus hay tres unidades fraseológicas conteniendo los indios: *Být opálený jak Indián*, *Řvát jako Indián* y *Být zmalovaný (zmalovat se) jak Indián*.

También en este caso, en la fraseología se hace referencia a un color de piel diferente: *Být opálený jak Indián*, con el significado de estar rojo (como la tez de los indios) de haber tomado mucho sol. Sin embargo, aquí se usa con humor pero no con desprecio. Igualmente, sin connotaciones negativas o positivas, se valora al indio en las unidades: *Být zmalovaný (zmalovat se) jak Indián* y *Řvát jako Indián*. Aunque la primera se pueda usar en el significado despectivo, por ejemplo, diciéndole de esta manera a una mujer que ha exagerado un poco la cantidad del maquillaje puesto, los indios se ven simplemente como aquellos que suelen pintarse la cara de colores, por razones de costumbres de su cultura. Igualmente, la última comparación muestra a los indios como los que suelen gritar o producir sonidos fuertes y rítmicos, por ejemplo durante algunos sus ritos o partiendo a la lucha.

3.3.2.3. Turci (turcos)

Con la misma frecuencia, tres locuciones en el corpus, aparece otra nación, los turcos. Aunque se trate de una nación geográficamente no tan lejana, el contacto entre los checos y los turcos no era tan estrecho, por lo que se ha encajado en el último nivel de la distancia, la lejanía. Son locuciones: *Vést turecké hospodářství*, *Turecký pořádek* y *Sedět jako Turek*.

Dos de las tres unidades, *Vést turecké hospodářství* y *Turecký pořádek*, aportan un significado negativo muy claro: el caos. Los turcos dan imagen de los desordenados y caóticos que no saben organizar bien las cosas, en el primer caso en el contexto de la economía, en el segundo en el significado general. La última frase: *Sedět jako Turek*, se refiere a la costumbre de los turcos sentarse con las piernas cruzadas, igualmente como *Sentarse a lo indio* en la locución española.

3.3.2.4. Rakousko-Uhersko (Imperio austrohúngaro)

Dos unidades fraseológicas del corpus se refieren al antiguo Imperio austrohúngaro, del cual los checos formaban parte y en el que estaban bajo el poder austríaco. Son: *Je to jako za Rakouska* y *(Jednou) za uherský rok*.

La primera de las frases se utiliza como reacción a alguna opresión o falta de posibilidades y el imperio, entonces, representa el antiguo régimen y la falta de la libertad. La segunda frase: *(Jednou) za uherský rok*, con el significado de pocas veces o casi nunca, según el diccionario de Čermák tiene origen en el hecho de que durante las luchas contra los turcos el Imperio austrohúngaro mandaba a los hombre a la guerra para «un año», que al final siempre se iba prolongando.⁶² Así, los húngaros o los austríacos del antiguo imperio se ven como los que no cumplen promesas.

⁶² ČERMÁK, HRONEK y MACHAČ, *Slovník české frazeologie a idiomatiky 2, Výrazy neslovesné*, 176.

3.3.2.5. Angličané (ingleses)

Los ingleses, como una nación europea, se ve al nivel de cercanía, en cuanto al contacto con los checos. En el corpus hay dos unidades fraseológicas que tienen algo que ver con los ingleses: *Zachovat anglický klid* y *Zmizet po anglicku*.

La primera unidad da una imagen negativa de los ingleses como de una gente muy fría, de pocos sentimientos. La segunda se utiliza en la situación cuando uno desaparece de una reunión o una fiesta, o sea, se marcha sin despedirse pero también sin hacer ruido y molestar. Aunque se utilice en el sentido positivo, irse sin molestar e interrumpir la reunión, el propio hecho de marcharse en la mitad de una fiesta o reunión se considera un hecho inconveniente y una señal de la mala educación.

3.3.2.6. Otros

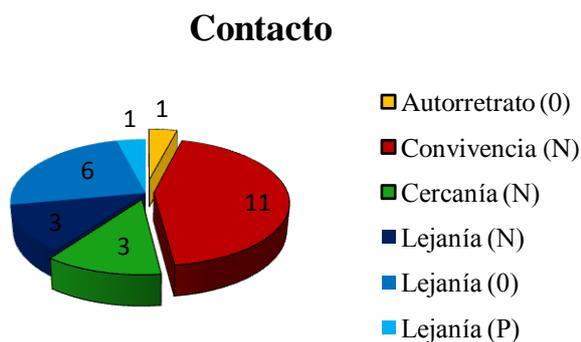
Otras nacionalidades aparecen sueltas, son América: *Být svobodný jak Amerika*, que se hace el símbolo de la libertad; los negros: *(Být) jako černoš*, que hace referencia a la tez oscura sin connotaciones negativas, comparando con ellos personas quemadas por el sol o ensuciadas; los daneses: *Pít (být ožralý) jak Dán*, como gente que bebe mucho alcohol; los escoceses: *Být šetrný jako Skot*, como los tacaños y los españoles: *(Být pro někoho) španělskou vesnici*, que para los checos representan una nación de cultura desconocida y lejana. Además aparece una locución refiriéndose a los checos mismos, o bien a su idioma: *Říct to česky*, donde lo checo se ve como lo que entendemos y conocemos bien.

3.3.3. Influencia de la distancia en la valoración

En la parte checa del corpus hay un caso del autorretrato. Con mayor frecuencia, 11 unidades, aparece la situación de convivencia y luego hay 3 casos de naciones valoradas como cercanía y el resto, 10 unidades, están al nivel de la lejanía. A los 11 casos de la convivencia se les atribuye connotaciones negativas, igual que los tres casos de la cercanía. El autorretrato se ha valorado neutral y la lejanía abarca una nación valorada positivamente, 3 negativamente y las seis que sobran neutral, es decir, se trata de la valoración de más equilibrio.

La representación de varios niveles del contacto y la valoración se ha sumido en el gráfico 4.

Gráfico 4: Representación de niveles de contacto en checo.



3.3.3.1. Autorretrato

El único caso del autorretrato: *Říct to česky*, cuyo significado es decir algo de una forma simple y bien entendible, sin rodeos, es el típico caso que habla de «lo nuestro», es decir, se refiere a lo bien conocido, lo que entendemos y no lleva connotaciones positivas ni negativas. Con su significado sería lo opuesto a la frase española: *Sonar (al. a alg.) a chino*.

3.3.3.2. Convivencia

Las nacionalidades que conviven o convivían con los checos resultan una fuente más importante para la creatividad popular. Son 11 unidades fraseológicas y dos naciones: los gitanos: *Být černý jako cikán*, *Být špinavý jako cikán*, *(Chodit) otrhaný jako cikán*, *Kouřit/hulit jako cikán*, *Krást jako cikán*, *Lhát jako cikán*, *Je/vypadá to tu jako u cikánů*, *Hádat jako cikánka*, *Mít hubu jako cikánka* y los austríacos o húngaros del antiguo Imperio austrohúngaro: *Je to jako za Rakouska* y *(Jednou) za uherský rok*.

En las 11 frases, las naciones son valoradas negativamente, sin embargo, se les atribuye propiedades muy variadas: sucios, de la tez oscura, malvestidos, maleducados, que mienten, que fuman, que beben mucho alcohol, que roban y refiriéndose al antiguo Imperio austrohúngaro, la opresión de la libertad, lo antiguo, los que no cumplen promesas.

3.3.3.3. Cercanía

También las frases de cercanía son negativas en total. Son tres unidades de dos nacionalidades europeas, más o menos cercanas también geográficamente, con las que siempre se ha mantenido cierto grado de contacto, los ingleses: *Zachovat anglický klid*, *Zmizet po anglicku* y los daneses: *Pít (být ožralý) jak Dán*.

La imagen que se les da deduciendo de las unidades fraseológicas es la de gente fría: *Zachovat anglický klid*, maleducada: *Zmizet po anglicku* y de los que suelen beber demasiado alcohol: *Pít (být ožralý) jak Dán*.

3.3.3.4. Lejanía

La valoración de las unidades con las naciones de poco o ningún contacto, igual que en la fraseología española, es la más equilibrada. Son en total 10 unidades, de las cuales seis se valoran neutral, una positivamente y tres negativamente. Aparecen nacionalidades: América: *Být svobodný jak Amerika*; los negros: *(Být) jako černochoch*; los indios: *Být opálený jak Indián*, *Řvát jako Indián* y *Být zmalovaný (zmalovat se) jak Indián*; los turcos: *Vést turecké hospodářství*, *Turecký pořádek* y *Sedět jako Turek*; y dos naciones que, sean europeas, están en sus extremos, en contacto con las culturas no europeas y para el país checo representan más bien naciones de cultura bastante lejana y poco conocida. Son los españoles: *(Být pro někoho) španělskou vesnicí* y los escoceses: *Být šetrný jako Skot*.

Una de las unidades: *(Být pro někoho) španělskou vesnicí* se refiere a lo típico de la lejanía, lo desconocido y lo que no entendemos. Luego hay unidades que, aunque describan las naciones de propiedades distintas, tienen algo en común. Las imágenes atribuidas no llevan connotaciones negativas ni positivas, su motivación es más bien referencial. Son: *(Být) jako černochoch*, *Být opálený jak Indián*, *Řvát jako Indián*, *Být zmalovaný (zmalovat se) jak Indián* y *Sedět jako Turek* con la imagen de los de la tez oscura o roja, los que suelen gritar o hacer sonidos específicos o los que suelen pintarse la cara de colores o sentarse con las piernas cruzadas. La motivación del surgimiento de las unidades origina la gran diferencia de la apariencia o de los hábitos y las costumbres culturales.

En las demás unidades se atribuyen connotaciones positivas, la libertad: *Být svobodný jak Amerika*, las negativas, del desorden o mala organización: *Vést turecké hospodářství*, *Turecký pořádek*, y de la tacañería: *Být šetrný jako Skot*.

3.3.4. Conclusiones

Con mucha diferencia, la nación más frecuente en la fraseología checa es la gitana, con la que los checos conviven desde hace siglos y están en contacto cotidiano. Los gitanos son valorados negativamente en total y se les atribuyen, sobre todo, las propiedades: sucios y mentirosos. Otras imágenes son: maleducados, mal vestidos, aquellos que roban y fuman mucho o la gente sin dinero, que vive en malas condiciones. Otras naciones que se repiten en el corpus son los indios y los turcos. Se les atribuyen imágenes de origen más bien referencial, por su apariencia o los hábitos de una cultura muy diferente: aquellos de la tez roja, que se sientan con las piernas cruzadas, que se pintan la cara, que gritan. A los turcos además se les ve como a los desordenados. Más aparecen los ingleses, América, los negros, los checos y los daneses.

De las 25 unidades fraseológicas son 11 de convivencia, 10 de lejanía, 3 de cercanía y una es el autorretrato. Las naciones de convivencia en los 11 casos son valoradas negativamente, se les da imagen de sucios, mentirosos, mal vestidos, ladrones, maleducados, que fuman mucho, de superioridad y opresión, que no cumplen promesas. Los 3 casos de cercanía también son negativos, se atribuyen connotaciones: maleducado, frío y los que suelen beber mucho alcohol. El caso del autorretrato es valorado neutral, como algo que conocemos y entendemos bien. Las diez unidades de lejanía son valoradas con más equilibrio. De las neutrales, una representa bien lo desconocido, lo que no entendemos y las demás tienen origen en una aparición distinta: de la tez de color diferente, o de distintos hábitos: que se sientan con piernas cruzadas, que se pintan la cara, que gritan. Al resto de las unidades se les atribuyen connotaciones negativas: desordenado y tacaño, y la positiva: libertad.

3.4. Fraseología inglesa

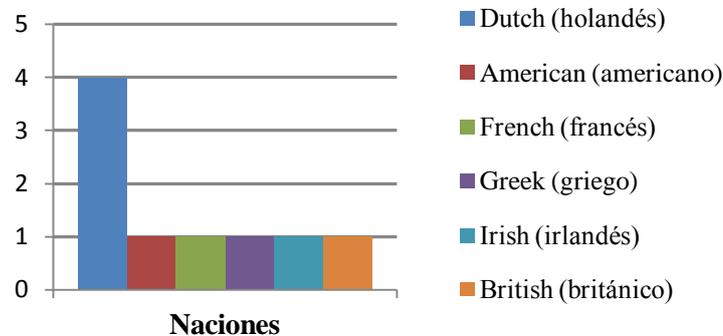
En inglés solo he encontrado nueve locuciones con un total de seis nacionalidades distintas. A pesar de la poca cantidad, hay naciones de todos los tipos de distancia o contacto. La parte inglesa del corpus la representa la *Tabla 3*.

Tabla 3: Corpus de las unidades fraseológicas en inglés.

INGLÉS				
Nº	Unidades fraseológicas	Contacto (A/V/C/L)	Valoración (P/0/N)	Imagen
1.	Be as American as apple pie	A	0	Típico, lo nuestro, conocido.
2.	Have a Dutch courage	C	N	Que bebe mucho alcohol.
3.	Go Dutch	C	N	Tacaño.
4.	Be in Dutch (with sb)	C	N	Enemigo, el otro.
5.	Be/Have a Dutch uncle	C	N	Maleducado, que cree siempre tener razón.
6.	Take French leave	C	N	Maleducado.
7.	It's all Greek to me	L	0	Desconocido, que no se entiende.
8.	Be/Have luck of the Irish	V	P	Que tienen suerte.
9.	The best of British (luck)	A	P	Que tiene suerte, lo bueno.

3.4.1. Descripción de nacionalidades

Gráfico 5: Representación de naciones en inglés.



En el gráfico 5 podemos ver que la parte inglesa del corpus cuenta con 9 unidades fraseológicas y 6 nacionalidades distintas, los americanos, los holandeses, los franceses, los griegos, los irlandeses y los británicos, de modo que los holandeses aparecen cuatro veces y las demás naciones son de uso único.

La nación que más ha influido la fraseología inglesa es, sin duda, la holandesa. A diferencia de la fraseología checa y la española, la nación más frecuente no es de convivencia sino de la cercanía. Sin embargo, los ingleses estaban en contacto con los holandeses durante mucho tiempo por las numerables guerras anglo-neerlandesas de los siglos XVII y XVIII.

3.4.2. Imagen de nacionalidades

3.4.2.1. Dutch (holandeses)

Los holandeses son los que, según el corpus, aparecen en la fraseología inglesa con más frecuencia. Se ha encontrado cuatro locuciones con esta nación: *Have a Dutch courage*, *Go Dutch*, *Be in Dutch (with sb)* y *Be/Have a Dutch uncle*.

En las cuatro unidades fraseológicas la nación aporta connotaciones negativas. Los holandeses, con los que los ingleses llevaban en los siglos XVI y XVII varias guerras, también en la fraseología son vistos como los enemigos y los otros. Concretamente lo observamos en la frase *Be in Dutch (with sb)* que quiere decir tener un conflicto con alguien. Otras imágenes que se les atribuyen son: tacaños, de *Go Dutch*, con el significado de pagar

cada uno su parte de lo que se ha gastado en un bar o en un restaurante; los que beben mucho alcohol, de *Have a Dutch courage*, que habla sobre el coraje recibido del alcohol; y los maleducados y los que siempre creen tener razón, de *Be/Have a Dutch uncle*, hablando de las personas que no tienen pelos en la lengua.

3.4.2.2. Otros

Aparte de los holandeses, en el corpus aparecen dos casos de autorretrato: *Be as American as apple pie* y *The best of British (luck)*. En la primera unidad fraseológica, que se parece mucho a la checa *Mluvit česky*, lo americano representa lo típico, lo conocido y lo nuestro y se ha valorado como neutral. En la segunda, lo británico quiere decir lo bueno y representa la suerte.

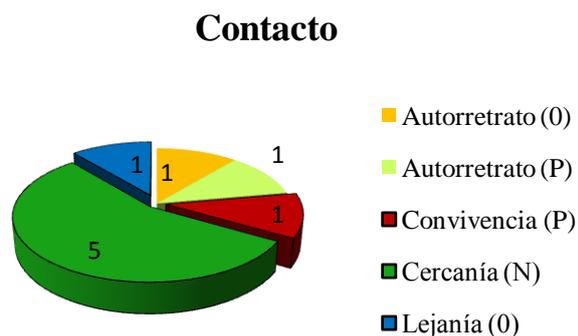
Quedan tres naciones, de tres niveles de distancia distintos. Los irlandeses, a los cuales se les atribuye la suerte, igual que a los mismos británicos: *Be/Have luck of the Irish*; los franceses como los maleducados, de la frase similar a la española: *Take French leave*; y los griegos, que en la frase *It's all Greek to me* representan la cultura y el idioma lejanos y lo desconocido.

3.4.3. Influencia de la distancia en la valoración

En cuanto a la distancia, la más frecuente es la situación de cercanía con cinco casos. Luego hay dos casos de autorretrato y una nación en el nivel de convivencia y de lejanía. Las nacionalidades valoradas como cercanía en todas las unidades fraseológicas son negativas. La nación de convivencia es valorada positivamente. De los dos casos de autorretrato uno aporta connotaciones positivas y otro neutras y el único caso de lejanía es igualmente neutral.

La representación de la distancia con la valoración se ve en el siguiente gráfico 6.

Gráfico 6: Representación de niveles de contacto en inglés.



3.4.3.1. Autorretrato

En el corpus hay dos casos que se consideran autorretrato: *Be as American as apple pie* y *The best of British (luck)*. En la primera unidad, lo americano se hace lo prototípico de lo nuestro sin connotaciones específicamente positivas o negativas. Quiere decir que, desde la perspectiva de los americanos, es algo que conocemos muy bien y es muy propio de nuestra cultura. En la segunda unidad, los británicos representan los afortunados, los que tienen mucha suerte y se valora positivamente.

3.4.3.2. Convivencia

Solo una frase contiene la nación de convivencia, que son los irlandeses: *Be/Have luck of the Irish*. A diferencia del checo y el español, donde a las naciones de convivencia siempre se les atribuyen connotaciones negativas, a los irlandeses se les ve, igual que a los británicos, como a los afortunados.

3.4.3.3. Cercanía

El nivel de la cercanía es el más frecuente en el corpus. Las dos nacionalidades, los holandeses y los franceses, son en las cinco unidades fraseológicas valorados negativamente. De las siguientes frases: *Have a Dutch courage*, *Go Dutch*, *Be in Dutch (with sb)*, *Be/Have a Dutch uncle* y *Take French leave*, se les da imagen de los maleducados, los tacaños, los que beben mucho alcohol y los enemigos o los otros.

3.4.3.4. Lejanía

Solo aparece una unidad fraseológica con la nacionalidad del nivel de la distancia de lejanía, los griegos. Aunque las dos naciones, los ingleses y los griegos, son europeas, el contacto entre ellas ha sido mínimo y también geográficamente se trata de dos extremos del continente. En la frase *It's all Greek to me*, la nación griega se hace el prototipo de la cultura e idioma muy ajenos a la cultura inglesa, es algo desconocido.

3.4.4. Conclusiones

La nación que ha formado la fuente más importante para la creación fraseológica es la holandesa, con los que los ingleses tenían mucha discordia y contra los que llevaban varias guerras, conocidas como anglo-neerlandesas. Su imagen es siempre negativa, representan los enemigos, los otros, los maleducados y que se creen con razón junto con los tacaños y los que beben demasiado alcohol. Luego se habla de los americanos, los británicos, los irlandeses, los franceses y los griegos.

Aunque se trata de casos sueltos, representan bastante bien la oposición de lo nuestro y lo ajeno. Los casos de autorretrato son valorados neutralmente, como lo nuestro, y positivamente representando la fortuna. El caso de convivencia es valorado igualmente como fortuna. El caso de lejanía es, al contrario del autorretrato, lo desconocido y lo que no entendemos bien. Los casos de cercanía se valoran negativamente del todo, se les atribuyen connotaciones de los maleducados, los tacaños, los que beben mucho y los enemigos.

3.5. Comparación

En este último capítulo de la parte práctica de la tesis se comparará la fraseología española, la checa y la inglesa buscando rasgos comunes o diferencias en cuanto a la elección de las nacionalidades, la valoración y la posible influencia del nivel de contacto a estos dos primeros procesos.

3.5.1. Descripción de nacionalidades

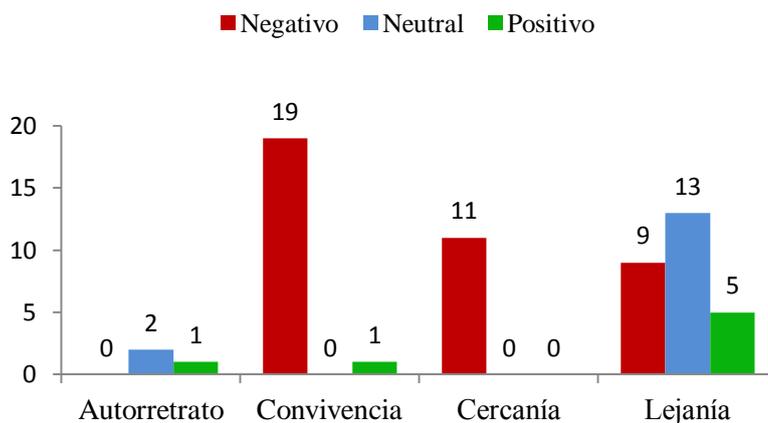
La preferencia de la elección de las nacionalidades en la fraseología checa, española e inglesa no difiere mucho. En los tres idiomas aparecen las naciones que son, más o menos, cercanas al territorio de sus hablantes. Como en los tres casos se trata de naciones europeas, comparten varias. Las naciones presentes tanto en la parte checa del corpus como en la española son los ingleses, América, los gitanos, los negros y los turcos. El inglés y el español comparten a los franceses. Además, cada lengua lleva en su fraseología naciones con las que tenían más contacto, por ejemplo por las guerras o por mayor cercanía geográfica. Los ingleses p. ej. a los irlandeses y los holandeses; los españoles a los árabes, los turcos y los checos al Imperio austrohúngaro.

De los gráficos 1, 3 y 5 se ve que siempre una o dos de las naciones aparecen en la fraseología, con mucha diferencia, en más unidades. En checo y en español, la nación que se hizo la fuente más importante para la creación fraseológica, es aquella con la que convivían, los moros y los gitanos, y son valorados negativamente. En inglés son los holandeses, del contacto cercano, valorados también negativamente. Otras naciones frecuentes en la fraseología suelen ser, por el contrario, del nivel de lejanía, los chinos en caso del español, los indios o los turcos en el checo.

3.5.2. Influencia de la distancia en la valoración

En total, se ha encontrado 61 frases, de las que 27 se han analizado como lejanía, 20 como convivencia, 11 como cercanía y 3 como autorretrato. Los datos de las tres lenguas se los ha sumado en el siguiente gráfico para ver claramente la valoración de naciones de diferentes niveles de la distancia.

Gráfico 7: La distancia y la valoración en los tres idiomas.



En el gráfico 7 podemos ver que para la creación de la fraseología se buscan más las naciones y etnias de culturas lejanas. Otra fuente importante es, por el contrario, naciones de contacto cotidiano. La mayoría de las unidades fraseológicas se ha analizado como negativa, aunque también hay casos valorados neutral o positivamente.

Se ha observado una clara influencia de la distancia en la valoración. Excepto el autorretrato que, naturalmente, es valorado positivamente o neutral, como lo nuestro y lo conocido, según el corpus hay una tendencia al aumento de la negatividad conforme con la cercanía. En checo y en español, todas las unidades fraseológicas encajadas en la convivencia se han encontrado negativas. Los casos de la cercanía son también negativas, en total, y los de la lejanía son las más equilibradas conteniendo en gran medida la valoración neutra y ocasionalmente también la positiva. La excepción a esta observación es solo la unidad inglesa: *Be/Have luck of the Irish* del contacto considerado convivencia y valoración positiva.

3.5.3. Imagen

3.5.3.1. Varias imágenes de la misma nación

Algunas naciones han servido para la creación fraseológica en más de una de las tres lenguas. La imagen de la misma nacionalidad en diferentes idiomas se acerca en varios casos, sin embargo, también hay diferencias.

3.5.3.1.1. América

Resulta que tanto en la fraseología española como en la checa, América, aunque se refiera a diferentes partes del continente, es valorada positivamente. Representa un lugar de la libertad, la riqueza y la fortuna.

3.5.3.1.2. Franceses

En el caso de la unidad *Despedirse/irse a la francesa* española y *Take French leave* inglesa concuerda incluso el significado con la misma, del cual los franceses salen como maleducados, que suelen irse sin despedirse.

3.5.3.1.3. Gitanos

El español y el checo comparten en su fraseología la nación gitana que, además, en los dos casos es una nación con la que sus hablantes conviven en un mismo territorio. Aquí, las imágenes también comparten algunos rasgos. En español, *Ser gitano* significa ser un pícaro que se explica como una persona de mal vivir, que suele mentir y robar, donde se acerca a la imagen checa de los que roban, mienten, fuman demasiado, son sucios, o sea, gente de mal vivir, maleducados, etc, que, sin embargo, adquiere connotaciones más negativas.

3.5.3.1.4. Indios

La imagen del indio en el idioma checo y el español es distinta. En el primero es el de la tez roja, el que grita y el que se pinta la cara, mientras en el segundo es el que no entiende, el ingenuo y el que se sienta con las piernas cruzadas. Desde el punto de vista checo al indio se le mira neutral, describiendo las diferencias de aspecto y las culturales, y desde el español en un caso neutral en otro negativo.

3.5.3.1.5. Negros

Las dos frases españolas hablando de los negros: *Trabajar como un negro* y *Ser una merienda de negros* llevan connotaciones negativas de las personas inferiores y desordenadas, en el checo la única, *(Být) jako černoch*, solo se refiere al aspecto diferente.

3.5.3.1.6. Turcos

La última nación que aparece tanto en checo como en español son los turcos. De la unidad española *Ser cabeza de turco* se deduce la imagen del culpable, el malo y el enemigo. En el checo se les atribuye el desorden y el modo de sentarse diferente (*Vést turecké hospodářství, Turecký pořádek, Sedět jako Turek*).

3.5.3.2. La misma imagen sobre varias naciones

De las tablas 1, 2 y 3 podemos leer que varias imágenes sobre las nacionalidades se repiten. La fraseología de los tres idiomas comparte las connotaciones e imágenes que se les atribuye a diferentes naciones. En algunos casos se ha encontrado una relación de la valoración con el nivel de contacto, como en lo conocido y lo desconocido.

3.5.3.2.1. Lo conocido/lo desconocido

En la fraseología hablando de diferentes naciones es muy común la imagen de lo nuestro y lo ajeno o, más bien, lo conocido y lo desconocido. En el primer caso, hablando de lo nuestro o lo que conocemos y entendemos muy bien, se trata del autorretrato. En el corpus aparece en la parte checa: *Říct to český* y la inglesa: *Be as American as apple pie*.

La imagen contraria aparece en los tres idiomas y se relaciona solo con las naciones del nivel de contacto nombrado como lejanía, es decir, con culturas de poco contacto y más o menos lejanas geográficamente para los hablantes de dicha lengua. Para los ingleses el prototipo de lo lejano se hace lo griego, para los checos lo español y para los españoles lo chino, lo sueco y el arameo.

En inglés y en español aparece lo desconocido en unidades refiriéndose a la lengua de la nación (como en el checo a lo conocido: *Říct to český*): *It's all Greek to me, Sonar (al. a alg.) a chino, Jurar en arameo/hebreo*. En español y checo aparece además en varias unidades: *¡Naranjas de la China!, Engañar (a alg.) como a un chino, Ser un cuento chino, Hacer el indio, Hacerse el sueco, (Být pro někoho) španělskou vesnicí*. Lo desconocido en algunos casos llega a ser hasta algo exótico (*¡Naranjas de la China!*).

3.5.3.2.2. Otras

Se ha observado también el uso repetido de algunas propiedades negativas y neutras sin relación con el nivel de contacto, en otras palabras, en las tres lenguas aparecen las mismas imágenes que, sin embargo, se aplican a diferentes naciones de diferentes niveles del contacto.

En las tres lenguas aparece la imagen de maleducado: *Despedirse/irse a la francesa* (C) en español, *Zmizet po anglicku* (C) en checo y *French leave* (C) en inglés; que bebe mucho alcohol: *Beber como un cosaco* (L), *Pít (být ožralý) jak Dán* (C), *Have a Dutch courage* (C) y tacaño: *Pagar a la catalana* (V), *Být šetrný jako Skot* (L), *Go Dutch* (C). A varias naciones también se les atribuye más de una vez la imagen de los desordenados, los enemigos o los otros.

Hablando de las naciones lejanas además aparecen atribuciones de origen de costumbres o apariencia muy distintas a la nativa: sentarse con las piernas cruzadas (*Sentarse a lo indio*, *Sedět jako Turek*) o haciendo referencia al color de la piel (*Být černý jako cikán*, *(Být) jako černoš*, *Být opálený jak Indián*).

4. Conclusiones

Como se ha explicado en la parte teórica de la tesis, según la lingüística cognitiva, el lenguaje guarda el pensamiento de sus hablantes, es decir, la lengua refleja nuestro modo de pensar. En el lenguaje, sobre todo en los textos creativos, podemos encontrar varias connotaciones atribuidas a las cosas, personas o hechos. El objetivo de este trabajo, definido en la introducción, era estudiar una parte del lenguaje checo, español e inglés, la fraseología, considerada la creatividad popular, para reconocer la imagen que les atribuyen los hablantes de estos idiomas a varias nacionalidades y etnias.

Se ha analizado un total de 61 locuciones con alguna nación o etnia, encontradas en los diccionarios fraseológicos. A éstas se les ha asignado uno de los cuatro tipos de distancia: autorretrato, convivencia, cercanía y lejanía, y se han deducido las connotaciones atribuidas a las naciones. No se ha observado solo la imagen de las nacionalidades sino también su elección, o sea, qué nacionalidades aparecen en la fraseología y con qué frecuencia, y también la relación de la imagen con el nivel de contacto con la nación de dicha lengua. Al final, los datos se han comparado entre sí.

En cuanto a la elección de las nacionalidades, en la fraseología checa y española, las naciones, con mucha diferencia, más frecuentes, son aquellas con las que sus hablantes conviven o convivían en el mismo territorio, los moros, en caso del español, y los gitanos, en caso del checo. En inglés, la nación que se repite en la fraseología es la holandesa, que durante mucho tiempo representaba su enemigo clave y con la que luchaban en varias guerras. Otras naciones, en mayoría, aparecen en casos más bien sueltos y se trata, sobre todo, de naciones europeas y no muy lejanas geográficamente.

En los resultados del análisis, resumidos en el gráfico 7, se ha observado cierta relación de la valoración de las nacionalidades con el nivel de contacto con los hablantes de dicha lengua. El autorretrato, o sea, la imagen de «nosotros» es valorada neutral o positivamente. Las naciones de convivencia y de cercanía, con las que se estaba en contacto cotidiano o al menos regular, p. ej. por el comercio o por las guerras, son valoradas, con una excepción, negativamente en total. Por último, las naciones de lejanía, con las que se mantenía poco o ningún contacto, se valoran con más equilibrio, bien negativamente, bien neutral y positivamente.

En muchas unidades fraseológicas se ha encontrado la oposición de lo nuestro y lo ajeno, o en concreto, lo conocido y lo desconocido. Lo conocido, naturalmente, aparece en las unidades refiriéndose a su propia nación: *Říct to český*, *Be as American as apple pie*, y lo desconocido en las unidades de lejanía, es decir, con naciones de poco contacto, con una cultura e idioma muy distintos, p. ej.: *It's all Greek to me*, *Sonar (al. a alg.) a chino* o *(Být pro někoho) španělskou vesnicí*. Lo lejano y lo desconocido se expresa, en muchos casos, a través del idioma de la nación, o por el aspecto y costumbres muy diferentes a la cultura nativa o representa lo exótico.

La mayoría de las unidades fraseológicas han resultado negativas. Las que se han analizado neutras hacen referencia a lo que entendemos o conocemos bien o, por otro lado, a lo diferente, lo que no entendemos o lo que no conocemos. La mirada positiva a las naciones se ha encontrado en 7 unidades. Dos de ellas, una de autorretrato y una de convivencia, representan la fortuna. Las otras cinco son de lejanía y cuatro de ellas se refieren a América representando la libertad, la fortuna y la riqueza: *Být svobodný jak Amerika*, *Ser/tener un Tío de América*, *Hacer (alg.) las Américas* y *Valer un Perú*.

De varias unidades fraseológicas de las tres lenguas se han deducido imágenes iguales, atribuidas, sin embargo, a diferentes naciones y etnias de diferentes niveles de contacto. Aparte de lo conocido y lo desconocido, se repiten imágenes de los maleducados, los que beben mucho alcohol, los desordenados o los tacaños.

5. Anotación

5.1. Anotace

Jméno a příjmení: Jana Pospěchová

Zadávající katedra: Katedra romanistiky, Filozofická fakulta

Název práce: Jazykový obraz různých národností v české, španělské a anglické frazeologii.

Vedoucí práce: Mgr. Enrique Gutiérrez Rubio, Ph.D.

Počet znaků: 109 776

Počet příloh: 0

Použitá literatura: 29

Použité internetové zdroje: 3

Klíčová slova: kognitivní lingvistika, jazykový obraz světa, národnosti, frazeologie, konotace, etnolingvistika, lingvistická antropologie, stereotyp.

Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. V první z nich je stručně popsán vývoj, hlavní znaky, pojmy a osobnosti spojené s kognitivní lingvistikou. Dále je úvodem do etnolingvistiky, kde se soustředí především na problematiku stereotypu a frazeologie, kde se zabývá jejími základními jednotkami.

Druhou částí práce je analýza frazeologických jednotek, spojených s národnostmi a etnikami, ze španělského, českého a anglického jazyka. Po rozboru frází se hodnotí pohled na jednotlivé národnosti v souvislosti na úrovni kontaktu s danou národností. Poslední částí je porovnání hodnocení frazeologických jednotek všech tří jazyků.

5.2. Annotation

Author's first name and surname: Jana Pospěchová

Department and faculty: Department of Romance Philology, Faculty of Arts

Title of the thesis: The image of various nationalities in the Czech, Spanish and English phraseology.

Thesis supervisor: Mgr. Enrique Gutiérrez Rubio, Ph.D.

Number of characters: 109 776

Number of attachments: 0

Literature used: 29

Internet resources: 3

Keywords: cognitive linguistics, image schemas, nationalities, phraseology, connotation, ethnolinguistics, linguistics anthropology, stereotype.

The thesis is divided in two parts; theoretical and practical one. The first part offers a brief description of development, main signs, concepts and important figures connected with cognitive linguistics. Furthermore it is an introduction into ethno linguistics focusing on stereotype and phraseology issues and dealing with its basic units.

The second part is an analysis of phraseological units, connected with nationalities and ethnic groups, from Spanish, Czech and English. Based on this analysis an evaluation of image of individual nationalities is done, taking into account to what extent are they in contact.

The last part is a comparison of evaluations of phraseological units from all three languages.

6. Bibliografía

6.1. Libros de referencia

BARTMIŃSKI, Jerzy, «Jaké hodnoty spoluutvářejí jazykový obraz světa Slovanů?», trad. Irena Vaňková, en: *Slovo a slovesnost, časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*, ed. Petr Kaderka, Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, sborník 71, číslo 4, 2010.

CORPAS PASTOR, Gloria, *Manual de fraseología española*, Madrid: Gredos, S.A., 1996.

CROFT, William y D. Alan CRUSE, *Lingüística cognitiva*, trad. Antonio Benítez Burraco, Madrid: Ediciones Akal, S.A., 2008.

ČERMÁK, František, *Frazeologie a idiomatika, česká a obecná*, Praha: Karolinum, 2007.

DURANTI, Alessandro, *Antropología lingüística*, trad. Pedro Tena, Madrid: Cambridge University Press, 2000.

GRZEGORCZYKOWA, Renata, «Problémy pojetí jazykového obrazu světa v perspektivě srovnávacích výzkumů», trad. Irena Vaňková, en *Slovo a slovesnost, časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*, ed. Petr Kaderka, Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, sborník 71, číslo 4, 2010.

GUTIÉRREZ PÉREZ, Regina, *Estudio cognitivo-contrastivo de las metáforas del cuerpo, Análisis empírico del corazón como dominio fuente en inglés, francés, español e italiano*, Frankfurt: Peter Lang GmbH, 2010.

IBARRETXE-ANTUÑANO, Iraide y Javier VALENZUELA, *Lingüística Cognitiva*, Barcelona: Anthropos, 2012.

KOSEK, Jan, *Právo (n)a předsudek, Historické, filozofické, sociálně psychologické, kulturní a právní souvislosti stereotypů a předsudků*, Praha: Dokořán, 2011.

LAKOFF, George y Mark JOHNSON, *Metaphors We live by*, Chicago: The University of Chicago, 2003.

LAKOFF, George, *Women, fire, and dangerous things*, Chicago: The University of Chicago Press, 1987.

NIQUE, Christian, *Introducción metódica a la gramática generativa*, Madrid: Madrid Cátedra D. L., 1977.

PAJZIŃSKA, Anna y Ryszard TOKARSKI, «Jazykový obraz světa a kreativní text», trad. Irena Vaňková, en: *Slovo a slovesnost, časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*, ed. Petr Kaderka, Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, sborník 71, číslo 4, 2010.

PAJZIŃSKA, Anna, «Kategorie strukturující jazykový obraz světa: antropocentrismus a opozice „vlastní“ – „cizí“», en *Čítanka textů z kognitivní lingvistiky II.*, ed. L. Saicová Římalová, Praha: FF UK, 2007.

POKORNÝ, Jan, *Lingvistická antropologie, jazyk, mysl a kultura*, 1^a ed., Praha: Grada, 2010.

SAPIR, Edward, *El lenguaje, Introducción al estudio del habla*, trad. Margit y Antonio Alatorre, 9^a reimpr., Madrid: Ediciones F.C.E. España, S.A., 1981.

SZTUBA, Anna, «Los autorretratos y retratos lingüísticos en el refranero polaco. El hábito hace al monje. Habit czyni mnicha.», en Conde Tarrío, *El componente lingüístico de la Paremiología*, CortilWodon: EME & InterCommunications S.P.R.L., 2007.

VAŃKOVÁ, Irena, «Inspirace z Lublinu», en *Čítanka textů z kognitivní lingvistiky II.*, ed. L. Saicová Římalová, Praha: FF UK, 2007.

VAŃKOVÁ, Irena, «Úvodem: na cestě ke kognitivní (etno)lingvistice», en *Slovo a slovesnost, časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*, ed. Petr Kaderka, Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, sborník 71, číslo 4, 2010.

VAŃKOVÁ, Irena, Iva NEBESKÁ, Lucie SAICOVÁ ŘÍMALOVÁ y Jasňa ŠLÉDROVÁ, *Co na srdci, to na jazyku, Kapitoly z kognitivní lingvistiky*, Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakl. Karolinum, 2005.

VAŃKOVÁ, Irena, *Nádoba plná řeči, Člověk, řeč a přirozený svět*, Praha: Karolinum, 2007.

6.2. Dictionarios

6.2.1. Recursos en papel

ČERMÁK, František, Jiří HRONEK y Jaroslav MACHAČ, *Slovník české frazeologie a idiomatiky 1, Přirovnání*, 2^a ed., Praha: Leda, 2009.

ČERMÁK, František, Jiří HRONEK y Jaroslav MACHAČ, *Slovník české frazeologie a idiomatiky 2, Výrazy neslovesné*, 2^a ed., Praha: Leda, 2009.

ČERMÁK, František, Jiří HRONEK y Jaroslav MACHAČ, *Slovník české frazeologie a idiomatiky 3, Výrazy slovesné*, 2^a ed., Praha: Leda, 2009.

ČERMÁK, František, *Slovník české frazeologie a idiomatiky 4, Výrazy větné*, Praha: Leda, 2009.

Gran Diccionario de Frases Hechas, Barcelona: Larousse Planeta, 2001.

SECO, Manuel, Olimpia ANDRÉS, Gabino RAMOS y Mateu CROMO, *Diccionario fraseológico documentado del español actual*, Madrid: S.A., 2004.

SUAZO PASCUAL, Guillermo, *Abecedario de dichos y frases hechas*, Madrid: EDAF, 1999.

WALTER, Elizabeth (ed.), *Cambridge International Dictionary of Idioms*, Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

6.2.2. Recursos electrónicos

«DRAE: Diccionario de la lengua española», 22^a ed., 2001., en Real Academia Española, <<http://www.rae.es>>.

«Diccionario de dichos y refranes», en *Los diccionarios y las enciclopedias sobre el Académico*, Academic, 2000-2010, <http://www.esacademic.com/contents.nsf/sp_sp_dichos_refranes/>.

«The free dictionary», by Farlex, Inc., 2012, <<http://idioms.thefreedictionary.com>>.