

Cecylia Tatoj

DOI: 10.4312/vh.27.1.11-27

Universidad de Silesia

¿Qué esconden las palabras? La enseñanza del léxico y los estereotipos nacionales

Palabras clave: estereotipos, nombres de nacionalidades, visión del mundo, cognitivismo, lingüística contrastiva

1 Introducción

Cuando hablamos de la enseñanza, no podemos olvidar que su objetivo principal es ayudar al hombre a entender el mundo, pero también –o sobre todo– a entenderse a sí mismo en relación con su propia percepción de la realidad y a comprender las relaciones que rigen los contactos sociales. Todo esto ayuda a los seres humanos a ser más conscientes de sus capacidades mentales, aunque hablamos aquí solamente del conocimiento de usuario, así como de darse cuenta de las limitaciones existentes, entenderlas y poder superarlas.

La enseñanza de idiomas ofrece innegables oportunidades de poder llevar a cabo estas acciones, ya que las personas focalizan sus capacidades cognitivas hacia las lenguas, cuyo funcionamiento está en gran parte ligado a la actividad del cerebro. La lengua ayuda a entender el mundo, organizándolo en categorías, dado que, por un lado, muestra puntos comunes de un número infinito de cosas y de situaciones desde una perspectiva general, mientras que, por otro, permite percibir diferencias entre ellas a través de su discriminación selectiva.

En las clases de idiomas no solamente se aprenden aspectos formales de la lengua, como gramática o vocabulario, así como aspectos sociolingüísticos que marcan las pautas acerca de cómo comunicarse con otras naciones, sino que también se inicia un acercamiento al concepto de la lengua humana, es decir, a un fenómeno que abarca múltiples aspectos de procesamiento cognitivo y de realización

activa, con lo cual posee una gran complejidad, en tanto que es sistematizado. Es en el momento de enseñar una lengua extranjera cuando se empieza a descubrir qué es la lengua *per se*, cómo funciona y qué influencia tiene en la percepción del mundo. Precisamente, a raíz de lo señalado, entendemos que uno de los temas que mejor se inscribe en torno a la cuestión abordada es el de los estereotipos que, aunque resulta bastante conocido y ha sido tratado por distintas ciencias humanísticas, todavía tiene mucho que ofrecer. Ciertamente, el estereotipo tiene la capacidad de convertirse en un elemento facilitador de cara a comprender cómo funciona el cerebro humano y permite analizar qué limitaciones sobrepone frente a la percepción y visión del mundo; por lo tanto, primero, ayuda a entender al ser humano en sí y para sí mismo y, segundo, provoca una intensa reflexión sobre el comportamiento de otras personas.

Hemos decidido abordar el tema de los estereotipos ya que nos parece imprescindible para iniciar un acercamiento real a la percepción que se tiene de las distintas naciones del mundo. A la hora de llevar a cabo una aproximación al hecho de entender cómo funciona el cerebro humano, es decir, cómo funcionamos nosotros mismos, podremos dar un paso adelante para adquirir recursos y capacidades para entender a las personas autóctonas de otros territorios, de tal forma que ello de pie al inicio de un diálogo intercultural real que «es una necesidad real en nuestros tiempos. En un mundo cada vez más diverso e inseguro, necesitamos hablar a través de las fronteras étnicas, religiosas, lingüísticas y nacionales para asegurar la cohesión social y evitar los conflictos» (Consejo de Europa, 2008:7).

Cuando enseñamos léxico, hemos de sensibilizar a nuestros alumnos sobre la información subyacente en cada palabra, siendo uno de los mejores ejemplos para llevar esta tarea a cabo la explotación del léxico relativo a las nacionalidades en el aula. En el presente artículo analizaremos particularmente el léxico español relacionado con el tema propuesto con el objeto de descubrir qué visión del mundo esconden los adjetivos aplicados a la designación de las distintas nacionalidades.

En una primera fase nos acercaremos al concepto de estereotipo, presentaremos su definición y estudiaremos su funcionamiento en el lenguaje, explicando asimismo cómo entendemos el concepto de visión del mundo. En la siguiente fase, nos centraremos en el léxico relativo a las nacionalidades y su uso en los fraseologismos, con el fin de realizar una búsqueda de estereotipos arraigados en el pensamiento y en la lengua. Cabe agregar que este trabajo se centrará esencialmente en la lengua española, pero añadiremos varios ejemplos provenientes de

la lengua polaca que, como contraste, nos permitirá ampliar el análisis y poner de manifiesto un punto de vista distinto. Como nuestro objetivo consiste en mostrar el potencial que tiene la cuestión de los estereotipos y no dedicarnos a un análisis exhaustivo de los mismos, no pretendemos pormenorizar ni los estereotipos arraigados en la lengua ni los fraseologismos que contiene el léxico relativo a nacionalidades, por lo que nos ocuparemos solamente de aquellos que, según nuestra opinión, sean los más destacados. Queremos subrayar también que nuestro artículo debería servir como punto de partida para hablar sobre este hecho en una clase de idiomas, por lo que en ningún caso se deberían tratar los estereotipos aquí presentados como definitivos, sino que sería oportuno discutir ampliamente sobre ellos y debatir si realmente coinciden con las opiniones y los prejuicios de nuestros alumnos.

2 Bases teóricas

El punto de partida de nuestro estudio tiene como origen las observaciones realizadas por Lorenz (1977), Premio Nobel de Fisiología y Medicina en 1973, quien afirma que si el hombre que conoce el mundo es un espejo que refleja la realidad, su aparato fisiológico es la parte inversa del espejo y es parte de la realidad que refleja.

Se hace necesario, pues, hacer una pausa antes de continuar con nuestra argumentación a fin de realizar un inciso en torno al aparato cognitivo y, gracias a ello, comprender cómo percibimos el mundo, en especial qué limitaciones nos impone. Como hemos dicho, parece que una de las mejores herramientas para hacerlo es a través del análisis de la lengua: como señala Lorenz (1977: 289-290), la teoría de la «tabula rasa» es errónea, ya que los componentes sociales y culturales influyen en el aparato cognitivo y, por lo tanto, en todo lo que percibimos como verdadero, razonable, indudable y real.

Evidentemente, los partidarios de la lingüística cognitiva también se concentran en esta idea a la hora de interrogarse acerca del concepto de mente humana. Kövecses (2011: 22) señala que hay esencialmente dos opiniones diferentes sobre la relación existente entre la mente y el mundo exterior. Según la primera, la mente refleja la realidad preexistente, sin embargo, según la segunda, es la mente aquella que crea dicha realidad, es decir, la dota de estructura. En el primer caso, se describe la mente como el «espejo de la realidad», mientras que en el segundo caso, se deja a los seres humanos un espacio más amplio para crear una imagen del mundo que sea más o menos cercana a la «realidad contemporánea», es decir, se ha de entender que existe una relativa

interdependencia con la actividad humana. Según esta segunda opinión, se puede decir que lo que vemos consiste únicamente en una realidad «imaginada» o, mejor, de una «proyección» de la realidad. Así pues, cabe preguntarse a partir de estas afirmaciones si la mente refleja o crea la realidad.

Los cognitivistas comparten la segunda opinión, pues el propio Kövecses (2011: 27) constata que la mente refleja el mundo *en la medida* de nuestras experiencias y percepciones. Por lo tanto, las categorías de la mente no corresponden a las categorías del mundo o, dicho de otra forma, de la realidad objetiva: el mundo es «creado» o construido por la mente.

Por su parte, Panjdzínska (2001: 33), adscrita a la Escuela Etnolingüística de Lublin, hace constar que las investigaciones lingüísticas añaden cada vez más pruebas de que cada lengua construye una interpretación del mundo y no su reflexión. En este sentido, coincide con las palabras de Schaff (1981: 29): «[...] los hombres conocen y adquieren la realidad por intermedio de los esquemas mentales que, en su resultado, constituyen una versión muy importante del factor subjetivo en el conocimiento, una versión que puede causar una toma diferente de la misma realidad por varios sujetos»¹.

Tras todo lo señalado, se hace preciso constar que en nuestro artículo nos apoyaremos en ambas corrientes: la lingüística cognitiva y la representada por la Escuela Etnolingüística de Lublin². Ambas escuelas lingüísticas tienen la misma visión holística del significado, dado que lo describen teniendo en cuenta un fondo experimental más amplio. Siguiendo estas dos tendencias, constatamos que la mente no refleja la realidad, sino que la crea, por lo que se hace necesario llevar a cabo un estudio en profundidad al objeto de entender los mecanismos que rigen el pensamiento. Para que nuestra investigación sea más completa, nos vemos en la tesitura de acercarnos a dos conceptos: el primero, especialmente desarrollado por la lingüística cognitiva, referido al prototipo; el segundo, en el que se centra la Escuela Etnolingüística de Lublin, relacionado con el estereotipo.

3 El concepto del prototipo y del estereotipo

A fin ponernos en situación para llegar a una correcta comprensión de cómo están organizadas en nuestros cerebros las conceptualizaciones que se llevan a cabo sobre el ámbito de las nacionalidades, hemos de comenzar por

1 Todas las traducciones son nuestras.

2 El contraste entre los dos movimientos es descrito por Zinken (2015).

explicar, tal como señalábamos en líneas anteriores, las nociones de prototipo y de estereotipo.

La primera viene definida por los cognitivistas, basándose en las investigaciones de la psicóloga americana Rosch, como «el ejemplar que mejor se reconoce, el más representativo y distintivo de una categoría, puesto que es el que comparte más características con el resto de miembros de la categoría y menos con los miembros de otras categorías» (Cuenca y Hilferty, 1999: 35)³. Hemos de añadir que las categorías se perciben como graduales; de esta forma, por un lado, en el centro se encuentra el prototipo (o los prototipos, dado que una categoría puede contener varios) y, por otro, hay miembros periféricos que no contienen todas las características de la categoría. Además, las categorías son entidades difusas cuyas fronteras son borrosas⁴.

La segunda noción, más relevante para nuestro trabajo, fue descrita por Lippmann, un periodista y comentarista político estadounidense, quien percibía los estereotipos como imágenes en nuestras mentes. Según este autor (1922), el estereotipo permite al hombre ordenar el mundo antes de conocerlo; no es neutral, lo cual implica que siempre contiene «un cargo emocional»; es resistente a cambios, influye en nuestra percepción del mundo y está ligado a la palabra oral o escrita.

El fundador de la Escuela Etnolingüística de Lublin, Bartmiński (1985, en línea), añade al estereotipo el concepto de «realidad social», que se diferencia de la realidad natural, dado que la primera se centra en cómo aprecia la gente dicha realidad y no existe en sí misma, sino que consiste solamente en una imagen mental que tenemos en nuestro interior. Siguiendo con su línea argumentativa, este lingüista indica que, por un lado, el estereotipo es una imagen creada por una comunidad concreta y, por lo tanto, describe contenidos que se encuentran en la conciencia colectiva, mientras que, por otro, se refiere a la realidad social, es decir, a las personas vistas desde la perspectiva de las relaciones que llevan a cabo entre sí como representantes de distintas naciones, clases, ambientes, etc.

Como subraya Schaff (1981: 113), «los conceptos⁵ son, por lo menos en suposición, un fenómeno que responde a los requisitos del pensamiento científico, y los estereotipos todo lo contrario, están “impregnados” por la influencia de la experiencia».

3 Véase también Kleiber (1995).

4 En nuestro trabajo hacemos referencia solamente a la versión estándar de la teoría descrita.

5 Y también, según nuestro punto de vista, las categorías y sus prototipos.

Apoyándonos en el psicólogo social Allport (1950), quien analiza prejuicios raciales y nacionales sin tomar en consideración el hecho de si el estereotipo es positivo o negativo, se ha de apreciar la convicción relacionada con la categoría: su función es una justificación (racionalización) de nuestro comportamiento en referencia a esta categoría.

Así pues, como hemos puesto de manifiesto, los prototipos son los mejores representantes de una categoría y los tratamos de una forma neutral. Sin embargo, los estereotipos contienen una información, que en muchas ocasiones es necesario inferir, la cual influye en nuestra percepción del mundo e influye también en su valoración. Tras lo indicado, consideramos muy importante centrarnos en ambos conceptos en la clase de ELE, ya que nos ayudarán a entender mejor el contenido del léxico español y comparar dicho contenido con el léxico en lengua polaca.

4 El concepto de extranjero y ajeno

Tal como habíamos señalado con anterioridad, los estereotipos están vinculados a estímulos verbales, con lo cual aparecen asociados al uso de determinadas palabras. Schaff (1981: 39) subraya que siempre, tanto en el caso de los negativos como de los positivos, los estereotipos son reacciones (ante todo emocionales) a una palabra-nombre, a un contenido social que se une con la palabra en un ámbito concreto y no a una experiencia particular de un individuo que reacciona de manera propia a una situación.

Por lo tanto, para descubrir cómo opera la mente de cada persona, hay que focalizarse en el léxico y buscar qué imágenes esconde. De esta forma, nuestra propuesta se centra inicialmente en el análisis de las palabras *propio*, *familiar* y *ajeno*, *otro* que están necesariamente unidas al concepto de estereotipos nacionales. Por un lado, existe el *nosotros*, aquellos que formamos parte de un determinado grupo social y, por otro, existe la otredad, o sea, aquellos que provienen de un grupo social distinto. Cabe subrayar que lo *ajeno* y lo *otro* en numerosas situaciones se percibe como algo negativo, considerado potencialmente como una amenaza. *Los otros* posee el matiz semántico de *diferentes*, *extraños*, y en múltiples ocasiones se usa la palabra para hablar de los extranjeros.

Se ha de añadir que el turista extranjero es llamado por los españoles en el lenguaje coloquial *guiiri*. Es una palabra que, según la RAE, proviene del vasco (*guiristino*, español *crístico*) y en las guerras civiles del siglo XIX se usaba para llamar así al partidario de la reina Cristina. En la lengua polaca no existe

una única palabra que se utilice para hablar coloquialmente de los extranjeros, pero sí que se dan términos relacionados con nombres de nacionalidades, por ejemplo, *szwab* para denominar despectivamente al alemán, *rusek* al ruso o *żabojad* (palabra compuesta por los términos *żaba* y *jadać*, es decir, *rana* y *comer*) al francés. También existen varios sustantivos que provienen de los patronímicos: *fryc*, *helmut* o *hans* para hablar de un alemán; *wania* o *iwan* al ruso, y *pepik* o *pepiczek* (diminutivo de José) para el checo. Hay que añadir que la lengua alemana es considerada por muchos polacos como una lengua muy desagradable, lo cual reflejan los sustantivos coloquiales en alemán *szawargot* o *szwargotanie*, así como los verbos *szprechać* o *szwargotać*.

5 Autoestereotipos

A la hora de ubicar nuestra visión en el léxico de las nacionalidades, lo primero que podemos detectar es que, en numerosos casos, contienen tanto el prototipo como el estereotipo, teniendo en cuenta, además, que el prototipo recoge todas las características más destacables de la categoría. A la hora de designar a alguien por su nacionalidad, de hecho nos encontraremos ante los siguientes parámetros: el lugar de nacimiento y de alojamiento fijo, la procedencia y la lengua nativa, es decir, que se consigue una información estrictamente neutral. Por ejemplo, en el caso de un alemán, tendremos en mente a una persona que ha nacido y vive en el territorio de Alemania, de padres alemanes, cuya lengua nativa es el alemán. Ahora bien, esto no implica que para que alguien sea categorizado como *alemán*, tenga que poseer todas las peculiaridades señaladas, por lo que resulta fácil imaginar a un alemán que vive en España o a un alemán cuyos padres no son oriundos del país al que se adscribe esta nacionalidad, aunque debido a que esta persona ha nacido en ese territorio tiene la ciudadanía alemana; también, por ende, puede tratarse de una persona que vive en Alemania y habla alemán, así como de otros casos similares. Dicho esto, se puede apreciar que la categoría *alemán* contiene su centro y las correspondientes periferias, pero lo más importante es que no incluye ningún juicio: ni positivo ni negativo.

Por otro lado, podemos hablar del estereotipo del *alemán*: por un lado, puede estar relacionado con el aspecto físico, por el que un típico alemán, para la mayoría de personas, será alto y rubio; por otro, se refiere al carácter y puede ser o muy ordenado y esquemático, o –incluso demasiado– meticuloso.

Así pues, el prototipo es neutral e independiente de la valoración, mientras que el estereotipo contiene un juicio, positivo o negativo hacia otra persona. Por lo tanto, a la hora de trabajar el tema de los estereotipos nacionales en la clase de

ELE, proponemos como inicio averiguar cuál es el prototipo y cuál el estereotipo relacionado con cada nacionalidad. El segundo paso sería averiguar qué nacionalidades están estereotipadas, teniendo en cuenta también el autoestereotipo.

Constituye un hecho interesante estudiar cómo los nativos se ven a sí mismos. Aunque parezca mucho más fácil describir a *los otros*, ya que los vemos mucho menos y por lo tanto podemos fijarnos en los rasgos más destacados de su aspecto físico y de carácter, también existen los autoestereotipos que no siempre contienen una valoración positiva. Según los estudios de Ovejero Bernal (1991: 488), los españoles se perciben como una nación alegre, habladora, apasionada, simpática y orgullosa, aunque también a veces se consideran cursis, antipáticos, arrogantes y sofisticados. Además, se puede apreciar notablemente una división por regiones. Se suele decir que, por ejemplo, los andaluces, según las investigaciones de Chacón Fuertes (1986), son vistos por los madrileños como juerguistas, alegres, abiertos, exagerados, graciosos, hospitalarios, charlatanes, vivos, religiosos, supersticiosos, amantes de su tierra, vagos, amables, fanfarrones, cariñosos y generosos, mientras que los catalanes, como tacaños, orgullosos, cerrados, separatistas, trabajadores, materialistas y prácticos. Es interesante también comentar que en España hay numerosos chistes sobre los habitantes de un pueblo cercano a Huelva, Lepe. A los leperos se les presenta como gente de poca inteligencia. En el caso de Polonia (y a semejanza de Lepe), también son habituales los chistes sobre Wąchock, un pueblo situado en la provincia de Santa Cruz.

Por otro lado, los españoles se percatan de la imagen estereotipada de su nación que tienen otros europeos, puesto que conocen fehacientemente que España se percibe como una tierra de flamenco, toros, sol, playa, gente alegre y apasionada por el fútbol. Se ha de destacar que, aunque se niegue y se hable de otras imágenes de España, es esta la que se «vende», por ejemplo, en la mayoría de tiendas de típicos recuerdos turísticos o la que se ha podido observar en las dos Exposiciones Universales celebradas en ese país durante el siglo XX. No cabe duda de que la razón principal se halla en las sucesivas campañas publicitarias turísticas que inició la dictadura franquista a partir de 1957 bajo el lema *Spain is Different* (España es diferente), que plasmó en el ideario universal la imagen de esta España descrita en líneas anteriores y que se ha mantenido en la conciencia de muchas personas hasta el día de hoy, debido precisamente a la explotación de tópicos provenientes del siglo XIX⁶.

6 Véase <https://www.puromarketing.com/38/30799/spain-different-asi-nacio-conocida-campana-marketing-turistico.html> (en línea).

Por otro lado, según las investigaciones de Cała (1996), los polacos se describen a sí mismos como personas muy apegadas a la religión⁷, patriotas que aman su territorio y que luchan heroicamente por su libertad⁸, honradas, hospitalarias y sociables, que beben demasiado alcohol⁹, derrochadoras, poco económicas, poco trabajadoras e indisciplinadas; unido a esto, en otras investigaciones¹⁰ también se subraya que se consideran una nación muy apegada a la familia. Siguiendo a Błuszkowski (2003: 241), podemos añadir que el estereotipo tradicional de los polacos tiene un carácter patriótico-heroico, el cual se basa en el lema *Bóg-Honor-Ojczyzna* (Dios-honor-patria) que tuvo su origen en el siglo XVIII, cuando Polonia perdió la independencia. Al mismo tiempo, Bartmiński (2001: 37) subraya que la tendencia dominante en la creación del autoestereotipo polaco durante la última década se basa en el crecimiento de la autocrítica.

6 Estereotipos nacionales

A la hora de hablar acerca de distintas nacionalidades, podemos observar que unas son tratadas de una forma neutral, aunque otras poseen la añadidura en cuanto a su tratamiento de determinados rasgos característicos. Ovejero Bernal (1991) investiga los estereotipos nacionales arraigados en la lengua española y describe cómo los españoles establecen sus preconcepciones al respecto de oriundos de distintas naciones. Por ejemplo, los alemanes son vistos como fríos, trabajadores, serios, religiosos e industriales; los franceses son vistos como cursis, antipáticos, orgullosos, arrogantes y sofisticados; por su parte, a los italianos se les ve como apasionados, alegres, habladores, sentimentales y simpáticos; los ingleses, según la apreciación analizada, son amantes de la tradición, fríos, cursis, educados y orgullosos; a los rusos se les ve como trabajadores, serios, fríos, rígidos y deportistas; por último, los chinos son vistos como trabajadores, amantes de la tradición, religiosos, meditativos y eficaces.

Esas mismas nacionalidades son vistas por los polacos de una forma diferente. Según Błuszkowski (2003), los alemanes son apreciados como trabajadores, económicos, emprendedores, ahorradores, disciplinados, gustosos del orden, exactos, honestos, ricos, pero también antipáticos y muestran aversión por las

7 En Polonia es el catolicismo.

8 Rasgo que no nos debería extrañar si nos damos cuenta que Polonia fue repartida entre tres países: Rusia, Prusia y Austria, dejando de existir como nación en los mapas europeos del año 1795 al 1918.

9 En la mayoría de casos, el vodka, aunque últimamente también la cerveza.

10 Véase Błuszkowski (2003).

gentes de otras naciones; los franceses son considerados cultos y elegantes, apasionados por las fiestas, por la buena cocina, por la comodidad, por la vida despreocupada, siendo asimismo abiertos, simpáticos, hospitalarios, económicos, trabajadores, emprendedores y modernos¹¹; en cuanto a los ingleses, son considerados conservadores, ricos, tradicionalistas, egoístas, inteligentes, cultos, ahorradores, amantes del orden, presumidos, limpios y prudentes; en lo que toca a los italianos, se cree que son alegres, sociables, familiares, trabajadores, económicos y ahorradores, por ende se les ve también como personas religiosas. Quizás el más lejano de los estereotipos que encontramos en la ideología española con respecto a la polaca corresponde al estereotipo existente sobre los rusos: según las investigaciones antes citadas, se opina que es una nación que se da a la bebida y a la que le gusta la fiesta. Son vistos por los polacos como personas pobres, derrochadoras, vagas, indisciplinadas, desordenadas, que no cuidan el orden y la limpieza, siendo percibidos igualmente como personas atrasadas y no creyentes, deshonestas, deshonradas e inmorales.

Entre las investigaciones españolas no hemos encontrado prácticamente ninguna que hable de los polacos. Suponemos que se debe a los mínimos contactos que han tenido ambas naciones en el pasado, así como por el hecho de que los españoles solían introducir en un mismo entorno a los polacos junto con los rusos, eslovacos, eslovenos, checos, etc., comprendiendo una serie de rasgos característicos para todos los eslavos. Por otro lado, en Polonia sí que hay estereotipos de los españoles, dado que los polacos opinan que son modernos, simpáticos, religiosos, bien cuidados, tolerantes o educados, aunque no existe la seguridad de si son disciplinados, trabajadores, responsables u honestos (Błuszkowski, 2003).

Hasta aquí hemos procedido a presentar los calificativos que los españoles y los polacos utilizan al hablar de las nacionalidades antes mencionadas. Sin embargo, valdría la pena solicitar a los estudiantes que intentaran, por su parte, descubrir otras características relacionadas con las adscripciones nacionales realizando otros ejercicios. Por ejemplo, podrían finalizar frases del tipo: «Los europeos más ordenados son los...», «Los que mejor cocinan son los...», etc., explicando asimismo cómo entienden las frases tipo «Mi tío es un típico sueco», «Es suizo pero siempre llega tarde». De esta manera los estudiantes podrán descubrir qué implicaturas se hallan en las frases propuestas para su explotación docente¹².

11 Los investigadores subrayan que se trata de una imagen idealizada.

12 Más ejercicios de este tipo se pueden encontrar en Tatoj (2018).

7 Estereotipos arraigados en los fraseologismos

En el momento de trabajar con los estereotipos en la clase de ELE, merece la pena centrarse también en los fraseologismos, teniendo en cuenta, como dice Gutiérrez Rubio (2013: 123-124), que:

una unidad fraseológica no refleja todos los conocimientos o estereotipos que comparte (buena parte de) una sociedad sobre un elemento concreto –en este caso, un pueblo o grupo étnico–, sino que generalmente se centra en un aspecto específico de los que le atribuye. En otras palabras, en la unidad fraseológica, por lo general, tan solo se activa una de entre las relaciones cognitivas que el hablante tiene respecto al concepto en cuestión.

Si alguien habla en un lenguaje incomprensible, tanto en español como en polaco se dice que *habla en chino*, *po chińsku* o *chińszczyzna*. Si le queremos pedir que hable una lengua que podamos entender en español se usa la fórmula *habla en cristiano* y en polaco *mów po ludzku*, es decir, *habla humano*. Los primeros fraseologismos reflejan una realidad, con lo cual se presenta a los chinos como un pueblo al que no podemos entender, cosa por otro lado cierta, mientras que los segundos contienen estereotipos. En el caso del español, se supone que se puede entender solamente a los cristianos y, en el caso del polaco, que los que no hablan una lengua que se pueda entender no son humanos, lo que hace pensar en el sustantivo *Niemiec* (alemán) que, según algunos lingüistas, proviene de *niemy*, o sea, *mudo*. Además, en la lengua polaca encontramos la expresión *siedzieć jak na tureckim kazaniu*¹³ (estar sentado como en un sermón turco), lo cual también refiere a la incomprensibilidad de los enunciados.

Por otra parte, en la lengua española, con respecto al pueblo chino existen otros fraseologismos, tal como señala la RAE: *un cuento chino* es un embuste; *un trabajo o una labor de chinos* es algo muy difícil que requiere gran paciencia; asimismo *engañar a alguien como a un chino* se utiliza para criticar la credulidad de alguien. Por otro lado, aunque Błuszkowski (2003:135) señale como rasgo más destacable del estereotipo de un chino en Polonia su laboriosidad, en la lengua polaca no encontramos equivalencias plenas a dichos fraseologismos. Si se habla de un trabajo minucioso más bien se refiere a las hormigas o las abejas, hecho que también se reproduce en el español. En cuanto

13 Antes también se solía decir *siedzieć jak na niemieckim kazaniu*, es decir, *estar sentado como en el sermón alemán*.

a *ser un cuento chino*, podría ser traducido como *bajka* (cuento de hadas) o *opowiadać bajki* (contar cuentos de hadas), usándose habitualmente para decir que alguien está intentando engañar a otra persona contando historias poco verosímiles.

Ciertamente, en ambas lenguas existe un fraseologismo que se usa para expresar que alguien se marcha de una fiesta sin despedirse, diciéndose en español *marcharse/despedirse/irse a la francesa* (igual que los ingleses utilizan la expresión *take a Franch leave*), mientras que los polacos y los mismos franceses dicen *wyjsć po angielsku* y *filer à l'anglaise*, que significa *marcharse a la inglesa*.

También en las dos lenguas comparadas encontraremos fraseologismos para referirse a alguien que no entiende sobre lo que se dice o hace: en español existe el fraseologismo *hacerse el sueco*¹⁴, mientras que en polaco aparece *udawać Greka*, lo que literalmente significa *fingirse un griego*. Por otra parte, en polaco se usa también la expresión *ruski rok* (un año ruso), que significa *mucho tiempo* o, incluso, *una eternidad*, de forma similar a la expresión latina heredada en español *ad calendas graecas*, o más actualmente, *cuando las ranas críen pelos*. Por su parte, la expresión *francuski piesek* (un perrito francés) en polaco, sirve para hablar de una persona melindrosa en la comida, mientras que *czeski film* (una película checa) da noticia de una situación en la que nadie sabe qué pasa. A todo esto, en el español coloquial se puede hablar del *baño polaco*, donde se indica una relativa falta de higiene en alguien, dado que la expresión completa conforma una rima: *el baño polaco: de los cojones hasta el sobaco*.

Para finalizar este apartado, se ha de señalar que en ambas lenguas encontramos expresiones que reflejan directamente los estereotipos: *flema inglesa/angielska flegma*, que es peyorativa y se usa para subrayar que los ingleses son muy lentos, así como *pruski dryl* (adiestramiento militar prusiano) para hablar de una educación muy estricta. Por otra parte también existen expresiones que se refieren a países y ciudades concretas: *Francja-elegancja* (Francia: elegancia) o *(ale) meksyk*¹⁵ (qué México) para hablar de confusión y desorden. Por último, de modo simpático, nos gustaría destacar una típica expresión utilizada habitualmente en Polonia: *życie jak w Madrycie*¹⁶ (la vida como en Madrid), la cual refiere a algo feliz, alegre y sin problemas.

14 Aunque hay lingüistas según los cuales la palabra no se refiere a los suecos, sino que proviene de la palabra latina *soccus*. Véase Iribarren (1996:98 -99).

15 Escrito con minúscula.

16 Hay que añadir que el fraseologismo contiene una rima, y por lo tanto suena muy agradable.

8 Conclusiones

Para entender a otra persona, tenemos que conocer lo que nos comunica a través de los conceptos que habitualmente usa. Es bastante fácil si hablamos de categorías que solamente contienen uno o varios prototipos y los miembros que intervienen en el acto conversacional más o menos los comparten. Sin embargo, la cuestión se complica bastante si las categorías que usamos también contienen estereotipos. En primer lugar, porque, en la mayoría de los casos, se hallan ocultos y no podemos encontrarlos habitualmente en diccionarios bilingües; en segundo lugar, porque contienen valoraciones que influyen de forma determinante en el contenido que añaden a nuestra comunicación. A la hora de aprender, pues, una lengua extranjera, es imprescindible centrarse en la teoría del estereotipo para poder profundizar en ese significado oculto y transitoriamente indescifrable de las palabras extranjeras.

Como hemos podido observar, las lenguas contienen una visión concreta del mundo, siendo observable de una manera cercana a través de los usos lingüísticos que se crean en torno a las nacionalidades. Aunque quisiéramos separarnos de los estereotipos, no cabe duda de que existe una estricta ligazón con el aparato cognitivo, puesto que los conocemos debido a que están presentes en la lengua. Existe la necesidad de reflexionar sobre ellos y de darse cuenta de su existencia. Por otro lado, es imprescindible conocer su funcionamiento, debido al hecho de que solamente, gracias a una reflexión profunda y al descubrimiento de este fenómeno, seremos capaces de realizar interacciones comunicativas válidas, libres de los lastres que estos acarrearán. Se trata, como dice Schaff (1981: 157), de moldear en la psique humana sus creencias, muestras personales y actitudes, de manera que se permita evitar la mala influencia ejercida por los estereotipos o para superar los estereotipos ya existentes. Es una función pedagógica especialmente difícil debido a la resistencia social de los estereotipos.

Los docentes tenemos que hacer todo lo posible para que los jóvenes entiendan el funcionamiento de los estereotipos que «por un lado, sacian la necesidad psicológica de ahorro del esfuerzo cognitivo, y por otro, la necesidad social de sostener la cohesión interna de la sociedad y de su oposición contra otras sociedades» (Bartmiński, 2009: 230). Solamente así podremos superar los estereotipos que están arraigados en la lengua y conformar el pensamiento de una sociedad nueva, libre de prejuicios negativos y de emociones negativas hacia la otredad. El tema de los estereotipos tratado en la clase de ELE parece ideal, dado que, por un lado, los alumnos trabajan en grupos y pueden llegar a descubrir que los

estereotipos son colectivos, mientras que, por otro, se vuelven competentes en la comparación de dos lenguas y, así, son capaces de llegar a deducir claramente qué estereotipos contienen las lenguas en las que operan simultáneamente.

Bibliografía

- Allport, G. W. (1950): «Prejudice: A problem in psychological and social causation». *Journal of Social Issues*, 6(S4), 4–23.
- Bartmiński, J. (1985): «Stereotyp jako przedmiot lingwistyki». *Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej, III*: [https://www.academia.edu/642811/Stereotyp_jako_przedmiot_lingwistyki_I_\(30-06-2019\)](https://www.academia.edu/642811/Stereotyp_jako_przedmiot_lingwistyki_I_(30-06-2019)).
- Bartmiński, J. (2001): «O językowym obrazie świata Polaków końca XX wieku». En: Stanisław Dubisz, Stanisław Gajda (eds.), *Polszczyzna XX wie-ku. Ewolucja i perspektywy rozwoju*. Warszawa: Elipsa, 27–53.
- Bartmiński, J. (2009): *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Błuszkowski, J. (2003): *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Cała, A. (1996): «Autostereotyp i stereotypy narodowe». En: Ireneusz Krzemiński I (ed.), *Czy Polacy są antysemitami?* Warszawa: Oficyna Naukowa, 199–229.
- Chacon Fuertes, F. (1986): «Estereotipos regionales de los madrileños». *Papeles del Psicólogo*, 25: [http://www.papelesdelpsicologo.es/resumen?pii=266\(30-06-2019\)](http://www.papelesdelpsicologo.es/resumen?pii=266(30-06-2019)).
- Consejo de Europa (2008): *Libro Blanco sobre el Diálogo Intercultural “Vivir juntos con igual dignidad”*, Estrasburgo: [https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/Source/Pub_White_Paper/WhitePaper_ID_SpanishVersion.pdf\(30-06-2019\)](https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/Source/Pub_White_Paper/WhitePaper_ID_SpanishVersion.pdf(30-06-2019)).
- Cuenca, M. J., Hilferty, J. (1999): *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Gutiérrez Rubio, E. (2013): «Fraseología y estereotipos en español. ¿Una relación bidireccional?». *Language Design*, 15, 119–136.
- Kleiber, G. (1995): *La semántica de los prototipos. Categoría y sentido léxico*. Madrid: Visor.
- Kövecses, Z. (2011): *Język, umysł, kultura. Praktyczne wprowadzenie*. Kraków: Universitas.

- Lippmann, W. (1922): *Public Opinion. Social psychology*. New York: Harcourt, Brace a Company.
- Lorenz, K. (1977): *Odwróta strona zwierciadła. Próba historii naturalnej ludzkiego poznania*. Warszawa: PIW.
- Ovejero Bernal, A. (1991): «Estereotipos raciales/nacionales de los universitarios: 30 años después». *Revista de Psicología General y Aplicada*, 44(4), 485-493.
- Pajdzińska, A. (2001): «My, to znaczy... : z badań językowego obrazu świata». *Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja* 1(66), 33-53.
- Schaff, A. (1981): *Stereotyp a działanie ludzkie*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Tatoj, C. (2018): «Propuesta de actividades para el trabajo en el aula de ELE sobre estereotipos», *Aula de Encuentro. Revista de investigación y comunicación de experiencias educativas*, 20(2), 239-259.
- Zinken, J. (2015): «Lubelska szkoła etnolingwistyczna a anglo-amerykańskie językoznawstwo kognitywne». *Etnolingwistyka*, 27, 273-277.

Cecylia Tatoj

University of Silesia

What do the words hide? The teaching of the lexicon and national stereotypes

Keywords: stereotypes, names of nationalities, worldview, cognitive science, contrastive linguistics

When we teach the lexicon we must make students aware about the underlying information in the words. One of the best ways to do it is the use of names of nationalities in the classroom. In the present article, we will analyse the Spanish lexicon related to the proposed topic in order to discover what worldviews hide in the denominations of nationalities in this language. In a first phase we will approach the concept of a stereotype, present its definition and study its functioning in language, explaining how we understand the concept of the worldview. In the next phase we will focus on the nationalities and their use in phraseologisms in order to conduct a search for stereotypes rooted in thought and language. It is worth adding that this work will focus primarily on the Spanish language, although we will add examples of the Polish language, which, in contrast, will allow us to broaden the analysis and highlight another point of view.

Cecylia Tatoj

Šlezjska univerza

Kaj skrivajo besede? Poučevanje besedišča in nacionalni stereotipi

Ključne besede: stereotipi, imena narodnosti, pogled na svet, kognitivizem, kontrastivno jezikoslovje

Pri poučevanju besedišča je treba učence osvestiti o prikritih vsebinah besed. Eden najboljših načinov, da to storimo, je prek obravnave imen narodnosti v učilnici. V prispevku bomo analizirali špansko besedišče vezano na dano temo, da bi odkrili, kakšen pogled na svet skrivajo različna poimenovanja narodnosti v tem jeziku. Najprej bomo predstavili koncept stereotipa, ga opredelili in preučili, kako deluje v jeziku, pojasnili pa bomo tudi, kako razumemo koncept pogleda na svet. Nato se bomo osredotočili na imena narodnosti in njihovo rabo v različnih frazeologizmih, da bi poiskali stereotipe, ki so se zakoreninili v misel in v jezik. V prispevku se bomo sicer res osredotočili predvsem na španski jezik, bomo pa kot kontrast vključili tudi nekaj primerov iz poljskega jezika, ki nam bodo omogočili, da razširimo analizo in temo osvetlimo še z drugačnega zornega kota.