

Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?

LUCÍA LUQUE NADAL
Universidad de Córdoba

Abstract

La noción de culturema es cada vez más usada en traductología y otras disciplinas. Se trata de una noción reciente que está aún por definir y distinguir de otras como frasema, idiomatismo, símbolo, palabra cultural, etc. Este trabajo quiere contribuir a la discusión sobre si este concepto es necesario y útil o si por el contrario nos basta con otros más genéricos e imprecisos hasta ahora utilizados. La noción de culturema se presenta en este trabajo tal como es usada actualmente por el grupo GILTE de la Universidad de Granada. También se apunta en este trabajo la necesidad de ampliar los estudios sobre culturemas a fin de precisar el alcance de la noción y su integración teórica y metodológica dentro de disciplinas como la lingüística (y campos específicos dentro de ella como la lexicología, fraseología, pragmática), la sociología, la antropología, la traductología, etc.

The notion of cultureme is being increasingly used in translation studies and other disciplines. It is a recently used concept that is yet to be defined and distinguished from others as phraseme, idiom, symbol, cultural word, etc. This paper aims to contribute to the debate about whether this concept is necessary and useful or whether it is enough to count with the more generic and vague terminology used so far. The notion of cultureme presented in this work is the notion that is currently used by the group GILTE at the University of Granada. In this paper it is also suggested the need to broaden the studies of culturemes in order to clarify the scope of the concept and its theoretical and methodological integration within disciplines such as linguistics (and specific areas within it as lexicology, phraseology, pragmatic), sociology, anthropology, translation, etc.

Keywords: culturology, lexicography, lexicology, phraseology

0. Introducción

La investigación sobre culturemas se inscribe dentro de las investigaciones llevadas a cabo por el Grupo de Investigación de Lingüística Tipológica y Experimental (GILTE) de la Universidad de Granada, que trabaja desde 1997 en temas relacionados con el léxico y culturas de las lenguas del

mundo¹. En la actualidad el GILTE investiga y elabora un Diccionario Interlingüístico e Intercultural en más de diez lenguas.

En el *Diccionario Interlingüístico e Intercultural* se indagan las relaciones entre cultura y lenguaje a través del estudio de fraseologismos, paremias, palabras culturales, palabras clave, comparaciones proverbiales, chistes proverbiales, alusiones, trozos de canciones, retahílas y textos repetidos, clichés, eslóganes, etc.

Un diccionario de culturemas no es un diccionario de alusiones, clichés o símbolos (aunque entre ellos puedan existir coincidencias), ya que no parte de conocimientos históricos, literarios, religiosos, etc., sino de usos reales y actuales de los culturemas en la lengua actual tal como se refleja en los medios de comunicación, es decir: artículos periodísticos, tertulias televisivas, chistes gráficos, anuncios, etc. Tampoco interesa toda la información enciclopédica que pueda asociarse a un culturema, ya que la información enciclopédica excede con mucho la información útil que aparece en valores y usos de los culturemas que encontramos en los medios de comunicación².

Los culturemas son, por definición, nociones específico-culturales de un país o de un ámbito cultural y muchos de ellos poseen una estructura semántica y pragmática compleja. Los culturemas son también unidades de comunicación que necesariamente han de ser tenidas en cuenta e inventariadas en diccionarios *ad hoc*³. Mediante estos diccionarios no solamente se podrá hacer un estudio comparado de los culturemas importantes en las distintas lenguas del mundo, sino que se hará también una contribución significativa a la enseñanza de lenguas (a nivel avanzado) y a la traducción. Como es sabido, uno de los escollos importantes de la traducción son los culturemas, y mediante un estudio comparativo se estará en

¹ Algunas publicaciones de miembros del GILTE relacionadas con el tema son Pamies, 2009; Luque Durán 2009a, 2009b, 2009c; Zheng Quang, 2007; Kekic, 2008; Jallad, 2007, 2008; Skorepova, 2007; Alijo y Al Jallad, 2007; Luque Durán y Luque Nadal, 2009; Luque Nadal, 2007, 2008; Luque Toro, 2007; Pazos Bretaña, 2007; Muhsin Ismail, 2007.

² Así por ejemplo, existe un culturema que es [#San Pedro guarda las puertas del cielo#]. Sobre este tema hay multitud de chistes, anuncios, etc. La información religiosa cristiana sobre el tema es muy diferente a la de los conocimientos que sustentan tales chistes, que equivaldrían *grosso modo* a ‘las personas después de morir van a las puertas del cielo y San Pedro según su conducta buena o mala a lo largo de su vida les permite o no la entrada’.

³ Véase en el apartado de los culturemas en los diccionarios al uso la información que actualmente puede encontrarse en tales diccionarios.

disposición de encontrar soluciones adecuadas en cada caso. Es decir, se podrá sustituir los culturemas específicos de la lengua fuente por paráfrasis suficientemente informativas o por otro culturema aproximado en la lengua meta. Naturalmente, dada la complejidad de muchos culturemas, tal sustitución no siempre será posible. Los culturemas suponen también un escollo en la comprensión total de textos de cultura en cualquier lengua extranjera. Así, por ejemplo, si tomamos artículos de opinión actuales en español, inglés, francés, etc., vemos que frecuentemente presentan dificultades de comprensión para un lector no familiarizado con universos culturales específicos de un país y de una época, lo que implica que un estudiante extranjero necesitará conocer no solamente aspectos de la gramática y del léxico de una lengua sino también otros conocimientos adicionales de tipo cultural.

1. La noción de culturema.

La noción de culturema es una noción que se usa cada vez más en los estudios culturales, fraseológicos y traductológicos. El origen de esta noción no es claro. Algunos autores lo atribuyen a Nord (1997), otros a Vermeer (1983) y otros a Oksaar (1988). Según Mayoral Asensio (1999:67-72), Nord cita la siguiente definición de culturema, atribuida a Vermeer (1983: 8):

Culturema: “Un fenómeno social de una cultura A que es considerado relevante por los miembros de esta cultura y que, cuando se compara con un fenómeno social correspondiente en la cultura B, se encuentra que es específico de la Cultura A”.

Según Luque Durán (2009a) los culturemas son unidades semióticas que contienen ideas de carácter cultural con las cuales se adorna un texto y también alrededor de las cuales es posible construir discursos que entretengan culturemas con elementos argumentativos. Por principio, el número de culturemas no es fácil de cuantificar, ya que en cualquier sociedad existen un número ilimitado de culturemas, que se incrementan continuamente; probablemente en una lengua-según los hablantes y su nivel de cultura-existan cientos si no miles. Naturalmente, los culturemas también pierden validez y actualidad. El conocimiento de textos clásicos españoles exige un número de culturemas diferentes a los que precisa un lector del español actual. El conjunto de culturemas de que dispone una determinada sociedad, por tanto, no es un grupo cerrado, sino que constantemente se crean culturemas a partir de motivos diversos. Los motivos son variados:

personajes políticos, actores, escritores, personajes de ficción, del cine, de la televisión, canciones del momento, tipos de vestimenta, modas, determinados hechos políticos, sociales, artísticos, creaciones artísticas y literarias, hechos coyunturales, etc. que incrementan otros culturemas de carácter religioso, histórico, costumbrista, literario que tienen ya una larga existencia en nuestra lengua y cultura. En conclusión, cualquier ítem simbólico que por distintas razones haya llegado a tener una relevancia especial en la lengua y sea utilizado como moneda de cambio por parte de los hablantes en su comunicación oral o escrita es un posible culturema.

Según Molina Martínez (2006: 78-79) los culturemas se caracterizan por presentar una serie de rasgos comunes:

1) Los culturemas no existen fuera de contexto, sino que surgen en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas. Esta afirmación pretende dar cuenta de dos situaciones diferentes:

a) Los elementos culturales no deben plantearse como elementos propios de una única cultura, habitualmente la cultura origen, sino como la consecuencia de un trasvase cultural.

b) Los culturemas lo son en el marco de dos culturas concretas. La palabra *chador* que Newmark califica como *palabra cultural* no funcionaría como tal si las lenguas en juego fueran por ejemplo el farsi y el urdu. Podríamos decir que la palabra X funciona como culturema entre las lenguas A y B, pero no necesariamente entre las lenguas A y C.

2) La actuación de un culturema como tal depende del contexto en el que aparezca.

Según Pamies Bertrán (2007 y 2009) los culturemas son símbolos extralingüísticos culturalmente motivados, que sirven de modelo para que las lenguas generen expresiones figuradas, inicialmente como meras alusiones a dicho simbolismo. Cuando han entrado en la lengua como componentes frasemas, las formas se fijan pero el culturema conserva su "autonomía" en la medida en que es su valor simbólico el que cohesiona conjuntos de metáforas, y permite seguir creando nuevas metáforas a partir de él. Son extra-lingüísticos en la medida en que, aun siendo verbalizables, no son necesariamente verbalizados, y cuando lo son, ello ocurre siempre a posteriori, mediante una "doble codificación", en el sentido lotmaniano.

Resumiendo, podríamos definir culturema como cualquier elemento simbólico específico cultural, simple o complejo⁴, que corresponda a un objeto, idea, actividad o hecho, que sea suficientemente conocido entre los miembros de una sociedad, que tenga valor simbólico y sirva de guía, referencia, o modelo de interpretación o acción para los miembros de dicha sociedad. Todo esto conlleva que pueda utilizarse como medio comunicativo y expresivo en la interacción comunicativa de los miembros de esa cultura.

2. Qué son culturemas. Procedencia de los culturemas.

En principio, los fraseologismos debían de originarse a partir de los culturemas, tal como indica Pamies Bertrán⁵, pero la relación causa-efecto no es tan simple. A veces son algunos fraseologismos los que conjuntamente crean el culturema⁶. Por lo general, sin embargo, los culturemas proceden de símbolos que los hablantes de una lengua llegan a conocer a través del aprendizaje de su propia cultura. El origen de los culturemas y la forma en que los niños gradualmente los adquieren es diverso. Los encontramos en los libros de educación, en las famosas cartillas de urbanidad, libros infantiles, cuentos, manuales escolares de historia, literatura, religión; en predicaciones, sermones, textos religiosos, catecismos; en chistes, canciones, retahílas, acertijos, adivinanzas, enigmas, refranes y dichos populares (lenguaje en general, poemas), cuadros y pinturas⁷, medios de comunicación, radio, prensa, televisión, cine, etc.

⁴ Distinguiendo entre el elemento simbolizante (fuente) y el simbolizado (meta) podemos agrupar y ordenar las unidades, de modo que la macroestructura del diccionario cultural sea relativamente semasiológica: los culturemas (agrupados con sus posibles sinónimos) hacen de entrada; mientras que la microestructura es relativamente onomasiológica: los "valores" simbolizados son sub-entradas donde se ordena la información cultural y lingüística (Pamies et al. 2008).

⁵ *L'un des facteurs qui manifestent l'emboîtement du culturel dans le lexical est la possibilité de produire ou de comprendre les expressions figurées construites par expansion à partir de mots dont le référent est déjà lui-même un symbole dans la culture de la communauté.* (Pamies, 2008).

⁶ Probablemente es la abundancia de locuciones relacionadas con los 'pantalones' lo que contribuya más a la creación del culturema [PANTALONES], más que una praxis social de tal prenda de vestir.

⁷ Piénsese por ejemplo en "Saturno devorando a un hijo", cuadro de Francisco de Goya.

En una famosa cartilla de urbanidad⁸ se incluyen normas de comportamiento para distinguir la conducta de los niños bien educados frente a la de los niños maleducados, y también modelos de comportamiento familiar y formas en la mesa, etc. Junto a todo ello se incluyen ejemplos fáciles de visualizar, como la necesidad de educar tempranamente a los niños. Para ello se usa el conocido ejemplo del árbol pequeño que se puede arrancar o del árbol que ya ha echado raíces y ya es imposible arrancarlo, significando aquí que cuando los malos hábitos han echado raíces es imposible extirparlos. Otro ejemplo parecido es el del árbol torcido que se puede enderezar cuando es joven pero no cuando ya ha crecido.

En los libros de religión, de historia sagrada o en catecismos, encontramos muchos ejemplos de personajes, eventos, frases, etc., que son culturemas. Lo mismo puede decirse de los libros de historia y literatura, los cuentos tradicionales, chistes, chistes gráficos, etc. Una breve lista de algunos temas y fraseologismos ligados a la cultura clásica, la religión, la historia o los cuentos es la siguiente:

ANTIGÜEDAD CLÁSICA: *Escila y Caribdis; Caja de Pandora; talón de Aquiles; la manzana de la discordia; los trabajos de Hércules; la hidra de Lerma; el rey Midas; complejo de Edipo; complejo de Electra; ave Fénix; lecho de Procusto; (pender sobre la cabeza como) la espada de Damocles; los establos de Augías; nudo gordiano; dormirse en los laureles; el suplicio de Tántalo; cuerno de la abundancia; Priapo; Cupido; Casandra; las parcas; las musas; cantos de sirena; los trabajos de Sísifo, Saturno devora a sus hijos⁹, etc.*

BIBLIA Y RELIGIÓN: *Adán; Jeremías; Salomón; Matusalén; David y Goliat; Sansón y Dalila; David y Betsabé; la maldición de Caín; el mayordomo infiel de la Biblia; de Herodes a Pilatos; lavarse las manos como Pilatos; juicio salomónico; el beso de Judas; el ángel de la guarda; el demonio que nos tienta; poner la otra mejilla; vender la primogenitura por un plato de lentejas; el becerro de oro; el arca de Noé; el maná; las diez plagas de Egipto; el paso del Mar Rojo; la mujer de Putifar; Sodoma y*

⁸ Cartilla Moderna de Urbanidad por la Editorial F.T.D., Barcelona.

⁹ Saturno o Crono se comía los hijos recién nacidos de Rea, su mujer, por temor a ser destronado por uno de ellos. Este culturema es empleado en variaciones como “la revolución devora a sus hijos”. “Saturno devora a su propio hijo, el proceso revolucionario devora a sus seguidores.”

<http://leurticant.posterous.com/la-revolucion-devora-a-sus-hijos>

Gomorra; el diluvio universal; el paraíso terrenal; Jonás y la ballena; el festín de Baltasar; Barrabás; el milagro de las bodas de Caná; las treinta monedas de plata; etc.

HISTORIA DE ESPAÑA: *Santiago y cierra España; los reinos de Taifas; no se tomó Zamora en una hora; ¡Cosas veredes, mío Cid!; ni quito ni pongo rey pero ayudo a mi señor; tener manga ancha; salga el Sol por Antequera y póngase por donde quiera; el huevo de Colón; quemar las naves como Cortés; vivan las ca(d)enas; el capitán Araña; así se las ponían a Fernando VII;; quinta columna, los mismos perros con distintos collares; más sonado que la campana de Huesca; Fuenteovejuna todos a una; las cuentas del Gran Capitán; llora como una mujer lo que no has sabido defender como un hombre (madre de Boabdil); vuelva usted mañana; defensa numantina; luz de Trento, martillo de herejes, espada de Roma¹⁰; más vale honra sin barcos que barcos sin honra; contra Franco vivíamos mejor; auto de fe; etc.*

CUENTOS TRADICIONALES: *Pepito Grillo; la zorra y las uvas; la gallina de los huevos de oro; quién le pone el cascabel al gato; la cigarra y la hormiga; ábrete Sésamo; la nariz de Pinocho; las ranas pidiendo rey; el lobo y el cordero; la lámpara de Aladino; el viejo de la isla (episodio de Simbad); el traje del emperador; el patito feo; la bella durmiente; Barbazul¹¹; la madrastra de Blancanieves; la zorra y el cuervo; el rey Midas; el ratoncito Pérez¹²; los Reyes Magos; el hada madrina (Cenicienta); Caperucita y el lobo; la Bruja de Blancanieves; el flautista de Hamelín; la lámpara y el genio de Aladino; etc.*

HISTORIA UNIVERSAL¹³: *Casanova, Nerón, el caballo de Calígula, Atila, el caballo de Atila, si no tienen pan que coman tortas, Emiliano Zapata, Napoleón, George Armstrong Custer, Buffalo Bill, el Rey Arturo y*

¹⁰ Conocida frase de Menéndez Pelayo sobre el papel de España en la historia.

¹¹ Como es lógico un número de lenguas pueden compartir culturemas ya que tienen tradiciones, historia y literaturas comunes.

¹² El ratoncito Pérez es un personaje de la mitología infantil que deja unas monedas a cambio de los dientes de leche caídos que los niños le ponen debajo de la almohada. Una prueba de que el ratoncito Pérez es un culturema en español es el chiste: - *¿Cuál es el animal con más dientes?* - *El Ratoncito Pérez.*

¹³ Algunos culturemas tienen sus equivalentes en otros idiomas. Así por ejemplo en las fechas. El 28 de diciembre en España, el *Día de los Santos Inocentes*, tiene su equivalente en Gran Bretaña en el 1 de abril, en una fiesta conocida como *April Fools*. Además, el tipo de bromas que se gastan ambas fechas son similares.

los caballeros de la mesa redonda, ir a Canossa, la noche de los cuchillos largos, la noche de San Bartolomé, París bien vale una misa, un fantasma recorre Europa, después de mí el diluvio, proletarios de todo el mundo uníos, la religión es el opio del pueblo, etc.

2.1. La definición y entradas de los culturemas en los diccionarios.

Los culturemas son tratados de diferente manera en los diccionarios. Si tomamos como referencia el diccionario de la Real Academia Española (DRAE) y el American Heritage (AH) vemos que este último tiene mucha más sensibilidad a la hora de incluir entradas de culturemas y de incluir una acepción figurada en lemas que también funcionan como culturemas. Tomemos por ejemplos los culturemas ‘hidra’ y ‘taifas’ (en la expresión ‘reino de taifas’).

Así, mientras que en el AH encontramos una definición de *hydra* en el sentido figurado: ‘A persistent or multifaceted problem that cannot be eradicated by a single effort’, en el DRAE existen para hidra definiciones como ‘animal, culebra acuática, pólipo’ y también su acepción mitológica, pero el DRAE no da ninguna definición cultural¹⁴.

En el caso de ‘taifa’ el DRAE da la acepción ‘cada uno de los reinos en que se dividió la España árabe al disolverse el califato cordobés’ pero no indica ningún valor figurado derivado de este.

No obstante, ciertos culturemas sí están representados en el DRAE. Así por ejemplo, los culturemas ‘huevo de Colón’, ‘Escila y Caribdis’ y ‘las cuentas del Gran Capitán’, para los que el DRAE da las siguientes acepciones:

-huevo de de Colón: cosa que aparenta tener mucha dificultad pero resulta ser fácil al conocer su artificio.

¹⁴ Del lat. *hydra*, y este del gr. ὕδρα, serpiente acuática).1. f. Culebra acuática, venenosa, que suele hallarse cerca de las costas, tanto en el mar Pacífico como en el de las Indias. Es de color negro por encima y blanco amarillento por debajo, de unos cinco decímetros de largo, cubierta de escamas pequeñas y con la cola muy comprimida por ambos lados y propia para la natación.2. f. Pólipo de forma cilíndrica y de uno a dos centímetros de longitud, parecido a un tubo cerrado por una extremidad y con varios tentáculos en la otra. Se cría en el agua dulce y se alimenta de infusorios y gusanillos.3. f. Mit. Monstruo del lago de Lerna, con siete cabezas que renacían a medida que se cortaban, muerto por Hércules, que se las cortó todas de un golpe.

-entre *Escila y Caribdis*: para explicar la situación de quien no puede evitar un peligro sin caer en otro.

-*las cuentas del Gran Capitán*: las exorbitantes y arbitrarias.

Un personaje como *Barbazul* no tiene entrada en el DRAE pero sí la tiene en el American Heritage, que nos da el sentido figurado para *blue beard* de ‘a man who first marries and then murders one wife after another’¹⁵. El DRAE en la entrada de *Casanova* dice ‘hombre famoso por sus aventuras amorosas’ mientras que incluye *donjuán* como ‘seductor de mujeres’. El AH da de Casanova: 1. a man who is amorously and gallantly attentive to women. 2. A promiscuous man; a philanderer. (After Giovanni Jacopo Casanova de Seingalt).

Para el término *huno* el DRAE da solamente la definición ‘pueblo mongoloide’, sin ninguna acepción figurada. En el AH aparece sí que aparecen las definiciones figuradas de *hun*: ‘A barbarous or destructive person’ y ‘used as a disparaging term for a German, especially a German soldier in World War I’ (Offensive. Slang).

3. Culturemas nacionales y culturemas supranacionales. Culturemas que se refieren a personajes y situaciones arquetípicos.

En el estudio de los culturemas se advierte de inmediato que existen culturemas específicos de un país junto a culturemas que se comparten entre distintos países y lenguas. Se trata, en este último caso, de zonas culturales que comparten unas tradiciones históricas, religiosas, etc. Así, por ejemplo, el occidente cristiano, los países musulmanes o los países budistas, etc. En todas las lenguas existen culturemas relacionados con personajes arquetípicos. Muchos culturemas están asociados a personajes reales o ficticios de la historia de la religión, de la literatura, de los cuentos, etc. Así por ejemplo, nuestro acervo colectivo está lleno de referentes de actitudes y conductas tipificadas. *Barbazul* es modelo de dos malas conductas: por una parte, la peligrosa curiosidad femenina (en inglés *curiosity killed the cat*) y un castigo brutalmente cruel por parte del marido. Otro valor adicional de *Barbazul* es simplemente el de hombre que tiene muchas mujeres. Cada país, cada cultura o cada pancultura, por ejemplo, cultura occidental, cultura musulmana, tiene sus mitos, su panteón de ejemplos del bien y del mal, de heroísmo y cobardía, de sabiduría y estupidez: Caín, Judas, Arnold Benedict,

¹⁵ El AH añade “After Blue Beard, translation of French *Barbe Bleue*, a character in a story by Charles Perrault (1628-1703)”.

la Madre Teresa de Calcuta, Adonis, Sansón, etc. Otros personajes aparecen en los culturemas no por sus cualidades personales sino por alguna situación destacada: *caja de Pandora, espada de Damocles, establos de Augías*.

Corpas Pastor (2000:111 y sig.) y Sabban (2007:595) consideran que tanto la mitología, la Biblia y parte de la literatura antigua y moderna constituyen un ejemplo de elementos de la herencia común europea. Así, Sabban (2007) cita la *caja de Pandora* que existe en francés (*la boîte de Pandora*), inglés (*Pandora's box*) y alemán (*die Büchse der Pandora*). Por ello, existen determinados culturemas que pertenecen no solo a una lengua sino a una 'zona cultural'. En este caso a los países de tradición cristiana. Así, en español y francés encontramos diversas expresiones referidas a los mismos personajes:

faux comme Judas -más falso que Judas
pleurer comme une madeleine - llorar como una Magdalena
vieux comme Mathusalem- con más años que Matusalén
riche comme Crésus-rico como Creso
ouvrir la boîte de Pandore- abrir la caja de Pandora
une épée de Damoclès-la espada de Damocles

En inglés también encontramos expresiones que aluden a los mismos personajes. Así, *A traitor like Judas, as rich as Croesus; as depraved as Caligula, she's a Jezebel*, etc.

Luque Durán (2007) en un estudio sobre culturemas en diversas culturas pone ejemplos de culturemas en culturas tan alejadas de la europea como la árabe o la china. Así, Luque Durán (2007: 351) demuestra que tanto el árabe como el chino tienen sus propios referentes de bondad o iniquidad, de tolerancia, bravura, compasión, belleza, etc., que no tienen nada que ver con los modelos utilizados en Europa. Algunos ejemplos de culturemas en árabe serían: *ablag min Qas Bin Sa?ida* (Tan elocuente como Qas Bin Sa?ida); *adnab min abu lahab* (Tan pecador como Abu Lahab); *ajwad min Hatim* (tan generoso como Hatim) *akdab min musylama* (tan mentiroso como Musylama); *aHkam min luqman* (tan listo como Luqman). Por su parte el chino tiene también sus personajes prototípicos y sus culturemas específicos para representar valores como la belleza, el heroísmo, la valentía, la crueldad, la traición, el orgullo, la estupidez, etc. Algunos de estos personajes son Lü Dongbin; Sima Niu; Song Huizong; Chang E.; hermanos de Meixiang; Xi Shi; Dong Shi, etc.

3.1. Situaciones arquetípicas como culturemas.

Como se ha indicado anteriormente, muchos culturemas (que son también fraseologismos) equivalen a modelos de acción e interpretación de la realidad. El hombre, a lo largo de su existencia, ha extraído de sus observaciones de la naturaleza, de los animales, de su práctica social, artesanal y económica, etc., una serie de conductas y situaciones arquetípicas mediante las cuales ha tipificado su propia naturaleza humana y las complejas relaciones que se crean entre los humanos.

De este modo, el hombre extrae de su observación de la naturaleza experiencias tan útiles como que *hay que conocer el terreno que se pisa* o que *andar sobre hielo delgado es peligroso*. El hecho de que estas experiencias lleguen a plasmarse o no en fraseologismos de una lengua depende de diversos factores. Uno de ellos es el azar y otro, sin duda, la importancia relativa que tal experiencia tiene en un contexto medioambiental determinado. Así por ejemplo, el ‘hielo delgado’ es una realidad importante en países nórdicos, pero no en los países del sur de Europa. Por eso encontramos en inglés, alemán o ruso expresiones como *to walk on thin ice*¹⁶; *sich auf dünnes Eis begeben haben* o *скользить по тонкому льду*¹⁷ (lit. deslizarse en hielo delgado). Este fraseologismo se traduce al español como *estar en el filo de la navaja*, idea que aparece también en italiano como *camminare sul filo del rasoio*¹⁸. En francés esta idea se expresa con la expresión *s'aventurer sur un terrain glissant* que equivaldría a la española ‘pisar terreno peligroso o resbaladizo’. Así, aunque la idea sí existe en las lenguas del sur de Europa, esta no se plasma en las lenguas con el uso del

¹⁶ Existen variaciones: ‘to be, to skate, to walk on thin ice’ y numerosas explotaciones: *The Polar Bears on thin ice; The Arctic on thin ice; Airlift on Thin Ice; Trading on Thin Ice; Mankind on Thin Ice*, etc. En una noticia se juega con el frasma: *The 'Global Warming Three' are on thin ice; The only problem with a project to prove that Arctic ice is disappearing is the fact that it is actually getting thicker, says Christopher Booker.*

www.telegraph.co.uk/.../The-Global-Warming-Three-are-on-thin-ice.html

¹⁷ Los usos de esta expresión en ruso son iguales a las de otras lenguas ya que se aplica a ‘situaciones inestables y peligrosas’. En un texto ruso se dice que ‘la economía se desliza sobre hielo delgado’: *Мировая экономика все еще продолжает скользить по тонкому льду. Запад насыщается долгами, Восток заводами. Кризис удалось сдержать (или замаскировать)*

www.centrasia.ru/news2.php?st=1258520220

¹⁸ En español también cabe la expresión ‘pisar arenas movedizas’ o ‘pisar terreno resbaladizo’.

elemento ‘hielo’ sino con otras realidades más cercanas y cotidianas en dichos países.

La conducta animal es también fuente de fraseologismos y modelo de comportamientos. Existen animales, como por ejemplo la zarigüeya (en inglés *possum*), que tiene el hábito de fingirse muerta para escapar a sus depredadores o cazadores. En inglés, esta observación ha dado origen a un fraseologismo que es *to play possum* o *to possum* (fingirse muerto).

El propio hombre también inventa trucos en su trato con los animales. En inglés, la expresión *red herring* (lit. arenque rojo) es un idiomatismo inglés que se refiere a un procedimiento mediante el cual se distrae la atención de la gente sobre un determinado hecho o problema real mediante la utilización de otro problema o hecho ficticio. El *red herring* o ‘arenque rojo’ se caracteriza por su fuerte olor, y, al parecer, era empleado por delincuentes escapados que deseaban despistar a los perros que les perseguían (existen al respecto de su origen otras explicaciones asociadas a los perros de caza).

4. Estatus epistemológico y criterios para la delimitación de la noción de culturema.

Antes de analizar los criterios de delimitación de los culturemas hay que comenzar recordando algo obvio: el estatus epistemológico-operativo de la noción de culturema. Esta es una noción creada para dar cuenta de una serie de fenómenos lingüístico-culturales que, al ser agrupados y estudiados conjuntamente, nos permiten percibir mejor cómo operan ciertos mecanismos del lenguaje y la cultura. Como toda noción creada con un propósito explicativo y descriptivo, ha de ser definida de tal manera que queden claros qué tipo de hechos lingüísticos pueden ser considerados como culturemas y cuáles no, o al menos, cuáles son los que mejor cumplen los requisitos de esta noción teórica que hemos llamado culturema. Es decir, se ha de poder establecer qué tipo de hechos lingüísticos cumplen el máximo de exigencias de la noción de ‘culturema’ y cuáles lo cumplen solo de manera parcial y débil.

Incluso tomando la noción de culturema en el sentido más amplio, no todo lo que tiene algo de ‘cultural’, incluso de cultural específico, ha de ser considerado culturema (aunque evidentemente en muchos elementos hay un importante potencial subyacente para convertirse en culturemas). Para no desvirtuar la noción de culturema es conveniente constatar claramente aquello que está funcionando realmente en la lengua actual como tal. Para ello proponemos provisionalmente los cuatro criterios siguientes:

4.1. Vitalidad, figuratividad y motivación.

El primer requisito indispensable para determinar si un determinado hecho del lenguaje es o no un culturema es su vitalidad, figuratividad y motivación. Los culturemas han de ser transparentes en su motivación, es decir, la idea nuclear que subyace a diferentes dichos o expresiones relacionadas con el culturema tiene que estar ‘viva’ para los hablantes. Existen fraseologismos opacos o metáforas muertas que no pueden ser considerados culturemas en la actualidad, aunque en su momento pudieran haberlo sido. Así, del lenguaje de los toros procede la expresión ‘ser algo un embolado’. Originalmente esta expresión designaba un toro con bolas en los cuernos. Se consideraba que torear a un toro de esta forma no se prestaba a la brillantez de la faena y de ahí surgió la idea de que ‘un embolado’ es algo engorroso o un asunto difícil del que no se puede salir bien parado. El origen de este fraseologismo, muy usado actualmente en español, es desconocido por la gran mayoría de los hablantes, por lo que a todos los efectos es una metáfora muerta y sin productividad.

Por tanto, para considerar la existencia de un culturema es indispensable que exista un conocimiento generalizado de algunas implicaciones simbólicas del mismo. Así, temas antiguos como el paraíso y el infierno, San Pedro guardián de las puertas del cielo, o Satanás recibiendo a los pecadores y condenados, son todavía culturemas productivos sobre los que se siguen haciendo chistes o anuncios. También existen culturemas coyunturales como ‘Clinton y sus relaciones con la becaria’, tema sobre lo que igualmente ha habido una gran cantidad de chistes en todo el mundo.

4.2. Productividad fraseológica del culturema.

Un culturema es productivo si en torno a él existe un gran número de explotaciones. Podemos distinguir dos tipos de productividad: en primer lugar la productividad fraseológica que tiene que ver con el número de frasemas existentes en la lengua en torno a un tema cultural y en segundo lugar la productividad general que se basa en las apariciones de un frasma en distintos ámbitos tales como chistes, títulos de películas, libros, canciones, anuncios, materiales de textos argumentativos, etc.

Otro indicador de la existencia de un culturema es que los fraseologismos a él ligados no presentan una forma fija sino variaciones. En concreto una señal evidente de la existencia de un culturema es el índice de dispersión fraseológica. La dispersión fraseológica implica que un fraseologismo se plasma con diversas variaciones y que estas pueden

ampliarse fácilmente¹⁹. En el caso del culturema [#UNA MANZANA PODRIDA PUDRE EL CESTO#]²⁰, encontramos en español las siguientes variaciones: *una manzana podrida echa un ciento a perder; una manzana podrida contagia al resto; solo una manzana podrida puede echar a perder el manzano; una manzana podrida pudre a las demás; una manzana podrida pudre un cajón*. O variaciones temáticas del tipo: *‘¿Qué haces con una manzana podrida? La apartas de las otras manzanas para evitar que las contamine y que las manzanas sanas se pudran a su vez’*.

Las variaciones implican que, para los hablantes, el culturema tiene una entidad mental propia. Así [#JUDAS#] es un punto de referencia de una serie de actuaciones diversas: *más malo que Judas, más traidor que Judas, más falso que Judas, ser un Judas, comportarse como un Judas*, etc. El hecho de que se puedan crear nuevas expresiones comprensibles para los oyentes como por ejemplo ‘tú has hecho conmigo lo que Judas hizo con Cristo’, ‘lo que ha hecho tu hermano contigo es peor que lo que hicieron Judas y Caín’, etc., demuestra que los idiomatismos con ‘Judas’ son simples variaciones sobre un tema complejo y como tal un culturema importante de nuestra lengua/cultura²¹.

4.3. Frecuencia de aparición en alusiones textuales, variaciones, explotaciones, chistes, etc.

Como se ha visto, muchos culturemas están ligados a fraseologismos pero hay otros culturemas que no lo están. Piénsese, por ejemplo, en temas repetidos en chistes gráficos tales como el indio que hace señales de humo, perder la cabellera a manos de los indios, el genio de Aladino, el faquir y la cama de clavos, la falda de los escoceses, Santa Claus entrando por la chimenea, Guillermo Tell lanzando una flecha a una manzana situada en la cabeza de su hijo, los exploradores o misioneros puestos en la olla por los antropófagos africanos, etc. Precisamente de este último culturema existe un remedo cómico de la paremia: *de la mar el mero y de la tierra el cordero*, en forma de *de la mar el mero y de la tierra el misionero*. Este culturema ha servido en un anuncio televisivo de una marca de jamones que ha recibido de

¹⁹ Tales variaciones indican que en la mente del hablante hay una idea que puede ser formulada y expresada de varias maneras. Lo contrario son los frasemas rígidos sin variaciones.

²⁰ Se corresponde con el inglés: *one rotten apple spoils the whole barrel*,

²¹ De igual forma en los países islámicos existen personajes relacionados con la vida de Mahoma y sus sucesores.

inmediato una denuncia de una ONG. Una opinión que encontramos en Internet al respecto dice:

‘Para acabar la semanita de prohibiciones, una muy sabrosa...SOS AFRICA quiere prohibir el anuncio de Navidul donde unos antropófagos meten en la olla a unos (exploradores) porque un mono lo pincha y está "salao" aduciendo que da una imagen terrible y ofensiva para los niños y niñas ne..(gros) subsaharianos que viven entre nosotros’²²

Podrían citarse multitud de culturemas relacionados con anuncios televisivos. Otro ejemplo es [#SI TIRAS UNA MONEDA EN UNA FUENTE CONSIGUES UN DESEO#]. Sobre este culturema se ha hecho un anuncio de coches. Una persona retira una moneda de una fuente y en ese momento un hombre que va a entrar en su yate cae al agua, el yate desaparece y en su lugar cae al agua un modelo de coche que es lo que el nuevo lanzador de la moneda ha deseado.

4.4. Complejidad estructural y simbólica.

Otro rasgo que caracteriza a los culturemas es su complejidad estructural y simbólica. Un culturema es una rutina o concatenación de causas y efectos que sirven como un programa de acción o una guía de interpretación de hechos y conductas.

El culturema es una palabra o expresión que se basa en una situación o historia conocida a la que se remite para interpretar o comentar otra situación real inmediata. Como en algunos fraseologismos, se establece un lazo mental entre la situación real única y coyuntural y la situación estereotipada y modélica a la que hace alusión el culturema. Usualmente los culturemas se utilizan para dar mayor expresividad, colorido y fuerza a un razonamiento o argumentación.

Una característica que diferencia los culturemas de los fraseologismos o paremias es que los culturemas pueden ser elementos dinámicos sobre los que se articula una argumentación compleja (véanse los culturemas desarrollados en el apartado 8). Por esta razón, para determinar el valor de un culturema son importantes el contexto situacional y la función textual, mientras que en los fraseologismos y paremias el significado no depende del contexto.

²² <http://blog-superferolitico.blogspot.com/>

5. Diferencia entre culturemas, paremias, idiomatismos, palabras culturales, etc.

El culturema es una noción teórica que inevitablemente está ubicada en un continuo de nociones más o menos precisas y bien definidas como son por ejemplo las palabras clave, las palabras culturales, los idiomatismos, clichés, etc. Por tanto, la diferenciación entre culturemas, paremias, idiomatismos, palabras culturales, alusiones, símbolos, clichés, etc., es una tarea inevitable ya que todos ellos comparten en gran medida los mismos hechos lingüísticos y culturales²³. Los culturemas están vinculados a otras formas estereotipadas de lenguaje y también a palabras culturales, clichés, eslóganes, etc.

Muchos culturemas están asociados directamente a fraseologismos, tal como se ha visto en el culturema [JUDAS]. En otros casos, un culturema puede coincidir temáticamente con fraseologismos no vinculados al mismo. San Pedro como culturema aparece asociado al portero del cielo, al que tiene las llaves. Por otra parte, existen fraseologismos en español tales como *A quien Dios se lo de, San Pedro se lo bendiga; Bien se está San Pedro en Roma, aunque no coma* que no tienen vinculación con la función expresada por el culturema de ‘portero del cielo’. Hay culturemas como [#LOS TRABAJOS DE SÍSIFO#]²⁴ que sí han dado un fraseologismo: ‘Los trabajos de Sisifo’. Igualmente podemos hablar de [#EL LECHO DE PROCUSTO#] que ha dado como fraseologismo ‘el lecho de Procasto’. Otros como Prometeo originan un culturema [#PROMETEO#] que da un adjetivo (*prometeico*) pero no ha dado ningún fraseologismo.

La relación culturema y fraseologismos es una relación que necesita ser investigada a fondo antes de sacar conclusiones al respecto. Decidir si un fraseologismo es o no un culturema es una opción teórica que debe considerarse teniendo en cuenta las repercusiones que tal aceptación puede tener en el propio valor de la noción culturema. Sin duda, existirán fraseologismos que deben de ser considerados culturemas o bien asociados elementos a culturemas. Veamos por ejemplo las diferencias entre idiomatismos que encontramos en español en relación con la función de intensificación. Existen comparaciones proverbiales como *más viejo que un*

²³ Sobre la distinción entre idiomatismo, fraseologismo, paremias, locuciones, etc., véase García-Page (2008), Ruiz Gurillo (1997), Corpas (2003) Mellado Blanco (2008).

²⁴ Una práctica de los miembros del GILTE para señalar y destacar específicamente la existencia de un culturema es enmarcarlo entre corchetes y almohadillas [# CULTUREMA#].

palmar, más ligero que una pluma, más limpio que una patena, más Viejo que Matusalén, más rico que Crespo, más falso que Judas (más falso que el beso de Judas), etc. Resulta evidente que las comparaciones proverbiales que remiten a personajes o hechos son culturemas. Sin embargo, considerar que ‘una pluma pesa poco’ no parece que sea un culturema sino tan solo un conocimiento del entorno de valor universal. Sería cuestionable si ‘patena’, al ser un elemento específico de la cultura religiosa debería ser o no incluido como culturema.

6. Funciones de los culturemas.

Las funciones de los culturemas son múltiples. Se usan los culturemas como muchos fraseologismos para dar más fuerza o belleza al texto. Derivado de ello está su empleo en los textos argumentativos. Finalmente, es un elemento de gran valor cognitivo-hermenéutico. Hay que recordar que estas funciones pueden aparecer aisladas pero que lo más frecuente es que un mismo culturema tenga simultáneamente en un texto determinado varias funciones: estética, argumentativa y cognitivo-hermenéutica.

6.1. Función estética.

El ‘decir fraseológico’, en el que se incluyen el uso de culturemas, es un tipo de discurso en el cual se utilizan diversos recursos del lenguaje para realzar y adornar un texto. Según Luque Durán (2009d), la panoplia de recursos de la que dispone un escritor podría compararse a la paleta de colores y al abanico de formas y figuras, etc. que dispone un pintor. Entre la panoplia de recursos estéticos, están elementos expresivos de la lengua como fraseologismos, paremias, comparaciones proverbiales, etc. Junto a estos hay que incluir los culturemas, es decir, la amplia gama de símbolos y referencias culturales de una sociedad. Entre estos se incluyen personajes reales o ficticios y situaciones reales y literarias procedentes de textos religiosos, historia mundial y nacional, símbolos modernos de la vida social, artística, o política que por alguna razón se hayan convertido en prototipos de alguna cualidad, etc.

6.2. Función argumentativa.

Según Luque Durán (2009d), la *argumentación* es una actividad verbal que se realiza mediante el uso del lenguaje. Es también una actividad racional en cuanto que se basa en consideraciones intelectuales, y es finalmente una

actividad social en tanto que está dirigida a otras personas. El elemento básico de la argumentación es que defiende un punto de vista específico en relación con alguna cuestión o hecho social o político. El escritor, o hablante en caso de intervenciones en tertulia o mesas redondas, ha de usar (teóricamente, al menos) diversos elementos para fundamentar y defender su posición. La argumentación, por tanto, es la suma de recursos efectivos dirigidos a convencer al lector o al oyente de la validez de un punto de vista determinado. En este sentido, los artículos de opinión en los periódicos o las intervenciones de periodistas invitados en las tertulias son ejemplos típicos de texto/discurso argumentativo.

6.3. Función cognitivo-hermenéutica.

Muchos culturemas han llegado a perpetuarse en la memoria colectiva porque se han convertido en lo que se podría llamar una *situación arquetípica*. Las situaciones arquetípicas tienen un valor cognitivo en tanto en cuanto son plantillas o mapas a través de los cuales visualizamos y comprendemos de manera más fácil la complejidad de los avatares de la existencia. Como cada humano puede comprobar por su propia experiencia, existen patrones de comportamiento y conducta que es útil conocer porque permiten ahorrar esfuerzos y evitar cometer personalmente errores. Estos patrones nos dicen cómo una cosa lleva a otras y cómo determinadas causas se concatenan o conjuntan para producir determinados efectos. Desde el punto de vista pragmático-comunicativo los culturemas situacionales se utilizan para dar a conocer a otra persona en qué posición o peligro se encuentran. Algunas de estas situaciones corresponden a un modelo como ‘no te vaya a pasar como a X que por hacer/no hacer cierta cosa terminó en tal estado’.

7. Culturemas como modelos dinámicos.

Como es sabido, el utilizar determinados símbolos o culturemas en los textos periodísticos, literarios y argumentativos dota al texto de una fuerza expresiva y una agilidad superior a la de otros textos menos literarios pero más simples y quizá más comprensibles. Además, como se ha indicado anteriormente, algunos culturemas pueden tomarse como base o modelo dinámico cognitivo sobre el cual pueda articularse una interpretación de unos hechos actuales en textos argumentativos. Culturemas como *la hidra*, *las cerezas*, *la rana y el príncipe*, *la campana de Huesca*, *Saturno devora a sus hijos*, etc., nos servirán para analizar y ejemplificar los mecanismos y

procedimientos que se siguen en tales textos. El procedimiento no es exclusivo del periodismo español tal como se muestra en el caso de un culturema histórico del inglés (el rey Canuto y las olas del mar).

7.1. El culturema [*Saturno devora a sus hijos*] y el culturema [*la rana y el príncipe*].

El primer texto argumentativo seleccionado se estructura en torno a estos dos culturemas²⁵. En un artículo periodístico cierta periodista habla de una situación en la que participan los dirigentes clásicos del PSOE y el grupo PRISA con su órgano, el periódico El País, por una parte, y por otra, los hijos, los alumnos, es decir los jóvenes del PSOE que son una nueva generación que ha crecido al amparo del presidente Zapatero. Los viejos se empeñan en controlar y dominar a los jóvenes pero estos no se dejan. En el texto aparece un culturema de origen clásico:

*-Para empeorar las cosas, Saturno se ha empeñado en devorar a sus hijos. A morderles, por lo menos, se dedica el Grupo Prisa, y eso sí que tiene gracia. Pues Zapatero y el resto de la tropa son, al cien por cien, producto de su huerta*²⁶.

El culturema en cuestión es [#SATURNO DEVORA A SUS HIJOS#]²⁷. Los padres, como Saturno, desean eliminar a sus hijos o alumnos para mantener el control del partido. Posteriormente el texto sigue.

*-Los alumnos han salido ranas. Ranas que se creen príncipes y no soportan que les den lecciones*²⁸.

²⁵ Véase Luque Durán (2009b).

²⁶ <http://www.libertaddigital.com/opinion/cristina-losada/zapatero-el-pais-y-la-fantas-mada-50889>.

²⁷ Como ya se ha señalado, la existencia de un culturema se marca mediante corchetes y almohadillas cuando queremos hacer hincapié en que se trata de un hecho diferenciado de otros hechos simbólicos. Así, [#SATURNO DEVORA A SUS HIJOS] o [#RANA QUE SE CONVIERTE EN PRÍNCIPE#], [#CAMPANA DE HUESCA#].

²⁸ El párrafo completo es: “Los alumnos han salido ranas. Ranas que se creen príncipes y no soportan que les den lecciones. Quien quiera dárselas, aunque sea durante dos tardes, cae en desgracia. Para esa clase de ex pupilos supone una provocación inadmisibile la presencia de personas con mayor caudal de conocimientos y experiencia. Las mismas que amamantaron a esos aparatshik

Esta parte del texto comienza por un fraseologismo: ‘salir rana’ que equivale a ‘defraudar; no resultar algo como uno había previsto’, y que se conecta de inmediato con un culturema [#LA RANA QUE SE CONVIERTE EN PRÍNCIPE#]. La descodificación del texto exige tanto del fraseologismo ‘salir rana’ como del culturema. Los dos se han construido en torno al nexo ‘rana’ que sirve de hilo conductor entre ambos. La interpretación necesita tanto del conocimiento del fraseologismo como del conocimiento necesario para interpretar el texto en clave de ‘cuento tradicional’. Este culturema es frecuente en chistes gráficos, anuncios, alusiones cómicas en espacios televisivos y películas. Sin embargo no ha dado en español un fraseologismo.

7.2. El culturema [hidra].

La *Hidra* es un símbolo culto, es un animal mitológico, una serpiente de muchas cabezas que vivía en el Peloponeso. Su peculiaridad era que cada una de las cabezas le crecía al ser cortadas. Existen numerosos textos periodísticos y argumentativos en la España reciente que aluden a la hidra en relación con ETA (citaremos dos ejemplos):

(a) *Una banda con 150.000 ciudadanos apoyando a una horda de buchateros no es una banda, sino una hidra, ETA es una hueste pavorosa*²⁹.

(b) *La hidra etarra. Acabar con la «Eta» es tan laborioso como uno de los Doce Trabajos de Hércules, el de matar a la Hidra de Lerna. La pelea de Hércules con la Hidra de Lerna la tienen ustedes en el Prado, pintada por Zurbarán. Aquella terrible serpiente de Lerna tenía siete cabezas. Cuando Hércules le cortaba una, en el mismo lugar le salían dos. Así no había manera de acabar con la Hidra, que cada vez tenía más cabezas. Hércules tuvo que pedir ayuda a su sobrino, y el sobrino iba quemando las cabezas a medida que el héroe las cortaba, y ya no volvían a salir*³⁰.

descarados, maniqueos, simplistas e indoctos que son la enfermedad infantil del Partido Socialista. Ahora, los padres de la criatura se echan las manos a la cabeza, hacen visajes y amenazan con bajarla del pedestal a editorialazo limpio. Tarde llegan. Les ha perdido el respeto”.

²⁹ www.elmundo.es/papel/2006/11/02/opinion/2045260.html

³⁰ <http://hemeroteca.abcdesevilla.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/2002/12/21/009.html>

Así un problema (la ETA) se equipara a la hidra porque los autores de los textos encuentran una analogía entre la regeneración constante de las cabezas del mito clásico con la capacidad reproductiva de los grupos y las actividades terroristas de ETA. El tener a mano un símbolo de complejidad dinámica como la hidra, que por sí solo ya comunica una complejidad estructural-dinámica, es un ahorro comunicativo extraordinario como vemos en las diferencias de los textos (a) y (b). En el texto (b) se hace una explicación detallada de cómo funciona ETA a partir de la descripción detallada del mito de la hidra. En el texto (a) el autor tan solo con mencionar el culturema [#HIDRA#] confía en que sus lectores comprendan lo que quiere decir respecto a ETA.

7.3. El culturema [cerezas].

El tercer caso a analizar es el del culturema [#CEREZA#]. Este remite de inmediato a una fruta que tiene una particularidad especial: al tirar de una, o mejor, de un par de ellas, surge de inmediato una cadena de enganches entre las cerezas de tal manera que tirando de una sacamos un montón. Esto sugiere ‘enredamiento’ y ‘encadenamiento de elementos’. En un texto periodístico encontramos un uso comprometido del símil de las cerezas empleado por el que ha sido durante mucho tiempo presidente de la junta de Extremadura, Juan Carlos Rodríguez Ibarra:

-Si se tirase de una cereza en el caso de Rafael Vera, caería todo el ramo, y yo no quiero que se hunda la democracia en España³¹.

Para los que vivieron el caso del GAL, uno de los episodios más discutidos de la joven democracia española, el texto de uno de los políticos más representativos del PSOE de la época es más que claro al tiempo que provocador por la cuestionable tesis que propone. Existe una ‘cereza’ que es un personaje condenado por terrorismo de estado. Si alguien quiere hacer justicia total e ir buscando quién está detrás de Rafael Vera, haría un daño irreparable a la democracia en España, ya que como las cerezas, al tirar de la primera no saldría solo una más, sino que de inmediato saldrían otras que tirarían a su vez de otras (las cerezas son los implicados de una u otra manera en el caso GAL) hasta la destrucción del estado tal como ahora existe. En otras palabras, si lo que intenta decir Ibarra es que hay un pacto hipócrita,

³¹ <http://www.elmundo.es/papel/2004/11/24/espana/1723790.html>

pero pacto al fin y al cabo, para ocultar o al menos limitar la responsabilidad sobre una acción terrorista del estado como fue el GAL, pues este pacto afecta a extensos estamentos de dirigentes y responsables políticos hasta niveles que quizá sorprenderían a muchos y que por lo tanto es preferible dejar las cosas como están. El estado español no es lo suficiente fuerte como para enfrentarse con la verdad y por ello es preferible y justificable, según la razón histórica de evitar males mayores, cargar las culpas sobre unos chivos expiatorios y cortar artificialmente e injustamente ahí las responsabilidades.

Las cerezas juegan en todo este planteamiento un papel simbólico insustituible por la clara imagen que dan al asunto. Todo está enredado, después de cada responsable se encontrará otro responsable mayor hasta dejar vacío el cesto de las cerezas/del estado.

7.4. El culturema [la campana de Huesca].

El texto español que hemos seleccionado está estructurado alrededor de ‘la campana de Huesca’ y se compone de dos partes: la noticia y un comentario de un lector. La noticia describe una situación en el País Vasco en la cual el nuevo gobierno democráticamente elegido se encuentra con la resistencia y la oposición de parte de las estructuras estatales anteriormente dominadas por el partido nacionalista vasco. El autor del comentario apela a un remedio drástico y pone como modelo la campana de Huesca.

NOTICIA:

-Mandos de la Ertzaintza urden un complot contra el nuevo Gobierno de López³². Dirigentes del PNV han venido repitiendo que seguirían mandando en el País Vasco aun desde la oposición y el complot que revela este domingo El Mundo podría ser prueba de ello. Tres altos cargos de la Ertzaintza se habrían reunido con sus subordinados para sabotear al nuevo Ejecutivo.

COMENTARIO:

*-Como en la **campana de Huesca**. Que vayan cayendo uno a uno. Eso tendrá que hacer el PP cuando gobierne, si es que llega a gobernar. Y en Andalucía, tendrá que hacer más de una campana. Y buscar bien a quiénes ponen de badajo.*

³² <http://www.libertaddigital.com/nacional/mandos-de-la-ertzaintza-urden-un-complot-contra-el-nuevo-gobierno-de-lopez-1276359441/3.html>

La leyenda de *la campana de Huesca* cuenta como Ramiro II el Monje, rey de Aragón, decapitó a doce nobles que se opusieron a su voluntad. La historia de este hecho comienza cuando Ramiro II, que había sido antes monje, se encuentra con una desobediencia general de los nobles del reino. Preocupado acude a su antiguo maestro, el abad de San Ponce de Tomeras, para que le dé consejo. Este sin decir una palabra fue al huerto y cortó las plantas que más sobresalían. Ramiro interpretó bien el consejo y convocó a todos los nobles del reino para que vieran lo que era una campana tan excepcional que su sonido se oiría en todo el reino. A la llegada de los nobles levantiscos decapitó a los más sobresalientes mostrando así a los restantes que estaba dispuesto a imponer su autoridad a cualquier precio. Tal como se muestra en el comentario, la campana de Huesca se convierte en una fórmula de solución de problemas.

7.5. El culturema [*el rey Canuto y las olas del mar*]

Un ejemplo similar al que aparece en los textos españoles previos lo encontramos en el análisis que Carter (1998) realiza de un artículo aparecido en el *Daily Mail* (8.10.1983) sobre la elección en el congreso laborista celebrado en Brighton de Neil Kinnock como líder del partido laborista. El texto inglés nos dice:

CANUTE KINNOCK. A soaking on the beach ... a snub by the Left (By GORDON GREIG, Political Editor)

*Neil Kinnock, just elected Labour's youngest leader at 41, saw an old party tide threaten to swamp his new beginning last night. Once again, the nightmare question came up. How far are you going to dismantle Britain's nuclear defence shield? The answer helped Michael Foot lose the last election and from the way the argument was boiling at Brighton, it dearly threatened to help Mr Kinnock lose the next one. His induction to the mantle of leadership began with a soaking on Brighton beach as he stumbled and fell at the sea's edge while posing for photographers. But the embarrassment of the **Canute-like ducking** was nothing to the problem of a backroom row between Labour's Left and Right over the rising tide of pacifism and one-sided nuclear disarmament in the party. [The Daily Express, 8th October 1983]*

Carter (1988) muestra cómo una metáfora alusiva, la del rey Canuto y las olas del mar, puede servir para articular todo un artículo periodístico. Neil Kinnock es equiparado ya en el título al rey Canuto de Inglaterra. Este rey ha pasado a la memoria inglesa por un episodio ocurrido durante su reinado. Según la leyenda, el rey se volvió tan soberbio que creyó que podía hacer que las mareas le obedecieran. Según otra versión, el rey se disgustó tanto al escuchar a un cortesano tiralevitas decir que el rey podría incluso hacer que el mar le obedeciera que, para probar lo equivocado que estaba este cortesano, hizo una demostración práctica junto al mar ordenando a la marea que se retirara. En el texto periodístico la supuesta arrogancia de Canuto se transfiere a Kinnock. Aparecen también varios paralelismos y alusiones onomásticas, todo para lograr un efecto irónico a costa del nuevo secretario general laborista. Kinnock “ve a la marea de los viejos del partido amenazar con inundar sus comienzos como secretario”. En concreto sobre propuestas tan controvertidas en el seno del partido como era el desarme nuclear unilateral que el nuevo secretario apoyaba y que era rechazado por la mayoría del partido. La imagen que se da es de un Kinnock al que se le ha mojado la toga, como símbolo del poder recién recibido, al ser incapaz de contener y controlar a los miembros de su propio partido.

8. Conclusión. Cultura, culturemas y visión del mundo.

La suma de los culturemas de una lengua, junto con otros elementos ideológicos de la misma, forman una red de ideas, valores, principios de acción, consejos, explicaciones de cómo y por qué es el mundo, anticipaciones, etc. Todo ello contribuye a configurar una visión del mundo. Cómo influyen los culturemas en la visión del mundo de los hablantes es algo difícil de precisar. Algunos culturemas son solo parangones o modelos de excelencia, maldad, generosidad, etc. Otros contienen un mensaje social de qué es bueno y qué es malo, qué es aconsejable o desaconsejable, qué es deseable y qué indeseable, etc. Además existen culturemas que son nociones dinámicas *ready made* o *prêt a porter*, es decir, que transmiten conocimientos complejos mediante los cuales podemos entender mejor una situación real inmediata. Muchos culturemas, por tanto, son como píldoras de sabiduría que nos permiten interactuar mejor con nuestro entorno y con nuestros congéneres, en este sentido, muchos refranes, especialmente los de uso más frecuente, pueden considerarse culturemas.

Por tanto, los culturemas son unas guías que nos indican caminos y soluciones posibles en nuestros avatares diarios y también advertencias que

nos previenen de las consecuencias negativas que pueden tener determinadas decisiones.

En conclusión, los culturemas son un conjunto de unidades de información con las que nuestro cerebro cuenta para entender cómo es el mundo. Los culturemas son de muy diverso tipo. Unos son permanentes, otros coyunturales, incluso evanescentes. Hay numerosos culturemas que contienen dentro de sí una pequeña historia, un pequeño drama, una escena, que nos sirve para comparar o evaluar situaciones cotidianas. Si oímos decir ‘te va a pasar como al niño que gritaba ¡que viene el lobo!’ sabemos de qué articulación de personajes, escenas, causas y condiciones se está hablando. La historia se basa en un cuento de un niño que gritaba ‘el lobo, que viene el lobo’³³. Los vecinos salían y perseguían al lobo inexistente mientras el niño malcriado se reía a carcajadas. Una y otra vez engañó con la misma falsa alarma a los vecinos. En una ocasión, vino el lobo de verdad y pidió ayuda pero esta vez los vecinos pensaron que era una broma más, no acudieron y las ovejas fueron devoradas por el lobo. La aplicación de esta historia lo convierte en culturema ya que, de manera breve y económica, se transmite que existen paralelismos entre alguien que da falsas alarmas por diversión y lo que hizo el niño con el lobo, con lo cual puede que le ocurra algo parecido a lo que le ocurrió al niño³⁴.

BIBLIOGRAFÍA

- Alijo Jiménez, Isabel y Al Jallad, Nader (2007): “Los conceptos árabes *zawash*, *durrah*, *mutallaqa*, *hama* y *kinneh* a través de la fraseología. Una perspectiva sobre la mujer”. En Luque Durán, J.D. y Pamies Bertrán, A. (eds.) (2007), pp 1-14.
- Al Jallad, Nader (2008): “The concepts of *al-halal* and *al-haram* in the Arab-Muslim culture: a translational and lexicographical study”. En *Language Design* 10, 2008, pp. 77-86.
- Al Jallad, Nader (2007): “The concepts of *al-jihad*, *al-hijab*, and *al-shahid* in the Arab-Muslim Culture and language: a lexicological and lexicographical study”. En Luque Durán, J.D. y Pamies Bertrán, A. (eds.) (2007), pp. 109-120

³³ Corresponde a una fábula de Esopo. Ing. *to cry Wolf*; it. *gridare al lupo*; fr. *crier au loup*.

³⁴ ¡Que viene el lobo! ¡Que viene el lobo!, eso es lo que gritan algunos de los jugadores de la liga de regional cuando escuchan hablar de una Autorización General para el uso de una CB regulada, o sea, sin licencia individual. [<http://mcb100.wordpress.com/2009/08/10/que-viene-el-lobo/>]

- Cantera Ortiz de Urbina, Jesús; Sevilla Muñoz, Julia y Sevilla Muñoz, Manuel (2005): *Refranes, otras paremias y fraseologismos en Don Quijote de la Mancha*. Supplement Series of Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship. Editado por Wolfgang Mieder. Vermont: The University of Vermont.
- Carter, Ronald (1988): "Front pages: Lexis, style and newspaper reports". En Mohsen Ghadessy (ed.), *Registers of Written English: Situational Factors and Linguistic Features*. London and New York: Pinter Publishers, pp. 8-16.
- Corpas Pastor, G. (2003): *Diez años de investigación en fraseología: análisis sintáctico-semánticos, contrastivos y traductológicos*. Frankfurt am Main: Iberoamericana, Vervuert.
- Corpas Pastor, Gloria (2009): "Nadando entre dos aguas, o cómo trasvasar unidades fraseológicas de una a otra orilla". Ponencia presentada al *Coloquio Internacional de Fraseografía*. Santiago de Compostela, 22 y 23 de mayo de 2009.
- García-Page, Mario (2008): *Introducción a la fraseología española*. Madrid: Antropos.
- Kekic, Katarina (2008): "El lenguaje figurado con zoónimos en serbio". En *Language Design* 10, 2008, pp. 107-131.
- Luque Durán, Juan de Dios (2005): "Las colocaciones de cuantificación por comparación: tradición e innovación en las comparaciones proverbiales". En Luque Durán y Pamies Bertrán (eds.), *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada, Método, págs. 409-456.
- Luque Durán, Juan de Dios (2007): "*La codificación de la información lingüístico-cultural en los diccionarios (inter)culturales*". En Luque Durán y Pamies Bertrán (eds.): *Interculturalidad y Lenguaje I. El significado como corolario cultural*. Granada: Método, págs. 329-374.
- Luque Durán, Juan de Dios (2009a): "Claves culturales e imaginológicas de los textos argumentativos". Ponencia presentada a la *III Conferencia Internacional de Hispanistas de Rusia*. Moscú, 19-21 de mayo de 2009.
- Luque Durán, Juan de Dios (2009b): "El diccionario intercultural e interlingüístico y su aplicación a la traducción de culturemas". Ponencia presentada a las *III Jornadas Internacionais da Tradução da Universidade da Evora*. Evora, 6 -11 octubre 2009.
- Luque Durán, Juan de Dios (2009c): "Intertextualidad, argumentación y juegos del lenguaje: la explotación lexicográfica de los fraseologismos y elementos lingüístico-culturales del español en el Diccionario Lingüístico Cultural". Ponencia presentada al *Coloquio Internacional de Fraseografía*, Universidad de Santiago de Compostela, 22-23 mayo de 2009.
- Luque Durán, Juan de Dios (2009d): "Alusión, intertextualidad y juegos de lenguaje: la explotación de fraseologismos y otros elementos lingüístico-culturales en la creación de textos argumentativos". Ponencia presentada al *Coloquio Internacional de Fraseografía*. Santiago de Compostela, 22 y 23 de mayo de 2009.

- Luque Durán, Juan de Dios y Luque Nadal, Lucía (2009): "Cómo las metáforas recurren a conocimientos ontológicos y culturales. Fundamentos teóricos del Diccionario Intercultural e Interlingüístico". En Jarmo Korhonen, Wolfgang Mieder, Elisabeth Piirainen y Rosa Piñel (eds.), *Phraseologie global -- areal -- regional. Akten der Konferenz EUROPHRAS 2008 vom 13.-16.8.2008 in Helsinki*, Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, pp. 259-366.
- Luque Nadal, Lucía (2008): "Sobre los límites de la fraseología. Dichos y locuciones pragmático-conversacionales de carácter burlesco en español". *Language Design* 10, 2008, pp. 87-106.
- Luque Toro, Luis (2007): "Parámetros socio-culturales en la equivalencia léxica: limitaciones en la afinidad italiano-español". En Luque Durán, J.D. y Pamies Bertrán, A. (eds.) (2007), pp. 193-200.
- Mayoral Asensio, Roberto (1999): "La Traducción de Referencias Culturales". *Sendebarr* 10/11, pp. 67-88.
- Mellado Blanco, Carmen (ed.) (2008): *Colocaciones y fraseología en los diccionarios*. Frankfurt: Peter Lang.
- Molina Martínez, Lucía (2006): *El otoño del pingüino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Muhsin Ismail, Lawin (2007): "Los refranes kurdos como reflejo de la sociedad". En Luque Durán, J.D. y Pamies Bertrán, A. (eds.) (2007), pp. 431- 438.
- Pamies Bertrán, Antonio (2007): "El lenguaje de la lechuza: apuntes para un diccionario intercultural" en Luque, J.d.D & Pamies, A. (eds.) *Interculturalidad y lenguaje: El significado como corolario cultural*. Granada: Granada Lingüística / Método vol. 1 pp. 375-404.
- Pamies Bertrán, Antonio (2008) : "Comparaison inter-linguistique et comparaison interculturelle". En: Michel Quitout (ed.) *Traduction, proverbes & Traductologie*. Paris: Éditions L'Harmattan, pp. 143-156.
- Pamies Bertrán, Antonio (2009): "El simbolismo cultural en el lenguaje". Ponencia presentada a la III Conferencia Internacional de Hispanistas de Rusia. Moscú, 19-21 de mayo de 2008.
- Pamies Bertrán, Antonio; Pazos, J.M.; Tutáeva, K.; Kekić, K.; Martínez, I.; Mura, A.; Sztuba, A.; Monteiro, R.; Al-Jallad, N. & Chelmi, E. (2008): "Implementación lexicográfica de los símbolos desde un enfoque multilingüe e intercultural: el culturema 'buitre' ". En: J. Korhonen, W. Mieder, E. Piirainen, R.Piñel (eds.): *Phraseologie - Global - Areal - Regional*. Tübingen: Gunther Narr.
- Nord, Christiane (1997): *Translation as a Purposeful Activity*. Manchester, St.Jerome.
- Oksaar, Els (1988): *Kulturemtheorie. Ein Beitrag zur Sprachverwendungsforschung*. Hamburg: Göttingen.
- Pazos Breñaña, José Manuel (2007a): "Aspectos culturales de algunos somatismos alemanes". En Luque Durán, J.D. y Pamies Bertrán, A. (eds.) (2007), pp. 439-443.

- Ruiz Gurillo, L. (1997): *Aspectos de fraseología teórica española (Anejo n° XXIV de la Revista Cuadernos de Filología)*. Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad.
- Skorepova Koudelkova, Andrea (2007): ““Flaco como un francés”: reflejo de la visión de las demás nacionalidades, razas y religiones en la fraseología checa”. En Luque Durán, J.D. y Pamies Bertrán, A. (eds.) (2007), pp. 265- 272.
- Vermeer, Hans J. (1983): “Translation theory and linguistics”. En P. Roinila, R. Orfanos & S. Tirkkonen-Condit, eds. *Häkökohtia kääntämisen tutkimuksesta*. Joensuu: University, pp. 1-10.
- Zheng Quang, Zhang (2007): “Distinción de palabras en la comprensión del chino”. *Language Design* 9, pp. 61-92.